

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN

ESCUELA DE POSGRADO

GESTIÓN PÚBLICA PARA EL DESARROLLO SOCIAL



=====

**APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DEL TURISMO RURAL
COMUNITARIO Y EL DESARROLLO ECONÓMICO DE
EMPREDIMIENTOS EN EL DISTRITO DE LLATA -
HUAMALIES, 2021**

=====

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: GESTIÓN PÚBLICA

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO DE MAESTRO EN GESTIÓN
PÚBLICA PARA EL DESARROLLO SOCIAL**

TESISTA: SANCHEZ OCAÑA KETTY

ASESOR: DR. FRANCISCO PAREDES ABIMAEEL ADAM

HUÁNUCO – PERÚ

2022

DEDICATORIA

La presente investigación está dedicada a Dios, por darme el conocimiento y de poder servir en esta importante profesión. Así mismo, agradezco a mis padres por darme todo el soporte necesario para lograr mis metas y objetivos.

AGRADECIMIENTO

Mi sincero agradecimiento a Dios por su amor y su bondad, quien me permite sonreír ante todos mis logros por cuidar de mí, que con cada prueba que me pones aprendo. Gracias a dios por estar presente no solo en esta etapa tan importante de mi vida sino en todo momento dándome la oportunidad de que cada mañana puedo empezar de nuevo.

RESUMEN

La presente investigación titulada “aplicación de estrategias del turismo rural comunitario y el desarrollo económico de emprendimientos en el distrito de Llata - Huamalíes, 2021” establece como objetivo general el determinar en qué medida la aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario mejora el desarrollo económico de emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021. El diseño del presente estudio es correlacional explicativo, se utilizó una muestra conformada por 60 trabajadores en emprendimientos; a los cuales se aplicó un cuestionario, el mismo que cumplió satisfactoriamente las pruebas de validez y confiabilidad, obteniendo un nivel de confiabilidad bueno, y que sirvió para el estudio de las variables aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario, que consta de 18 ítems y 3 dimensiones los cuales son; Desarrollo de nuevos productos turísticos en el ámbito rural, Promoción y comercialización, y Aprendizaje y difusión de resultados; y desarrollo económico de emprendimientos que consta de 3 ítems y dos dimensiones: Oferta de productos y demanda de productos. Luego de la aplicación del instrumento, se hizo uso de las herramientas Excel y el programa SPSS 22 para el desarrollo del proceso estadístico, esta información fue consolidada en tablas y gráficos. Finalmente se obtuvo el valor de 0.081, siendo este un valor mayor a cero, se pudo afirmar que se presenta una correlación positiva muy baja, lo cual indica que la variable Aplicación de las estrategias de turismo rural comunitario incide en el desarrollo económico de emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes - 2021.

Palabras clave: Productos turísticos, innovador y Comercialización.

ABSTRACT

The present investigation entitled "Application of rural community tourism strategies and the economic development of enterprises in the district of Llata - Huamalíes, 2021" establishes as a general objective to determine to what extent the application of rural community tourism strategies improves economic development. of enterprises in the District of Llata, Huamalíes - 2021. The design of the present study is explanatory correlational, a sample made up of 60 workers in enterprises was used; to which a questionnaire was applied, the same one that satisfactorily fulfilled the validity and reliability tests, obtaining a good level of reliability, and that served for the study of the application variables of the strategies of rural community tourism, which consists of 18 items and 3 dimensions which are; Development of new tourism products in rural areas, Promotion and marketing, and Learning and dissemination of results; and economic development of enterprises that consists of 3 items and two dimensions: Product supply and product demand. After the application of the instrument, the Excel tools and the SPSS 22 program were used for the development of the statistical process, this information was consolidated in tables and graphs. Finally, the value of 0.081 was obtained, this being a value greater than zero, it could be affirmed that there is a very low positive correlation, which indicates that the variable Application of community rural tourism strategies affects the economic development of enterprises in the district of Llata, Huamalíes - 2021.

Keywords: Tourist products, innovative and Marketing.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT.....	v
ÍNDICE	vi
INTRODUCCION	viii
CAPÍTULO I.....	9
ASPECTOS BÁSICOS DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	9
1.1. Fundamentación del problema	9
1.2. Justificación e importancia de la investigación	10
1.2.1. Justificación	10
1.2.2. Importancia	11
1.3. Viabilidad de la investigación	11
1.4. Formulación del problema.....	12
1.4.1. Problema general.....	12
1.4.2. Problemas específicos	12
1.5. Formulación de los objetivos	12
1.5.1. Objetivo general	12
1.5.2. Objetivos específicos	12
CAPÍTULO II. SISTEMA DE HIPÓTESIS	13
2.1. Formulación de las hipótesis	13
2.1.1. Hipótesis general	13
2.1.2. Hipótesis específicas	13
2.2. Operacionalización de variables.....	14
2.3. Definición de términos operacionales	15
CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO	16
3.1. Antecedentes	16
3.1.1. A nivel internacional	16
3.1.2. A nivel nacional	16
3.1.3. A nivel regional.....	17

3.2.	Bases teóricas	18
3.2.1.	Turismo rural comunitario	18
3.2.2.	Desarrollo económico	24
3.2.3.	Estrategias y componentes del proyecto:	26
3.2.4.	Estrategias aplicadas por CODESPA.....	26
3.3.	Bases conceptuales	26
CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO.....		30
4.1.	Ámbito de estudio	30
4.2.	Tipo y nivel de investigación	30
4.2.1.	Nivel de investigación.....	30
4.2.2.	Tipo de investigación	30
4.3.	Población y muestra	31
4.4.	Diseño de investigación.....	32
4.5.	Técnicas e instrumentos	33
4.5.1.	Técnicas.....	33
4.5.2.	Instrumentos.....	33
4.5.2.1.	Validación de los instrumentos para la recolección de datos.....	33
4.5.2.2.	Confiabilidad de los instrumentos para la recolección de datos.	34
4.6.	Técnicas para el procedimiento y análisis de datos.....	34
4.7.	Aspectos éticos	35
CAPÍTULO V. RESULTADOS Y DISCUSION.....		37
5.1.	Análisis descriptivo.....	37
5.2.	Análisis inferencial y/o contrastación de hipótesis	52
5.2.2.	Contrastación de Hipótesis Específicas	53
5.3.	Discusión de resultados	56
5.4.	Aporte científico de la investigación.....	58
CONCLUSIONES		59
SUGERENCIAS		60
REFERENCIAS		61
ANEXOS		

INTRODUCCION

Hoy en día el dar a conocer los atractivos turísticos de cada una de las partes del mundo, es más fácil debido a las facilidades con las que la tecnología nos provee a través del internet, sin embargo, aún queda mucho más por descubrir. En el Perú, existen importantes e imponentes lugares turísticos, así como, también grandes riquezas en costumbres y actividades se desarrollan en nuestras comunidades rurales.

El turismo rural comunitario ofrece a las comunidades indígenas catalogadas en un estado de extrema pobreza, pero que poseen un potencial turístico bastante alto, la oportunidad de poder desarrollarse gracias a los beneficios que ofrece esta actividad. De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT), se registraron alrededor de 470 millones de visitas internacionales a los países que están en vías de desarrollo, lo que significaría que el turismo es una de las principales rutas que tienen para la generación de ingresos y puestos de trabajo.

El presente trabajo consta de los siguientes capítulos. Capítulo I: Donde se detallan los aspectos relacionados al problema que será materia de investigación, entre los que encontramos su fundamentación, la justificación e importancia del estudio, la definición de las preguntas de investigación y el planteamiento de los objetivos del trabajo. Capítulo II: Marco teórico, conformado por los todos aquellos estudios que anteceden a nuestra investigación, las bases teóricas, conceptuales, filosóficas y epistemológicas. Capítulo III: Sistema de hipótesis, donde se formulan las hipótesis de investigación, se realiza la operacionalización de variables y la definición de cada una de ellas. Capítulo IV: Marco metodológico, donde se especifican los límites y el contexto del estudio, el tipo, nivel y diseño de la investigación, la definición de la población y muestra, los instrumentos y técnicas que se utilizarán en el estudio, entre otros. Capítulo V: Resultados y discusión, en este capítulo se realizan análisis desde paradigmas diferentes, lo que permite realizar una adecuada discusión de los resultados obtenidos y determinar los aportes que tiene la investigación; posteriormente tenemos las conclusiones, en donde podemos sintetizar lo que se obtuvo una vez terminada la investigación. Y finalmente, se documentan las referencias bibliográficas utilizadas y los anexos que respaldan el desarrollo de la investigación.

CAPÍTULO I

ASPECTOS BÁSICOS DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Fundamentación del problema

Actualmente el dar a conocer los atractivos turísticos de cada una de las partes del mundo, es más fácil debido a las facilidades con las que la tecnología nos provee a través del internet; sin embargo, aún queda mucho más por descubrir.

Existiendo en el Perú importantes e imponentes lugares turísticos; así como también las grandes riquezas en costumbres y actividades que desarrollan nuestras comunidades rurales.

Es así que la aplicación de un enfoque al turismo rural comunitario es una oportunidad de desarrollo que tienen las comunidades indígenas que se encuentran en estado de pobreza, ya que, les permite contar con todos los beneficios que esta actividad económica provee. De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT), se registraron alrededor de 470 millones de visitas internacionales a países catalogados en vías de desarrollo, lo que demuestra, que el turismo es uno de los principales caminos para la generación de ingresos y empleo.

Es por ello, la importancia de que las comunidades puedan adaptarse a nuevas formas de gestión o hacer uso de una serie de procedimientos estructurados de intervención que se basen en proyectos de cooperación, donde, se puedan establecer componentes, actividades y alianzas, así mismo, que estos cuenten con la colaboración de variados actores como las comunidades y diferentes entes públicos y privados.

Previa ejecución de un proyecto de turismo, se debe tener en cuenta los riesgos de trastornar o alterar las estructuras comunales o el equilibrio que entornohabitante que existe, por ello, se hace necesario conservar las organizaciones de liderazgo y la visión que conciben estos grupos comunitarios.

Teniendo en cuenta todo lo antes mencionado se podrá considerar que en el turismo comunitario se encuentra un camino hacia el desarrollo de dichas comunidades.

Y conociendo que nuestro departamento de Huánuco cuenta con importantes atractivos turísticos y la diversidad que existe en sus costumbres es amplia; es así que el distrito de Llata se cuenta con cinco emprendimientos que actualmente no generan ingresos rentables, pese al flujo consecutivo de visitantes y turistas en el distrito de Llata.

Por ello se desarrolla la presente investigación con el fin de conocer como la aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario contribuye en el desarrollo económico de los emprendimientos en el distrito de Llata.

1.2. Justificación e importancia de la investigación

1.2.1. Justificación

En lo teórico, la investigación se realiza con el propósito de establecer si la ejecución de las estrategias desarrolladas aplicadas por el Turismo rural comunitario, correspondiendo así no solo a una experiencia de conocer el atractivo turístico, sino convirtiéndola en una experiencia vivencial en la cual aproxima al turista a las costumbres de su forma de vida, gastronomía, folclore, integrándose a la vida de la comunidad.

En la práctica, se justifica por desarrollar correctamente la gestión y metodología que permitan lograr los objetivos trazados por cada emprendimiento que conforman los emprendimientos de una red de turismo rural comunitario. Porque actualmente, se tiene conocimiento de que el turista de estos tiempos no solo busca conocer el lugar turístico sino por el contrario es el vivir la experiencia que ofrece una comunidad puesto que se ha convertido en un importante incremento en el flujo de

los visitantes y las actuaciones de los gobiernos locales para potenciar estas estrategias es importante.

1.2.2. Importancia

La retroalimentación de cada uno de los emprendimientos para mantenerse vigente en el mercado es importante, por ello, es imprescindible que el estado brinde la atención debida no solo al desarrollo de estrategias para generar sus ingresos, sino, ayudar a las comunidades a poder aplicarlos, ya que, proporcionarían que existan condiciones más favorables para ofrecer los servicios turísticos, por ende, mejora la experiencia para los turistas, así mismo, incrementa los ingresos para las comunidades, lo cual, permite potenciar en la población su calidad de vida, desarrollar su comunidad y servir de guía para otras comunidades como caso de éxito.

En el Perú, el misterio a cargo del sector planteo una serie de lineamientos enfocados en el desarrollo del turismo comunitario, que buscan orientar la gestión adecuada del mismo, permitiendo, una articulación entre las medidas tomadas por el turismo comunitario y el de los gestores locales, lo cual asegura una oferta competitiva y sostenible.

1.3. Viabilidad de la investigación

Los trabajadores que pertenecen a las empresas emprendedoras que se seleccionaron como muestra para la presente investigación tienen la predisposición de participar brindando información requerida. Existe material impreso y en internet sobre los programas de emprendimiento turístico el cual nos ha permitido planear el proyecto. En cuanto a los recursos materiales y económicos serán costeados por el investigador en su totalidad el cual cuenta con dichos recursos. Es factible realizar la investigación en ese lugar porque hay medios de transporte fluido. Por todo lo descrito podemos afirmar que si es viable realizar la presente investigación.

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Problema general

¿En qué medida la aplicación del turismo rural comunitario mejora el desarrollo económico de emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021?

1.4.2. Problemas específicos

- ¿En qué medida la aplicación del turismo rural comunitario mejora la oferta de productos de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021?
- ¿En qué medida la aplicación del turismo rural comunitario mejora la demanda de los productos de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021?

1.5. Formulación de los objetivos

1.5.1. Objetivo general

Determinar en qué medida la aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario mejora el desarrollo económico de emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021.

1.5.2. Objetivos específicos

- Determinar en qué medida la aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario mejora la oferta de productos de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021.
- Determinar en qué medida la aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario mejora la demanda de productos de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021.

CAPÍTULO II

SISTEMA DE HIPÓTESIS

2.1. Formulación de las hipótesis

2.1.1. Hipótesis general

Hi: La aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario mejora el desarrollo económico de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021.

H0: La aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario no mejora el desarrollo económico de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021.

2.1.2. Hipótesis específicas

- **H1:** La aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario mejora la oferta del producto de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021.

H0: La aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario no mejora la oferta del producto de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021.

- **H2:** La aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario mejora la demanda del producto de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021.

H0: La aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario no mejora la demanda del producto de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021

2.2. Operacionalización de variables

Tabla 1.
Operacionalización de variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
V.I TURISMO RURAL COMUNITARIO	Desarrollo de nuevos productos turísticos en el ámbito rural	1. Determinación del producto turístico. 2. Adecuación de espacios e infraestructura 3. Sensibilización y organización de las comunidades.
	Promoción y comercialización	4. Determinación de la estrategia comercial. 5. Implementación de planes de mercado
	Aprendizaje y difusión de los resultados	6. Seguimiento semanal de impactos 7. Sistematización de resultados
V.D DESARROLLO ECONOMICO	Oferta de Productos	8. Capacidad de producción
	Demanda de Productos	9. Capacidad de ventas

Fuente: elaboración propia

2.3. Definición de términos operacionales

Tabla 2.
Definición de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL
V.I TURISMO RURAL COMUNITARIO	<p>El turismo rural se refiere a toda aquella actividad turística que se realiza en zonas rurales, localidades o en áreas alejadas del ámbito urbano. Esta actividad tiene como elementos a la cultura, la forma de organización y a las practicas productivas.</p> <p>Por otro lado, el turismo rural comunitario se considera como la suma de los elementos que componen al turístico rural y el contacto cultural. Esta combinación hace posible que se genere una relación estrecha entre el responsable de recibir a las personas y el turista. Cabe mencionar que los ingresos generados de esta actividad son utilizados para responder a las necesidades de la comunidad.</p>	<p>Conocer la aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario, a través de sus componentes; con el fin de mejorar tanto el desarrollo de nuevos productos turísticos en el ámbito rural, la promoción y comercialización y el aprendizaje y difusión de los resultados.</p>
V.D DESARROLLO ECONOMICO	<p>A juicio de (Rivas García, 2017) indicó que se hace necesario un recorrido por la estructura económica del territorio en estudio, sobre qué sector sustenta su economía, cuáles son sus formas de crecimiento, ocupación y beneficios de la población.</p>	<p>Se pretende medir a través de la variación de la oferta y la demanda de los productos brindados por los emprendimientos en cuanto mejora el factor económico para estas pequeñas empresas.</p>

Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO

3.1. Antecedentes

3.1.1. A nivel internacional

A nivel internacional, se encontraron investigaciones similares:

A1. Carbajal et al. (2021) en su trabajo pretende determinar que al potenciar el capital humano existirá mayor desarrollo del turismo dentro de la provincia de Huánuco en el periodo 2015, para ello, recolecto una muestra de 22 operadores turísticos donde se pueden encontrar a gerentes y administradores de rubros como la hotelería, hospedaje y venta de comida. Al finalizar la prueba de hipótesis se determinó que existe una correlación directamente proporcional entre las variables que son objeto de estudio. Dicho resultado nos permite evidenciar que la mejora del capital humano tiene correlación con el incremento de los conocimientos y habilidades del capital humano de las empresas operadoras de turismo en Huánuco, teniendo como impacto positivo en la manera en la que se desarrollan los servicios turísticos, así como, en la generación de oportunidades de trabajo.

3.1.2. A nivel nacional

A nivel nacional, se realizaron investigaciones similares que utilizan nuestras variables.

B1. Cuba (2019), en su investigación busca establecer el nivel de relación que existen entre el desarrollo turístico, gestión municipal y desarrollo local dentro de la provincia de Huarochirí en la región Lima. Se aplicó un cuestionario que consta de 72 ítems a 34 gobernadores. La comprobación de las hipótesis de investigación se realizó utilizando la prueba de

correlación Spearman, la cual determino que entre las variables de investigación existe correlación.

