



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS TURÍSTICOS**

**LA PROMOCIÓN TURÍSTICA Y LA
SOSTENIBILIDAD EN EL DESTINO TURÍSTICO DE
LUNAHUANÁ, CAÑETE, 2021**

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Servicios Turísticos

Autora:

Stefanny Milagros Diaz Ramirez

Asesor:

Dr. Walter Estela Tamay

<https://orcid.org/0000-0003-0016-7692>

Lima - Perú

2023

JURADO EVALUADOR

Jurado 1	Héctor Manuel Torres Oporto	07967149
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

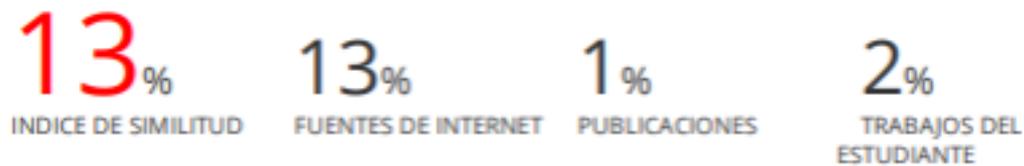
Jurado 2	Gaby Mónica Felipe Bravo	03877830
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	María Inés Flores Bazán	45659044
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD

Tesis- Final Diaz Ramirez, Stefanny Milagros

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	6%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%
3	repositorio.unjfsc.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repository.usta.edu.co Fuente de Internet	1%
5	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.uta.edu.ec Fuente de Internet	1%

DEDICATORIA

Esta tesis va dedicada a mis padres por todos estos años de esfuerzo por brindarme una carrera profesional, apoyarme en cada decisión, por confiar en mi capacidad y estar en cada paso. A mis hermanos por su compañía en los momentos difíciles, por saber entenderme y darme consejos. A mis amigas presentes, por compartir sus conocimientos conmigo y a todas aquellas personas que durante estos 5 años estuvieron a mi lado apoyándome.

AGRADECIMIENTO

Son muchas las personas que quiero agradecer que han sido parte de mi proceso y crecimiento tanto personal como profesional. Desde el principio, agradecerle a Dios, por permitirme tener salud y por terminar esta carrera universitaria. En segundo lugar, a mi madre, Flavia Elisabeth Ramirez Paredes de Diaz, por su inmenso amor, entrega, coraje, por su apoyo en todo momento desde el inicio de la universidad, y a pesar de partir hace un año sigue siendo mi motivo principal para continuar con mis estudios. A mi papa, Rigoberto Carlos Diaz Pizarro, por su paciencia, esfuerzo y apoyo para terminar la carrera. A mi compañero de vida Carlos Antonio Santamaria More, por el apoyo incondicional que me brinda día a día y mi gran ejemplo.

A mi primera amiga de la universidad, Valeria Estrada, por compartir estos 5 años de crecimiento, aprendizaje por su apoyo incondicionalmente y siempre creer en mí.

A todos mis profesores, en especial a la miss María Inés Flores Bazán, por todas sus enseñanzas y a la miss Mónica.

Estoy profundamente agradecida con cada uno de ustedes.

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS.....	7
RESUMEN	8
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	9
1.1. Realidad problemática	9
1.2. Formulación del problema	21
1.3. Objetivos.....	22
METODOLOGIA	23
2.1 Tipo de investigación	23
2.2 Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	25
2.3 Aspectos éticos	26
CAPÍTULO III. RESULTADOS	27
3.1. Resultados de la investigación.....	27
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	44
CONCLUSIONES.....	49
RECOMENDACIONES.....	50
REFERENCIAS	51
ANEXOS.....	55

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Categorías de la Investigación	24
Tabla 2. Criterios que considerar durante la investigación	27
Tabla 3. Guía de Expertos	27
Tabla 4. Guía de entrevista 1, Experto 1 - Mery Baltazar. Directora - Gerente de la Agencia Friends Tour Perú.	28
Tabla 5 Guía de entrevista 2, Experto 2 – Francisco Lozada. Gerente General Pata de Perro Perú.....	30
Tabla 6 Guía de entrevista 3, Experto 3 – Ángel Martín Candela Álvarez. Operador Turístico	32
Tabla 7 Guía de entrevista 4, Experto 4 - Lourdes Patiño Arias, Guía Oficial de Turismo y Freelance	34
Tabla 8 Guía de entrevista 5, Experto 5 – Ronaldo Josué Guillena Acho. Guía de turismo / Guía en futurismo Group.....	36

RESUMEN

Esta investigación, titulada “La promoción turística y la sostenibilidad en el destino turístico de Lunahuaná, Cañete, 2021”, tuvo como objetivo describir la percepción de la aplicación de estrategias de promoción turística y la sostenibilidad, en el destino turístico de Lunahuaná, cañete, 2021. A partir de ahí, se ha evaluado la promoción turística en los atractivos turísticos de Lunahuaná y la sostenibilidad. Este tema se desarrolló porque no existen muchos trabajos sobre Lunahuaná y es importante investigar más sobre estas categorías. Este estudio pretende servir de base para otros estudios relacionados con la promoción turística y sostenibilidad.

Para este trabajo se empleó un enfoque cualitativo, en las cuales participarán de 5 prestadores de servicios turísticos quienes responderán a través de la lista de preguntas. De acuerdo con las limitaciones actuales propias de la pandemia, el instrumento utilizado fue la entrevista digital, utilizando diversas plataformas tecnológicas tales como Microsoft teams, Zoom Y Meet.

Los resultados obtenidos muestran la promoción turística y la sostenibilidad y el desarrollo del destino de Lunahuaná, Cañete, además los medios digitales tienen un impacto positivo en la comunidad generando así más visitas a corto y largo plazo.

Palabra Clave: Promoción turística, sostenibilidad, Turismo, Desarrollo sostenible, oferta turística

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

En los últimos años, la promoción turística ha ido evolucionando gracias a la tecnología, ya que por el internet, se han creado diversas plataformas de las cuales los prestadores de servicios turísticos tales como agencias, hoteles, restaurantes, guías entre otros han podido aprovechar.

La república (2021) nos dice que el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) elevó de S/50.000.000 a S/67.400.000 el presupuesto del Plan Anual de Promoción Turística Nacional en el año 2021 y una parte de los recursos se destinó a campañas de promoción, colaboración en ferias internacionales, capacitaciones, etc.

Además, el turismo se ha convertido en un elemento valioso en la ampliación de todos los países, es por lo que se ha avanzado en proyectos a lo largo de los años para progresar la infraestructura básica para todos los países y para causar una mejor impresión en los turistas.

Según, Chávez (2019) nos indica que el más reciente ranking mundial elaborado por el Foro de Economía Mundial manifestó los estimulantes resultados del turismo en el Perú ya que nuestra nación se posicionó en el puesto 49 entre 140 destinos turísticos competitivos en el mundo. El Perú, es un país en el cual recibe turistas de todo el mundo, de acuerdo con MINCETUR (2016), nos menciona que hay un gran crecimiento del flujo turístico con la llegada de turistas extranjeros, siendo así un aumento del 7,4% durante el mes de octubre del año 2016, con respecto al mismo mes del año anterior.

Es uno de los pocos países que cuenta con una gran variedad de microclimas que lo hacen atractivo para los turistas. Además, conforme un estudio de la Dirección de Promoción del turismo, PROMPERU (2017) sobre, el Perfil del Vacacionista Nacional, se puede precisar que Lima, Ica, Junín, Arequipa y la Libertad son los 5 de los destinos favoritos. Asimismo, en las provincias de Lima, Cañete es uno de los destinos más visitados posteriormente de Lima y Oyón.

También en el diario El Peruano (2021) el ministro de comercio exterior y turismo, Roberto Sánchez, ha señalado que buscará añadir la participación turística de 4.5% a 10% del PBI del país para el 2026, al tiempo que promoverá destinos turísticos más sostenibles. Gracias a la organización internacional Green Destinations, El Perú acoge nueve certificaciones de destinos turísticos del país como sostenibles ya que esta organización reconoce a los sitios turísticos más respetuosos con el medio ambiente y la cultura local. Además, el ministro Sánchez, destacó que, en la promoción del turismo, no se trata solo del destino, sino, también de acceder a mejores carreteras, servicios públicos, internet, calidad, etc.

La República (2019) nos dice que el distrito de Lunahuaná se encuentra situado en la provincia de Cañete, es uno de los distritos en los cuales la actividad turística gira en torno al Kayak, el cual se puede practicar en condiciones óptimas de clima y el caudal del río de diciembre a abril, que es elemental para otros deportes de aventura como el senderismo, ciclismo de montaña, la escalada en roca y el parapente,

La promoción turística es necesaria para favorecer al desarrollo y la sostenibilidad de un lugar, para poder hacer conocido un destino turístico existen diferentes tipos de marketing que permitirá dar a conocer el lugar, Con una adecuada promoción turística se lograra aumentar la cantidad de turistas, mejore la calidad de vida de la comunidad, la economía crezca y favorecerá tanto para los turistas por las experiencias vividas, como para el departamento y ciudades donde se realice.

Como antecedentes de la investigación contamos con las siguientes investigaciones:

Miranda, C (2017) en su tesis titulado sobre “Las Redes Sociales y su Impacto en la Promoción Turística de la Ciudad de Ambato, Provincia Tungurahua” en Ecuador sostiene sobre el efecto de las redes sociales en la promoción turística de la ciudad de Ambato para 68 personas. Este estudio fue evaluado, con diseño descriptivo, para llegar a la conclusión a través de este estudio apoyar y fomentar la promoción de la ciudad de Ambato para que la ciudad pueda ser conocida por los turistas locales, nacionales e internacionales. El aporte al presente trabajo de investigación es como la promoción turística en este caso las redes sociales son una herramienta muy importante para promover los atractivos turísticos del distrito, convirtiéndose así en un atractivo turístico que tiene gran demanda de turistas nacionales e internacionales, permitiendo así el desarrollo socioeconómico de la localidad.

Guananga, K (2016) realizó en su tesis “La Promoción Turística de los Atractivos Culturales del Cantón Ambato y su Impacto en el Incremento de Visitantes” en Ecuador argumenta que la promoción turística es una solución y una opción para el desarrollo turístico de la ciudad y sus atractivos. Con el objetivo general de investigar el efecto de la promoción turística a los atractivos culturales del cantón Ambato en el incremento del número de visitantes, para esto se evaluó a 50 personas con un diseño descriptivo, extrayendo conclusiones en base a los conceptos estudiados y analizados. Se concluyó que la promoción turística es necesaria para el desarrollo de una ciudad como Ambato, ya que, a través de esta se puede difundir los atractivos turísticos de cada ciudad por diversos medios. Las contribuciones a este estudio confirman que la promoción turística es de vital importancia para el crecimiento de nuestro destino, y la

difusión de todos los atractivos turísticos que pertenecen a la localidad a través de los medios de comunicación para crear un mayor acceso en el futuro.

Quilligana, M. (2017) realizó una tesis titulada “Herramienta Tecnológica En Línea Y Su Relación Con La Promoción Turística De La Parroquia Pasa, Del Cantón Ambato, Provincia De Tungurahua “ en Ecuador sustenta o busca la relación de las herramientas tecnológicas en la promoción turística con la finalidad de examinar las herramientas tecnológicas en línea y su relación con la promoción turística de la Parroquia Pasa, con un diseño exploratorio y descriptivo, se llegó a la conclusión que en la Parroquia San Antonio de Pasa hasta el día de hoy, se utilizan medios de comunicación tradicionales como diarios y volantes, rara vez la televisión y radio; cabe señalar que los medios de comunicación no cubren los requisitos que deben conocer los turistas. El aporte al presente trabajo de investigación nos muestra que la promoción turística tiene una fuerte relación con todo lo que significa la tecnología en línea, ya que este planeamiento favorece a que los destinos turísticos que tenemos puedan ser vistos en cualquier parte del mundo, logrando un mayor alcance en las promociones.

Aspiros, S.S. (2016) en su tesis sobre “Desarrollo de la Promoción Turística del Cerro San Cristóbal desde la perspectiva de los Turistas Nacionales en el Distrito del Rímac, 2016” sustenta sobre el desarrollo de la promoción turística del lugar teniendo así como finalidad describir el progreso del impulso turístico del Cerro San Cristóbal desde el punto de vista del viajero nacional en el distrito del Rímac, 2016 y una prueba de 384 turistas con un diseño no experimental, y concluyendo que es regular. Como asegura el autor, la promoción turística promueve el desarrollo ya que esta actividad ha cobrado mucha relevancia en los últimos años debido a que cada vez más los turistas

buscan encontrar atractivos turísticos con estas características, generar desarrollo en las comunidades que no tienen muchos recursos para difundirlo. El aporte al presente trabajo de investigación es como la promoción favorecerá al crecimiento del lugar.

Pinedo Y. (2016) realizó un trabajo de investigación titulado: “Estrategias de Promoción Turística para el Incremento de la demanda en el Área de Conservación Privada Gotas de Agua, Jaén- Cajamarca” Pimentel sustenta y analiza sobre la promoción turística en el lugar encontrando carencias de vías de acceso, señalización turística y elaboró métodos de promoción turística en el área de estudio según la teoría del autor Michael Porter. El objetivo general de este estudio fue definir una estrategia para potenciar la promoción turística en el área de Conservación Privada Gotas de Agua. T. El método utilizado es mixto ya que cuando se trata de hacer ambas cosas, toma las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y trata de minimizar las posibles debilidades. La contribución de este estudio es que se realizó encuentra carencias en las vías de acceso esto genera que la demanda pierda interés de visitar dicho lugar. Finalmente propone la aplicación del plan de estrategias de promoción turística para incrementar la demanda e innovar en los servicios ofrecidos en dicho lugar.