B2. Ricalde (2020), en su investigación pretende conocer la relación que existe entre la actividad turística y el desarrollo turístico dentro Huarochirí en el periodo 2019, para ello, emplea un enfoque mixto, diseño no experimental - correlacional. La muestra está conformada por pobladores quienes ofrecen servicios en el sector turístico y empresarios del rubro. Los resultados muestran que el elemento ambiental se debe tomar como prioridad y se debe intervenir sobre el mediante la implementación de políticas a favor de evitar la contaminación. Así mismo, menciona que mientras haya crecimiento económico mayor será la demanda turística y se producirá crecimiento de empleo.

B4. Vidaurre (2019), en su investigación de enfoque cualitativo de nivel explicativo, considera una muestra entre turistas y pobladores de la comunidad de Chirikyacu, que tiene por fin demostrar la incidencia que existe entre el turismo rural comunitario y en el aspecto económico en la comunidad de Chirikyacu del distrito de Queropalca en el periodo 2018. Como resultados se indican que los pobladores entienden y manifiestan que el turismo rural comunitario permite tener mayores favores para su localidad, en el caso de los turistas, expresan interés en compartir con los pobladores de la comunidad, en realizar su rutina diaria, visitar recursos turísticos naturales y otras actividades del lugar

3.1.3. A nivel regional

A nivel nacional, se encontraron investigaciones similares:

C1. Barnard (2018), en su investigación descriptiva busca determinar la correlación entre el turismo rural comunitario y el aspecto económico del distrito de Queropalca en el periodo 2018, además, por medio de la misma buscar impulsar el turismo rural comunitario y que se convierta en la fuente principal de ingresos económicos para los habitantes. Los resultados de la

investigación nos mencionan que existen algunas actividades económicas propias de la zona que sirven como complemento al turismo comunitario rural, pero, se requiere de más apoyo por parte de las autoridades, del mismo modo, menciona que las celebraciones programas funcionan como estrategia para la atracción de turistas y por medio de estas los habitantes pueden brindar servicios extras y con ello beneficiar la economía local.

C2. Cajas y Pasquel (2015), en su artículo, menciona que en la región Huánuco especialmente en Churubamba actualmente los emprendimientos respecto al turismo comunitario rural están en una etapa de exploración, por lo mismo, las acciones que se viene desarrollando son empíricas. Los operadores turísticos (agencias de viaje) ofrecen dentro de sus paquetes solo aquellos lugares más conocidos, mas no, zonas donde existe potencial de desarrollar turismo rural comunitario, así mismo, no existen políticas con respecto a esta actividad, tampoco las comunidades cuentan con la formación y competencia necesaria que permita la conservación, por ende, la sostenibilidad del turismo rural comunitario en dicha localidad.

C3. Dante (2017), en su tesis, menciona que el objeto principal de la misma es demostrar la relación que tiene la gestión municipal en el desarrollo turístico, para lo cual, aplico un instrumento a los prestadores de servicios turísticos y a los gestores de las municipalidades. Los resultados muestran que entre las variables de investigación existe una influencia significativa, del mismo modo, se demostró que el turismo sostenible incide en el desarrollo turístico del distrito, sin embargo, indica que en el distrito de Huánuco existe mucha insatisfacción por parte del turista lo que advierte que no existirá un turismo sostenible a largo plazo.

3.2. Bases teóricas

3.2.1. TURISMO RURAL COMUNITARIO

El turismo local comunitario como: es aquella actividad planificada y sostenible que es desarrollada en el ámbito rural, siendo, gestionada por

medio de modelos de gestión que promueven el involucramiento y liderazgo de la comunidad, donde, existen organizaciones de base que los representan; todo ello, permite que su cultura y entorno sea el elemento diferenciador de su producto turístico. (MINCETUR, 2010)

Estrategia de Turismo Comunitario

El Turismo Comunitario, es una estrategia planteada por el MINCETUR que tiene por finalidad aportar al desarrollo turístico, así mismo, que este se convierta en competitivo, sostenible y particular. El turismo comunitario se desarrolla desde dentro de las comunidades, donde, se ofrece experiencias turísticas genuinas que se encuentren acorde a las preferencias y exigencias de los clientes; permitiendo que exista mayor diversidad en la oferta turística brindada por las comunidades, así como su desarrollo económico. (MINCETUR, 2019)

Problemática de los servicios turísticos vinculados a turismo rural comunitario.

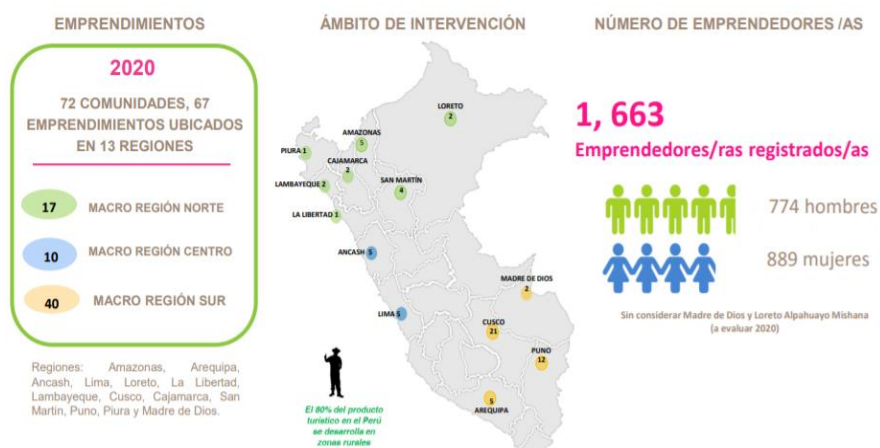
Según indica (MINCETUR, s.f.), en el Perú, se observan una problemática dentro del turismo rural comunitario, la cual, presenta una serie de dificultades a aquellos emprendimientos dirigidos a esta actividad en específico. Esta problemática es comprendida de la siguiente manera:

- La población que sirve como escenario para el turismo rural comunitario muchas de las veces se encuentran en pobreza o pobreza extrema. No aprovechando esta actividad turística para revertir la situación económica de la localidad.
- La infraestructura de los servicios básicos, así como, otras condiciones que faciliten el turismo rural comunitario son escasas, lo que no permite que se presten servicios de calidad.

- Los emprendedores relacionados al turismo rural comunitario no cuentan con capacidades empresariales necesarias que les permita impulsar sus emprendimientos.

Ámbito de intervención

En el Perú las comunidades con vocación turística en medios rurales son los destinos turísticos más frecuentados.



FUENTE: (MINCETUR, 2019)

En el mapa se puede apreciar que el departamento de Huánuco no ha explotado la actividad turística rural comunitaria pese a poseer imponentes atractivos turísticos en cada uno de sus distritos.

Condiciones mínimas para garantizar el desarrollo del turismo comunitario

Se tiene conocimiento que todos aquellos emprendimientos dirigidos a comunidades o zonas rurales presentan características particulares específicas, lo cual debe garantizar su sostenibilidad y este a su vez debe considerar las siguientes condiciones:

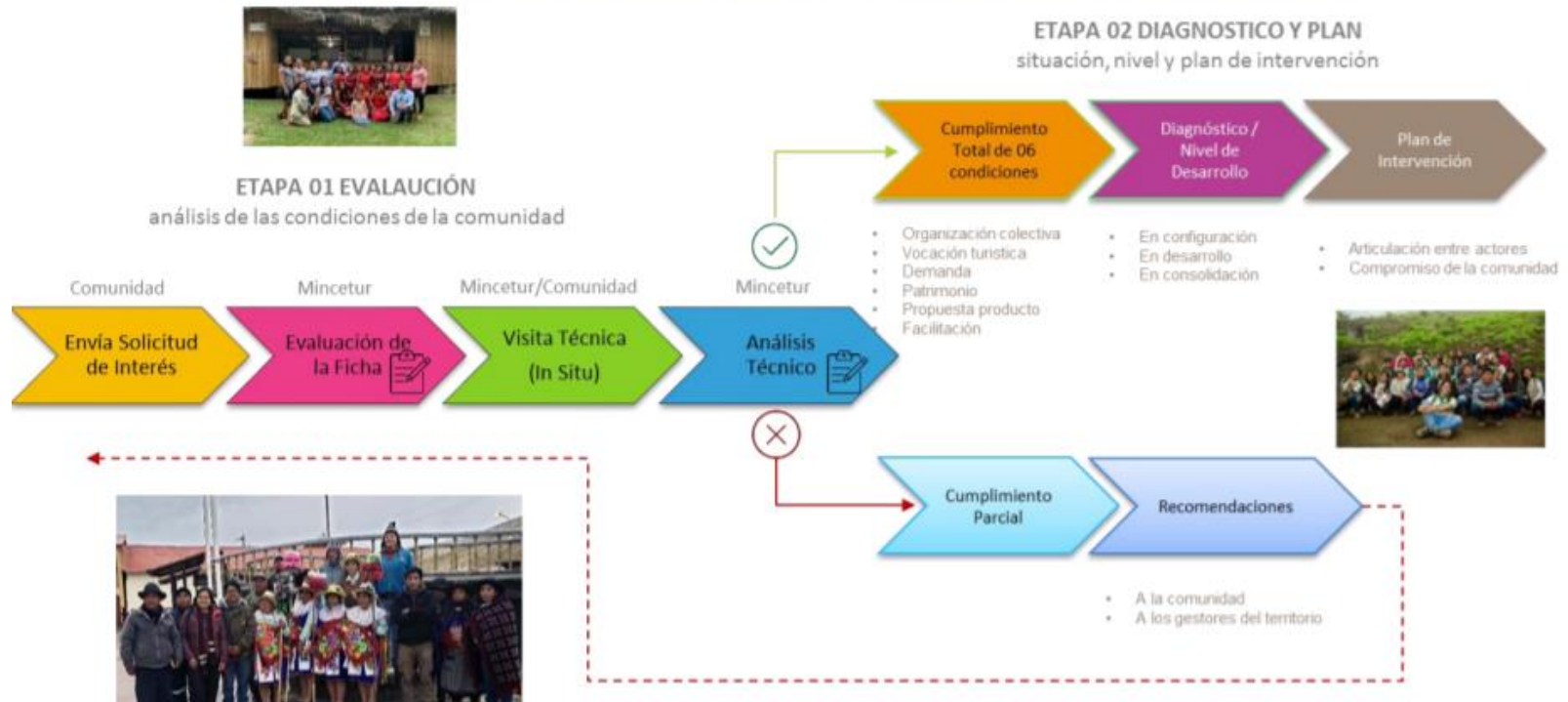


Fuente: (MINCETUR, 2019)

Asimismo, el MINCETUR nos muestra un proceso de intervención en nuevos emprendimientos que incurren en el turismo comunitario, que se encuentra dividido en dos etapas importantes: Etapa 01, evaluación; Etapa 02, diagnóstico y plan.

Proceso de Intervención

en Nuevos emprendimientos de Turismo Comunitario



Fuente: (MINCETUR, 2010)

Los componentes de un proyecto son tres (03):

- 1) Desarrollo de productos turísticos, desarrollar nuevos productos o mejorar productos existentes para que funcionen de manera sostenible y eficiente.
- 2) Desarrollo de la promoción y comercialización de productos turísticos, brindar apoyo en el desarrollo en el desarrollo de los emprendimientos turísticos con la definición y ejecución de planes enfocados en la promoción y comercialización.
- 3) Diseño de un proceso que fomente el aprendizaje y la difusión de resultados, llevar a cabo la documentación, sistematización y difusión de los resultados posteriores a la implementación del modelo de gestión definido, así como, experiencias asimiladas para facilitar su aplicación y réplica en otras localidades.

GRÁFICO 8. COMPONENTES Y ACTIVIDADES DEL PROYECTO

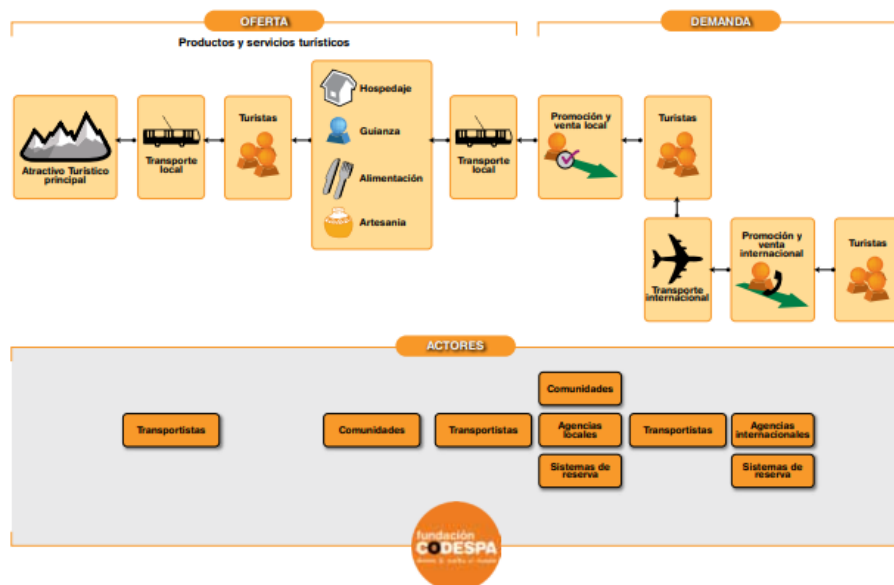


Fuente: (CODESPA, 2011)

3.2.2. DESARROLLO ECONOMICO

Para Rivas (2017), es indispensable evaluar la estructura económica de la comunidad objeto de estudio considerando los siguientes aspectos: los sectores que generan impacto en la economía de la comunidad, las tendencias de crecimiento, la empleabilidad, etc. Así mismo, se deben hacer uso de indicadores de producción y empleo, así como, el rol que juega el turismo dentro de la estructura.

Con la intervención del turismo rural comunitario se desarrollan beneficios económicos para cada una de las comunidades que la conforman, ello reflejado en mayores ingresos y mejores utilidades, entonces, es preciso presentar uno de los modelos desarrollados y aplicados por la Fundación CODESPA.



Fuente: (CODESPA, 2011)

Fundación CODESPA, en cuanto a la demanda, profundizó en la comercialización y en la creación de alianzas de carácter estratégico con entes públicos y privados.

Para tal fin, establecieron puntos de difusión y de venta en las comunidades, trabajando de la mano con operadoras turísticas de la

localidad para incluir el turismo rural comunitario en los sistemas de reserva y en distintas agencias a nivel internacional.

Del mismo modo, se trazó el camino para la comunicación entre actores como son: comunidades, empresas privadas y autoridades para buscar el desarrollo del sector turístico en la región.

En el caso de la oferta, se tuvo como objetivo trabajar conjuntamente con las comunidades para la apertura de nuevos productos turísticos. Para ello, se capacitó sobre el aspecto empresarial y a las comunidades en temas relacionados al alojamiento, gastronomía, servicio al cliente, etc.

Así mismo, se aplicaron distintas estrategias, entre las que destacan la identificación de líderes, la consolidación del trabajo en asociaciones y redes, así como, el soporte al momento de diseñar material para la promoción y mercadeo.

Con todo lo antes mencionado, las comunidades se encontraron fortalecidas realizando la implementación de habitaciones para el hospedaje de turistas, logrando alcanzar un equilibrio entre su estilo cultural y estándares mínimos de calidad.

DEMANDA

Estudiar la demanda turística comprende un esfuerzo mayor al ser de gran complejidad, esto debido, a las particularidades de sus características. También cabe mencionar, que, en la actualidad la demanda turística viene sufriendo profundos cambios en su comportamiento y en las necesidades de los clientes (turistas).

En el caso de la demanda del turismo comunitario, se podría considerar que es una de mayor complejidad en contraste con la demanda tradicional, esto debido a que, en el comportamiento del consumidor, en este caso el turista, se evidencia una inconstancia y heterogeneidad incluso en la misma experiencia turística.

3.2.3. Estrategias y componentes del proyecto:

El modelo de gestión fue diseñado con la consigna de desarrollar las capacidades de los actores relacionados al turismo rural comunitario, con la finalidad de fortalecer sus conocimientos, ya que, de esta manera, se podrán mejorar los servicios convirtiéndolos en servicios de calidad. Así mismo, la implementación de este modelo busca revalorar la cultura, y convertirla en una fuente de ingresos y beneficios para la comunidad, permitiendo, mejorar la calidad de vida de la población.

Para lograr este objetivo, se identificaron cuatro componentes, dos estrategias y un enfoque que opera de forma transversal.

3.2.4. Estrategias aplicadas por CODESPA

A fin de implementar la intervención, Fundación CODES, diseño una propuesta de modelo de gestión para el turismo rural comunitario dentro de la cadena de valor turística. Este modelo comprende tanto estrategias para el desarrollo para la demanda local, nacional e internacional como para la oferta de los productos turísticos.

3.3. Bases conceptuales

Emprendimiento de Turismo Comunitario:

De acuerdo al MINCETUR, se define al emprendimiento turístico como una serie de iniciativas establecidas en una zona con inclinación turística y articuladas a una dirección turística, promovidas por emprendedores y con la colaboración de gestores, que, bajo un enfoque colaborativo, promueven los productos del Turismo Comunitario, a fin de crear experiencias únicas que contribuyan a la sostenibilidad y la mejora en el bienestar universal de la población local.

Actividad turística:

(Ronquillo, 2015) indica que la actividad turística se define como una serie de tareas que son parte del producto turístico y que gracias a su interrelación y particularidad se transforman en un punto de apalancamiento para el crecimiento del sector económico. Así mismo, esta es desarrollada de acuerdo al aspecto económico, social, cultural y ambiental actual, tomando como sustento a la demanda, que permite generar una oferta turística donde se encuentran involucradas las comunidades. La actividad turística tiene dos fines principales; la primera es de permitir a la comunidad participar en el proceso y la segunda es la satisfacción de necesidades que tienen los turistas.

Emprendedor:

Como señala la Resolución Ministerial N°402-2019-MINCETUR, se define como emprendedor al poblador o habitante de una comunidad que gestiona un emprendimiento relacionado a la actividad turística (hospedaje, gastronomía, artesanía, etc.), y que trabaja de forma constantemente para la consecución de objetivos personales y comunes, convirtiéndose en el líder del movimiento turístico en su localidad bajo los principios de ética y valores.

Sitios turísticos:

En el Plan Nacional de Calidad Turística del Perú aprobado con R.M N°465-2017-MINCETUR, los sitios turísticos son atracciones físicas o lugares que constituyen la esencia de los productos turísticos, así mismo, se pueden definir como los espacios donde se desarrollan actividades turísticas. Estas cuentan con la infraestructura y los servicios necesarios que contribuyan en la mejora de la experiencia del turista respondiendo a sus necesidades, se encuentran a cargo de entidades públicas o privadas.

Unidad de Gestión.

En el contexto turístico, la unidad de gestión viene a ser los administradores o responsables del sitio turístico, quienes cuentan con determinadas

competencias y facultades para ejecutar y velar por el buen funcionamiento del sitio. Estos sitios turísticos pueden ser administrados con base en diversos modelos dependiendo de la entidad a cargo.

Visitante:

Es considerado como el turista o aquella persona que se desplaza a un lugar diferente del lugar en donde vive, por un determinado tiempo con la finalidad de diversión, negocios u otros motivos personales que no impliquen su residencia por empleo en el lugar de destino.

Comunidades:

Conjunto de personas relacionadas por características o intereses en común; presentan singularidades tales como la coexistencia de quienes la conforman en una misma circunscripción geográfica, una cultura conformada por valores y costumbres, una visión sobre el mundo, así como, un legado que posee valores tangibles e intangibles, que son trasladados a las siguientes generaciones. Es importante mencionar que las comunidades tienen como interés común el preservar la riqueza cultura y/o natural.

Medio rural:

Es un espacio interno en el que viven grupos de familias que llevan a cabo distintas actividades económicas, las cuales se encuentran en función de su organización social, permitiendo un vínculo entre sus habitantes y el territorio con base en el respeto y la reciprocidad.

Destino turístico sostenible:

El Turismo Comunitario plantea un modelo que establece variedad dentro de los productos turísticos, haciendo de esta actividad competitiva, sostenible y diferencial, siendo, que parte desde el interés de la comunidad, de la predisposición de la zona y de las motivaciones de los visitantes, todo bajo un enfoque empresarial. Es importante mencionar que para poder prestar el

servicio se debe reunir las condiciones necesarias para lograr la sostenibilidad de los emprendimientos de Turismo Comunitario.

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4.1. **Ámbito de estudio**

El ámbito de estudio se desarrolla en el distrito de Llata; Provincia de Huamalíes. Con respecto al estudio se pretende evidenciar el impacto de las estrategias para apoyar las comunidades que apuestan por el turismo rural comunitario.

4.2. **Tipo y nivel de investigación**

4.2.1. **Nivel de investigación**

La presente investigación es de nivel explicativo correlacional, debido a que la investigación pretende responder el por qué se da un fenómeno y las condiciones que hacen que esto sea posible, al mismo tiempo, es posible determinar las causas y efectos luego de aclarar el fenómeno en si, basándose en teorías y leyes. (Hernández, et., 2006)

4.2.2. **Tipo de investigación**

Prospectivo. El estudio es realizado en el presente, pero, los hechos (efectos) podrán ser analizados transcurrido un periodo de tiempo.

Aplicada. Según Abarza (2012), en este tipo de investigación lo que guarda mayor relevancia son los efectos posteriores a la aplicación o utilización de conocimiento.

Observacional. Un estudio observacional se caracteriza porque no existe intervención por parte del investigador, siendo, que este se limita al sondeo de las variables que se tienen en estudio.

Longitudinal: Myers, (2006) refiere que la principal característica de este estudio es el hecho de que sigue el mismo proceso a lo largo del tiempo.

Esto posibilita a los investigadores ver cómo evolucionan las variables observadas y sus propiedades. La mayoría de autores consideran que este tipo de estudio es ideal para definir una secuencia temporal, con ello, se pueden hacer cambios y generar las poderosas interpretaciones causales requeridas por el método científico.

Descriptivo: según Dalem & Mayer (2006) La investigación descriptiva es aquella utilizada para detallar la realidad de escenarios, sucesos, individuos, grupos o colectivos que sean motivo de análisis.

4.3. Población y muestra

4.3.1. Descripción de la población

La población seleccionada para el presente trabajo de investigación estará constituida por los cinco emprendimientos ubicados en el distrito de Llata que se encuentran debidamente constituidos, hasta el año 2021, según detalle:

Tabla 3.

Registro de empresas en Llata legalmente constituido, 2021.

EMPRESA	RUBRO	NRO DE PERSONAS QUE CONFORMAN LA EMPRESA
Empresa 1	Gastronomía	14
Empresa 2	Artesanía	12
Empresa 3	Crianza de cuyes	8
Empresa 4	Textiles	14
Empresa 5	Artesanía	12
TOTAL		60

De acuerdo a Hernández et al. (2014), la población es el conjunto de elementos que conforman el fenómeno que está sujeto a estudio.

4.3.2. Muestra y método de muestreo

La muestra estará conformada por 60 personas que trabajan en cada una de las empresas registradas en el distrito de Llata.

4.3.3. Criterio de inclusión y exclusión

Criterio de inclusión:

- La empresa debe poseer una antigüedad de 1 año.
- La empresa debe tener encontrarse debe estar debidamente constituida.
- La empresa no debe estar registrada en Infocorp.

Criterio de exclusión:

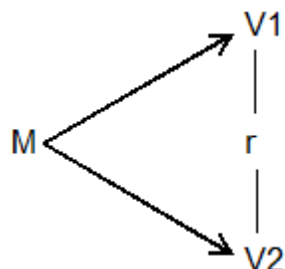
- El no funcionamiento de la empresa por un tiempo mayor a seis meses.

4.4. Diseño de investigación

El diseño no experimental pretende explicar los componentes clave de las variables investigadas en este estudio. Así mismo, se hizo uso de pruebas estadísticas para determinar si las estrategias utilizadas en el estudio son relevantes para generar los efectos esperados, es decir, si las acciones planteadas mejoran el desarrollo económico de los negocios desarrollados en el distrito de Llata.

El diseño de investigación es un plan o estrategia de un proyecto definido para la obtención de la información, además, de un cronograma estructurado que básicamente da seguimiento a las rutas tomadas en la tarea de medir variables. (Hernández, et., 2014)

El esquema que representa el trabajo con las variables es como se muestra:



En donde:

M = Personas que laboran en las empresas del distrito de Llata

V1 = Datos de las estrategias del turismo rural comunitario

V2 = Datos del emprendimiento del distrito de Lata

r = Índice de correlación.

4.5. Técnicas e instrumentos

4.5.1. Técnicas

Para la recolección de los datos se utilizó la técnica de la encuesta aplicada a 30 personas que laboran en el distrito de Llata.

4.5.2. Instrumentos

Cuestionario. Instrumento seleccionado para identificar los cómo influye la aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario en los emprendimientos desarrollados en el distrito de Llata. Está conformado por 13 ítems que serán aplicados a 30 personas que son parte de los diferentes emprendimientos.

4.5.2.1. Validación de los instrumentos para la recolección de datos.

La validación de los instrumentos se realizará mediante la evaluación de un grupo de expertos, quienes determinaran los criterios de evaluación y así verificarán su validez.

4.5.2.2. Confiabilidad de los instrumentos para la recolección de datos.

En esta investigación se empleará el alfa de Cronbach donde se tiene que observar que de cada ítem el coeficiente sea mayor de 0,5 para considerarla como confiable.

Este procedimiento se realizará utilizando como herramienta el SPSS.

4.6. Técnicas para el procedimiento y análisis de datos

Procedimiento de datos:

Para la recolección de datos, se solicitaron los permisos necesarios a los responsables.

Recolección de los datos: La ficha de observación se aplicó a las 30 personas que forman parte de los emprendimientos desarrollados en el distrito de Llata.

Revisión de los datos: La respuesta de la herramienta utilizada fue revisada críticamente para verificar la integridad de la respuesta.

El ordenamiento de la Información: Consiste en filtrar la información revisando los datos con el fin de concertar los denominados datos primarios.

Plan de tabulación

Definimos las tareas a realizar con la finalidad de procesar y analizar la información obtenida para luego ser tabulada.

Una vez codificado el reporte, se hará uso del programa SPSS versión 23 para la construcción de la base de datos.

A. Procesamiento de los datos. - Para el procesamiento de los datos se hará uso del programa estadístico SPSS en su versión 23, aquí se realizará el

registro de toda la información obtenida luego de la aplicación de los instrumentos.

B. Clasificación de la Información: Los datos serán agrupados en tablas de distribución, teniendo en cuenta la variable independiente y dependiente.

C. La Codificación y Tabulación: En esta etapa se le da forma a los datos para que puedan ser tabulados, generalmente en números o letras. La asignación se realiza colocando cada variable en un grupo establecido en la clasificación de datos.

Análisis de datos

La prueba de no paramétrica Rho correlación de Spearman:

- a. SPEARMAN (Rho de Spearman). Este factor es una medida de la relación lineal que utiliza un rango. Hay dos formas para poder determinar el coeficiente de correlación. La r de Spearman, también conocida como rho de Spearman, es más sencilla en cuanto al cálculo que la r de Kendal.

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

- b. Fórmula:

4.7. Aspectos éticos

Debido a que el estudio se basa en principios éticos, si el sujeto del estudio es un ser humano, se tendrán en cuenta todos los aspectos establecidos al respecto, así como, su consentimiento previo para participar. Así mismo, si la política nacional permite el desarrollo de la investigación, si es posible estudiar los fenómenos considerados, si existen los recursos necesarios para ello y si los investigadores realizan este tipo de prácticas. Por lo tanto, cabe establecer el principio no malicioso de "comprometer a todos primero antes de recabar cualquier información", así como, que los investigadores deben velar por

minimizar el riesgo de los sujetos siendo que será responsable por el principio de daño y no beneficio.

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSION

5.1. Análisis descriptivo

Seguidamente, se muestran los resultados obtenidos luego de la aplicación de los instrumentos para la variable independiente “Estrategias del turismo rural comunitario”, con tres dimensiones y 18 indicadores; la segunda variable de estudio “Desarrollo económico” con dos dimensiones y 3 indicadores; hacen un total de 21 ítems, aplicado a 60 personas que trabajan en cada una de las empresas registradas en el distrito de Llata. Para facilitar la interpretación de los resultados, estos fueron ordenados en tablas y gráficos estadísticos.

Luego de obtenida la información, se utilizó la herramienta ofimática Excel para procesar la base de datos. Posteriormente, la información fue segmentada para cada una de las dimensiones de nuestra variable.

VARIABLE INDEPENDIENTE: Estrategias del turismo rural comunitario

DIMENSIÓN 1: Desarrollo de nuevos productos turísticos en el ámbito rural

SUB-DIMENSIÓN 1: Determinación del producto turístico

Tabla 1.

Análisis estadístico descriptivo de la sub-dimensión 1: Desarrollo de nuevos productos turísticos en el ámbito rural.

DETERMINACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO		
ESCALA	F	%
Nunca	0	0
Casi nunca	0	0
A veces	26	43.3
Casi siempre	30	50
Siempre	4	6.67
TOTAL	60	100

Fuente: Realizado por el investigador

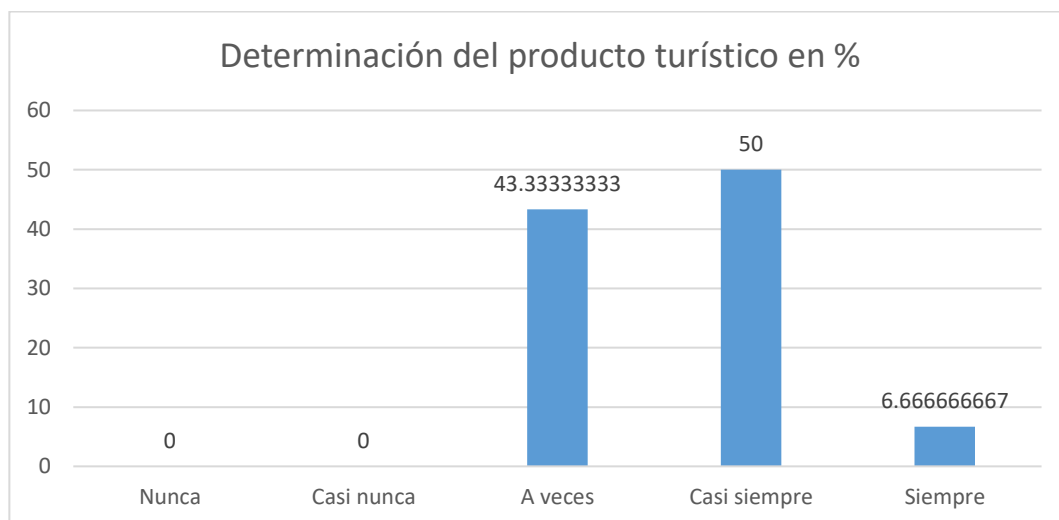


Gráfico 1. Distribución porcentual de la percepción de los trabajadores de empresas emprendedoras ligadas al turismo rural comunitario sobre la Determinación del producto turístico

Interpretación: Según la tabla 1 y gráfico 1, se puede observar que el 43.3% de las personas que laboran en empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural comunitario dicen que a veces se realiza la determinación del producto turístico; el 50% dicen que casi siempre y el 6.6% dicen que siempre.

Se obtuvo un promedio de los resultados de 3.63, redondeando es igual a 4 donde la escala de Likert representa a **casi siempre**. Esto nos indica que las personas que laboran en empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural reconocen que hay una buena determinación del producto turístico; Esto se corrobora con la percepción que tenemos de la población que ama a su tierra, son regionalistas, valoran su cultura, se esmeran por brindar un buen servicio y tratan de incorporar nuevas ideas logrando ser innovadores en muchos de los casos.

SUB-DIMENSIÓN 2: Adecuación de espacios e infraestructura

Tabla 2.

Análisis estadístico descriptivo de la sub-dimensión 2: Adecuación de espacios e infraestructura.

ADECUACIÓN DE ESPACIOS E INFRAESTRUCTURA		
ESCALA	F	%
Nunca	0	0
Casi nunca	11	18.3
A veces	47	78.3
Casi siempre	2	3.33

Siempre	0	0
TOTAL	60	100

Fuente: Realizado por el investigador

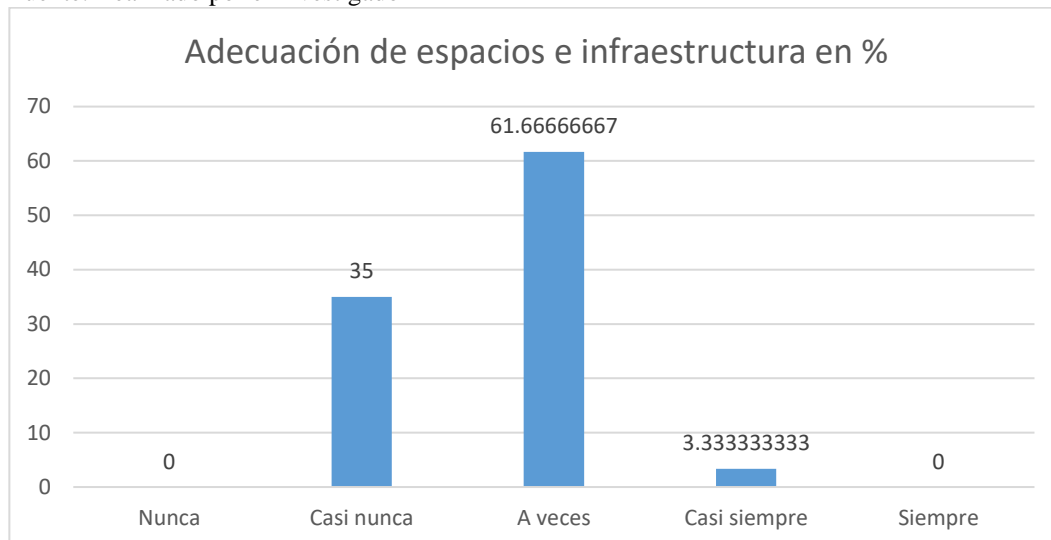


Gráfico. 2. Distribución porcentual de la percepción de los trabajadores de empresas emprendedoras ligadas al turismo rural comunitario sobre la Adecuación de espacios e Infraestructura.

Interpretación: Según la tabla 2 y gráfico 2, se puede observar que el 35% de las personas que laboran en empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural comunitario dicen que **casi nunca** se realiza la adecuación de espacios e infraestructura; el 61.6% dicen que a veces y el 3.3% dicen que casi siempre.

Se obtuvo un promedio de los resultados de 2.68, redondeando es igual a 3 donde la escala de Likert representa **a veces**. Esto nos indica que las personas que laboran en empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural comunitario reconocen que no hay una buena adecuación de espacios e infraestructura; Esto se puede apreciar por la deficiente adecuación de los espacios y la falta de infraestructura.

SUB-DIMENSIÓN 3: Sensibilización y organización

Tabla 3.