Castañeda, P (2017) en su tesis Promoción Turística Del Distrito De Lunahuaná, tiene como objetivo evaluar cómo es la promoción turística en dicho lugar, además de evaluar cómo es la publicidad de los atractivos de Lunahuaná y conocer como es la información turística de esta. La investigación estuvo conformada por los visitantes del distrito de Lunahuaná, llegando como resultado que la promoción turística es deficiente y que solo se limita a ser conocida por el canotaje, cuando en realidad esta ciudad cuenta con muchos atractivos que pueden ser el principal motivo de viaje de turistas. El aporte

de esta investigación es importante ya que la promoción turística en ese momento era deficiente y busca brindar nuevas alternativas de turismo

En relación con las bases teóricas tenemos por ejemplo:

- Promoción Turística

Según la definición de Copeer, C, et al. (2006), sobre la promoción del turismo se define como “un término descriptivo que se aplica a la combinación o conjunto de actividades de comunicación realizadas por las organizaciones turísticas, o sus socios, para influir en el sector turístico general del que dependen sus ingresos”.

Según la definición de Kotler (1999), sostuvo como las actividades que transmiten las propiedades de un producto y motivan a los consumidores a comprar ese producto. Promoción turística

Domingo, J. (2002). Definió “la promoción turística como la provisión de un producto turístico en un mercado particular para posicionar ese producto en su lugar. Desde el punto de vista de la oferta, es un conjunto de servicios interrelacionados, comúnmente denominado “producto”, de diversa calidad, precio y duración” (p.19).

- Estrategias de promoción

Según Santemases (2012), definió como un conjunto de actividades que comunican con el mercado de referencia. Se clasifican en cuatro categorías: Venta Personal, Publicidad, Relaciones Públicas y Promoción de Ventas; el Marketing Directo ahora se ha agregado a cuatro. Básicamente, hay diferentes formas de promocionar un producto en función de los medios utilizados para comunicarse con el mercado objetivo.

Según Jiménez (2014), para la realización de estrategias de promoción se necesita un excelente plan de promoción donde incluyan las estrategias a emplear, las

habilidades utilizadas para familiarizarse y recordar a los consumidores y no consumidores de nuestros productos.

- Definición de Marketing

Según Cantallops (2005, p. 36), dijo que el marketing turístico “es un proceso de gestión que nos permite conocer y entender el mercado, para ofrecer una oferta verdaderamente interesante, competitiva, diversa y capaz de atraer clientes dispuestos a consumir el producto y/o servicio y mantener su lealtad. También significa estar al tanto de la competencia, obtener una mejor posición, aumentar la participación de mercado y aprender las mejores ofertas”.

Según Cuadrao (2019) El marketing digital, marketing online, en internet, se caracteriza por la aplicación de estrategias de marketing a través de diversos canales digitales utilizando internet como fuente principal. Por otro lado, es importante no pasar por alto que el marketing digital es complementario al marketing tradicional, ya que ambos tienen el mismo fin, que es comercializar los productos y/o servicios, un servicio prestado por una empresa o agencia.

Selman (2017), definió que el marketing digital como las estrategias de mercado que implementamos digitalmente para que un usuario específico de nuestro sitio complete su visita realizando las acciones que planeamos con anticipación. Va mucho más allá de las formas tradicionales de venta y de marketing que conocemos e incorpora estrategias y técnicas muy diferentes adaptadas al mundo digital. Amplios conocimientos en las áreas de comunicación, marketing, publicidad, relaciones públicas, tecnología de la información e idiomas.

Kotler, P. Y Armstrong, G. (2013), afirmó que este es el proceso social y de gestión por el cual los individuos y las empresas obtienen lo que quieren y necesitan intercambiar valor con otros y creando, en términos de lograr ganancias y valor total para los clientes. (p. 5).

- Oferta turística

Según Quesada (2010) afirmó que, “La oferta al turista es el conjunto de medios de transportes, equipamientos, y servicios disponibles que el turista puede utilizar para trasladarse permanecer, y hacer cualquier cosa, lo que desees en el destino de acuerdo con sus necesidades y motivo de ello.

- Sostenibilidad

Quintero Santos (2014:28) afirmó que muchos profesionales del turismo ahora están preocupados por el impacto del turismo en las regiones anfitrionas. Esto ha dado lugar a diversos enfoques que exigen un turismo respetuoso,³ ético, y respetuoso con el medio ambiente, para evitar la degradación cultural de los sitios turísticos y para preservar la vulnerabilidad de las zonas sensibles y densamente pobladas en aras del mercantilismo, que tenga en cuenta la integración de la población local en la estructura de los servicios turísticos y desarrolle el turismo según los principios de la sostenibilidad.

Durán-Romero, G. (2012), asegura que la sostenibilidad nació para denominar un modo de desarrollo que debe combinar aspectos económicos, sociales y ambientales y debe ser preservado en el futuro.

Tejeda, H.N, E.T (2009). “El desarrollo local sostenible es un proceso integrado de cambio social, económico y ambiental, que permite a las personas participar en la definición, planificación, implementación, seguimiento y evaluación de sus decisiones, de estrategias diseñadas para asegurar el desarrollo y mejoramiento de la vida y enriquecimiento de la formación de valores para el conjunto de las personas “.

Según Valls, J.F. (1996), los aspectos del desarrollo humano son los siguientes: cultura: la sostenibilidad preserva los valores culturales del patrimonio y protege las costumbres folclóricas de la población.; el aspecto social: en la cual el turismo sostenible aporta riqueza y empleo a la población local, en el aspecto de medio ambiente: la sostenibilidad tiene como objetivo reducir el impacto ambiental de la actividad turística; y el aspecto de calidad en donde el turismo mejora la calidad de los servicios prestados a los turistas (en aras de la continuidad) y sobre todo mejora la calidad de vida de la población.

- Sostenibilidad Social

Según Castaño, M.C.A. (2013), se basó en mantener la cohesión social y su capacidad de trabajar en pos de objetivos comunes.

El Consejo Internacional para Iniciativas Ambientales Locales – ICLEI (2000) establece que el desarrollo sostenible es el desarrollo que proporciona no solo servicios ambientales y económicos, sino también servicios sociales, a todos los miembros de la sociedad, sin poner en peligro la viabilidad del medio ambiente y estructuras sociales en de la que depende la prestación de estos servicios.

- Sostenibilidad Ambiental

Según Castaño, M.C.A. (2013) esta es la compatibilidad entre la actividad considerada y la conservación de la biodiversidad y el ecosistema, evitando la degradación de las funciones de pozo y fuente. Incluye un análisis de los efectos derivados de la actividad estudiada sobre los caudales, consumo de recursos no renovables o renovables lentos, así como sobre la producción de residuos y emisiones. Esta última columna es necesaria para que las otras dos columnas sean estables.

Según Sepúlveda (1998. p.18). “En este sentido, se presta especial atención a todo lo relacionado con la biodiversidad, la tierra, el agua y los bosques, recursos que en poco tiempo determinarían la capacidad productiva de algunas zonas”.

- Sostenibilidad Económica

Según Castaño, M.C.A. (2013), se da cuando trabajar por la sustentabilidad ambiental y social es factible y económicamente rentable.

Según Priego, 2003, (p.332). “La dimensión económica de Desarrollo Sostenible se centra en sostener el desarrollo económico a lo largo de caminos óptimos hacia la maximización del bienestar humano, teniendo en cuenta las limitaciones impuestas por la disponibilidad de capital natural”.

En la Justificación tenemos lo siguiente:

En implicancia social que este estudio es de gran importancia porque permite el desarrollo de ciudades locales y la sociedad se ve involucrada ya que toman el papel de turistas, al igual que los distintos operadores turísticos.

En implicaciones prácticas esta investigación está enfocada en conocer la percepción entre la promoción turística y la sostenibilidad ya que esto permitirá un crecimiento económico, atraerá turistas y mejorará la calidad de vida de la comunidad.

En valor teórico es conocer sobre la importancia de la promoción turística y la sostenibilidad que tiene Lunahuaná, Cañete ya que permitirá generar un mayor interés en ambas variables y es de gran ayuda para el respaldo y sustento del propio.

Limitaciones de la investigación

El presente estudio está limitado por las restricciones del estado por el estado de emergencia sanitaria dictada por el Gobierno del Perú por el Covid-19, del cual todos los departamentos se encuentran con restricciones. Además, la emergencia sanitaria por el COVID 19 afectó demasiado a la industria turística en la región ya que de las localidades que vivían exclusivamente del turismo como Lunahuaná, fue una de las más golpeadas. En el caso de las provincias de Lima, conforme a los datos de Diresa para el 2021, se registraron 60.141 casos positivos, de los cuales 19.451 casos positivos confirmados fueron en la provincia de Cañete. Asimismo, el número total de muertes en el distrito es de 2 553 de las cuales 699 se registran en la provincia de Cañete.

Las restricciones impiden la visita al distrito que tenemos como destino, perjudicando la investigación por ende se desarrolló las entrevistas por herramientas digitales como las videollamadas para analizar los resultados. La segunda limitación fue la paralización temporal de las agencias de viajes que hubieran facilitado el acceso y participación como entrevistados en la presente investigación.

1.2. Formulación del problema

“La promoción turística y la sostenibilidad en el destino turístico de Lunahuaná, Cañete - 2021.”

Problema general

¿Cuál es la percepción de la aplicación de estrategias de promoción turística y sostenibilidad en el destino turístico de Lunahuaná, Cañete -2021?

Problemas específicos

- ¿Cuáles son las estrategias de promoción usadas en el destino turístico de Lunahuaná, Cañete - 2021?
- ¿Cuáles son las estrategias de marketing digital usadas en el destino turístico de Lunahuaná, Cañete - 2021?
- ¿Cuáles son las estrategias en oferta turística usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete - 2021?
- ¿Cuáles son las estrategias en sostenibilidad social usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete – 2021?
- ¿Cuáles son las estrategias en sostenibilidad ambiental usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete – 2021?
- ¿Cuáles son las estrategias en sostenibilidad económica usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete – 2021?

1.3. **Objetivos**

Objetivo general

Describir la percepción de la aplicación de estrategias de promoción turística y la sostenibilidad, en el destino turístico de Lunahuaná, Cañete - 2021.

Objetivos específicos

- Determinar las estrategias de promoción usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete – 2021?
- Determinar las estrategias de marketing digital usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete – 2021?
- Determinar las estrategias en oferta turística usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete – 2021?
- Determinar las estrategias en sostenibilidad social usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete – 2021?
- Determinar las estrategias en sostenibilidad ambiental usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete – 2021?
- Determinar las estrategias en sostenibilidad económica usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete- 2021?

METODOLOGIA

2.1 Tipo de investigación

Investigación cualitativa

Esta investigación se desarrolló en enfoque cualitativo, según Katayama (2014), en el libro sobre la investigación cualitativa, se refirió a la investigación cualitativa como un estudio que permite recuperar datos no numéricos, que determina, interpreta y analiza la información entorno al fenómeno estudiado.

Según lo mencionado por Katayama, podemos deducir que este enfoque permitió desarrollar los objetivos propuestos para describir a la percepción de la aplicación de estrategias de la promoción y la sostenibilidad en el destino turístico de Lunahuaná, Cañete 2021. Así mismo, se basó en recolección y análisis de datos, a través de entrevistas y otras herramientas que permitan conocer y comprender la realidad del lugar estudiado.

Es por ello, que este enfoque permitió realizar la investigación de la mejor manera posible, ya que por su complejidad en el tema escogido es de mayor accesibilidad al estudiar la percepción entre la promoción turística y la sostenibilidad en el destino turístico de Lunahuaná, Cañete 2021.

El diseño escogido para este estudio es fenomenológico, donde según Fuster (2019), hace referencia al estudio que se basa en fenómenos sociales, obteniendo así las opiniones de los entrevistados. Este diseño busco poder analizar las respuestas de los entrevistados, los cuales pudieron desenvolverse de la mejor manera y así poder ofrecer su experiencia y opinión respecto al tema estudiado.

En esta investigación buscó la percepción de la aplicación de estrategias de promoción turística y la sostenibilidad se observó de qué manera lo mencionado anteriormente se desarrolla en Lunahuaná-Cañete.

Categorías de la investigación

El objetivo principal de este estudio requirió construir un estudio de dos categorías, las cuales se dividen en 3 subcategorías con el fin de poder ser estudiadas, generando la siguiente tabla.

Tabla 1. Categorías de la Investigación

CATEGORÍA GENERAL	SUBCATEGORÍAS
Promoción turística	Estrategias de promoción Marketing digital Oferta turística
Sostenibilidad	Sostenibilidad Social Sostenibilidad Ambiental Sostenibilidad Económica

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Se obtuvo al análisis de la información de las variables, se realizó el presente estudio sobre la base de la promoción y sostenibilidad en la región de Lunahuaná – Cañete.

Población

El análisis de este estudio se llevó a cabo con la participación de operadores de la actividad turística en Lunahuaná Cañete. 2021. De acuerdo con el Directorio Nacional de Prestadores de servicios turísticos hay 68 agencias de viajes registradas en el destino. De las cuales hay 100 representantes que laboran en las 68 agencias de viajes. Los criterios de inclusión que se consideró fueron los años de experiencia, han trabajado años en las variables de promoción turística y sostenibilidad y los criterios de exclusión

es que no se consideró a los 68 prestadores ya que por la pandemia no estaban en vigencia y por la fecha de expedición que se les otorgó a la mayoría de los prestadores en el 2018.

Según Otzen y Manterola, (2017) la población se entiende como un conjunto de objetos o individuos a ser estudiados, con el objetivo de analizar y desarrollar datos, cuyas características y resultado son para diversos propósitos.

La muestra será realizada por 5 representantes de agencias de viajes del distrito de Lunahuaná – Cañete que por sus años de experiencia y conocimientos aportaran en esta investigación.

Para Otzen y Manterola, (2017), la muestra es la parte de la población escogida para el análisis, teniendo como finalidad ser representativa al analiza la información a obtener tras el estudio realizado.

2.2 Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

En este estudio se utilizó la guía de entrevistas como método de recolección de datos, para los cuales se tuvo como muestra, la participación de 5 prestadores de servicios turísticos. Los cuales 2 son guías turísticos, 2 agencias de viaje y 1 operador turísticos, todos expertos y conocedores en el distrito de Lunahuaná – Cañete.

Asimismo, este instrumento será realizado mediante la entrevista digital, basada en 14 preguntas abiertas para que los entrevistados puedan dar su opinión en base a sus experiencias, utilizando diversas plataformas tecnológicas tales como Microsoft teams, Zoom Y Meet que luego se usó en la técnica de triangulación de resultados para reducir en una respuesta general obtenida de esta misma.