Análisis estadístico descriptivo de la sub-dimensión 3: Sensibilización y organización

Sensibilización y organización		
ESCALA	F	%
Nunca	1	1.6667
Casi nunca	13	21.667
A veces	43	71.667
Casi siempre	3	5
Siempre	0	0

TOTAL	60	100
-------	----	-----

Fuente: Realizado por el investigador

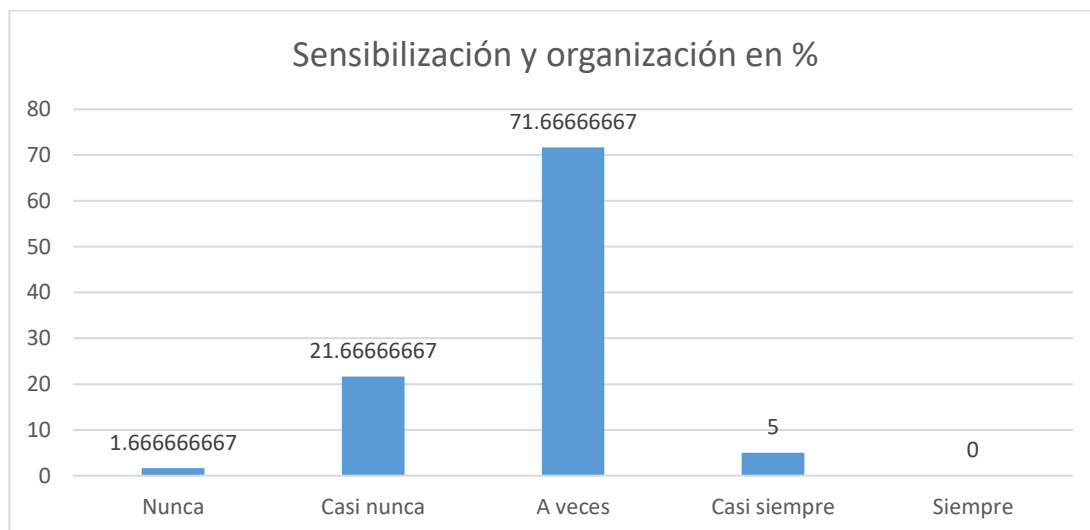


Gráfico. 3. Distribución porcentual de la percepción de los trabajadores de empresas emprendedoras ligadas al turismo rural comunitario sobre la Sensibilización y organización.

Interpretación: Según la tabla 3 y el gráfico 3, se puede observar que el 1.6% de las personas que laboran en empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural comunitario dicen que **nunca** se realiza la Sensibilización y Organización; el 21.6% dicen que casi nunca; el 71.6% dicen a veces; y el 5% dicen que casi siempre.

Se obtuvo un promedio de los resultados de 2.8, redondeando es igual a 3 donde la escala de Likert representa **a veces**. Esto nos indica que las personas que laboran en empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural comunitario reconocen que no hay una buena Sensibilización y Organización; Esto se puede apreciar por la deficiente sensibilización y organización

DIMENSIÓN 1: Desarrollo de nuevos productos turísticos en el ámbito rural

Tabla 4.

Análisis estadístico descriptivo de la Dimensión 1: Desarrollo de nuevos productos turísticos en el ámbito rural

Desarrollo de nuevos productos turísticos en el ámbito rural		
ESCALA	F	%
Nunca	0	0
Casi nunca	0	0
A veces	37	61.7
Casi siempre	23	38.3
Siempre	0	0
TOTAL	60	100

Fuente: Realizado por el investigador

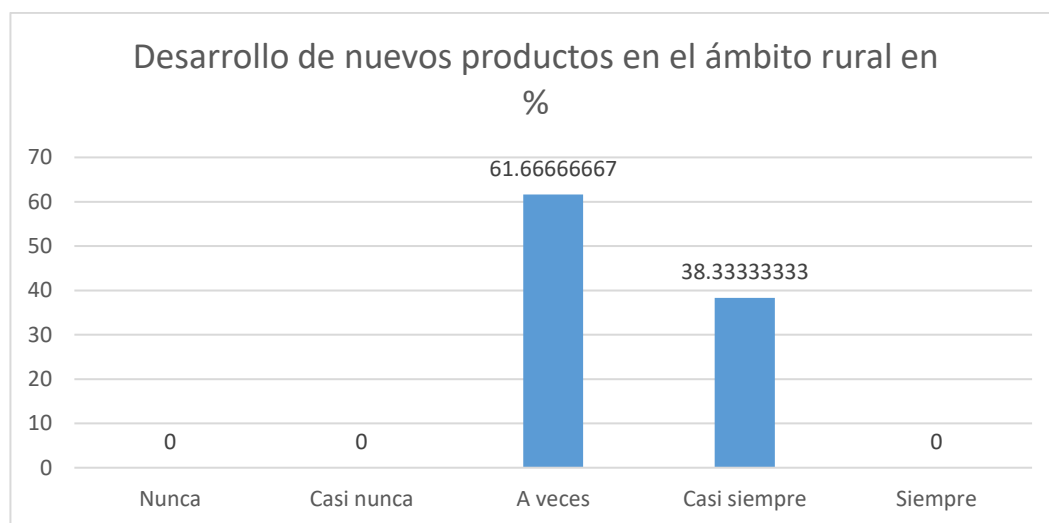


Gráfico 4. Distribución porcentual de la percepción de los trabajadores de empresas emprendedoras ligadas al turismo rural comunitario sobre el Desarrollo de nuevos productos en el ámbito rural

Interpretación: Según la tabla 4 y gráfico 4, se puede observar que el 61.6% de las personas que laboran en empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural comunitario dicen que **a veces** se Desarrolla nuevos productos en el ámbito rural; el 38.3% dicen que casi siempre.

Se obtuvo un promedio de los resultados de 3.4 redondeando es igual a 3 donde la escala de Likert representa **a veces**. Esto nos indica que las personas que laboran en empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural comunitario reconocen que es insuficiente el desarrollo de nuevos productos en el ámbito rural; Esto se puede apreciar por la no variación en cuanto a sus productos y servicios

DIMENSIÓN 2: Promoción y Comercialización

SUB-DIMENSIÓN 4: Determinación de la estrategia comercial

Tabla 5.

Análisis estadístico descriptivo de la sub-dimensión 4: Determinación de la estrategia comercial

Determinación de la estrategia comercial		
ESCALA	F	%
Nunca	0	0
Casi nunca	10	16.7
A veces	42	70

Casi siempre	8	13.3
Siempre	0	0
TOTAL	60	100

Fuente: Realizado por el investigador

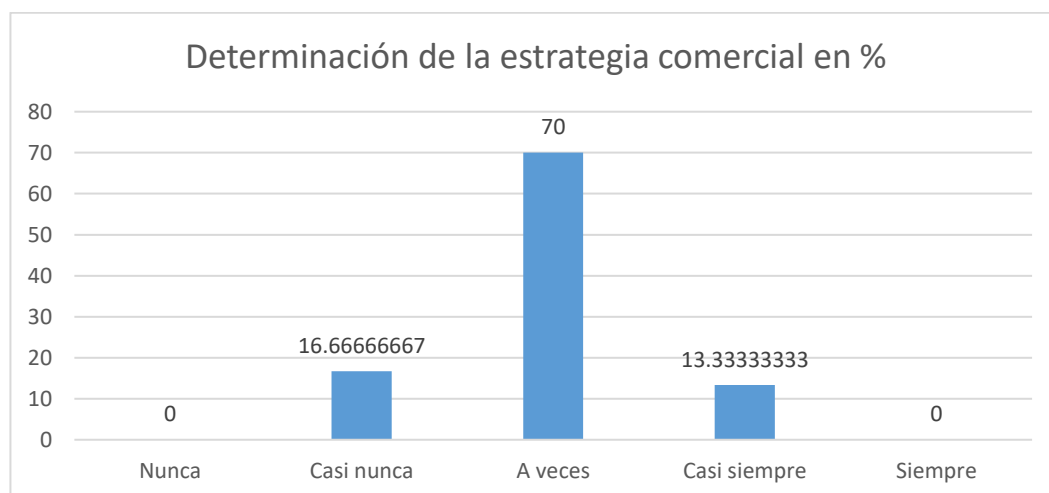


Gráfico. 5. Distribución porcentual de la percepción de los trabajadores de empresas emprendedoras ligadas al turismo rural comunitario sobre la Determinación de la estrategia comercial

Interpretación. Según la tabla 5 y gráfico 5, se puede observar que el 16.6% de las personas que laboran en empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural comunitario dicen que **casi nunca** se ha determinado estrategias comerciales; el 70% dicen a veces; y el 13.3 % dicen casi siempre.

Se obtuvo un promedio de los resultados de 2.96, redondeando es igual a 3 donde la escala de Likert representa **a veces**. Esto nos indica que las personas que laboran en empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural comunitario reconocen que a veces se determina una estrategia comercial; Esto se puede percibir por la no variación de sus productos y/o servicios.

SUB-DIMENSIÓN 5: Implementación de planes de mercado

Tabla 6.

Distribución de frecuencia de la implementación de planes de mercado

Implementación de planes de mercado		
ESCALA	F	%
Nunca	1	1.6667
Casi nunca	7	11.667
A veces	48	80
Casi siempre	4	6.6667

Siempre	0	0
TOTAL	60	100

Fuente: Realizado por el investigador

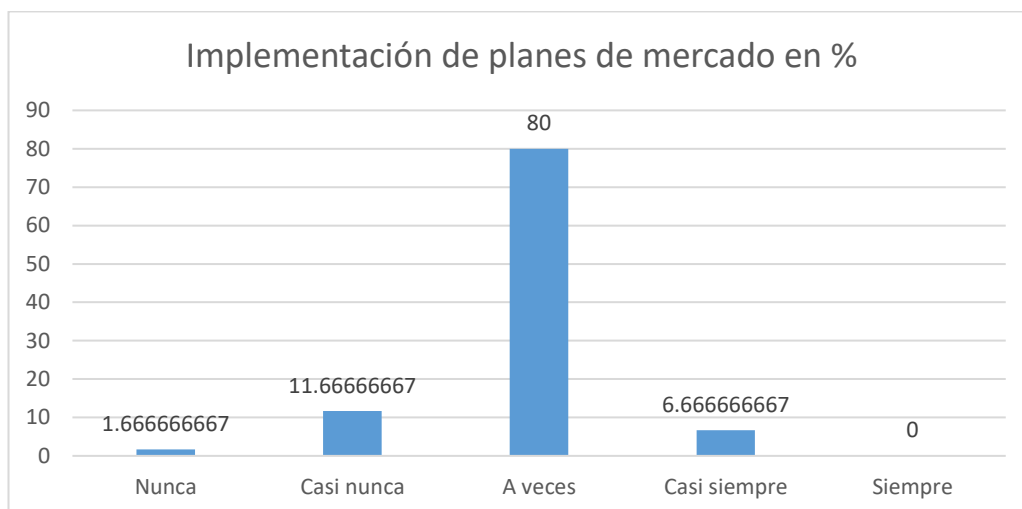


Gráfico. 6. Distribución porcentual de la percepción de los trabajadores de empresas emprendedoras ligadas al turismo rural comunitario sobre la implementación de planes de mercado

Interpretación: Según la tabla 6 y gráfico 6, se puede observar que el 1.6% de las personas que laboran en empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural comunitario dicen que **nunca** se ha realizado la implementación de planes de mercado; el 11.6% dicen casi nunca; el 80% dicen a veces; y el 6.6 % dicen casi siempre.

Se obtuvo un promedio de los resultados de 2.91, redondeando es igual a 3 donde la escala de Likert representa **a veces**. Esto nos indica que las personas que laboran en empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural comunitario mencionan que a veces se realiza implementación de planes de mercado; Esto se puede percibir por la no variación de sus productos y/o servicios.

DIMENSIÓN 2: Promoción y Comercialización

Tabla 7.

Análisis estadístico descriptivo de la Dimensión 2: Promoción y Comercialización

Promoción y Comercialización			
ESCALA		F	%
Nunca		0	0
Casi nunca		0	0
A veces		37	61.7

Casi siempre	23	38.3
Siempre	0	0
TOTAL	60	100

Fuente: Realizado por el investigador

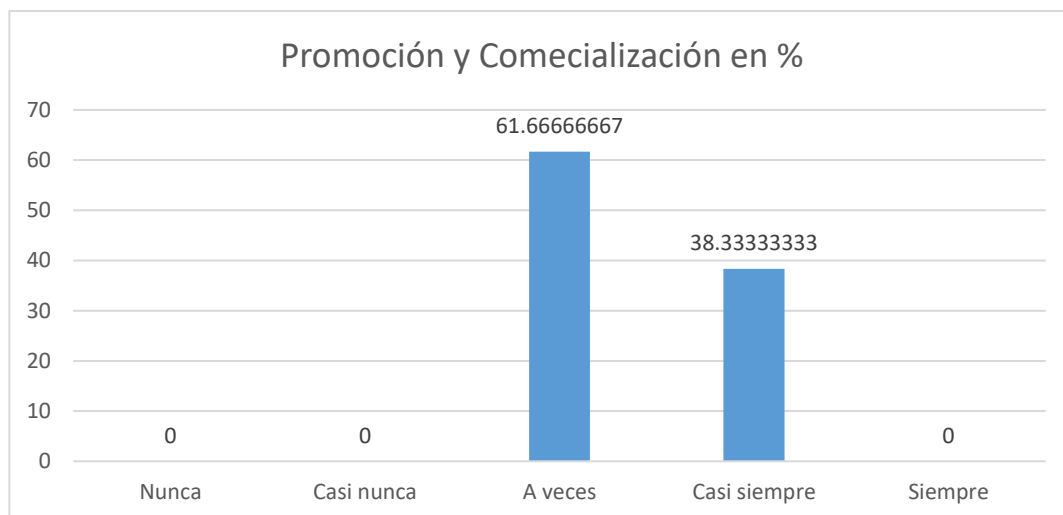


Gráfico. 7. Distribución porcentual de la percepción de los trabajadores de empresas emprendedoras ligadas al turismo rural comunitario sobre Promoción y Comercialización

Interpretación: Según la tabla 7 y gráfico 7, se puede observar que el 61.6% de las personas que laboran en empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural comunitario dicen que **a veces** se realiza Promoción y Comercialización; el 38.3% dicen que casi siempre.

Se obtuvo un promedio de los resultados de 3.38 redondeando es igual a 3 donde la escala de Likert representa **a veces**. Esto nos indica que las personas que laboran en empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural comunitario dicen que es insuficiente la promoción y comercialización; Esto se puede percibir por la poca demanda de sus productos en algunos rubros

DIMENSIÓN 3: Aprendizaje y difusión de resultados

SUB-DIMENSIÓN 6: Seguimiento semanal de impactos

Tabla 8.

Distribución de frecuencias del Seguimiento semanal de impactos

Seguimiento semanal de impactos		
ESCALA	F	%

Nunca	4	6.67
Casi nunca	31	51.7
A veces	22	36.7
Casi siempre	3	5
Siempre	0	0
TOTAL	60	100

Fuente: Realizado por el investigador

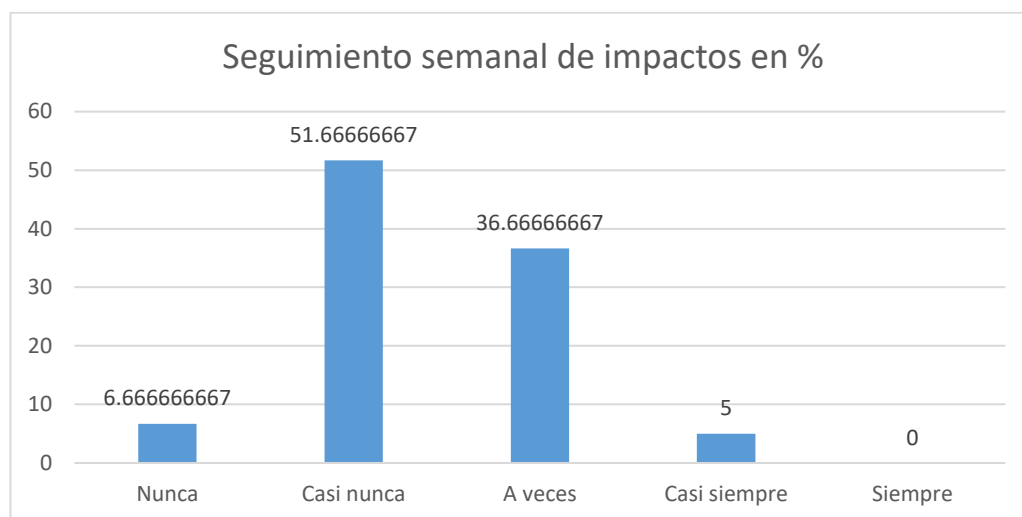


Gráfico. 8. Distribución porcentual de la percepción de los trabajadores de empresas emprendedoras ligadas al turismo rural comunitario sobre Seguimiento semanal de impactos

Interpretación: Según la tabla 8 y gráfico 8, se puede observar que el 6.6% de las personas que laboran en empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural comunitario dicen que **nunca** se ha realizado el Seguimiento semanal de impactos; el 51.6% dicen casi nunca; el 36.6% dicen a veces; y el 5 % dicen casi siempre.

Se obtuvo un promedio de los resultados de 2.4, redondeando es igual a 2 donde la escala de Likert representa **casi nunca**. Esto nos indica que las personas que laboran en empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural comunitario mencionan que casi nunca se realiza el Seguimiento semanal de impactos; Esto se puede percibir porque no cuentan con indicadores de impactos con respecto al turismo rural comunitario.

SUB-DIMENSIÓN 7: Sistematización de resultados

Tabla 9.

Distribución de frecuencias de Sistematización de resultados

Sistematización de resultados

ESCALA	F	%
Nunca	1	1.6667
Casi nunca	12	20
A veces	40	66.667
Casi siempre	7	11.667
Siempre	0	0
TOTAL	60	100

Fuente: Realizado por el investigador

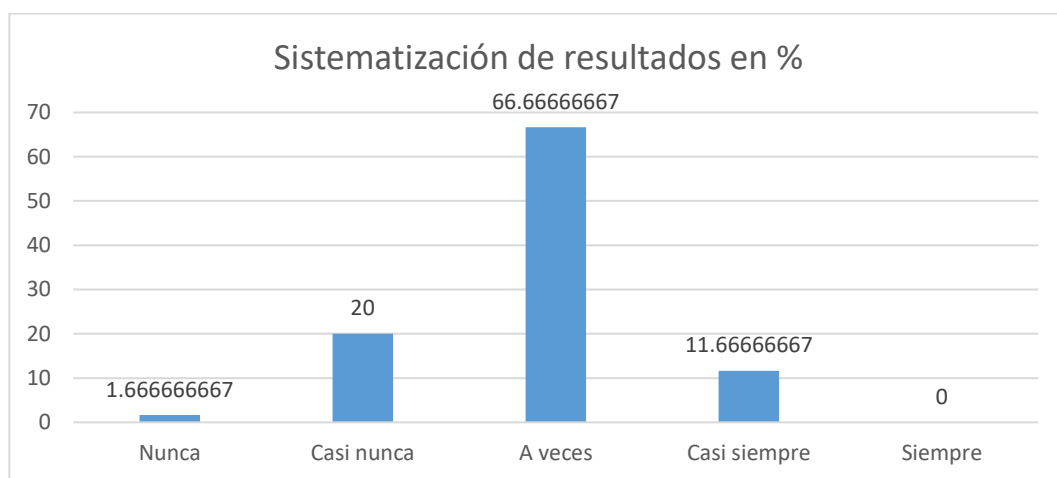


Gráfico. 9. Distribución porcentual de la percepción de los trabajadores de empresas emprendedoras ligadas al turismo rural comunitario sobre Sistematización de resultados

Interpretación: Según la tabla 9 y gráfico 9, se puede observar que el 1.6% de las personas que laboran en empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural comunitario dicen que **nunca** se ha realizado la Sistematización de los resultados; el 20% dicen casi nunca; el 66.6% dicen a veces; y el 11.6% dicen casi siempre.

Se obtuvo un promedio de los resultados de 2.88, redondeando es igual a 3 donde la escala de Likert representa **a veces**. Esto nos indica que las personas que laboran en empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural comunitario mencionan que a veces se realiza la Sistematización de los resultados; Esto no se puede percibir porque no cuentan con indicadores de impactos con respecto al turismo rural comunitario.

DIMENSIÓN 3: Aprendizaje y difusión de los resultados

Tabla 10.

Análisis estadístico descriptivo de la Dimensión 3: Aprendizaje y difusión de los resultados

Aprendizaje y difusión de resultados		
ESCALA	F	%
Nunca	0	0
Casi nunca	4	6.667
A veces	43	71.67
Casi siempre	13	21.67
Siempre	0	0
TOTAL	60	100

Fuente: Realizado por el investigador

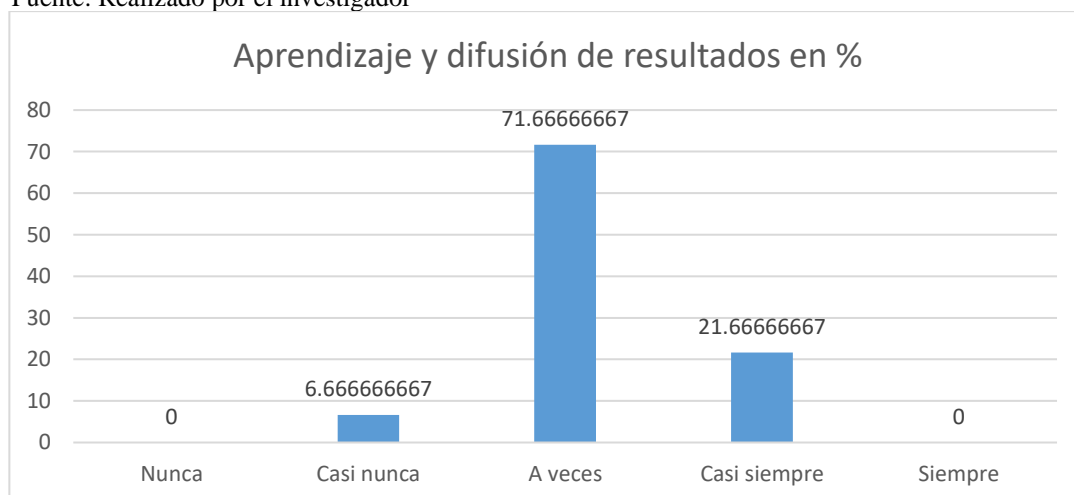


Gráfico. 10. Distribución porcentual de la percepción de los trabajadores de empresas emprendedoras ligadas al turismo rural comunitario sobre Aprendizaje y difusión de resultados

Interpretación: Según la tabla 10 y gráfico 10, se puede observar que el 6.6% de las personas que laboran en empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural comunitario dicen que **casi nunca** a un aprendizaje y difusión de resultados; el 71.6% dicen a veces y el 21.6% dicen casi siempre.

Se obtuvo un promedio de los resultados de 3.15 redondeando es igual a 3 donde la escala de Likert representa **a veces**. Esto nos indica que las personas que laboran en empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural comunitario dicen que es a veces se desarrollan actividades de aprendizaje y difusión de resultados; Esto se puede percibir por qué no hay actividades de aprendizaje y menos de difusión de resultados.

VARIABLE X: ESTRATEGIAS DEL TURISMO REAL COMUNITARIO

Tabla 11.

Análisis estadístico descriptivo general de la Variable X: Estrategias del turismo rural comunitario.

ESTRATEGIAS DE TURISMO RURAL COMUNITARIO		
ESCALA	F	%
Nunca	0	0
Casi nunca	0	0
A veces	37	61.67
Casi siempre	23	38.33
Siempre	0	0
TOTAL	60	100

Fuente: Realizado por el investigador

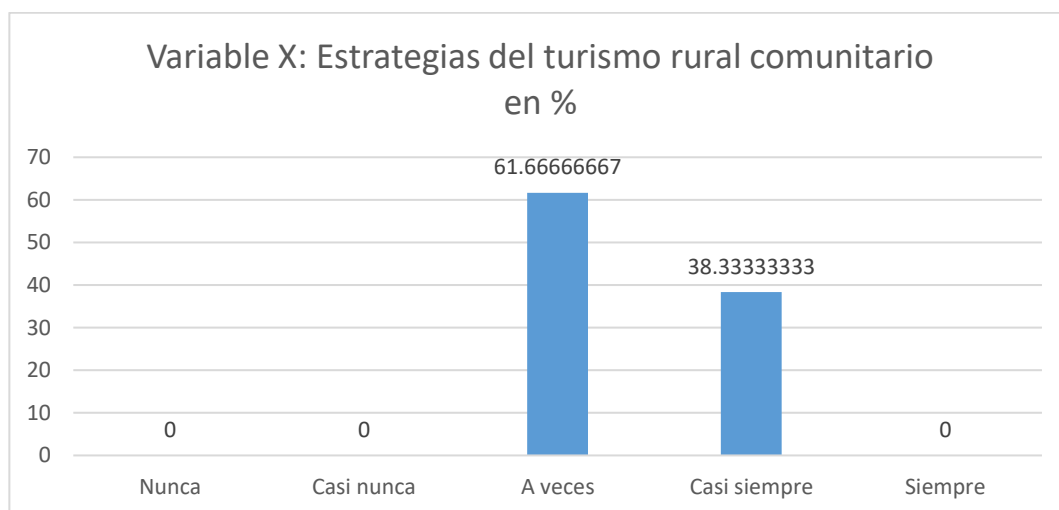


Gráfico. 11. *Distribución porcentual de la percepción de los trabajadores de empresas emprendedoras ligadas al turismo rural comunitario de la Variable X: Estrategias del turismo rural comunitario*

Interpretación: Según la tabla 11 y gráfico 11, se puede observar que el 61.6% de las personas que laboran en empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural comunitario dicen que **a veces** se han desarrollado Estrategias del turismo rural comunitario; el 38.3% dicen casi siempre.

Se obtuvo un promedio de los resultados de 3.38 redondeando es igual a 3 donde la escala de Likert representa **a veces**. Esto nos indica que las personas que laboran en empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural comunitario dicen que es a

veces se desarrollan Estrategias del turismo rural comunitario; Esto es la percepción de los trabajadores.

VARIABLE DEPENDIENTE: DESARROLLO ECONÓMICO

DIMENSIÓN 1: Ofertas de productos

SUB-DIMENSIÓN 1: Capacidad de producción

Tabla 12.

Análisis estadístico descriptivo de la sub-dimensión 1: Capacidad de producción.

Capacidad de producción		
ESCALA		%
Nunca	17	28.3
Casi nunca	22	36.7
A veces	18	30
Casi siempre	3	5
Siempre	0	0
TOTAL	60	100

Fuente: Realizado por el investigador

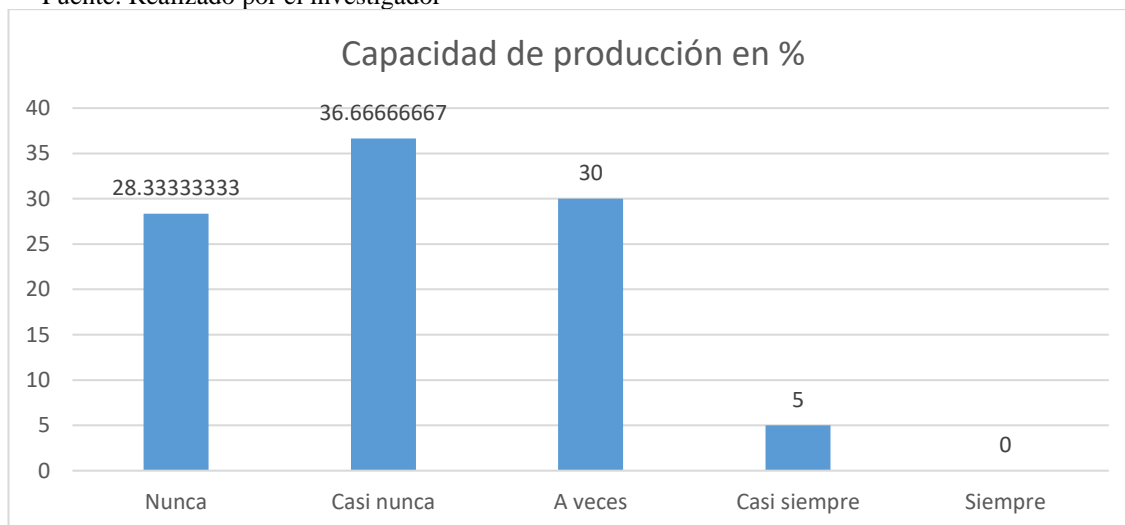


Gráfico. 12. Distribución porcentual de la percepción de los trabajadores de empresas emprendedoras ligadas al turismo rural comunitario sobre la Capacidad de Producción

Interpretación: Según la tabla 12 y gráfico 12, se puede observar que el 28.3% de las personas que laboran en empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural comunitario dicen que nunca se ha contado con un análisis de la capacidad de producción; el 33.6% dicen que casi nunca; el 30% dicen a veces; y el 5% dicen que casi siempre.

Se obtuvo un promedio de los resultados de 2.12, redondeando es igual a 2 donde la escala de Likert representa a **casi nunca**. Esto nos indica que las personas que laboran en empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural dicen que casi nunca se ha contado con un análisis de la capacidad de producción.

DIMENSIÓN 2: Demanda de productos

SUB-DIMENSIÓN 1: Capacidad de ventas

Tabla 13.

Análisis estadístico descriptivo de la sub-dimensión 1: Capacidad de ventas.

Capacidad de ventas		
ESCALA	F	%
Nunca	10	16.7
Casi nunca	26	43.3
A veces	23	38.3
Casi siempre	1	1.67
Siempre	0	0
TOTAL	60	100

Fuente: Realizado por el investigador

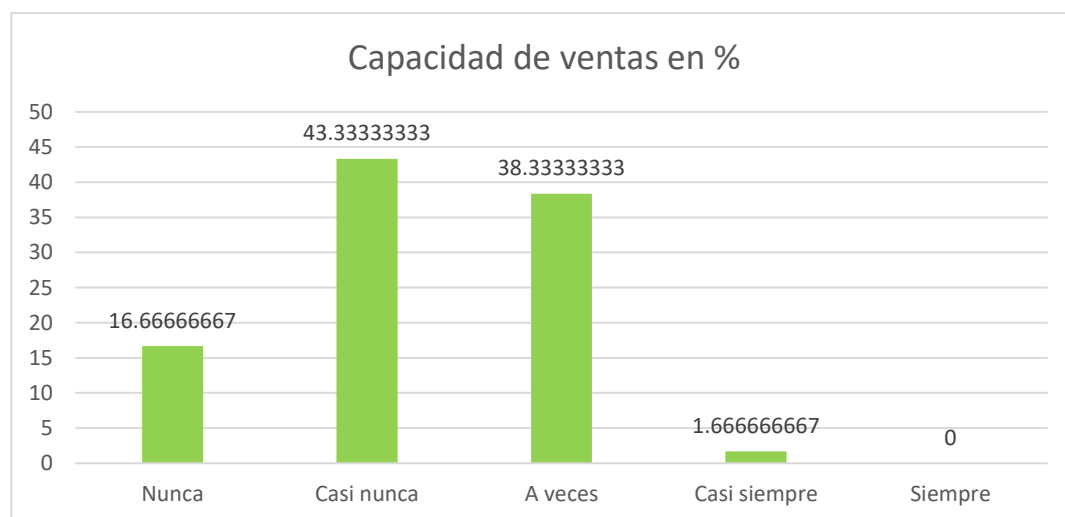


Gráfico. 13. *Distribución porcentual de la percepción de los trabajadores de empresas emprendedoras ligadas al turismo rural comunitario sobre la Capacidad de Ventas*

Interpretación: Según la tabla 13 y gráfico 13, se puede observar que el 16.6% de las personas que laboran en empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural comunitario dicen que nunca se ha contado con un análisis de la capacidad de ventas; el 43.3% dicen que casi nunca; el 38.3% dicen a veces; y el 1.6% dicen que casi siempre.

Se obtuvo un promedio de los resultados de 2.25, redondeando es igual a 2 donde la escala de Likert representa a **casi nunca**. Esto nos indica que las personas que laboran en empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural dicen que casi nunca se ha contado con un análisis de la capacidad de ventas.

VARIABLE Y: DESARROLLO ECONÓMICO

Tabla 14.

Análisis estadístico descriptivo general de la Variable Y: Desarrollo Económico

DESARROLLO ECONÓMICO		
ESCALA	F	%
Nunca	3	5
Casi nunca	28	46.667
A veces	27	45
Casi siempre	2	3.3333
Siempre	0	0
TOTAL	60	100

Fuente: Realizado por el investigador



Gráfico. 14. Distribución porcentual de la percepción de los trabajadores de empresas emprendedoras ligadas al turismo rural comunitario de la Variable Y: Desarrollo Económico

Interpretación: Según la tabla 14 y gráfico 14, se puede observar que el 5% de las personas que laboran en empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural comunitario dicen que **nunca se ha tenido un Desarrollo Económico estable**; el 46.6% dicen casi nunca; el 45% dicen que a veces; y el 3.3% dicen casi siempre.

Se obtuvo un promedio de los resultados de 2.46 redondeando es igual a 2 donde la escala de Likert representa **casi nunca**. Esto nos indica que las personas que laboran

en empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural comunitario dicen que es casi nunca se ha tenido un desarrollo económico estable.

5.2. Análisis inferencial y/o contrastación de hipótesis

Se utilizó la prueba de contrastación de las hipótesis se aplica la correlación de Karl Pearson a través del coeficiente de correlación de Pearson, en relación a los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento aplicado a la muestra seleccionada de ello obtuvimos los siguientes resultados:

5.2.1. Contrastación de Hipótesis General

Variable Independiente: Estrategias del turismo rural comunitario

Variable Dependiente: Desarrollo económico de los emprendimientos

Planteamiento de hipótesis:

***Hi:** La aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario mejora el desarrollo económico de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021.*

***H0:** La aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario no mejora el desarrollo económico de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021*

Identificamos la correlación entre las variables:

Para determinar si las variables tienen relación, se comparará el valor de p con el nivel de significancia, obtenida de la prueba de correlaciones de Pearson para cada una de las variables y sus indicadores, obtenidos de las encuestas aplicadas a los trabajadores de las empresas de emprendimiento ligadas al turismo rural comunitario. Empleamos el software estadístico SPSS:

Tabla 15.
Correlación no paramétrica de la hipótesis general

		Correlaciones	
		Estrategias del turismo rural comunitario	Desarrollo económico de los emprendimientos
Estrategias del turismo rural comunitario	Correlación de Pearson	1	.227
	Sig. (bilateral)		.081
	N	60	60
Desarrollo económico de los emprendimientos	Correlación de Pearson	.227	1
	Sig. (bilateral)	.081	
	N	60	60

Fuente: Datos procesados en el Software SPSS

$H_0: r_{xy} = 0$ → El coeficiente de correlación obtenido procede de una población cuya correlación es cero (**$\rho = 0$**).

$H_1: r_{xy} = 0$ → El coeficiente de correlación obtenido procede de una población cuya correlación es cero (**$\rho \neq 0$**).

Interpretación: Al aplicar la prueba de correlaciones entre las variables se obtuvo el valor de 0.081, siendo este un valor mayor a cero, se puede afirmar que se presenta una correlación positiva muy baja, lo cual indica que la variable Estrategias del turismo rural comunitario incide en el desarrollo económico de los emprendimientos en el distrito de Llata.

5.2.2. Contrastación de Hipótesis Específicas

Planteamiento de Hipótesis Secundaria 1:

H1: La aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario mejora la oferta del producto de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalés – 2021.