Según Escudero y Cortez (2017), nos dicen que las entrevistas es una de las técnicas más realizadas en una investigación cualitativa, en la cual se recolectan datos a través de intercambio de palabras donde se resuelven preguntas para analizarlas posteriormente.

De igual manera mencionan Escudero y Cortez (2017) que las guías de preguntas son de gran importancia para mantener los temas a tratar durante la conversación entre el investigador y el entrevistado.

2.3 Aspectos éticos

El avance de la presente investigación tuvo la finalidad de aportar a la investigación y a estudios posteriores brindando datos sin alteraciones, para lo cual los datos serán obtenidos basados en la aplicación de la técnica e instrumento elegidos. Además, se complementó la información con el sustento de fuentes bibliográficas y referenciando a los autores. Es muy importante precisar que el presente documento se encuentra cumpliendo lo establecido por la Normativa APA séptima edición, la cuál es requerida para la documentación y presentación de informes e investigaciones en la presente casa de estudios, la Universidad Privada del Norte.

Validez y confiabilidad de instrumentos

La validez y veracidad es gran importancia en este tipo de investigación, ya que nos ayudó a definir si es correcta la elección del instrumento utilizado en la investigación para la recopilación de información y datos, en el cual será evaluado de acuerdo con el juicio crítico de los jueces correspondiente.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

3.1. Resultados de la investigación

Para el desarrollo de este estudio se consideraron los siguientes criterios en base a la información.

Tabla 2. Criterios que considerar durante la investigación

Criterio	Descripción
Título	LA PROMOCIÓN TURÍSTICA Y LA SOSTENIBILIDAD EN EL DESTINO TURÍSTICO DE LUNAHUANÁ, CAÑETE, 2021.
Problema General	¿Cuál es la percepción de la aplicación de estrategias de promoción turística y la sostenibilidad en el destino turístico de Lunahuaná cañete, 2021?
Objetivo General	Describir la percepción de la aplicación de estrategias de promoción turística y sostenibilidad, en el destino turístico de Lunahuaná, Cañete - 2021.
Actor	Expertos en el tema – Representantes de servicios turísticos en Lunahuaná – Cañete.

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Aplicación de las guías de entrevista

En el siguiente cuadro se presenta a los 5 expertos de las cuales 2 son guías turísticos, 2 agencia de viaje y 1 operador turístico local, y se realizó la entrevista mediante diversas plataformas.

Tabla 3. Guía de Expertos

EXPERTOS		
EXPERTO 1	Mery Baltazar	Directora - Gerente de la Agencia Friends Tour Perú; Historiadora y Guía Oficial de Turismo. 22 años de experiencia.
EXPERTO 2	Francisco Lozada	Gerente General Pata de Perro Perú / Guía Turístico / Operador Turístico. 22 años de experiencia.
EXPERTO 3	Ángel Martin Candela Álvarez	Operador turístico. 26 años de experiencias.
EXPERTO 4	Lourdes Patiño Arias	Guía de Turismo y Freelance. 11 años de experiencia
EXPERTO 5	Ronaldo Josué Guillena Acho	Guía de turismo / Guía en futurismo Group. 11 años de experiencia.

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 4. Guía de entrevista 1, Experto 1 - Mery Baltazar. Directora - Gerente de la Agencia Friends Tour Perú.

Categoría	Sub-Categoría	Preguntas	Resultados	Codificación
Sostenibilidad	Sostenibilidad Social	¿Considera que la participación ciudadana es necesaria para mejorar el destino?	Por supuesto, eso es lo que hace que se mantenga equilibrada en una relación de convivencia y paz.	Relación de convivencia y paz
		¿Considera que el turismo ha mejorado la calidad de vida de los ciudadanos?	Si, porque Cañete es un destino turístico dentro de las rutas cortas que se promociona todo el año y mucha gente vive del turismo de esta actividad económica en Lunahuaná.	Actividad Económica
	Sostenibilidad Ambiental	¿Cree que los ciudadanos del distrito cooperan en la conservación de la biodiversidad para el distrito de Lunahuaná, Cañete?	Si, incluso antes de la pandemia han estado siendo capacitados sobre atención del turista, protocolos de bioseguridad.	Capacitaciones constantes
		¿Cómo han estado trabajando en la conservación de todos los atractivos de la zona de Lunahuaná?	Las agencias de viajes han trabajado en la limpieza del rio, y por el respeto hacia los atractivos.	Trabajos de limpieza
Sostenibilidad Económica	Sostenibilidad Económica	¿Cree que ha mejorado el desarrollo económico de la comunidad gracias al turismo?	Si, incluso desde la quincena de este mayo Lunahuaná se va a empezar a implementar para visitarlo fines de semana sino visitarlo de lunes a Domingo con paquetes de dos días.	Nuevos paquetes
		¿Considera importante el bienestar humano para el desarrollo del turismo?	Claro que sí.	-
Promoción turística	Estrategias de Promoción	¿Qué tan beneficioso considera que las empresas deben trabajar en las relaciones publicas?	Muy beneficioso, ya que la promoción de estos lugares lo hacemos a través de un Fam trip o campeonatos que son más de promoción para que las personas, familias sobre todo peruanos	Promoción que da resultados y visiten el lugar
		Según su experiencia ¿Qué estrategias están aplicando para mejorar la publicidad en el	Ahora mediante las redes promocionamos como destino de relajo para encontrar actividades de adrenalina.	-

	distrito de Lunahuaná?		
	Como parte de su estrategia de promoción de ventas ¿Cómo incentivan a sus clientes en fechas importantes?	No enviamos regalos.	-
Marketing digital	¿Qué tipo de canales digitales considera que es el más efectivo para promocionar Lunahuaná?	Actualmente todas las agencias vendemos por redes sociales como facebook, Instagram, tiktok.	Redes Sociales Tiktok Instagram
	En su experiencia, ¿Cómo ha resultado la creación de contenidos para el marketing digital en el distrito de Lunahuaná?	Si muy bueno, ya que, mediante las fotos, videos es una forma de motivar a las personas a que quieran visitar el lugar.	Motivación de las personas para visitar el lugar
	¿Considera que el distrito de Lunahuaná cuenta con la accesibilidad adecuada para el recibimiento de turistas?	Si, para acceder todo esta señalizado.	Pistas
Oferta turística	¿Usted considera que la planta turística está en óptimas condiciones para el recibimiento de turistas?	Si, cuenta con restaurantes campestres, hay hoteles, hospedajes, resort hay toda una gama de diversos servicios, de diversas categorías para todos los bolsillos.	Restaurantes Hoteles
	En su opinión, ¿Cree que los puntos turísticos son de fácil acceso?	Claro que sí, porque hay señalética y los accesos desde Lima son fáciles.	Señalización

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Tabla 5

Guía de entrevista 2, Experto 2 – Francisco Lozada. Gerente General Pata de Perro Perú

Cate- goría	Sub- Categoría	Preguntas	Resultados	Codificación
Sostenibilidad	Sostenibilidad Social	¿Considera que la participación ciudadana es necesaria para mejorar el destino?	Por supuesto que sí, la ciudadanía debe tener mucha fe en el sistema, además el pueblo debe poner le apoyo en la limpieza, disciplina.	Concientizarlos, disciplina
		¿Considera que el turismo ha mejorado la calidad de vida de los ciudadanos?	Si, eh visto una mejora en el lugar, muchos de los restaurantes, agencias son de los mismos pobladores que han adaptado los ambientes para poder brindar el servicio y poder salir a adelante.	Mejora en el lugar
	Sostenibilidad Ambiental	¿Cree que los ciudadanos del distrito cooperan en la conservación de la biodiversidad para el distrito de Lunahuaná, cañete?	Muy poco, el Gobierno Regional es quien se encarga de la limpieza.	Gobierno Regional
		¿Cómo han estado trabajando en la conservación de todos los atractivos de la zona de Lunahuaná?	Son las mismas agencias de viajes, restaurantes y guías in situ y unas que otras empresas privadas que han apoyado muchísimo en la conservación para generar más turismo en el lugar.	Empresas privadas Guías Restaurantes
Sostenibilidad Económica	¿Cree que ha mejorado el desarrollo económico de la comunidad gracias al turismo?	Ha mejorado, cuando uno visita Lunahuaná se ve mucho desarrollo y muchos comercios especialmente dedicados a los deportes de aventura con la cual la caracteriza.	Muchos comercios	
	¿Considera importante el bienestar humano para el desarrollo del turismo?	Por supuesto, es muy importante que el bienestar humano este bien, muy tranquilo en todos sus aspectos para el desarrollo del turismo.	Muy importante el bienestar humano	
Promoción turística	Estrategias de Promoción	¿Qué tan beneficioso considera que las empresas deben trabajar en las relaciones publicas?	Sí, yo cuento con apoyo de operadores que están en la zona, el apoyo se hace mediante el público que vamos enviando a la zona.	Publico Económico
		Según su experiencia ¿Qué estrategias están aplicando para mejorar la publicidad en el distrito de Lunahuaná?	Las estrategias que se aplican hoy en día gracias a las redes sociales son los videos.	Videos

	Como parte de su estrategia de promoción de ventas ¿Cómo incentivan a sus clientes en fechas importantes?	Nosotros enviamos cupones, descuentos y sorpresas durante el recorrido.	Regalos, sorteos
Marketing digital	¿Qué tipo de canales digitales considera que es el más efectivo para promocionar Lunahuaná?	Uno de los canales principales es las redes sociales como facebook, Instagram, tiktok, el kawai.	Facebook Instagram Tiktok Kawai
	En su experiencia, ¿Cómo ha resultado la creación de contenidos para el marketing digital en el distrito de Lunahuaná?	Ha resultado mejor en los videos ilustrativos.	Videos ilustrativos
	¿Considera que el distrito de Lunahuaná cuenta con la accesibilidad adecuada para el recibimiento de turistas?	No, ya que en determinadas horas la avenida principal del pueblo se satura.	Una vía de acceso
Oferta turística	¿Usted considera que la planta turística está en óptimas condiciones para el recibimiento de turistas?	No, la verdad no cuenta con planta turística adecuada todos los locales que he podido conocer en esa zona están muy descuidados, especialmente los servicios higiénicos, eso es lo primero que tienen que mejorar.	Poca infraestructura
	En su opinión, ¿Cree que los puntos turísticos son de fácil acceso?	No, creo ya que es solo un ingreso.	Pueblo Gobierno Regional

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Tabla 6

Guía de entrevista 3, Experto 3 – Ángel Martín Candela Álvarez. Operador Turístico

Categ oría	Sub- Categoría	Preguntas	Resultados	Codificación
Sostenibilidad Social	Sostenibilidad Social	¿Considera que la participación ciudadana es necesaria para mejorar el destino?	Por supuesto, la participación ciudadana es vital para desarrollar el turismo.	Desarrollo del turismo
		¿Considera que el turismo ha mejorado la calidad de vida de los ciudadanos?	Si, es más podemos ver muchos beneficios en cadena y por ende esto mejora la calidad de vida de cada uno de ellos.	Beneficios en cadena
	Sostenibilidad Ambiental	¿Cree que los ciudadanos del distrito cooperan en la conservación de la biodiversidad para el distrito de Lunahuaná, Cañete?	No, todos los que trabajan en turismo nos encargamos de la conservación.	Operadores turísticos
		¿Cómo han estado trabajando en la conservación de todos los atractivos de la zona de Lunahuaná?	Eso se ve mediante políticas públicas y también involucra los gobiernos locales.	Políticas publicas
	Sostenibilidad Económica	¿Cree que ha mejorado el desarrollo económico de la comunidad gracias al turismo?	Si, ha mejorado muchísimo, podemos ver inversiones muy importantes.	Inversiones
		¿Considera importante el bienestar humano para el desarrollo del turismo?	Si, es muy importante, es una de las principales ventajas es el bienestar.	Ventaja
Promoción turística	Estrategias de Promoción	¿Qué tan beneficioso considera que las empresas deben trabajar en las relaciones publicas?	Muy beneficioso, mantener siempre relaciones con sus aliados, colaboradores, clientes y con la comunidad que es muy importante.	Aliados
		Según su experiencia ¿Qué estrategias están aplicando para mejorar la publicidad en el distrito de Lunahuaná?	Ahora estamos trabajando mucho con los fam trip, los press tour, los workshops y las plataformas digitales ya que nos ha permitido más alcance.	Fam trip Press tour Plataformas digitales
		Como parte de su estrategia de promoción de ventas ¿Cómo incentivan a sus clientes en fechas importantes?	Mantengo una base de datos de mis clientes y enviamos recordatorios que les refresque en cada temporada.	Base de datos

Marketing digital	¿Qué tipo de canales digitales considera que es el más efectivo para promocionar Lunahuaná?	Facebook, Instagram son buenas siempre que generes contenidos y tengan amigos, la clave es generar contenido para tener más alcance.	Facebook Instagram	
	En su experiencia, ¿Cómo ha resultado la creación de contenidos para el marketing digital en el distrito de Lunahuaná?	Muy beneficioso, porque nos permite medir resultados, ya que nos permite ver la intención de compra.	Medición resultados	de
Oferta turística	¿Considera que el distrito de Lunahuaná cuenta con la accesibilidad adecuada para el recibimiento de turistas?	Si, cuenta con bastante señalización para poder tener visitas al destino.	Señalización	
	¿Usted considera que la planta turística está en óptimas condiciones para el recibimiento de turistas?	Esta en óptimas condiciones, la competencia ahora se da en los mejores servicios tantos hoteles.	Óptimas condiciones	
	En su opinión, ¿Cree que los puntos turísticos son de fácil acceso?	Si, y cada uno de los puntos turísticos son accesibles.	Accesibles	

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Tabla 7

Guía de entrevista 4, Experto 4 -Lourdes Patiño Arias, Guía Oficial de Turismo y Freelance