H₀: La aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario no mejora la oferta del producto de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalés – 2021.

Identificamos la correlación entre las variables:

Para determinar si las variables tienen relación, se realiza la prueba de correlaciones de Pearson para cada una de las variables y sus indicadores, obtenidos de las encuestas aplicadas a los trabajadores de los emprendimientos, para conocer si La aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario **incide** en la mejora de la oferta de productos de los emprendimientos del distrito de Llata-2021. **Empleamos el software estadístico SPSS para la prueba de correlación de Pearson:**

Tabla16.

Correlación no paramétrica de la hipótesis específica N°01.

		Correlaciones	
		Estrategias del turismo rural comunitario	Oferta de productos
Estrategias del turismo rural comunitario	Correlación de Pearson	1	-.227
	Sig. (bilateral)		.148
	N	60	42
Oferta de productos	Correlación de Pearson	-.227	1
	Sig. (bilateral)	.148	
	N	42	60

Fuente: Datos procesados en el Software SPSS

H₀: $r_{xy} = 0$ → El coeficiente de correlación obtenido procede de una población cuya correlación es cero (**$\rho = 0$**).

H₁: $r_{xy} \neq 0$ → El coeficiente de correlación obtenido procede de una población cuya correlación es cero (**$\rho \neq 0$**).

Análisis de Resultados: Al aplicar la prueba de correlaciones entre las variables se obtuvo el valor de -0.227; siendo este un valor menor a cero se puede afirmar que se presenta una correlación negativa baja, lo cual indica que la variable X Aplicación de las estrategias del turismo rural

comunitario **no incide** en la oferta del producto de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021.

Planteamiento de Hipótesis Secundaria 2:

H2: La aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario mejora la demanda del producto de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021.

H0: La aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario mejora la demanda del producto de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021

Identificamos la correlación entre las variables:

Para determinar si las variables tienen relación, se aplicó la prueba de correlaciones de Pearson para cada una de las variables y sus indicadores, obtenidos de las encuestas aplicadas a los pacientes del Hospital de contingencia de Huánuco, para medir si La aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario incide en la mejora la demanda del producto de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021. Empleamos el software estadístico SPSS:

Tabla17.

Correlación no paramétrica de la hipótesis específica N°02.

Correlaciones			
		Estrategias del turismo rural comunitario	Demanda de productos
Estrategias del turismo rural comunitario	Correlación de Pearson	1	.021
	Sig. (bilateral)		.894
	N	60	42
Demanda de productos	Correlación de Pearson	.021	1
	Sig. (bilateral)	.894	
	N	42	60

Fuente: Datos procesados en el Software SPSS

$H_0: r_{xy} = 0$ → El coeficiente de correlación obtenido procede de una población cuya correlación es cero ($\rho = 0$).

$H_1: r_{xy} \neq 0$ → El coeficiente de correlación obtenido procede de una población cuya correlación es diferente a cero ($\rho \neq 0$).

Análisis de Resultados: Al aplicar la prueba de correlaciones entre las variables se obtuvo el valor de 0.021, siendo este un valor mayor a cero, se puede afirmar que se presenta una correlación positiva muy baja, lo cual indica que la variable aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario incide en la mejora la demanda del producto de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021.

5.3. Discusión de resultados

En este capítulo se desarrolla la comparación una comparación entre los resultados o hallazgos a los que llegaron otros investigadores citados en este trabajo, además de tener el sustento teórico basado en fuentes confiables que permitieron la elaboración de esta investigación. Para ello, lo que se ha buscado es responder al problema general, En qué medida la aplicación del turismo rural comunitario mejora el desarrollo económico de emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021, para ello se planteó como hipótesis general: **H0:** La aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario no mejora el desarrollo económico de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021. Y **Hi:** La aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario mejora el desarrollo económico de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021. Una vez realizada la prueba de correlación de Pearson, aplicada a 60 personas que trabajan en cada una de las empresas registradas como emprendimientos en el distrito de Llata, se obtuvo una correlación positiva entre las variables. Estos resultados tienen cierta relación con el trabajo presentado por Vidaurre (2019), quien pudo evidenciar que los turistas que visitan Lamas, mostraron una actitud positiva por la práctica del turismo comunitario en las comunidades nativas que fueron objeto de estudio, del mismo modo, manifestaron su interés de permanecer

más días en el lugar, con la finalidad de compartir las rutinas propias de la comunidad, conociendo de esta manera no solo los recursos turísticos naturales de la zona, sino aspectos culturales y otras actividades propias del lugar.

La variable independiente consta de las siguientes dimensiones: social, económica y geográfica, estas pueden ser contrastadas por los hallazgos obtenidos en otros trabajos de investigación.

- A) Con respecto a la hipótesis específica 1, las pruebas de correlación arrojaron un valor de .0.225 siendo este un valor menor a cero, se puede afirmar que se presenta una correlación negativa baja, lo cual indica que la variable Aplicación de las estrategias de turismo rural urbano incide negativamente en el desarrollo económico de los emprendimientos; por lo tanto, se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula; es decir La aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario no mejora la oferta del producto de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021. Esto se corrobora con Cuba (2019) donde pudo evidenciar que el desarrollo turístico guarda una relación directa con la gestión municipal que vienen realizando los gobernadores de la zona bajo estudio.
- B) Con respecto a la hipótesis específica 2, las pruebas de correlación arrojaron un valor de 0.21 siendo mayor a cero, se puede afirmar que se presenta una correlación positiva muy baja, lo cual indica que la variable aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario incide en la mejora la demanda del producto de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021. Se corrobora con Barnard (2018) donde afirma que se pretende dar el impulso a desarrollar turismo rural comunitario y que esta se convierta para la población en una fuente de ingresos económicos adicional, teniendo en cuenta que el turismo de aventura tiene un alto valor en esta zona, lo que se busca es promover y crear nuevas formas de turismo, teniendo en cuenta que las condiciones ofrecidas por el lugar son las adecuadas.

5.4. Aporte científico de la investigación

El aporte de la investigación se ha determinado que la aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario mejora el desarrollo económico de emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021, llegando a afirmar que La aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario mejora el desarrollo económico de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021; cabe señalar también que se ha demostrado que La aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario no mejora la oferta del producto de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021. Y también que La aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario mejora la demanda del producto de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021

CONCLUSIONES

Del análisis de los resultados obtenidos en la investigación y contrastándolos con los objetivos planteados, podemos concluir en lo siguiente:

1. Al conocer el resultado en la prueba de correlaciones entre las variables se obtuvo el valor de 0.081, siendo este un valor mayor a cero, se puede afirmar que se presenta una correlación positiva muy baja, lo cual indica que la variable Estrategias del turismo rural comunitario incide en el desarrollo económico de los emprendimientos en el distrito de Llata.
2. Al evaluar ¿En qué medida la aplicación del turismo rural comunitario mejora la oferta de productos de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021? Se obtuvo el valor de -0.227; siendo este un valor menor a cero se puede afirmar que se presenta una correlación negativa baja, lo cual indica que la variable X Aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario **no incide** en la oferta del producto de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021
3. Al evaluar ¿En qué medida la aplicación del turismo rural comunitario mejora la demanda de los productos de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021? Se obtuvo se obtuvo el valor de 0.021, siendo este un valor mayor a cero, se puede afirmar que se presenta una correlación positiva muy baja, lo cual indica que la variable aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario incide en la mejora la demanda del producto de los emprendimientos en el distrito de Llata, Huamalíes – 2021

SUGERENCIAS

De acuerdo a las conclusiones de la investigación realizada se sugiere lo siguiente:

1. Se recomienda a las autoridades de la Municipalidad Provincial de Huamalés apliquen nuevas estrategias para incentivar el turismo rural comunitario y de esa manera lograr que se desarrollen económicamente las microempresas emprendedoras
2. Se recomienda a las instituciones que tienen dentro de sus competencias promocionar e incentivar el turismo, hacer estudios de diagnóstico para conocer todas las ofertas de productos y servicios que brindan los pobladores emprendedores para luego proponer mejoras en las estrategias del turismo rural comunitario
3. Se recomienda a las instituciones que tienen dentro de sus competencias promocionar e incentivar el turismo, hacer estudios de diagnóstico para conocer todas las demandas de productos y servicios que brindan los pobladores emprendedores para luego proponer mejoras en las estrategias del turismo rural comunitario

REFERENCIAS

- Baltazar Charre, L., Carbajal Suarez, K. J., & Miraval Fonseca, W. W. (2018). *Evaluación de impacto social de los programas sociales en los beneficiarios de la Región de Huánuco. Casos: Pensión 65, juntos y Qali Warma, 2018*. Facultad de Ciencias Sociales. Huánuco - Perú: Universidad Nacional Hermilio Valdizán. Obtenido de <http://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/UNHEVAL/3877/TSOC%200078B19.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Barnard Arturo, N. S. (2018). *Desarrollo del turismo rural comunitario y su influencia en el aspecto económico del distrito de Queropalca - Provincia de Lauricocha-Huánuco - 2018*. Huánuco: Universidad de Huánuco.
- Cajas Bravo, T. V., & Pasquel Loarte, L. (2015). El turismo rural comunitario y su influencia económica en las familias del distrito de Churubamba, Provincia de Huánuco, 2015. *Revista científica de Investigación Valdizana*.
- Carbajal Alvarez, M. H., Vega Jara, L., & Herrera Veramendi, R. E. (2021). *Gestión del talento humano y desarrollo del ecoturismo en Huánuco*. Huánuco: UNHEVAL.
- CODESPA. (2011). *Modelo de gestión del turismo rural comunitario de CODESPA*. Lima: Fundación CODESPA. Obtenido de <https://www.codespa.org/app/uploads/modelo-gestion-turismo-rural-comunitario.pdf>
- Cuba Carbajal, N. (2019). *Desarrollo turístico, gestión municipal y desarrollo local en la provincia de Huarochirí, región Lima*. Lima: Universidad Cesar Vallejo.
- Dante, C. (2017). *La gestión turística municipal y el desarrollo turístico del distrito de Huánuco – 2016*. Universidad de Huánuco. Obtenido de http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/559/TO47_43962129_M.pdf?sequence=3&isAllowed=y

- Hernández, R. (2010). *Metodología de la investigación*. México: D.F.: McGraw-Hill. Interamericana Editores.
- MINCETUR. (2010). *Proceso de Evaluación de nuevas iniciativas a la estrategia de Turismo Comunitario*. Lima: MINCETUR. Obtenido de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1664405/Proceso%20de%20Evaluaci%C3%B3n%20de%20Nuevas%20Iniciativas%20a%20la%20Estrategia%20de%20Turismo%20Comunitario.pdf>
- MINCETUR. (2019). *Lineamientos para el desarrollo del turismo comunitario en el Perú*. Lima: Biblioteca Nacional del Perú. Obtenido de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/433729/Lineamientos%20para%20el%20Desarrollo%20del%20Turismo%20Comunitario%20en%20el%20Per%C3%BA.pdf>
- MINCETUR. (s.f.). <http://www.turismoruralperu.gob.pe/>.
- Ricalde Chapilliquen, C. (2020). *Factores que influyen en la actividad turística y su relación con el desarrollo turístico de la localidad de Huarochiri, en el periodo 2019*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Rivas García, J. (2017). *Planificación turística*. Oviedo, Spain: Septem Ediciones. Obtenido de Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecaune/60273>
- Ronquillo, S. (2015). El aporte de la actividad turística y el ingreso de divisas para el Ecuador. *Revista Empresarial*, 35-43. Obtenido de <https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=http://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-empresarial/index.php/empresarial-ucsg/article/viewFile/23/19>
- Vidaurre Fasanando, K. (2019). *Potencialidades turísticas para el desarrollo del turismo rural comunitario en la Comunidad Nativa de Chirikyacu - provincia de Lamas - Región de San Martín*. Lamas: Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto.

ANEXOS

ANEXO 01

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIAB.	DIMENCION	INDICADOR	INSTRU	METODOLOGIA
<p>GENERAL ¿En qué medida la aplicación del turismo rural comunitario mejora el desarrollo económico de emprendimientos en el Distrito de Llata, Huamalíes – 2021?</p> <p>ESPECÍFICOS <input type="checkbox"/> ¿En qué medida la aplicación del turismo rural comunitario mejora la oferta de productos de los emprendimientos en el Distrito de Llata, Huamalíes – 2021?</p> <p><input type="checkbox"/> ¿En qué medida la aplicación del turismo rural comunitario mejora la demanda de los productos de los emprendimientos en el Distrito de Llata, Huamalíes – 2021?</p>	<p>GENERAL Determinar en qué medida la aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario mejora el desarrollo económico de emprendimientos en el Distrito de Llata, Huamalíes – 2021.</p> <p>ESPECIFICOS <input type="checkbox"/> Determinar en qué medida la aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario mejora la oferta de productos de los emprendimientos en el Distrito de Llata, Huamalíes – 2021.</p> <p><input type="checkbox"/> Determinar en qué medida la aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario mejora la demanda de productos de los emprendimientos en el Distrito de Llata, Huamalíes – 2021.</p>	<p>GENERAL Hi: La aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario mejora el desarrollo económico de los emprendimientos en el Distrito de Llata, Huamalíes – 2021.</p> <p>H0: La aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario no mejora el desarrollo económico de los emprendimientos en el Distrito de Llata, Huamalíes – 2021.</p> <p>ESPECIFICAS <input type="checkbox"/> H1: La aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario mejora la oferta del producto de los emprendimientos en el Distrito de Llata, Huamalíes – 2021.</p> <p>H0: La aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario mejora la oferta del producto de los emprendimientos en el Distrito de Llata, Huamalíes – 2021.</p> <p><input type="checkbox"/> H2: La aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario mejora la demanda del producto de los emprendimientos en el Distrito de Llata, Huamalíes – 2021.</p> <p>H0: La aplicación de las estrategias del turismo rural comunitario mejora la demanda del producto de los emprendimientos en el Distrito de Llata, Huamalíes – 2021.</p>	<p>V. I Estrategias del turismo rural comunitario</p> <p>V.D Desarrollo económico de los emprendimientos</p>	<p>DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS EN EL AMBITO RURAL</p> <p>PROMOCION Y COMERCIALIZACION</p> <p>APRENDIZAJE Y DIFUSION DE LOS RESULTADOS</p> <p>OFERTA DE PRODUCTOS</p> <p>DEMANDA DE PRODUCTOS</p>	<p>-Determinación del producto turístico</p> <p>- Adecuación de espacios e infraestructura</p> <p>-Sensibilización y organización</p> <p>-Determinación de la estrategia comercial</p> <p>-Implementación de planes de mercado</p> <p>-Seguimiento semanal de impactos</p> <p>-Sistematización de resultados.</p> <p>-Capacidad de producción</p> <p>-Capacidad de ventas</p>	*Encuesta	<p>TIPO DE ESTUDIO Prospectivo, aplicada, observacional, Transversal y longitudinal, descriptivo.</p> <p>DISEÑO DE LA INVESTIGACION Diseño no experimental, correlacional</p> <p>Leyenda: n= Muestra Ne = Grupo experimental O1, O2: número de observaciones de las variables.</p> <p>POBLACION Y MUESTRA Población: Conformado por 30 personas que conforman la empresa.</p> <p>TECNICA Cuestionario.</p>

ANEXO 02 CONSENTIMIENTO INFORMADO



UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIEÁN" HUÁNUCO
ESCUELA DE POSGRADO



Yo....., trabajo en una empresa emprendedora declaro que se me ha explicado que mi participación en la investigación "Aplicación de estrategias del turismo rural comunitario y el desarrollo económico de emprendimientos en el Distrito de Llata, Provincia de Huamalies", consistirá en responder un cuestionario que pretende aportar al conocimiento científico, comprendiendo que mi participación es una valiosa contribución.

Declaro que se me ha informado ampliamente sobre los posibles beneficios, riesgos y molestias derivados de mi participación en el estudio, y que se me ha asegurado que la información que entregue estará protegida por el anonimato y la confidencialidad.

El investigador responsable del estudio _____ se ha comprometido a responder cualquier pregunta y aclarar cualquier duda que le plantee acerca de los procedimientos que se llevarán a cabo, riesgos, beneficios o cualquier otro asunto relacionado con la investigación.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio según las condiciones establecidas.

Huánuco de noviembre de 2021

.....
Firma participante

.....
Firma investigador

ANEXO 03

FICHA TÉCNICA PARA CONOCER EL IMPACTO DE LA APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO PARA EL DESARROLLO ECONOMICO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN EL DISTRITO DE LLATA, HUAMALIES - 2021.

Distrito:

Nombre del emprendimiento:

Responsable social:

Con el objetivo de conocer si la aplicación de estrategias del turismo rural comunitario para el desarrollo económico de los emprendimientos en el distrito de Llata – Huamalíes; se presenta el siguiente cuestionario y se pide marcar con una X según corresponda.

¿El emprendimiento se encuentra formalizado?

<input type="checkbox"/>	Si
<input type="checkbox"/>	No

Se solicita responder las siguientes preguntas:

TURISMO RURAL COMUNITARIO

A. DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS TURÍSTICOS EN EL ÁMBITO RURAL

Determinación del producto turístico		SI	NO
1	Se realiza la identificación y valoración de la cultura local como clave para el desarrollo del turismo rural comunitario.		
2	Se realiza la estandarización y manejo de los mínimos de calidad en cada tipo de servicio.		
3	Se realiza la incorporación de la idea de confort requerida por el turista.		
4	Se realiza la delegación rotativa de la conducción del proceso por un coordinador de la prestación del servicio.		
Adecuación de espacios e infraestructura			
5	Se realiza la evaluación y control de calidad de los servicios con herramientas específicas.		

6	Se realiza el mantenimiento y mejora de la infraestructura y equipamiento para las operaciones de los emprendimientos particulares y comunitarios (centros de interpretación, señalización, etc.).		
7	Se realiza el manejo de perfiles diferenciados de los clientes y sus requerimientos.		
8	Existe coherencia de los servicios con la temática seleccionada.		
Sensibilización y organización			
9	Se realiza el fortalecimiento de capacidades para la operatividad de los emprendimientos		
10	Se realiza encuestas de satisfacción respecto a los emprendimientos turísticos		

B. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Determinación de la estrategia comercial		SI	NO
11	Se realiza el análisis de intervención del entorno ambiente y turístico		
12	Se cuenta con circuito turístico integrado		
Implementación de planes de mercado			
13	Cuenta con inventario de atractivos turísticos culturales y naturales		
14	Cuenta con análisis FODA de los atractivos turísticos de la comunidad		

C. APRENDIZAJE Y DIFUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Seguimiento semanal de impactos		SI	NO
15	Se realiza el análisis de intervención del entorno ambiente y turístico		
16	Se cuenta con circuito turístico integrado		
Sistematización de resultados			
17	Cuenta con estructuración del circuito turístico		
18	Cuenta con elaboración de rutas turísticas diseñadas		

DESARROLLO ECONOMICO

D. OFERTA DE PRODUCTOS

Capacidad de producción		SI	NO
19	Se cuenta con un análisis de capacidad (número de turistas)		

E. DEMANDA DE PRODUCTOS

Capacidad de ventas		SI	NO
20	Se cuenta con registro de ventas		
21	Cuenta con registro de turistas		

ANEXO 04

VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS POR EXPERTOS



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
HUÁNUCO - PERÚ
ESCUELA DE POSGRADO



VALIDACION DE INSTRUMENTO

APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO Y EL DESARROLLO ECONOMICO DE EMPRENDIMIENTOS EN EL DISTRITO DE LLATA - HUAMALIES, 2021

Título de la Investigación:

Nombre del Tesista: KETTY SÁNCHEZ OCAÑA

Asesor: DR. ABIMAEI ADAM FRANCISCO PAREDES

Nombre del experto: MG. ELMER CHUQUIYURI SALDIVAR

Especialidad: GESTIÓN PÚBLICA

Calificar con 1, 2, 3, ó 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad

Variable X: Estrategias del turismo rural comunitario							
DIMENSIONES	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD	C. PARCIAL
Desarrollo de nuevos productos turísticos en el ámbito rural	Determinación del producto turístico	Se realiza la identificación y valoración de la cultura local como clave para el desarrollo del turismo rural comunitario.	4	4	4	4	4
		Se realiza la estandarización y manejo de los mínimos de calidad en cada tipo de servicio.	4	4	4	4	4
		Se realiza la incorporación de la idea de confort requerida por el turista.	4	3	4	4	3.75
		Se realiza la delegación relativa de la conducción del proceso por un coordinador de la prestación del servicio.	4	3	3	4	3.5
	Adecuación de espacios e infraestructura	Se realiza la evaluación y control de calidad de los servicios con herramientas específicas.	4	3	3	4	3.5
		Se realiza el mantenimiento y mejora de la infraestructura y equipamiento para las operaciones de los emprendimientos particulares y comunitarios (centros de interpretación, señalización, etc.).	4	3	3	4	3.5
		Se realiza el manejo de perfiles diferenciados de los clientes y sus requerimientos.	4	4	3	4	3.75
	Sensibilización y organización	Existe coherencia de los servicios con la temática seleccionada.	4	3	3	4	3.5
		Se realiza el fortalecimiento de capacidades para la operatividad de los emprendimientos	4	4	3	4	3.75
		Se realiza encuestas de satisfacción respecto a los emprendimientos turísticos	4	4	3	4	3.75
Promoción y comercialización	Determinación de la estrategia comercial	Se realiza el análisis de intervención del entorno ambiente y turístico	4	3	3	4	3.5
		Se cuenta con circuito turístico integrado	4	3	3	4	3.5
	Implementación de planes de mercado	Cuenta con inventario de atractivos turísticos culturales y naturales	4	4	3	4	3.75
		Cuenta con análisis FODA de los atractivos turísticos de la comunidad	4	3	3	4	3.5
Aprendizaje y difusión de los resultados	Seguimiento semanal de impactos	Se realiza el análisis de intervención del entorno ambiente y turístico	4	4	3	4	3.75
		Se cuenta con circuito turístico integrado	4	3	3	4	3.5
	Sistematización de resultados	Cuenta con estructuración del circuito turístico	4	3	3	4	3.5
		Cuenta con elaboración de rutas turísticas diseñadas	4	3	3	4	3.5
PROM			4.00	3.39	3.17	4.00	3.6389

Variable Y: Desarrollo económico de los emprendimientos							
DIMENSIONES	SUB DIMENSIONES		RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	C. PARCIAL	
Oferta de Productos	Capacidad de producción	Se cuenta con un análisis de capacidad (número de turistas)	4	3	3	3	3.25
Demanda de Productos	Capacidad de ventas	Se cuenta con registro de ventas	4	3	3	3	3.25
		Cuenta con registro de turistas	4	3	3	3	3.25
PROM			4.00	3.00	3.00	3.00	3.25

CALIFICACIÓN: 1=No cumple; 2=Nivel Bajo; 3=Nivel moderado; 4= Nivel Alto

¿Hay alguna dimensión o ítem que no ha sido evaluada? **SI() NO(X)**.

En caso de SI ¿Qué dimensión o ítem falta? _____

CALIFICACIÓN DEL INSTRUMENTO

3

DECISIÓN DEL EXPERTO

CALIFICACIÓN: **NIVEL MODERADO**

EL INSTRUMENTO DEBE SER APLICADO **SI(X) NO()**



 FIRMA Y SELLO DEL JUEZ



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
HUÁNUCO - PERÚ
ESCUELA DE POSGRADO
VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO



APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO Y EL DESARROLLO ECONOMICO DE EMPRENDIMIENTOS EN EL DISTRITO DE LLATA - HUAMALIES, 2021

Título de la Investigación:

Nombre del Tesista: **KETTY SÁNCHEZ OCANA**

Asesor: **DR. ABIMAE L. ADAM FRANCISCO PAREDES**

Nombre del experto: **DR. ABIMAE L. ADAM FRANCISCO PAREDES**

Especialidad: **GESTIÓN EMPRESARIAL**

Calificar con 1, 2, 3, ó 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad

Variable X: Estrategias del turismo rural comunitario							
DIMENSIONES	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD	C. PARCIAL
Desarrollo de nuevos productos turísticos en el ámbito rural	Determinación del producto turístico	Se realiza la identificación y valoración de la cultura local como clave para el desarrollo del turismo rural comunitario.	4	4	4	4	4
		Se realiza la estandarización y manejo de los mínimos de calidad en cada tipo de servicio.	4	4	4	4	4
		Se realiza la incorporación de la idea de confort requerida por el turista.	4	3	4	4	3.75
		Se realiza la delegación relativa de la conducción del proceso por un coordinador de la prestación del servicio.	4	4	3	4	3.75
	Adecuación de espacios e infraestructura	Se realiza la evaluación y control de calidad de los servicios con herramientas específicas.	4	4	3	3	3.5
		Se realiza el mantenimiento y mejora de la infraestructura y equipamiento para las operaciones de los emprendimientos particulares y comunitarios (centros de interpretación, señalización, etc.).	4	4	3	4	3.75
		Se realiza el manejo de perfiles diferenciados de los clientes y sus requerimientos.	4	4	3	3	3.5
		Existe coherencia de los servicios con la temática seleccionada.	4	4	3	4	3.75
	Sensibilización y organización	Se realiza el fortalecimiento de capacidades para la operatividad de los emprendimientos	4	4	3	3	3.5
		Se realiza encuestas de satisfacción respecto a los emprendimientos turísticos	4	4	3	3	3.5
Promoción y comercialización	Determinación de la estrategia comercial	Se realiza el análisis de intervención del entorno ambiente y turístico	4	4	3	4	3.75
		Se cuenta con circuito turístico integrado	4	4	3	3	3.5
	Implementación de planes de mercado	Cuenta con inventario de atractivos turísticos culturales y naturales	4	4	3	3	3.5
		Cuenta con análisis FODA de los atractivos turísticos de la comunidad	4	4	3	4	3.75
Aprendizaje y difusión de los resultados	Seguimiento semanal de impactos	Se realiza el análisis de intervención del entorno ambiente y turístico	4	4	3	4	3.75
		Se cuenta con circuito turístico integrado	4	4	3	4	3.75
	Sistematización de resultados	Cuenta con estructuración del circuito turístico	4	4	3	3	3.5
		Cuenta con elaboración de rutas turísticas diseñadas	4	4	3	4	3.75
PROM			4.00	3.94	3.17	3.61	3.6806

Variable Y: Desarrollo económico de los emprendimientos							
DIMENSIONES	SUB DIMENSIONES		RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD	C. PARCIAL
Oferta de Productos	Capacidad de producción	Se cuenta con un análisis de capacidad (número de turistas)	4	4	4	4	4
Demanda de Productos	Capacidad de ventas	Se cuenta con registro de ventas	4	4	4	4	4
		Cuenta con registro de turistas	4	4	4	4	4
PROM			4.00	4.00	4.00	4.00	4

CALIFICACIÓN: 1=No cumple; 2=Nivel Bajo; 3=Nivel moderado; 4= Nivel Alto

¿Hay alguna dimensión o ítem que no ha sido evaluada? **SI() NO(X)**.

CALIFICACIÓN DEL INSTRUMENTO

4

En caso de SI ¿Qué dimensión o ítem falta? _____

DECISIÓN DEL EXPERTO

CALIFICACIÓN: NIVEL ALTO

EL INSTRUMENTO DEBE SER APLICADO **SI(X) NO()**


FIRMA Y SELLO DEL JUEZ



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
HUÁNUCO - PERÚ
ESCUELA DE POSGRADO
VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO



APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO Y EL DESARROLLO ECONOMICO DE EMPRENDIMIENTOS EN EL DISTRITO DE LLATA - HUAMALIES, 2021

Título de la Investigación:

Nombre del Tesista: **KETTY SÁNCHEZ OCAÑA**

Asesor: **DR. ABIMAE L. ADAM FRANCISCO PAREDES**

Nombre del experto: **DR. FREDDY RONALD HUAPAYA CONDORI**

Especialidad: **GESTIÓN TECNOLÓGICA**

Calificar con 1, 2, 3, ó 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad

Variable X: Estrategias del turismo rural comunitario							
DIMENSIONES	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD	C. PARCIAL
Desarrollo de nuevos productos turísticos en el ámbito rural	Determinación del producto turístico	Se realiza la identificación y valoración de la cultura local como clave para el desarrollo del turismo rural comunitario.	3	4	4	4	3.75
		Se realiza la estandarización y manejo de los mínimos de calidad en cada tipo de servicio.	4	4	4	4	4
		Se realiza la incorporación de la idea de confort requerida por el turista.	4	3	4	4	3.75
		Se realiza la delegación rotativa de la conducción del proceso por un coordinador de la prestación del servicio.	3	3	3	4	3.25
	Adecuación de espacios e infraestructura	Se realiza la evaluación y control de calidad de los servicios con herramientas específicas.	4	3	3	3	3.25
		Se realiza el mantenimiento y mejora de la infraestructura y equipamiento para las operaciones de los emprendimientos particulares y comunitarios (centros de interpretación, señalización, etc.).	4	3	3	4	3.5
		Se realiza el manejo de perfiles diferenciados de los clientes y sus requerimientos.	3	4	3	3	3.25
		Existe coherencia de los servicios con la temática seleccionada.	3	3	3	4	3.25
	Sensibilización y organización	Se realiza el fortalecimiento de capacidades para la operatividad de los emprendimientos	4	4	3	3	3.5
		Se realiza encuestas de satisfacción respecto a los emprendimientos turísticos	4	4	3	3	3.5
Promoción y comercialización	Determinación de la estrategia comercial	Se realiza el análisis de intervención del entorno ambiente y turístico	4	3	3	4	3.5
		Se cuenta con circuito turístico integrado	3	3	3	3	3
	Implementación de planes de mercado	Cuenta con inventario de atractivos turísticos culturales y naturales	4	4	3	3	3.5
		Cuenta con análisis FODA de los atractivos turísticos de la comunidad	4	3	3	4	3.5
Aprendizaje y difusión de los resultados	Seguimiento semanal de impactos	Se realiza el análisis de intervención del entorno ambiente y turístico	3	4	3	4	3.5
		Se cuenta con circuito turístico integrado	4	3	3	4	3.5
	Sistematización de resultados	Cuenta con estructuración del circuito turístico	3	3	3	3	3
		Cuenta con elaboración de rutas turísticas diseñadas	3	3	3	4	3.25
PROM			3.56	3.39	3.17	3.61	3.4306

Variable Y: Desarrollo económico de los emprendimientos							
DIMENSIONES	SUB DIMENSIONES		RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD	C. PARCIAL
Oferta de Productos	Capacidad de producción	Se cuenta con un análisis de capacidad (número de turistas)	3	3	3	3	3
Demanda de Productos	Capacidad de ventas	Se cuenta con registro de ventas	3	3	3	3	3
		Cuenta con registro de turistas	3	3	3	3	3
PROM			3.00	3.00	3.00	3.00	3

CALIFICACIÓN: 1=No cumple; 2=Nivel Bajo; 3=Nivel moderado; 4= Nivel Alto

¿Hay alguna dimensión o ítem que no ha sido evaluada? SI() NO(X).

En caso de SI ¿Qué dimensión o ítem falta? _____

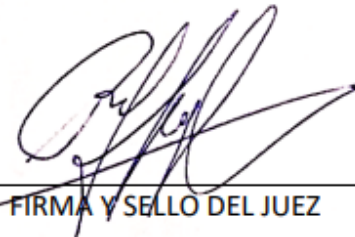
CALIFICACIÓN DEL INSTRUMENTO

3

DECISIÓN DEL EXPERTO

CALIFICACIÓN: **NIVEL MODERADO**

EL INSTRUMENTO DEBE SER APLICADO SI(X) NO()



FIRMA Y SELLO DEL JUEZ



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
HUÁNUCO - PERÚ
ESCUELA DE POSGRADO
VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO



APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO Y EL DESARROLLO ECONOMICO DE EMPRENDIMIENTOS EN EL DISTRITO DE LLATA - HUAMALIES, 2021

Título de la Investigación:

Nombre del Tesista: **KETTY SÁNCHEZ OCAÑA**

Asesor: **DR. ABIMAE L. ADAM FRANCISCO PAREDES**

Nombre del experto: **MG. MIRIAN PILAR FRANCISCO PAREDES**

Especialidad: **GESTIÓN EMPRESARIAL**

Calificar con 1, 2, 3, ó 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad

Variable X: Estrategias del turismo rural comunitario							
DIMENSIONES	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD	C. PARCIAL
Desarrollo de nuevos productos turísticos en el ámbito rural	Determinación del producto turístico	Se realiza la identificación y valoración de la cultura local como clave para el desarrollo del turismo rural comunitario.	4	4	4	4	4
		Se realiza la estandarización y manejo de los mínimos de calidad en cada tipo de servicio.	4	4	4	4	4
		Se realiza la incorporación de la idea de confort requerida por el turista.	4	3	4	4	3.75
		Se realiza la delegación relativa de la conducción del proceso por un coordinador de la prestación del servicio.	4	4	4	4	4
	Adecuación de espacios e infraestructura	Se realiza la evaluación y control de calidad de los servicios con herramientas específicas.	4	4	4	4	4
		Se realiza el mantenimiento y mejora de la infraestructura y equipamiento para las operaciones de los emprendimientos particulares y comunitarios (centros de interpretación, señalización, etc.).	4	4	4	4	4
		Se realiza el manejo de perfiles diferenciados de los clientes y sus requerimientos.	4	4	4	4	4
		Existe coherencia de los servicios con la temática seleccionada.	4	4	4	4	4
	Sensibilización y organización	Se realiza el fortalecimiento de capacidades para la operatividad de los emprendimientos	4	4	4	4	4
		Se realiza encuestas de satisfacción respecto a los emprendimientos turísticos	4	4	4	4	4
Promoción y comercialización	Determinación de la estrategia comercial	Se realiza el análisis de intervención del entorno ambiente y turístico	4	4	4	4	4
		Se cuenta con circuito turístico integrado	4	4	4	4	4
	Implementación de planes de mercado	Cuenta con inventario de atractivos turísticos culturales y naturales	4	4	4	4	4
		Cuenta con análisis FODA de los atractivos turísticos de la comunidad	4	4	4	4	4
Aprendizaje y difusión de los resultados	Seguimiento semanal de impactos	Se realiza el análisis de intervención del entorno ambiente y turístico	4	4	4	4	4
		Se cuenta con circuito turístico integrado	4	4	4	4	4
	Sistematización de resultados	Cuenta con estructuración del circuito turístico	4	4	4	4	4
		Cuenta con elaboración de rutas turísticas diseñadas	4	4	4	4	4
PROM			4.00	3.94	4.00	4.00	3.9861

Variable Y: Desarrollo económico de los emprendimientos							
DIMENSIONES	SUB DIMENSIONES		RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD	C. PARCIAL
Oferta de Productos	Capacidad de producción	Se cuenta con un análisis de capacidad (número de turistas)	4	4	4	4	4
Demanda de Productos	Capacidad de ventas	Se cuenta con registro de ventas	4	4	4	4	4
		Cuenta con registro de turistas	4	4	4	4	4
PROM			4.00	4.00	4.00	4.00	4

CALIFICACIÓN: 1=No cumple; 2=Nivel Bajo; 3=Nivel moderado; 4= Nivel Alto

¿Hay alguna dimensión o ítem que no ha sido evaluada? **SI() NO(X)**.