Cate- goría	Sub- Categoría	Preguntas	Resultados	Codificación
Sostenibilidad Social		¿Considera que la participación ciudadana es necesaria para mejorar el destino?	Si, porque en los inicios muchos pobladores sentían desconfianza, pero con el pasar de los años hasta ellos mismo ambientan para mejorar sus ingresos.	Desconfianza
		¿Considera que el turismo ha mejorado la calidad de vida de los ciudadanos?	Si, actualmente ha mejorado bastante, hay muchos negocios en cuanto hoteles, restaurantes.	Negocios
Sostenibilidad Ambiental		¿Cree que los ciudadanos del distrito cooperan en la conservación de la biodiversidad para el distrito de Lunahuaná, ¿Cañete?	No, los mismos operadores turísticos, agencias se encargan de la limpieza y la conservación.	Operadores turísticos
		¿Cómo han estado trabajando en la conservación de todos los atractivos de la zona de Lunahuaná?	Eso se ve mediante políticas públicas y también involucra los gobiernos locales y a la misma municipalidad.	Gobierno Local
Sostenibilidad Económica		¿Cree que ha mejorado el desarrollo económico de la comunidad gracias al turismo?	Si, es más se están aperturando nuevas rutas, y hay nuevas inversiones.	Nuevas inversiones
		¿Considera importante el bienestar humano para el desarrollo del turismo?	Si, es muy importante, es una de las principales ventajas es el bienestar que la gente se sienta cómoda los visitantes también.	
Promoción turística	de Estrategias Promoción	¿Qué tan beneficioso considera que las empresas deben trabajar en las relaciones publicas?	Es muy beneficioso, actualmente somos promotores turísticos y nos enfocamos en asesoramientos, la agencia que nos contrata tiene aliados en el mismo lugar, para poder tomar otros servicios.	Aliados
		Según su experiencia ¿Qué estrategias están aplicando	Las estrategias que se aplican hoy en día gracias a las redes sociales	Fotos Videos

	para mejorar la publicidad en el distrito de Lunahuaná?	son los videos, las publicaciones de destinos, fotos.	
	Como parte de su estrategia de promoción de ventas ¿Cómo incentivan a sus clientes en fechas importantes?	Nosotros incentivamos brindando ofertas, sorteos, a nuestros clientes antiguos les brindamos descuentos, tratamos directamente con el cliente.	Ofertas Sorteos
Marketing digital	¿Qué tipo de canales digitales considera que es el más efectivo para promocionar Lunahuaná?	Me funciona muy bien las redes sociales como facebook ya que es un medio muy consumido, y la gente siempre está pendiente mediante los anuncios.	Facebook
	En su experiencia, ¿Cómo ha resultado la creación de contenidos para el marketing digital en el distrito de Lunahuaná?	Ha sido favorable, hemos tenido incremento de ventas y salidas, ya que por las redes sociales pueden visualizar nuestra propaganda.	Incremento de ventas
Oferta turística	¿Considera que el distrito de Lunahuaná cuenta con la accesibilidad adecuada para el recibimiento de turistas?	Si, ha mejorado, pero todavía le falta hay ciertos lugares están restringidos, faltaría más señalización sería muy beneficioso.	Señalización
	¿Usted considera que la planta turística está en óptimas condiciones para el recibimiento de turistas?	No, en épocas festivas Lunahuaná se satura tanto que a veces el pasajero se lleva una mala experiencia.	-
	En su opinión, ¿Cree que los puntos turísticos son de fácil acceso?	Si, y cada uno de los puntos turísticos son accesibles y cercanos desde la plaza central.	Accesible

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Tabla 8

Guía de entrevista 5, Experto 5 – Ronaldo Josué Guillena Acho. Guía de turismo / Guía en futurismo Group

Categ oría	Sub- Categoría	Preguntas	Resultados	Codificación
Sostenibilidad	Sostenibilidad Social	¿Considera que la participación ciudadana es necesaria para mejorar el destino?	Si, ya que esto hace que la comunidad proponga ideas y mejore - el turismo.	
		¿Considera que el turismo ha mejorado la calidad de vida de los ciudadanos?	Si, el turismo es una de las actividades económicas que genera ingresos y por ende puestos de trabajo.	Puestos de trabajo
	Sostenibilidad Ambiental	¿Cree que los ciudadanos del distrito cooperan en la conservación de la biodiversidad para el distrito de Lunahuaná, Cañete?	No, las agencias incentivan a los turistas a cuidar y las agencias envían a los guías a la limpieza y conservación del lugar.	Agencias
		¿Cómo han estado trabajando en la conservación de todos los atractivos de la zona de Lunahuaná?	Las agencias mediante los guías trasmite a los visitantes la importancia y cuidado del lugar.	Guías
	Sostenibilidad Económica	¿Cree que ha mejorado el desarrollo económico de la comunidad gracias al turismo?	Si, ya que ahora todos los servicios han mejorado cuentan con diferentes medios de pago, hay más crecimiento, más inversiones en el lugar.	Crecimiento
		¿Considera importante el bienestar humano para el desarrollo del turismo?	Claro, ya que permite a los turistas alejarse de toda la ciudad y relajarse y llevar una buena relación con la comunidad.	Buena relación
Promoción turística	Estrategias de Promoción	¿Qué tan beneficioso considera que las empresas deben trabajar en las relaciones publicas?	Si, me beneficia en mi caso tengo muchos contactos en Lunahuaná, tour operadores, viñedos y ahí nos apoyamos, de la forma en que ambos ganemos.	Ambos se benefician
		Según su experiencia ¿Qué estrategias están aplicando para mejorar la publicidad en el	Por ejemplo, hay ferias, festivales como el festival de la vendimia, que apuestan y benefician a la comunidad con más visitas.	Ferias Festivales

distrito de Lunahuaná?

Marketing digital	Como parte de su estrategia de promoción de ventas ¿Cómo incentivan a sus clientes en fechas importantes?	Claro, una de las estrategias que yo estoy implementando ya que estoy iniciando una nueva empresa es en los paquetes incluir degustaciones de vinos y piscos. En cumpleaños damos artesanías, y así, es una manera de generar más ventas.	Degustaciones Artesanías
	¿Qué tipo de canales digitales considera que es el más efectivo para promocionar Lunahuaná?	Facebook es una red social en la cual, si tu deseas pagas por la publicidad para que tenga más alcance y si es rentable, además tiktok por los videos	Facebook
	En su experiencia, ¿Cómo ha resultado la creación de contenidos para el marketing digital en el distrito de Lunahuaná?	Ha sido bastante beneficioso, ya que gracias a las redes sociales hay mucho más ventas y visitas al lugar. Las municipalidades también ayudan mediante las redes o tv incentivando a la visita del lugar.	Mejora de ventas
	¿Considera que el distrito de Lunahuaná cuenta con la accesibilidad adecuada para el recibimiento de turistas?	Si es accesible, la carretera está en buen estado y es sencillo de llegar.	Accesible
Oferta turística	¿Usted considera que la planta turística está en óptimas condiciones para el recibimiento de turistas?	No, ya que Lunahuaná es muy pequeño y las agencias por ganar venden y se satura al igual que los restaurantes y hoteles también se saturan.	Saturación
	En su opinión, ¿Cree que los puntos turísticos son de fácil acceso?	Si, ya que se encuentra señalizado y son cercas de llegar y eso lo complementan con otros destinos de conexión.	Señalizado

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Triangulación de los resultados

Categoría	Sub-Categoría	Preguntas	Expertos					Comparación	Resultados
			<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>		
SOSTENIBILIDAD	Sostenibilidad Social	¿Considera que la participación ciudadana es necesaria para mejorar el destino?	Por supuesto, eso es lo que hace que se mantenga equilibrada en una relación de convivencia y paz.	Por supuesto que sí, la ciudadanía debe tener mucha fe en el sistema, además el pueblo debe poner le apoyo en la limpieza, disciplina.	Por supuesto, la participación ciudadana es vital para desarrollar el turismo.	Si, porque en los inicios muchos pobladores sentían desconfianza, pero con el pasar de los años hasta ellos mismo ambientan para mejorar sus ingresos.	Si, ya que esto hace que la comunidad proponga ideas y mejore el turismo.	Todos están de acuerdo en que la participación es necesaria para mejorar el destino	Los 5 expertos consideran que la participación ciudadana es vital para desarrollar el turismo, generando ideas, ambienten para mejorar el destino.
	¿Considera que el turismo ha mejorado la calidad de vida de los ciudadanos?	Si, porque Cañete es un destino turístico dentro de las rutas cortas que se promociona todo el año y mucha gente vive del turismo de esta actividad económica en Lunahuaná.	Si, eh visto una mejora en el lugar, muchos de los restaurantes, agencias son de los mismos pobladores que han adaptado los ambientes para poder brindar el servicio y poder salir a adelante.	Si, es más, podemos ver muchos beneficios en cadena y por ende esto mejora la calidad de vida de cada uno de ellos.	Si, actualmente ha mejorado bastante, hay muchos negocios en cuanto hoteles, restaurantes.	Si, el turismo es una de las actividades económicas que genera ingresos y por ende puestos de trabajo.	Todos están de acuerdo en que el turismo ha mejorado la calidad de vida de los ciudadanos.	Los 5 expertos coinciden que Cañete al ser una ruta pequeña es más accesible que se visite más el lugar; además ha mejorado los restaurantes y hoteles en cuanto al ambiente de sus locales generando más ingresos y puestos de trabajo.	
	Sostenibilidad Ambiental	¿Cree que los ciudadanos del distrito cooperan en la conservación de la biodiversidad para el distrito de Lunahuaná, cañete?	Si, incluso antes de la pandemia han estado siendo capacitados sobre atención del turista, protocolos de bioseguridad.	Muy poco, el Gobierno Regional es quien se encarga de la limpieza.	No, todos los que trabajan en turismo nos encargamos de la conservación.	No, los mismos operadores turísticos, agencias se encargan de la limpieza y la conservación.	No, las agencias incentivan a los turistas a cuidar y las agencias envían a los guías a la limpieza y conservación del lugar.	Los expertos se encuentran divididos frente a esta pregunta.	El 2,3,4 y 5 consideran que los ciudadanos no lo hacen sin embargo son los operadores turísticos quienes se encargan de la limpieza y el cuidado del lugar.

Promoción turística	Estrategia Promoción	Sostenibilidad Económica	¿Cómo han estado trabajando en la conservación de todos los atractivos de la zona de Lunahuaná?	Las agencias de viajes han trabajado en la limpieza del río, y por el respeto hacia los atractivos.	Son las mismas agencias de viajes, restaurantes y guías in situ y unas que otras empresas privadas que han apoyado muchísimo en la conservación para generar más turismo en el lugar.	Eso se ve mediante políticas públicas y también involucra los gobiernos locales.	Eso se ve mediante políticas públicas y también involucra los gobiernos locales y a la misma municipalidad.	Las agencias mediante los guías guías trasmite a los visitantes la importancia y cuidado del lugar.	Los expertos se encuentran divididos en esta pregunta.	Dos expertos indican que se ve mediante políticas públicas e involucra a los gobiernos locales; sin embargo; los otros 3 expertos consideran que son las agencias de viajes, restaurantes y empresas
			¿Cree que ha mejorado el desarrollo económico de la comunidad gracias al turismo?	Si, incluso desde la quincena de este mayo Lunahuaná se va a empezar a implementar para visitarlos fines de semana sino visitarlo de lunes a Domingo con paquetes de dos días.	Ha mejorado, cuando uno visita Lunahuaná se ve mucho desarrollo y especialmente comercios dedicados a los deportes de aventura con la cual la caracteriza.	Si, ha mejorado muchísimo, podemos ver inversiones muy importantes.	Si, es más se están abriendo nuevas rutas, y hay nuevas inversiones.	Si, ya que ahora todos los servicios han mejorado cuentan con diferentes medios de pago, hay más crecimiento, más inversiones en el lugar.	Los expertos están de acuerdo.	Los 5 expertos mencionan que hay más visitas, comercios, inversiones importantes y han implementado diferentes modalidades de pagos.
			¿Considera importante el bienestar humano para el desarrollo del turismo?	Claro que sí.	Por supuesto, es muy importante que el bienestar humano este bien, muy tranquilo en todos sus aspectos para el desarrollo del turismo.	Si, es muy importante, es una de las principales ventajas es el bienestar.	Si, es muy importante, es una de las principales ventajas es el bienestar de los visitantes también.	Claro, ya que permite a los turistas alejarse de toda la ciudad y relajarse y llevar una buena relación con la comunidad.	Los expertos están de acuerdo.	Los 5 expertos indican que, el bienestar humano es importante para que la gente se sienta cómodo, además permite a los turistas a llevar una buena relación con la comunidad.
			¿Qué tan beneficioso considera que las empresas deben trabajar en las relaciones	Muy beneficioso, ya que la promoción de estos lugares lo hacemos a través de un Fam trip o campeonatos que son más de promoción	Sí, yo cuento con apoyo de operadores que están en la zona, el apoyo se hace mediante el público que vamos enviando a la zona.	Muy beneficioso, mantener siempre relaciones con sus aliados, colaboradores, clientes y con la	Es muy beneficioso, actualmente somos promotores turísticos y nos enfocamos en asesoramientos, la agencia que nos contrata tiene aliados en el mismo lugar,	Si, me beneficia en mi caso tengo muchos contactos en Lunahuaná, tour operadores, viñedos y ahí nos apoyamos, de	Los expertos tienen resultados similares.	Los 5 expertos consideran beneficioso las relaciones públicas, además cuentan con operadores turísticos, promotores en el lugar que les permite apoyar a

	publicas?		comunidad que es muy importante.	para poder tomar otros servicios.	la forma en que ambos ganemos.		la comunidad y que ambas partes se beneficien.
	Según su experiencia ¿Qué estrategias están aplicando para mejorar la publicidad en el distrito de Lunahuaná?	Ahora mediante las redes promocionamos como destino de relajación para encontrar actividades de adrenalina.	Las estrategias que se aplican hoy en día gracias a las redes sociales son los videos.	Ahora estamos trabajando mucho con los fam trip, los press tour, los workshops y las plataformas digitales ya que nos ha permitido más alcance.	Las estrategias que se aplican hoy en día gracias a las redes sociales son los videos, las publicaciones de destinos, fotos.	Por ejemplo, hay ferias, festivales como el festival de la vendimia, que apuestan y benefician a la comunidad con más visitas.	Los 4 expertos coinciden que el uso de redes sociales ha mejorado la publicidad en Lunahuaná. Además, uno de los expertos indica que también las ferias benefician a la publicidad de este.
	Como parte de su estrategia de promoción de ventas ¿Cómo incentivan a sus clientes en fechas importantes?	No enviamos regalos.	Nosotros enviamos cupones, descuentos y sorpresas durante el recorrido.	Mantengo una base de datos de mis clientes y enviamos recordatorios que les refresque en cada temporada.	Nosotros incentivamos brindando ofertas, sorteos, a nuestros clientes antiguos les brindamos descuentos, tratamos directamente con el cliente.	Claro, una de las estrategias que yo estoy implementando ya que estoy iniciando una nueva empresa es en los paquetes incluir degustaciones de vinos y piscos. En cumpleaños damos artesanías, y así, es una manera de generar más ventas.	Tres expertos indican que como parte de sus estrategias envían cupones, descuentos y ofertas, sin embargo, uno de los expertos no envía regalos y finalmente un experto incluye las degustaciones de vino y artesanías.
Marketing digital	¿Qué tipo de canales digitales considera que es el más efectivo para promocionar Lunahuaná?	Actualmente todas las agencias vendemos por redes sociales como facebook, Instagram, tiktok.	Uno de los canales principales es las redes sociales como Facebook, Instagram, tiktok, el Kwai.	Facebook, Instagram son buenas siempre que generes contenidos y tengan amigos, la clave es generar contenido para tener más alcance.	Me funciona muy bien las redes sociales como facebook ya que es un medio muy consumido, y la gente siempre está pendiente mediante los anuncios.	Facebook es una red social en la cual, si tu deseas pagas por la publicidad para que tenga más alcance y si es rentable, además tiktok por los videos.	Los expertos están de acuerdo.
	En su experiencia, ¿Cómo ha resultado?	Si muy bueno, ya que, mediante las fotos,	Ha resultado mejor en los videos ilustrativos.	Muy beneficioso, porque nos permite	Ha sido favorable, hemos tenido incremento de ventas	Ha sido bastante beneficioso, ya que	Los 5 expertos indican que han obtenido

	la creación de videos es una forma de motivar a las personas a que quieran visitar el lugar.		medir resultados, ya que nos permite ver la intención de compra.	y salidas, ya que por las redes sociales pueden visualizar nuestra propaganda.	gracias a las redes sociales hay mucho más ventas y visitas al lugar. Las municipalidades también ayudan mediante las redes o tv incentivando a la visita del lugar.	resultados positivos en cuanto a creación de publicidad para la zona.		
	¿Considera que el distrito de Lunahuaná cuenta con la accesibilidad adecuada para el recibimiento de turistas?	Si, para acceder todo esta señalizado.	No, ya que en determinadas horas la avenida principal del pueblo se satura.	Si, cuenta con bastante señalización para poder tener visitas al destino.	Si, ha mejorado, pero todavía le falta hay ciertos lugares que están restringidos, faltaría más señalización sería muy beneficioso.	Si es accesible, la carretera está en buen estado y es sencillo de llegar. Los expertos se encuentran divididos frente a esta pregunta.	Los 4 expertos indican que si es accesible el lugar para el recibimiento de turistas ya que cuenta con señalización y es sencillo llegar al lugar y solo uno va en contra de lo dicho.	
	¿Usted considera que la planta turística está en óptimas condiciones para el recibimiento de turistas?	SI, cuenta con restaurantes campestres, hay hoteles, hospedajes, resort hay toda una gama de diversos servicios, de diversas categorías para todos los bolsillos.	No, la verdad no cuenta con planta turística adecuada todos los locales que he podido conocer en esa zona están muy descuidados, especialmente los servicios higiénicos, eso es lo primero que tienen que mejorar.	Esta en óptimas condiciones, la competencia ahora se da en los mejores servicios tantos hoteles.	No, ya que Lunahuaná es muy pequeño y las agencias por ganar venden y se satura al igual que los restaurantes y hoteles también se saturan.	No, en épocas festivas Lunahuaná se satura tanto que a veces el pasajero se lleva una mala experiencia.	Los expertos se encuentran divididos frente a esta pregunta	Tres de los expertos indican que Lunahuaná no cuenta con una planta turística en óptimas condiciones y que los locales se encuentran descuidados y se satura, solo dos expertos se encuentran a favor en esta pregunta.
Oferta Turística	En su opinión, ¿Cree que los puntoturísticos son de fácil acceso?	Claro que sí, porque hay señalética y los accesos desde Lima son fáciles.	No creo, ya que es solo un ingreso.	Si, y cada uno de los puntos turísticos son accesibles.	Si, y cada uno de los puntos turísticos son accesibles y cercanos desde la plaza central.	Si, ya que se encuentra señalizado y son cercas de llegar y eso lo complementan con otros destinos de conexión.	La mayoría de los expertos están a favor en esta pregunta.	4 de los 5 expertos consideran que los puntos turísticos son de fácil acceso ya que cuentan con señalética y son cercanas, solo uno se encuentra en contra.

De acuerdo con los resultados obtenidos de los entrevistados, se extrajo en la categoría de sostenibilidad social, la participación ciudadana, que se considera vital y necesaria para mejorar el destino puesto que mejora tanto en la economía como en la conservación de los recursos naturales, generando que la comunidad se involucre mejorando así el turismo. Además, gracias a ello la calidad de vida ha mejorado ya que a pesar de ser un destino turístico de rutas cortas y que se promociona todo el año, mucha gente ha adaptado ambientes para poder crear un negocio y salir adelante, sin dejar de lado a los operadores turísticos que generan puestos de trabajo en la comunidad.

En la categoría de sostenibilidad ambiental, el Gobierno regional no solo es quien se encarga de la limpieza sino también los operadores turísticos, incentivando a los turistas a la limpieza mediante los guías. Además, para trabajar en la conservación de la biodiversidad, los operadores turísticos, tales como agencias de viajes, restaurantes y hoteles trabajan muchísimo en la conservación como haciendo coordinaciones para la limpieza del río aparte de las políticas públicas que involucre a los gobiernos locales y a la misma municipalidad.

En la sostenibilidad Económica, el desarrollo económico ha mejorado puesto que no solo hay inversiones importantes, sino que también en las visitas de turistas ya que muchos comercios están dedicados especialmente a los deportes de aventura por lo cual se caracteriza este lugar y es muy importante el bienestar humano ya que genera una buena relación entre visitantes y la comunidad.

En la promoción turística, las estrategias de promoción han sido muy beneficiosas las relaciones públicas ya que les permite trabajar con guías locales y apoyarse ambas partes de la forma en que todos ganen. También una de las estrategias que realizan para mejorar la publicidad es mediante las redes sociales, ya que les permite interactuar, mostrar e incentivar

en la visita del lugar mediante fotos, videos del destino, etc. Además como parte de su estrategia de promoción de ventas muchas de las agencias incentivan mediante cupones de descuentos, ofertas, sorteos con sus clientes antiguos para que así generen recomendaciones positivas y lleguen nuevos clientes. Es importante ya que las estrategias de promoción no solo influyen en la sostenibilidad social mediante las grabaciones o videos que realizan sino a la económica ya que generan o incentivan la visita al lugar.

Además, en el marketing hay canales digitales más efectivos en cuanto a promoción turística que son las redes sociales como facebook, Instagram y tiktok ya que les permite generar contenido y alcanzar al público objetivo. Sin embargo para tener un mayor alcance hay plataformas que te dan la opción de pagar y permite obtener más vistas en tu página. De acuerdo con los resultados obtenidos la creación de contenidos es muy favorable ya que generan mucho más ventas y visitas al lugar, también al turista les permite conocer mediante los videos ilustrativos, lives, etc.

En cuanto a la oferta turística, la accesibilidad es buena para el recibimiento de turistas ya que cuenta con señalización adecuada además no cuenta con una adecuada planta turística ya que no todos los locales se encuentran en buen estado, por lo tanto en épocas festivas, el lugar tiende a saturarse generando que el turista se lleve una mala experiencia.

Finalmente los puntos turísticos son de fácil acceso ya que cuentan con señalética y son cercanos desde la plaza central, además en las plazas principales se encuentran los operadores turísticos para brindar los tours.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

DISCUSIONES

Durante el desarrollo de este estudio, y los siguientes hallazgos, se desarrolló esta discusión para cumplir con los objetivos planteados. En ese sentido, y en línea con el objetivo general de describir la percepción de la aplicación de estrategias de turística y sostenibilidad, en el destino turístico de Lunahuaná, Cañete, 2021, con base en la información obtenida y los resultados, concluimos lo siguiente:

El distrito de Lunahuaná, la planta turística como agencias de viajes, hoteles y restaurantes utilizan las redes sociales como parte de la estrategia de promoción turística, siendo esta el principal medio que les permite conectar con el público. Las agencias han implementado los Fam Trip, press tour, los workshops, festivales y ferias, los cuales fueron bien recibidos y aceptados por el público, sin embargo, aún le falta seguir trabajando en estos medios y puedan llegar a más personas.

Esto último, evidencia la investigación de Guananga, K (2016) “La Promoción Turística de los Atractivos Culturales del Cantón Ambato y su Impacto en el Incremento de Visitantes” quien llega a la conclusión que la promoción turística es vital para el desarrollo del destino y mediante esta se puede difundir cada uno de los atractivos turísticos que la ciudad posee. Además con esta investigación se está incentivando a mejorar la promoción turística de los atractivos en este caso de Ambato con el fin de que continúe recibiendo visitas de turistas nacionales y captar la atención de turistas extranjeros.

Asimismo, según la definición de Copeer, C, et al. (2006), “sobre la promoción del turismo se define como “un término descriptivo que se aplica a la combinación o

conjunto de actividades de comunicación realizadas por las organizaciones turísticas, o sus socios, para influir en el sector turístico general del que dependen sus ingresos”.

En relación con el objetivo específico referente a determinar las estrategias de promoción usadas en el destino turístico de Lunahuaná – Cañete, 2021, se concluyó que se están realizando eventos que atraen al público tales como fam trip, los press tour, los workshops y plataformas digitales siendo el ultimo de mayor alcance ya que las redes sociales son las más visitadas por las personas y este les permite subir publicaciones sobre el destino tales como videos, fotos. Dentro de las estrategias de promoción, se concluyó que trabajan mucho en las relaciones publicas ya que les permite tener una red de contactos locales logrando así en que ambos se beneficien y se visite más el lugar. También como parte de su estrategia de promoción muchas agencias mantienen una base de datos de los clientes y envían recordatorios sobre diferentes destinos; además realizan ofertas, sorteos en sus plataformas digitales y finalmente durante el recorrido realizan sorteos sobre lo expuesto por el guía para incentivar al turista.

Ademas con respecto a determinar las estrategias en sostenibilidad social usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete - 2021 consideran que la participación ciudadana es vital ya que permite que la comunidad proponga ideas para mejorar el destino y el ingreso de turistas permite que la calidad de vida mejore, creando un ambiente de armonía y paz desde el residente y visitante.

Esto último resulta en concordancia a lo investigado por Miranda, C (2017) en su tesis titulado sobre “Las Redes Sociales y su Impacto en la Promoción Turística de la Ciudad de Ambato, Provincia Tungurahua” en Ecuador, mostro que la publicidad es

un factor importante y actualmente se encuentra en auge y son los más demandados por la ciudadanía.

Además nos encontramos en desacuerdo con Castañeda, P (2017) en su tesis Promoción Turística Del Distrito De Lunahuaná, ya que en el tiempo de su investigación encontró la promoción turística deficiente y que solo se limita a ser conocida por el canotaje, cuando la realidad esta ciudad cuenta con muchos atractivos que pueden ser el principal motivo de viaje de turistas. Actualmente se concluye que la promoción turística es mucho más variada gracias a las redes sociales ya que incentiva la llegada de visitantes, los cuales permitirán ingresos económicos de la población

Estas implementaciones se refuerzan en la teoría de Santemases (2012), se define como un conjunto de actividades que comunican con el mercado de referencia. Se clasifican en cuatro categorías: Venta Personal, Publicidad, Relaciones Públicas y Promoción de Ventas; el Marketing Directo ahora se ha agregado a cuatro. Básicamente, hay diferentes formas de promocionar un producto en función de los medios utilizados para comunicarse con el mercado objetivo.

En relación con el objetivo específico en el cual busca determinar las estrategias de marketing digital usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete - 2021 se concluyó que los canales digitales que utilizan son la red social más utilizadas como facebook, tiktok, Instagram entre otros. Así mismo, las redes sociales han sido muy beneficiosas ya que estas son muy consumidas y te brinda paquetes para que la publicidad llegue y sea muy rentable, además les permite subir videos en vivos, fotos, experiencias de los turistas e incrementando sus ventas, además esta red les permite medir los resultados ya que les permite ver la intención de compra

En relación con el objetivo específico en el cual busca determinar las estrategias en sostenibilidad económica usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete – 2021 se concluyó que la económica es estable ya que hay más comercios, inversiones importantes en el destino, actualización en la atención al usuario y permite que tanto los turistas como la comunidad lleven una relación de armonía y paz

Esto concuerda con lo investigado Quilligana, M. (2017) en su tesis titulada “Herramienta Tecnológica En Línea Y Su Relación Con La Promoción Turística De La Parroquia Pasa, Del Cantón Ambato, Provincia De Tungurahua “ en Ecuador se concluye que es importante elaborar o manejar una herramienta tecnológica adecuada para difundir y fortalece los lugares turísticos, además en su investigación propuso un sitio web ya que esta herramienta permite la difusión de los atractivos y cultura de manera adecuada e incentiva en que las autoridades deben dar seguimiento para el desarrollo de los sectores.

A su vez, Selman (2017) define que el marketing digital como las estrategias de mercado que implementamos digitalmente para que un usuario específico de nuestro sitio complete su visita realizando las acciones que planeamos con anticipación. Va mucho más allá de las formas tradicionales de venta y de marketing que conocemos e incorpora estrategias y técnicas muy diferentes adaptadas al mundo digital. Amplios conocimientos en las áreas de comunicación, marketing, publicidad, relaciones públicas, tecnología de la información e idiomas.

Relacionado con el objetivo específico de determinar las estrategias en oferta turística usadas en el destino turístico de Lunahuaná – Cañete, 2021, se requiere mejorar la planta turística para que los turistas puedan pasar una mejor experiencia, en este

sentido, se plantea la idea de contar con aforos para evitar la saturación de estas, además la planta turística no está en óptimas condiciones y en días festivos o de gran afluencia el lugar se llega a saturar. En la accesibilidad, si es accesible para el recibimiento de turistas, ya que esta señalizado y es fácil de llegar al lugar.

Además con el objetivo específico de determinar las estrategias en sostenibilidad ambiental usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete – 2021 se concluye que son los mismos operadores que se encargan de la limpieza y el cuidado del lugar, y que no toda la responsabilidad es de los gobiernos regionales, ya que los prestadores al tener buenas alianzas y relaciones con otros prestadores organizan campañas de limpieza y cuidado del río.

Esto es validado por la investigación de Pinedo Y. (2016) realizó un estudio de investigación titulado: “Estrategias de Promoción Turística para el Incremento de la demanda en el Área de Conservación Privada Gotas de Agua, Jaén- Cajamarca” donde encuentra carencias en las vías de acceso y señalización y esto dificulta que la demanda pierda interés de visitar dicho lugar. Finalmente propone la aplicación del plan de estrategias de promoción turística para incrementar la demanda e innovar en los servicios ofrecidos en dicho lugar.

Esto también es reforzado por Quesada (2010) menciona que: La oferta al turista es el conjunto de medios de trasportes, equipamientos, y servicios disponibles que el turista puede utilizar para trasladarse permanecer, y hacer cualquier cosa, lo que desees en el destino de acuerdo con sus necesidades y motivo de ello

CONCLUSIONES

En relación con el objetivo general que buscaba conocer la percepción entre la promoción turística y la sostenibilidad, en el destino turístico de Lunahuaná, Cañete, 2021, en base a la información, se llega a las siguientes conclusiones:

- El turismo ha mejorado la calidad de vida de los ciudadanos a pesar de que Cañete es una ruta corta, es muy accesible y permite la creación de negocios.
- La Sostenibilidad ambiental aun es baja ya que las entidades responsables no se encargan al 100% de la limpieza y la conservación, sin embargo, los operadores turísticos se encargan de esta.
- La sostenibilidad económica se encuentra en desarrollo, ha mejorado la calidad de vida de la comunidad y actualmente hay inversiones importantes en el destino.
- En estrategias de promoción encontramos que hay buenas alianzas ya que los operadores turísticos trabajan con agencias locales lo que permite más trabajo y crecimiento del lugar.
- Conforme a la investigación realizada, en Lunahuaná Cañete hallamos un avance en la promoción turística mediante los canales digitales como el uso de las redes sociales, ya que esta permite interactuar con los visitantes que desean ir al lugar.
- Además en la oferta turística en Lunahuaná no cuenta con una buena planta turística, ya que los locales se encuentran en malas condiciones y descuidados.
- A través de esta investigación se está incentivando a mejorar la sostenibilidad y continuar con la promoción turística, implementando las nuevas tendencias en las redes sociales y ayudando a futuras investigaciones.

RECOMENDACIONES

- La planta turística tales como hoteles, restaurantes, agencias de viajes entre otros deben continuar con la promoción turística en el destino ya que no solo se benefician ellos sino también la comunidad mejorando así el estilo de vida de ellos.
- Además se recomienda que tanto como las agencias de viajes, hoteles, y restaurantes se capaciten a su personal constantemente para mejorar la atención a los turistas, implementando las nuevas tendencias tales como pagos en POS.
- Se recomienda seguir implementando estrategias de promoción ya que esto les permitirá conocer sobre el lugar a los turistas, así como seguir haciendo publicidad, promoción de ventas para que los turistas siempre quieran volver.
- Motivar a la población involucrarse en la conservación y la limpieza del lugar para mejorar la imagen logrando que los turistas se lleven una mejor experiencia de esta.

REFERENCIAS

- Astupiña Yaul, M. (2018). “Marketing Digital Y El Posicionamiento De La Empresa Peri Peruana S.A.C. – San Isidro, 2017. “Marketing Digital Y El Posicionamiento De La Empresa Peri Peruana S.A.C. – San Isidro, 2017. Recuperado de:
<Http://Repositorio.Autonoma.Edu.Pe/Bitstream/Autonoma/644/1/Astupina%20yauli%20maria%20elisa.Pdf>
- Aspiros, S.S. (2016). “Desarrollo de la Promoción Turística del Cerro San Cristóbal desde la perspectiva de los Turistas Nacionales en el Distrito del Rímac, 2016. Recuperado de:
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11889/Aspiros_SSJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- About Us. (S. F.). Destination Canada. Recuperado 25 De octubre De 2021, De
<Https://Www.Destinationcanada.Com/En/About-Us>
- Buscarán que el turismo aporte 10% del PBI en el 2026 (2021). El Peruano Recuperado de:
<https://elperuano.pe/noticia/130588-buscaran-que-el-turismo-aporte-10-del-pbi-en-el-2026>
- Buscará Aumentar Participación Del Turismo De 4.5 A 10% Del PBI Al 2026. Noticias | Agencia Peruana De Noticias Andina. Recuperado 25 De octubre De 2021, De
<Https://Andina.Pe/AGENCIA/Noticia-Mincetur-Buscar-aumentar-participacion-del-turismo-45-a-10-del-pbi-al-2026-864418.aspx>
- Castañeda, P (2017). Promoción Turística Del Distrito De Lunahuaná. Recuperado de
<http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2568/TRAB.SUF.PROF>

[_PAMELA%20ANDREINA%20MATIAS%20CASTA%20c3%91EDA.pdf?sequence=2&isAllowed=y](#)

Castaño, M.C.A. (2013). Los Pilares Del Desarrollo Sostenible Sofisma O

Realidad Desarrollo Sostenible Vicerrectoría General De Universidad Abierta Y A

Distancia Facultad De Educación Facultad De Ciencias Y Tecnologías Ed

.Recuperado

de:<https://repository.usta.edu.ccao/bitstream/handle/11634/23249/Los%20pilares%20del%20desarrollo%20sostenible%20sofisma%20o%20realidad.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cenepred. (2021). Escenario De Riesgo Por Covid-19 Ciudad De San Vicente De Cañete

Provincia De Cañete Y Departamento De Lima.Cenepred. Recuperado de:

https://sigrid.cenepred.gob.pe/sigridv3/storage/biblioteca//10966_escenario-de-riesgo-por-covid-19-para-la-ciudad-de-san-vicente-de-canete-provincia-canete-y-departamento-lima.pdf

Chávez, L. (2019) WEF: Perú es el quinto destino turístico más competitivo de América

Latina. El Comercio Recuperado de: [https://www.eleconomista.net/tendencias/WEF-](https://www.eleconomista.net/tendencias/WEF-Peru-es-el-quinto-destino-turistico-mas-competitivo-de-America-Latina-20190906-0031.html)

[Peru-es-el-quinto-destino-turistico-mas-competitivo-de-America-Latina-20190906-0031.html](https://www.eleconomista.net/tendencias/WEF-Peru-es-el-quinto-destino-turistico-mas-competitivo-de-America-Latina-20190906-0031.html)

Copeer, C, et al. (2006). El Turismo Teoría y práctica (3a ed.). España: Síntesis, S.A.

Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/413037265/El-Turismo-Teoria-y-Practica-Chris-Cooper>

Domingo, J. (2002). Megatendencias del Turismo en el Tercer Milenio. Lima Perú: San Marcos.

Durán-Romero, G. (2012). Medir la Sostenibilidad: Indicadores Económicos, Ecológico y sociales. Departamento de Estructura Económica y Economía de Desarrollo. Universidad Autónoma de Madrid, España.

Dirección de Promoción del turismo, PROMPERU (2017) Perfil del vacacionista Nacional 2016. Recuperado de [https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/temp/loads_publicaciones_2025_PVN%2016%20\(SPREAD\).pdf](https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/temp/loads_publicaciones_2025_PVN%2016%20(SPREAD).pdf)

Empresa Peruana De Servicios Editoriales S. A. EDITORA PERÚ. (2021, 5 octubre). Mincetur

Gobiernos Regionales y Municipalidad Metropolitana de Lima. Recuperado de: <https://consultaslinea.mincetur.gob.pe/directoriodeserviciosturisticos/DirPrestadores/DirBusquedaPrincipal>

García López, R (2019). El turismo mundial sigue creciendo a buen ritmo. Aprende de turismo. Recuperado de

<https://Www.Aprendedeturismo.Org/El-Turismo-Mundial-Sigue-Creciendo-A-Buen-Ritmo/>

Guananga, K (2016) “La Promoción Turística De Los Atractivos Culturales Del Cantón Ambato Y Su Impacto En El Incremento De Visitantes”, Ecuador. (“Vista Equipo: La promoción turística de los atractivos culturales del ...”) Recuperado De. Guananga López Katherine Alejandra 1804417903.pdf (uta.edu.ec)

Kotler, P. Y Armstrong, G. (2013). Fundamentos De Marketing. (11va Ed.). Mexico: Pearson

Educación. Recuperado De

https://Repositorio.Ucv.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.12692/11889/Aspiros_Ssj.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y

"Lunahuaná: ¿Por qué visitar el lugar turístico de la aventura y los deportes extremos en este

feriado? La República (2019). Recuperado el 29 de agosto del 2019, de

<https://larepublica.pe/turismo/2019/07/23/lunahuana-como-llegar-que-visitar-y-hacer-en-familia-atmp>

Miranda, C (2017) “Las Redes Sociales Y Su Impacto En La Promoción Turística De La

Ciudad De Ambato, Provincia De Tungurahua. Recuperado de. TESIS CRISTINA

MIRANDA.pdf (uta.edu.ec)

Pinedo Y. (2016). Estrategias De Promoción Turística Para El Incremento De La Demanda En

El Área De Conservación Privada Gotas De Agua, Jaén- Cajamarca. Recuperado de :

<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/3539/TESIS%20ESTRATEGIAS%20DE%20PROMOCION%20TURISTICA%20PARA%20EL%20INCREMENTO%20DE%20LA%20DEMANDA%20EN%20EL%20ACP%20GOTAS%20DE%20AGUA.pdf?sequence=7&isAllowed=y>

Quilligana, M. (2017) “Herramienta Tecnológica En línea Y Su Relación Con La Promoción

Turística De La Parroquia Pasa, Del Cantón Ambato, Provincia De Tungurahua”.

Recuperado

De:<https://Repositorio.Uta.Edu.Ec/Jspui/Bitstream/123456789/25822/1/Melida%20quilligana.Pdf>

Reactivación Económica Un Fénix Llamado Turismo. (2021, 6 noviembre). El peruano.

Recuperado de: <https://Elperuano.Pe/Noticia/110194-Un-Fenix-Llamado-Turismo>

Tejeda, H.N, E.T (2009). El Desarrollo Local y la Gestión del Conocimiento. Reflexiones. La Habana: Universidad Agraria de La Habana Fructuoso Rodríguez Pérez.

Valls, J.F. (1996). Las Claves Del Mercado Turístico. Cómo Competir En El Nuevo Entorno. Bilbao: Deusto. Recuperado De <https://Dialnet.Unirioja.Es/Servlet/Libro?Codigo=239476>.

Vargas Arrobas, M. E. (2019). Estrategias De Promoción Para La Empresa Rena Ware S. A. Sede Chiclayo 2018, Recuperado de: https://Tesis.Usat.Edu.Pe/Bitstream/20.500.12423/1879/1/TI_Vargasarrobasmirko.Pdf

ANEXOS

Anexo 1 – Juicio de Expertos 1

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a).

Mónica Elizabeth Regalado Chamorro

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO A TRAVÉS DE EXPERTO

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de Taller de Tesis 2 en la carrera de Administración y Servicios Turísticos en la Universidad Privada del Norte, requiero validar el instrumento que utilizaré para la recolección de información a fin de desarrollar mi investigación satisfactoriamente y así optar por el grado de Licenciado en Administración y Servicios Turísticos.

El título de la investigación es: "La promoción turística y la sostenibilidad en el destino turístico de Lunahuaná, Cañete, 2021."; por el cual es necesario tener la validación de docentes especializados para poder hacer uso y aplicación del instrumento seleccionado, motivo por el cual he considerado recurrir a su persona, debido a su connotada experiencia en el rubro.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de consistencia.
- Matriz de operacionalización de la variable.
- Guía de entrevista.

Expresándole mi respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Stefanny Milagros Díaz Ramírez
71914186

Matriz de consistencia

	PROBLEMA	OBJETIVO	CATEGORÍAS	SUB CATEGORIAS
GENERAL	¿Cuál es la percepción de la aplicación de estrategias de promoción turística y la sostenibilidad en el destino turístico de Lunahuana, Cañete - 2021?	Describir la percepción de la aplicación de estrategias de promoción turística y la sostenibilidad, en el destino turístico de Lunahuana, Cañete - 2021.		
ESPECÍFICOS	¿Cuales son las estrategias de promoción usadas en el destino turístico de Lunahuana, Cañete - 2021?	Determinar las estrategias de promoción usadas en el destino turístico Lunahuana, Cañete - 2021?	PROMOCION TURISTICA	Estrategias de promoción
	¿Cuales son las estrategias de marketing digital usadas en el destino turístico de Lunahuana, Cañete - 2021?	Determinar las estrategias de marketing digital usadas en el destino turístico Lunahuana, Cañete - 2021?		Marketing digital
	¿Cuales son las estrategias de oferta turística usadas en el destino turístico Lunahuana, Cañete - 2021?	Determinar las estrategias de oferta turística usadas en el destino turístico Lunahuana, Cañete - 2021?		Oferta turística
	¿Cuales son las estrategias de sostenibilidad social usadas en el destino turístico Lunahuana, Cañete - 2021?	Determinar las estrategias de sostenibilidad social usadas en el destino turístico Lunahuana, Cañete - 2021?	SOSTENIBILIDAD	Sostenibilidad Social
	¿Cuales son las estrategias de sostenibilidad ambiental usadas en el destino turístico Lunahuana, Cañete - 2021?	Determinar las estrategias de sostenibilidad ambiental usadas en el destino turístico Lunahuana, Cañete - 2021?		Sostenibilidad Ambiental
¿Cuales son las estrategias de sostenibilidad económica usadas en el destino turístico Lunahuana, Cañete - 2021?	Determinar las estrategias de sostenibilidad económica usadas en el destino turístico Lunahuana, Cañete - 2021?	Sostenibilidad Económica		

Matriz de operacionalización de categorías

CATEGORIAS	DEFINICION CONCEPTUAL	SUB-CATEGORIAS	DEFINICION OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS
Sostenible	Tejeda (2009, p.6), "que el desarrollo local sostenible es un proceso integral de transformaciones sociales, económicas y ambientales, que permite la participación de la población en la identificación, planificación, ejecución, seguimiento y evaluación de sus propias decisiones, a partir de las estrategias trazadas para garantizar su desarrollo, elevar el nivel y la calidad de vida, así como enriquecer la formación de valores de toda la población".	Sostenibilidad social	X1: El Consejo Internacional de Iniciativas Ambientales Locales – ICLEI (2000) plantea que el desarrollo sostenible es aquel que ofrece no solo servicios ambientales y económicos, sino también sociales, a todos los miembros de una comunidad, sin poner en peligro la viabilidad de los entornos naturales y sociales construidos, de los que depende el ofrecimiento de estos servicios.	Participación Ciudadana Calidad de vida	1;2
		Sostenibilidad Ambiental	X2: Según Sepúlveda (1998. p.18). "En esta dimensión se presta especial atención a todo lo que tiene que ver con la biodiversidad, el suelo, el agua y los bosques, que son recursos que en un menor plazo determinan la capacidad productiva de determinados espacios".	Conservación Biodiversidad	3,4
		Sostenibilidad Económica	X3: Según Priego, 2003, (p.332). "La dimensión económica del Desarrollo Sostenible se centra en mantener el proceso del desarrollo económico por vías óptimas hacia la maximización del bienestar humano, teniendo en cuenta las restricciones impuestas por la disponibilidad del capital natural".	Desarrollo Económico Bienestar Humano	5;6

Promoción turística	Según la definición de Kotler (1999), se entienden como las actividades que comunican los atributos del producto y persuaden a los consumidores a su adquisición. La promoción turística.	Estrategias de promoción	Y1: Según Santemases (2012), define las estrategias de promoción como conjunto de actividades en donde interviene la comunicación con el mercado objetivo. Clasificándolo en los siguientes tipos: Venta Personal, Relaciones Públicas, Publicidad y Promoción de ventas; adicionándole el marketing directo. Hay una gran variedad de promocionar un producto y cada una van a diferenciarse, fundamentalmente, por los medios que utilizarán para comunicarse con el mercado objetivo.	Relaciones Públicas Publicidad Promoción de ventas	7;8;9
		Marketing digital	Y2: Según Cuadrao (2019) El marketing digital, marketing online, o Mercadotecnia en internet, se caracterizan aplicar estrategias de comercialización a través de los diversos canales digitales utilizando como recurso principal el internet. Por otro lado, es de gran importancia no pasar por alto que el marketing digital es un complemento del marketing tradicional, ya que ambos tienen la misma finalidad, el cual es el de comercializar los productos y/o servicios que ofrece una empresa u organización.	Canales digitales Contenidos	10;11
		Oferta turística	Y3: Según Quesada (2010) La oferta turística es el conjunto de transportes, instalaciones, y servicios disponibles para que sean de utilidad por los turistas para que puedan desplazarse y realizar en el destino todo lo deseado, de acuerdo con sus necesidades y motivaciones.	Accesibilidad Planta turística Puntos turísticos	12;13;14

Guía de entrevista:

Nº	ITEMS	RELEVANCIA				COHERENCIA				CLARIDAD				SUGERENCIAS
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Nº 1	Sostenibilidad Social													
1	¿Considera que la participación ciudadana es necesaria para mejorar el destino?				X				X				X	
2	¿Considera que el turismo ha mejorado la calidad de vida de los ciudadanos?				X				X				X	
Nº 2	Sostenibilidad Ambiental													
4	¿Cree que los ciudadanos del distrito cooperan en la conservación de la biodiversidad para el distrito de Lunahuaná, Cañete?				X				X				X	
5	¿Cómo han estado trabajando en la conservación de todos los atractivos de la zona de Lunahuaná?				X				X				X	
Nº 3	Sostenibilidad Económica													
6	¿Cree que ha mejorado el desarrollo económico de la comunidad gracias al turismo?				X				X				X	
7	¿Considera importante el bienestar humano para el desarrollo del turismo?				X				X				X	
Nº 4	Estrategia de Promoción													
7	¿Qué tan beneficioso considera que las empresas deben trabajar en las relaciones públicas?				X				X				X	
8	Según su experiencia ¿Qué estrategias están aplicando para mejorar la publicidad en el Distrito de Lunahuaná?				X				X				X	
9	Como parte de su estrategia de promoción de ventas ¿Cómo incentivan a sus clientes en fechas importantes?				X				X				X	

Nº 5	H. Marketing Digital	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
10	¿Qué tipo de canales digitales considera que es el más efectivo para promocionar Lunahuaná?				X				X				X	
11	En su experiencia, ¿Cómo ha resultado la creación de contenidos para el marketing digital en el distrito de Lunahuaná?				X				X				X	
Nº 6	Oferta Turística	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
12	¿Considera que el distrito de Lunahuaná cuenta con la accesibilidad adecuada para el recibimiento de turistas?				X				X				X	
13	¿Usted considera que la planta turística está en óptimas condiciones para el recibimiento de turistas?				X				X				X	
14	En su opinión, ¿Cree que los puntos turísticos son de fácil acceso?				X				X				X	

UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE		TALLER DE TESIS 2		
MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
Título De La Investigación:	"La Promoción Turística Y La Sostenibilidad En El Destino Turístico De Lunahuaná, Cañete, 2021."			
Apellidos y nombres del experto:	Regalado Chamorro, Mónica			
Grado Académico	Doctora en Turismo			
<p>Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.</p>				
Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	x		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	x		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	x		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	x		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	x		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	x		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	x		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	x		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	x		
<p>Sugerencias:</p>				
<p>Firma del experto:</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>DNI: 41446703</p>				

Anexo 2 – Juicio de Expertos 2

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a).

Barbara Isabel Ponce Ponce

Presente

Asunto: VALIDACION DE INSTRUMENTO A TRAVES DE EXPERTO

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de Taller de Tesis 2 en la carrera de Administración y Servicios Turísticos en la Universidad Privada del Norte, requiero validar el instrumento que utilizaré para la recolección de información a fin de desarrollar mi investigación satisfactoriamente y así optar por el grado de Licenciado en Administración y Servicios Turísticos.

El título de la investigación es: "La promoción turística y la sostenibilidad en el destino turístico de Lunahuaná, Cañete, 2021."; por el cual es necesario tener la validación de docentes especializados para poder hacer uso y aplicación del instrumento seleccionado, motivo por el cual he considerado recurrir a su persona, debido a su comotada experiencia en el rubro.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de consistencia.
- Matriz de operacionalización de la variable.
- Guía de entrevista.

Expresándole mi respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Stefanny Milagros Díaz Ramírez
71914186

Matriz de consistencia

	PROBLEMA	OBJETIVO	CATEGORÍAS
GENERAL	¿De qué manera se relaciona la promoción turística y la sostenibilidad en el destino turístico de Lunahuaná, Cañete, 2021?	Determinar la relación entre la promoción turística y la sostenibilidad en el distrito de Lunahuaná, Cañete, 2021.	SOSTENIBILIDAD
ESPECÍFICOS	¿Qué relación existe entre las estrategias de promoción y la sostenibilidad en el destino turístico de Lunahuaná, Cañete, 2021?	Analizar la relación entre las estrategias de promoción y la sostenibilidad en el destino turístico de Lunahuaná – Cañete, 2021.	PROMOCIÓN TURÍSTICA
	¿De qué manera el marketing digital influye en la sostenibilidad en Lunahuaná, Cañete, 2021?	Demostrar la relación entre el marketing digital y la sostenibilidad en Lunahuaná, Cañete, 2021.	
	¿De qué manera la oferta turística influye en la sostenibilidad en el destino Lunahuaná, Cañete, 2021?	Determinar de qué manera la oferta turística influye en la sostenibilidad del destino turístico de Lunahuaná – Cañete, 2021.	

Matriz de consistencia

	PROBLEMA	OBJETIVO	CATEGORÍAS	SUB CATEGORIAS
GENERAL	¿Cuál es la percepción de la aplicación de estrategias de promoción turística y la sostenibilidad en el destino turístico de Lunahuana, Cañete - 2021?	Describir la percepción de la aplicación de estrategias de promoción turística y la sostenibilidad, en el destino turístico de Lunahuana, Cañete - 2021.		
ESPECÍFICOS	¿Cuales son las estrategias de promoción usadas en el destino turístico de Lunahuana, Cañete - 2021?	Determinar las estrategias de promoción usadas en el destino turístico Lunahuana, Cañete - 2021?	PROMOCION TURISTICA	Estrategias de promoción
	¿Cuales son las estrategias de marketing digital usadas en el destino turístico de Lunahuana, Cañete - 2021?	Determinar las estrategias de marketing digital usadas en el destino turístico Lunahuana, Cañete - 2021?		Marketing digital
	¿Cuales son las estrategias de oferta turística usadas en el destino turístico Lunahuana, Cañete - 2021?	Determinar las estrategias de oferta turística usadas en el destino turístico Lunahuana, Cañete - 2021?		Oferta turística
	¿Cuales son las estrategias de sostenibilidad social usadas en el destino turístico Lunahuana, Cañete - 2021?	Determinar las estrategias de sostenibilidad social usadas en el destino turístico Lunahuana, Cañete - 2021?	SOSTENIBILIDAD	Sostenibilidad Social
	¿Cuales son las estrategias de sostenibilidad ambiental usadas en el destino turístico Lunahuana, Cañete - 2021?	Determinar las estrategias de sostenibilidad ambiental usadas en el destino turístico Lunahuana, Cañete - 2021?		Sostenibilidad Ambiental
¿Cuales son las estrategias de sostenibilidad económica usadas en el destino turístico Lunahuana, Cañete - 2021?	Determinar las estrategias de sostenibilidad económica usadas en el destino turístico Lunahuana, Cañete - 2021?	Sostenibilidad Económica		

Matriz de operacionalización de categorías

CATEGORIAS	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	SUB-CATEGORIAS	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS
Sostenible	Tejeda (2009, p.6), "que el desarrollo local sostenible es un proceso integral de transformaciones sociales, económicas y ambientales, que permite la participación de la población en la identificación, planificación, ejecución, seguimiento y evaluación de sus propias decisiones, a partir de las estrategias trazadas para garantizar su desarrollo, elevar el nivel y la calidad de vida, así como enriquecer la formación de valores de toda la población".	Sostenibilidad social	X1: El Consejo Internacional de Iniciativas Ambientales Locales – ICLEI (2000) plantea que el desarrollo sostenible es aquel que ofrece no solo servicios ambientales y económicos, sino también sociales, a todos los miembros de una comunidad, sin poner en peligro la viabilidad de los entornos naturales y sociales construidos, de los que depende el ofrecimiento de estos servicios.	Participación Ciudadana Calidad de vida	1,2
		Sostenibilidad Ambiental	X2: Según Sepúlveda (1998, p.18). "En esta dimensión se presta especial atención a todo lo que tiene que ver con la biodiversidad, el suelo, el agua y los bosques, que son recursos que en un menor plazo determinan la capacidad productiva de determinados espacios".	Conservación Biodiversidad	3,4
		Sostenibilidad Económica	X3: Según Priego, 2003, (p.332). "La dimensión económica del Desarrollo Sostenible se centra en mantener el proceso del desarrollo económico por vías óptimas hacia la maximización del bienestar humano, teniendo en cuenta las restricciones impuestas por la disponibilidad del capital natural".	Desarrollo Económico Bienestar Humano	5,6

Promoción turística	Según la definición de Kotler (1999), se entienden como las actividades que comunican los atributos del producto y persuaden a los consumidores a su adquisición. La promoción turística.	Estrategias de promoción	Y1: Según Santemases (2012), define las estrategias de promoción como conjunto de actividades en donde interviene la comunicación con el mercado objetivo. Clasificándolo en los siguientes tipos: Venta Personal, Relaciones Públicas, Publicidad y Promoción de ventas; adicionándoles el marketing directo. Hay una gran variedad de promocionar un producto y cada una van a diferenciar, fundamentalmente, por los medios que utilizarán para comunicarse con el mercado objetivo.	Relaciones Públicas Publicidad Promoción de ventas	7;8,9
		Marketing digital	Y2: Según Cuadrao (2019) El marketing digital, marketing online, o Mercadotecnia en internet, se caracterizan aplicar estrategias de comercialización a través de los diversos canales digitales utilizando como recurso principal el internet. Por otro lado, es de gran importancia no pasar por alto que el marketing digital es un complemento del marketing tradicional, ya que ambos tienen la misma finalidad, el cual es el de comercializar los productos y/o servicios que ofrece una empresa u organización.	Canales digitales Contenidos	10;11
		Oferta turística	Y3: Según Quesada (2010) La oferta turística es el conjunto de transportes, instalaciones, y servicios disponibles para que sean de utilidad por los turistas para que puedan desplazarse y realizar en el destino todo lo deseado, de acuerdo con sus necesidades y motivaciones.	Accesibilidad Planta turística Puntos turísticos	12;13;14

Guía de entrevista:

N°	ITEMS	RELEVANCIA				COHERENCIA				CLARIDAD				SUGERENCIAS
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
N° 1	Sostenibilidad Social													
1	¿Considera que la participación ciudadana es necesaria para mejorar el destino?													
2	¿Considera que el turismo ha mejorado la calidad de vida de los ciudadanos?			X				X					X	
N° 2	Sostenibilidad Ambiental													
3	¿Cree que los ciudadanos del distrito cooperan en la conservación de la biodiversidad para el distrito de Lunahuaná, Cañete?													
4	¿Cómo han estado trabajando en la conservación de todos los atractivos de la zona de Lunahuaná?			X				X					X	
N° 3	Sostenibilidad Económica													
5	¿Cree que ha mejorado el desarrollo económico de la comunidad gracias al turismo?													
6	¿Considera importante el bienestar humano para el desarrollo del turismo?			X				X					X	
N° 4	Estrategia de Promoción													
7	¿Qué tan beneficioso considera que las empresas deben trabajar en las relaciones públicas?													
8	Según su experiencia ¿Qué estrategias están aplicando para mejorar la publicidad en el Distrito de Lunahuaná?													
9	Como parte de su estrategia de promoción de ventas ¿Cómo incentivan a sus clientes en fechas importantes?			X				X					X	

Nº 5	H. Marketing Digital	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
10	¿Qué tipo de canales digitales considera que es el más efectivo para promocionar Lunahuaná?												
11	En su experiencia, ¿Cómo ha resultado la creación de contenidos para el marketing digital en el distrito de Lunahuaná?			X				X				X	
Nº 6	Oferta Turística	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
12	¿Considera que el distrito de Lunahuaná cuenta con la accesibilidad adecuada para el recibimiento de turistas?												
13	¿Usted considera que la planta turística está en óptimas condiciones para el recibimiento de turistas?											X	
14	En su opinión, ¿Cree que los puntos turísticos son de fácil acceso?			X				X					

Anexo 3 – Juicio de Expertos 3

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a).

Ana Melva Anaya Bernardo

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO A TRAVÉS DE EXPERTO

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de Taller de Tesis 2 en la carrera de Administración y Servicios Turísticos en la Universidad Privada del Norte, requiero validar el instrumento que utilizaré para la recolección de información a fin de desarrollar mi investigación satisfactoriamente y así optar por el grado de Licenciado en Administración y Servicios Turísticos.

El título de la investigación es: "La promoción turística y la sostenibilidad en el destino turístico de Lunahuaná, Cañete, 2021."; por el cual es necesario tener la validación de docentes especializados para poder hacer uso y aplicación del instrumento seleccionado, motivo por el cual he considerado recurrir a su persona, debido a su connotada experiencia en el rubro.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de consistencia.
- Matriz de operacionalización de la variable.
- Guía de entrevista.

Expresándole mi respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,



Stefanny Milagros Diaz Ramirez
71914186

Matriz de consistencia

	PROBLEMA	OBJETIVO	CATEGORÍAS	SUB CATEGORÍAS
GENERAL	¿Cuál es la percepción de la aplicación de estrategias de promoción turística y la sostenibilidad en el destino turístico de Lunahuaná, Cañete - 2021?	Describir la percepción de la aplicación de estrategias de promoción turística y la sostenibilidad, en el destino turístico de Lunahuaná, Cañete - 2021.		
ESPECÍFICOS	¿Cuales son las estrategias de promoción usadas en el destino turístico de Lunahuaná, Cañete - 2021?	Determinar las estrategias de promoción usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete - 2021?	PROMOCION TURISTICA	Estrategias de promoción
	¿Cuales son las estrategias de marketing digital usadas en el destino turístico de Lunahuaná, Cañete - 2021?	Determinar las estrategias de marketing digital usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete - 2021?		Marketing digital
	¿Cuales son las estrategias en oferta turística usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete - 2021?	Determinar las estrategias en oferta turística usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete - 2021?		Oferta turística
	¿Cuales son las estrategias en sostenibilidad social usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete - 2021?	Determinar las estrategias en sostenibilidad social usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete - 2021?	SOSTENIBILIDAD	Sostenibilidad Social
	¿Cuales son las estrategias en sostenibilidad ambiental usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete - 2021?	Determinar las estrategias en sostenibilidad ambiental usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete - 2021?		Sostenibilidad Ambiental
	¿Cuales son las estrategias en sostenibilidad económica usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete - 2021?	Determinar las estrategias en sostenibilidad económica usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete - 2021?		Sostenibilidad Económica

Matriz de operacionalización de categorías

CATEGORIAS	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	SUB-CATEGORIAS	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS
Sostenible	Tejeda (2009, p.6), "que el desarrollo local sostenible es un proceso integral de transformaciones sociales, económicas y ambientales, que permite la participación de la población en la identificación, planificación, ejecución, seguimiento y evaluación de sus propias decisiones, a partir de las estrategias trazadas para garantizar su desarrollo, elevar el nivel y la calidad de vida, así como enriquecer la formación de valores de toda la población".	Sostenibilidad social	X1: El Consejo Internacional de Iniciativas Ambientales Locales – ICLEI (2000) plantea que el desarrollo sostenible es aquel que ofrece no solo servicios ambientales y económicos, sino también sociales, a todos los miembros de una comunidad, sin poner en peligro la viabilidad de los entornos naturales y sociales construidos, de los que depende el ofrecimiento de estos servicios.	Participación Ciudadana Calidad de vida	1;2
		Sostenibilidad Ambiental	X2: Según Sepúlveda (1998. p.18). "En esta dimensión se presta especial atención a todo lo que tiene que ver con la biodiversidad, el suelo, el agua y los bosques, que son recursos que en un menor plazo determinan la capacidad productiva de determinados espacios".	Conservación Biodiversidad	3,4
		Sostenibilidad Económica	X3: Según Priego, 2003, (p.332). "La dimensión económica del Desarrollo Sostenible se centra en mantener el proceso del desarrollo económico por vías óptimas hacia la maximización del bienestar humano, teniendo en cuenta las restricciones impuestas por la disponibilidad del capital natural".	Desarrollo Económico Bienestar Humano	5;6

Promoción turística	Según la definición de Kotler (1999), se entienden como las actividades que comunican los atributos del producto y persuaden a los consumidores a su adquisición. La promoción turística.	Estrategias de promoción	Y1: Según Santemases (2012), define las estrategias de promoción como conjunto de actividades en donde interviene la comunicación con el mercado objetivo. Clasificándolo en los siguientes tipos: Venta Personal, Relaciones Públicas, Publicidad y Promoción de ventas; adicionándole el marketing directo. Hay una gran variedad de promocionar un producto y cada una van a diferenciar, fundamentalmente, por los medios que utilizarán para comunicarse con el mercado objetivo.	Relaciones Publicas Publicidad Promoción de ventas	7;8,9
		Marketing digital	Y2: Según Cuadro (2019) El marketing digital, marketing online, o Mercadotecnia en internet, se caracterizan aplicar estrategias de comercialización a través de los diversos canales digitales utilizando como recurso principal el internet. Por otro lado, es de gran importancia no pasar por alto que el marketing digital es un complemento del marketing tradicional, ya que ambos tienen la misma finalidad, el cual es el de comercializar los productos y/o servicios que ofrece una empresa u organización.	Canales digitales Contenidos	10;11
		Oferta turística	Y3: Según Quesada (2010) La oferta turística es el conjunto de trasportes, instalaciones, y servicios disponibles para que sean de utilidad por los turistas para que puedan desplazarse y realizar en el destino todo lo deseado, de acuerdo con sus necesidades y motivaciones.	Accesibilidad Planta turística Puntos turísticos	12;13;14

Guía de entrevista:

Nº	ITEMS	RELEVANCIA				COHERENCIA				CLARIDAD				SUGERENCIAS
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Nº 1	Sostenibilidad Social													
1	¿Considera que la participación ciudadana es necesaria para mejorar el destino?			3				3				3		
2	¿Considera que el turismo ha mejorado la calidad de vida de los ciudadanos?			3				3				3		
Nº 2	Sostenibilidad Ambiental													
4	¿Cree que los ciudadanos del distrito cooperan en la conservación de la biodiversidad para el distrito de Lunahuaná, Cañete?			3				3				3		
5	¿Cómo han estado trabajando en la conservación de todos los atractivos de la zona de Lunahuaná?			3				3				3		
Nº 3	Sostenibilidad Económica													
6	¿Cree que ha mejorado el desarrollo económico de la comunidad gracias al turismo?			3				3				3		
7	¿Considera importante el bienestar humano para el desarrollo del turismo?			3				3				3		
Nº 4	Estrategia de Promoción													
7	¿Qué tan beneficioso considera que las empresas deben trabajar en las relaciones públicas?			3				3				3		
8	Según su experiencia ¿Qué estrategias están aplicando para mejorar la publicidad en el Distrito de Lunahuaná?			3				3				3		
9	Como parte de su estrategia de promoción de ventas ¿Cómo incentivan a sus clientes en fechas importantes?			3				3				3		

Nº 5	H. Marketing Digital	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
10	¿Qué tipo de canales digitales considera que es el más efectivo para promocionar Lunahuaná?			3				3				3	
11	En su experiencia, ¿Cómo ha resultado la creación de contenidos para el marketing digital en el distrito de Lunahuaná?			3				3				3	
Nº 6	Oferta Turística	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
12	¿Considera que el distrito de Lunahuaná cuenta con la accesibilidad adecuada para el recibimiento de turistas?			3				3				3	
13	¿Usted considera que la planta turística está en óptimas condiciones para el recibimiento de turistas?			3				3				3	
14	En su opinión, ¿Cree que los puntos turísticos son de fácil acceso?			3				3				3	

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título De La Investigación:		"La Promoción Turística Y La Sostenibilidad En El Destino Turístico De Lunahuaná, Cañete, 2021."		
Apellidos y nombres del experto:		ANA ANAYA BERNARDO.		
Grado Académico		MAGISTER		
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.				
Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?			
<p>Sugerencias:</p> <p>Firma del experto:</p>  <p>DNI: 08481462</p>				

Matriz de consistencia

	PROBLEMA	OBJETIVO	CATEGORÍAS	SUB CATEGORIAS
GENERAL	¿Cuál es la percepción de la aplicación de estrategias de promoción turística y sostenibilidad en el destino turístico de Lunahuaná, Cañete - 2021?	Describir la percepción de la aplicación de estrategias de promoción turística y sostenibilidad, en el destino turístico de Lunahuaná, Cañete - 2021.		
ESPECÍFICOS	¿Cuáles son las estrategias de promoción usadas en el destino turístico de Lunahuaná, Cañete - 2021?	Determinar las estrategias de promoción usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete – 2021?	PROMOCIÓN TURÍSTICA	Estrategias de promoción
	¿Cuáles son las estrategias de marketing digital usadas en el destino turístico de Lunahuaná, Cañete - 2021?	Determinar las estrategias de marketing digital usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete – 2021?		Marketing digital
	¿Cuáles son las estrategias en oferta turística usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete - 2021?	Determinar las estrategias en oferta turística usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete – 2021?		Oferta turística
	¿Cuáles son las estrategias en sostenibilidad social usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete – 2021?	Determinar las estrategias en sostenibilidad social usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete – 2021?	SOSTENIBILIDAD	Sostenibilidad Social
	¿Cuáles son las estrategias en sostenibilidad ambiental usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete – 2021?	Determinar las estrategias en sostenibilidad ambiental usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete -2021		Sostenibilidad Ambiental
¿Cuáles son las estrategias en sostenibilidad económica usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete – 2021?	Determinar las estrategias en sostenibilidad económica usadas en el destino turístico Lunahuaná, Cañete- 2021?		Sostenibilidad Económica	

Matriz de operacionalización de las categorías

CATEGORIAS	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	SUB-CATEGORIAS dimensión	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS
Sostenibilidad	Tejeda (2009, p.6), “El desarrollo local sostenible es un proceso integrado de transformaciones sociales, económicas y ambientales que permite que las personas participen en la definición, planificación, ejecución, monitoreando y evaluando sus decisiones, con base en las estrategias identificados para asegurar su desarrollo, mejorar su calificación y la calidad de vida, y enriquecer sus trabajos, configurando los valores de todo el pueblo.”	Sostenibilidad Social	X1: El Consejo Internacional para Iniciativas Ambientales Locales - ICLEI (2000) establece que el desarrollo sostenible proporciona no solo servicios ambientales y económicos, sino también servicios sociales a la comunidad a todos los miembros de la sociedad sin comprometer la vitalidad de los recursos naturales y el entorno social construido, de los que depende la prestación de estos servicios.	Participación Ciudadana Calidad de vida	1;2
		Sostenibilidad Ambiental	X2: Según Sepúlveda (1998. p.18). “En esta dimensión se presta especial atención a todo lo relacionado con la biodiversidad, la tierra, el agua y los bosques, que son recursos que en poco tiempo determinaran la capacidad productiva de algunos lugares”.	Conservación Biodiversidad	3,4
		Sostenibilidad Económica	X3: Según Priego, 2003, (p.332). “La dimensión económica del desarrollo sostenible se centra en sostener el desarrollo económico a lo largo de caminos óptimos hacia la maximización del bienestar humano, teniendo en cuenta las limitaciones impuestas por la disponibilidad de capital natural”.	Desarrollo Económico Bienestar Humano	5;6

Promoción Turística	Según la definición de Kotler (1999), se entiende como las actividades que transmiten las propiedades de un producto y motivan a los consumidores a comprar ese producto. Promoción turística.	Estrategias de promoción	Y1: Según Santemases (2012), define la estrategia de promoción como un conjunto de actividades que interfieren en la conexión con el mercado de referencia. Clasificarlos en las siguientes categorías: Venta Personal, Relaciones Públicas, Publicidad y Promoción de ventas; adicionándoles el marketing directo. Hay muchas formas de promoción de productos, y cada una será fundamentalmente diferente del medio que usaran para comunicarse con su mercado objetivo.	Relaciones Publicas Publicidad Promoción de ventas	7;8,9
		Marketing digital	Y2: Según Cuadrao (2019) El marketing digital, marketing online, en internet, se caracteriza por la aplicación de estrategias de marketing a través de diversos canales digitales utilizando internet como fuente principal. Por otro lado, es importante no pasar por alto que el marketing digital es complementario al marketing tradicional, ya que ambos tienen el mismo fin, que es comercializar los productos y/o servicios, un servicio prestado por una empresa o agencia.	Canales digitales Contenidos	10;11
		Oferta turística	Y3: Según Quesada (2010) La propuesta para los turistas es la gama de medios de transporte disponibles, estructuras y servicios útiles a los turistas para que puedan navegar y hacer lo que quieran en el destino, de acuerdo con sus necesidades y motivaciones.	Accesibilidad Planta turística Puntos turísticos	12;13;14