CALIFICACIÓN DEL INSTRUMENTO

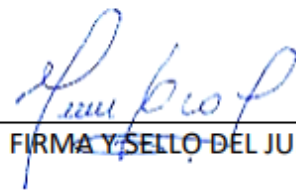
4

DECISIÓN DEL EXPERTO

CALIFICACIÓN: NIVEL ALTO

EL INSTRUMENTO DEBE SER APLICADO **SI(X) NO()**

En caso de SI ¿Qué dimensión o ítem falta? _____



FIRMA Y SELLO DEL JUEZ



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
HUÁNUCO - PERÚ
ESCUELA DE POSGRADO
VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO



APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO Y EL DESARROLLO ECONOMICO DE EMPRENDIMIENTOS EN EL DISTRITO DE LLATA - HUAMALIES, 2021

Título de la Investigación:

Nombre del Tesista: **KETTY SANCHEZ OCAÑA**

Asesor: **DR. ABIMAEEL ADAM FRANCISCO PAREDES**

Nombre del experto: **MG. DAVID ARANDA AGUIRRE**

Especialidad: **INVESTIGACIÓN CUALITATIVA**

Calificar con 1, 2, 3, ó 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad

Variable X: Estrategias del turismo rural comunitario							
DIMENSIONES	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD	C. PARCIAL
Desarrollo de nuevos productos turísticos en el ámbito rural	Determinación del producto turístico	Se realiza la identificación y valoración de la cultura local como clave para el desarrollo del turismo rural comunitario.	4	4	4	4	4
		Se realiza la estandarización y manejo de los mínimos de calidad en cada tipo de servicio.	4	4	4	4	4
		Se realiza la incorporación de la idea de confort requerida por el turista.	4	3	4	4	3.75
		Se realiza la delegación relativa de la conducción del proceso por un coordinador de la prestación del servicio.	4	3	3	4	3.5
	Adecuación de espacios e infraestructura	Se realiza la evaluación y control de calidad de los servicios con herramientas específicas.	4	3	3	3	3.25
		Se realiza el mantenimiento y mejora de la infraestructura y equipamiento para las operaciones de los emprendimientos particulares y comunitarios (centros de interpretación, señalización, etc.).	4	3	3	4	3.5
		Se realiza el manejo de perfiles diferenciados de los clientes y sus requerimientos.	4	4	3	3	3.5
	Sensibilización y organización	Existe coherencia de los servicios con la temática seleccionada.	4	3	3	4	3.5
		Se realiza el fortalecimiento de capacidades para la operatividad de los emprendimientos	4	4	3	3	3.5
		Se realiza encuestas de satisfacción respecto a los emprendimientos turísticos	4	4	3	3	3.5
Promoción y comercialización	Determinación de la estrategia comercial	Se realiza el análisis de intervención del entorno ambiente y turístico	4	3	3	4	3.5
		Se cuenta con circuito turístico integrado	3	3	3	3	3
	Implementación de planes de mercado	Cuenta con inventario de atractivos turísticos culturales y naturales	4	4	3	3	3.5
		Cuenta con análisis FODA de los atractivos turísticos de la comunidad	4	3	3	4	3.5
Aprendizaje y difusión de los resultados	Seguimiento semanal de impactos	Se realiza el análisis de intervención del entorno ambiente y turístico	3	4	3	4	3.5
		Se cuenta con circuito turístico integrado	4	3	3	4	3.5
	Sistematización de resultados	Cuenta con estructuración del circuito turístico	3	3	3	3	3
		Cuenta con elaboración de rutas turísticas diseñadas	3	3	3	4	3.25
PROM			3.78	3.39	3.17	3.61	3.4861

Variable Y: Desarrollo económico de los emprendimientos							
DIMENSIONES	SUB DIMENSIONES		RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD	C. PARCIAL
Oferta de Productos	Capacidad de producción	Se cuenta con un análisis de capacidad (número de turistas)	4	4	3	4	3.75
Demanda de Productos	Capacidad de ventas	Se cuenta con registro de ventas	4	4	3	4	3.75
		Cuenta con registro de turistas	4	4	3	4	3.75
PROM			4.00	4.00	3.00	4.00	3.75

CALIFICACIÓN: 1=No cumple; 2=Nivel Bajo; 3=Nivel moderado; 4= Nivel Alto

¿Hay alguna dimensión o ítem que no ha sido evaluada? SI() NO(X).

En caso de SI ¿Qué dimensión o ítem falta? _____

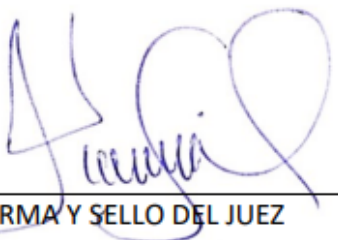
CALIFICACIÓN DEL INSTRUMENTO

4

DECISIÓN DEL EXPERTO

CALIFICACIÓN: NIVEL ALTO

EL INSTRUMENTO DEBE SER APLICADO SI(X) NO()



 FIRMA Y SELLO DEL JUEZ

NOTA BIOGRÁFICA

KETTY SÁNCHEZ OCAÑA, nació en “La Capital Folclórica de la Región Huánuco”, Llata-Huamalés, el 24 de febrero de 1995. Su niñez vivió en el barrio Santo Domingo, un barrio hospitalario y solidario, perteneciente al distrito de Llata, estudió la primaria en la escuela 32386 Daniel Fonseca Tarazona, estudió secundaria en el Colegio Emblemática "Víctor E. Vivar", en el año 2008 viajó a la ciudad de Lima para seguir sus estudios en la I.E. Santiago Antúnez de Mayolo, luego, en la Institución Educativa “Japón” de Llata culminó su formación secundaria, logrando obtener una beca por sus méritos educativos, lo que en el año 2012 le permitió el ingreso a la UNHEVAL – Universidad Nacional Hermilio Valdizán, en la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación Social, en el mes de octubre del año 2014 logró pertenecer al “Parlamento Joven” de la Región Huánuco para el período de 1 año, programa que organizó el Congreso de la República del Perú. En su carrera Universitaria, en el año 2016 participó en las Elecciones de Autoridades y Órganos de Gobierno de la UNHEVAL, ya elegida mediante el voto universal estudiantil, se acreditó como Representante Estudiantil del Consejo de Facultad de Ciencias Sociales, cuyo mandato rigió los años 2016 y 2017. Finalmente, después de mucha dedicación obtuvo su Título profesional en el año 2018.

Participó en las “Elecciones Regionales y Municipales 2018”, a cargo de Regidora Provincial de Huamalés, gracias al voto democrático, la población le otorgó la oportunidad de representarles en el Concejo Municipal, en el periodo 2019-2022.

En el año 2019 inició sus estudios de Maestría en Gestión Pública para el Desarrollo Social en la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, finalizando con mucho esfuerzo en el año 2021. Así culminó sus estudios anhelando de ser una buena profesional, con sensibilidad social.

Su madre, Julia Ocaña Caqui y su padre Ignacio Cevero Sánchez Huerta, siempre la inculcaron la importancia de estudiar, salir adelante, "solía sacar buenas notas" esa insistencia con los estudios le viene de familia y era la única forma de recompensar a sus padres, por todo el sacrificio que han hecho por ella, ellos siempre la han apoyado, han respetado sus decisiones, le han dado ánimos en sus derrotas y la han enseñado a ser humilde para celebrar sus logros.

En su segunda carrera profesional, viene cursando el segundo ciclo del Programa Académico de Derecho y Ciencias Políticas de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas en la Universidad de Huánuco.

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILO VALDIZÁN
LICENCIADA CON RESOLUCIÓN DEL CONSEJO DIRECTIVO N° 099-2019-SUNEDU CD



Huánuco – Perú

ESCUELA DE POSGRADO

Campus Universitario, Pabellón V "A" 2do. Piso – Cayhuayna
 Teléfono 514760 -Pág. Web. www.posgrado.unheval.edu.pe



ACTA DE DEFENSA DE TESIS DE MAESTRO

En la Plataforma Microsoft Teams de la Escuela de Posgrado, siendo las **19:30h**, del día viernes **26 DE AGOSTO DE 2022** ante los Jurados de Tesis constituido por los siguientes docentes:

Dr. Jorge Ruben HILARIO CARDENAS
 Dr. Jean Paul BERROSPI NORIA
 Dr. Amancio Rodolfo VALDIVIESO ECHEVARRIA

Presidente
 Secretario
 Vocal

Asesor (a) de tesis: Dr. Abimael Adam FRANCISCO PAREDES (Resolución N° 03414-2021-UNHEVAL/EPG-D)

La aspirante al Grado de Maestro en Gestión Pública para el Desarrollo Social, Doña Ketty SANCHEZ OCAÑA.

Procedió al acto de Defensa:

Con la exposición de la Tesis titulado: **“APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO Y EL DESARROLLO ECONÓMICO DE EMPRENDIMIENTOS EN EL DISTRITO DE LLATA – HUAMALIES, 2021”.**

Respondiendo las preguntas formuladas por los miembros del Jurado y público asistente.

Concluido el acto de defensa, cada miembro del Jurado procedió a la evaluación de la aspirante al Grado de Maestro, teniendo presente los criterios siguientes:

- a) Presentación personal.
- b) Exposición: el problema a resolver, hipótesis, objetivos, resultados, conclusiones, los aportes, contribución a la ciencia y/o solución a un problema social y recomendaciones.
- c) Grado de convicción y sustento bibliográfico utilizados para las respuestas a las interrogantes del Jurado y público asistente.
- d) Dicción y dominio de escenario.

Así mismo, el Jurado plantea a la tesis **las observaciones** siguientes:

.....

.....

Obteniendo en consecuencia la Maestría la Nota de Dieciséis 16)
 Equivalente a Buena, por lo que se declara Aprobado.
 (Aprobado o desaprobado)

Los miembros del Jurado firman el presente **ACTA** en señal de conformidad, en Huánuco, siendo las 21 horas de 26 de agosto de 2022.

.....
PRÉSIDENTE
 DNI N° 67230761

.....
SECRETARIO
 DNI N° 22508834

.....
VOCAL
 DNI N° 97408767

Leyenda:
 19 a 20: ExcelenteS
 17 a 18: Muy Bueno
 14 a 16: Bueno

(Resolución N° 02406-2022-UNHEVAL/EPG)



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN



ESCUELA DE POSGRADO

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El que suscribe:

Dr. Amancio Ricardo Rojas Cotrina

HACE CONSTAR:

Que, la tesis, titulada: **“APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO Y EL DESARROLLO ECONOMICO DE EMPREMDIMIENTOS EN EL DISTRITO DE LLATA - HUAMALIES, 2021”**, realizado por la Maestría en Gestión Pública para el Desarrollo Social, **Ketty SANCHEZ OCAÑA** cuenta con un **índice de similitud del 7%**, verificable en el Reporte de Originalidad del software **Turnitin**. Luego del análisis se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio; por lo expuesto, la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias, además de presentar un índice de similitud menor al 20% establecido en el Reglamento General de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán.

Cayhuayna, 16 de agosto de 2022.



Dr. Amancio Ricardo Rojas Cotrina
DIRECTOR DE LA ESCUELA DE POSGRADO



AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DIGITAL Y DECLARACIÓN JURADA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR UN GRADO ACADÉMICO O TÍTULO PROFESIONAL

1. Autorización de Publicación: (Marque con una "X")

Pregrado		Segunda Especialidad		Posgrado:	Maestría	X	Doctorado	
-----------------	--	-----------------------------	--	------------------	----------	---	-----------	--

Pregrado (tal y como está registrado en **SUNEDU**)

Facultad	
Escuela Profesional	
Carrera Profesional	
Grado que otorga	
Título que otorga	

Segunda especialidad (tal y como está registrado en **SUNEDU**)

Facultad	
Nombre del programa	
Título que Otorga	

Posgrado (tal y como está registrado en **SUNEDU**)

Nombre del Programa de estudio	GESTIÓN PÚBLICA PARA EL DESARROLLO SOCIAL
Grado que otorga	MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA PARA EL DESARROLLO SOCIAL

2. Datos del Autor(es): (Ingrese todos los **datos** requeridos **completos**)

Apellidos y Nombres:	SANCHEZ OCAÑA KETTY							
Tipo de Documento:	DNI	X	Pasaporte		C.E.		Nro. de Celular:	929808585
Nro. de Documento:	74475116					Correo Electrónico:	Kettysanchez24@hotmail.com	

Apellidos y Nombres:								
Tipo de Documento:	DNI		Pasaporte		C.E.		Nro. de Celular:	
Nro. de Documento:						Correo Electrónico:		

Apellidos y Nombres:								
Tipo de Documento:	DNI		Pasaporte		C.E.		Nro. de Celular:	
Nro. de Documento:						Correo Electrónico:		

3. Datos del Asesor: (Ingrese todos los **datos** requeridos **completos** según **DNI**, no es necesario indicar el Grado Académico del Asesor)

¿El Trabajo de Investigación cuenta con un Asesor?: (marque con una "X" en el recuadro del costado, según corresponda)	SI	x	NO			
Apellidos y Nombres:	FRANCISCO PAREDES ABIMAEAD ADAM			ORCID ID:	0000-0003-2176-7123	
Tipo de Documento:	DNI	X	Pasaporte		Nro. de documento:	22498088

4. Datos del Jurado calificador: (Ingrese solamente los **Apellidos y Nombres** completos según **DNI**, no es necesario indicar el Grado Académico del Jurado)

Presidente:	HILARIO CARDENAS JORGE RUBEN
Secretario:	BERROSPI NORIA JEAN PAUL
Vocal:	VALDIVIESO ECHEVARRIA AMANCIO RODOLFO
Vocal:	
Vocal:	
Accesitario	



5. Declaración Jurada: (Ingrese todos los **datos** requeridos **completos**)

a) Soy Autor (a) (es) del Trabajo de Investigación Titulado: (Ingrese el título tal y como está registrado en el Acta de Sustentación)	
APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO Y EL DESARROLLO ECONÓMICO DE EMPRENDIMIENTOS EN EL DISTRITO DE LLATA – HUAMALÍES, 2021	
b) El Trabajo de Investigación fue sustentado para optar el Grado Académico ó Título Profesional de: (tal y como está registrado en SUNEDU)	
MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA PARA EL DESARROLLO SOCIAL	
c) El Trabajo de investigación no contiene plagio (ninguna frase completa o párrafo del documento corresponde a otro autor sin haber sido citado previamente), ni total ni parcial, para lo cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias.	
d) El trabajo de investigación presentado no atenta contra derechos de terceros.	
e) El trabajo de investigación no ha sido publicado, ni presentado anteriormente para obtener algún Grado Académico o Título profesional.	
f) Los datos presentados en los resultados (tablas, gráficos, textos) no han sido falsificados, ni presentados sin citar la fuente.	
g) Los archivos digitales que entrego contienen la versión final del documento sustentado y aprobado por el jurado.	
h) Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a la Universidad Nacional Hermilio Valdizan (en adelante LA UNIVERSIDAD), cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido del Trabajo de Investigación, así como por los derechos de la obra y/o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros de cualquier daño que pudiera ocasionar a LA UNIVERSIDAD o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causas en la tesis presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello. Asimismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del trabajo de investigación. De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan.	

6. Datos del Documento Digital a Publicar: (Ingrese todos los **datos** requeridos **completos**)



Ingrese solo el año en el que sustentó su Trabajo de Investigación: (Verifique la Información en el Acta de Sustentación)			2022				
Modalidad de obtención del Grado Académico o Título Profesional: (Marque con X según Ley Universitaria con la que inició sus estudios)	Tesis	<input checked="" type="checkbox"/>	Tesis Formato Artículo	<input type="checkbox"/>	Tesis Formato Patente de Invención	<input type="checkbox"/>	
	Trabajo de Investigación	<input type="checkbox"/>	Trabajo de Suficiencia Profesional	<input type="checkbox"/>	Tesis Formato Libro, revisado por Pares Externos	<input type="checkbox"/>	
	Trabajo Académico	<input type="checkbox"/>	Otros (especifique modalidad)	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Palabras Clave: (solo se requieren 3 palabras)	PRODUCTOS TURÍSTICOS		INNOVADOR		COMERCIALIZACIÓN		
Tipo de Acceso: (Marque con X según corresponda)	Acceso Abierto	<input checked="" type="checkbox"/>	Condición Cerrada (*)	<input type="checkbox"/>			
	Con Periodo de Embargo (*)	<input type="checkbox"/>	Fecha de Fin de Embargo:				
¿El Trabajo de Investigación, fue realizado en el marco de una Agencia Patrocinadora? (ya sea por financiamientos de proyectos, esquema financiero, beca, subvención u otras; marcar con una "X" en el recuadro del costado según corresponda):					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Información de la Agencia Patrocinadora:							

El trabajo de investigación en digital y físico tienen los mismos registros del presente documento como son: Denominación del programa Académico, Denominación del Grado Académico o Título profesional, Nombres y Apellidos del autor, Asesor y Jurado calificador tal y como figura en el Documento de Identidad, Título completo del Trabajo de Investigación y Modalidad de Obtención del Grado Académico o Título Profesional según la Ley Universitaria con la que se inició los estudios.



7. Autorización de Publicación Digital:

A través de la presente. Autorizo de manera gratuita a la Universidad Nacional Hermilio Valdizán a publicar la versión electrónica de este Trabajo de Investigación en su Biblioteca Virtual, Portal Web, Repositorio Institucional y Base de Datos académica, por plazo indefinido, consintiendo que con dicha autorización cualquier tercero podrá acceder a dichas páginas de manera gratuita pudiendo revisarla, imprimirla o grabarla siempre y cuando se respete la autoría y sea citada correctamente. Se autoriza cambiar el contenido de forma, más no de fondo, para propósitos de estandarización de formatos, como también establecer los metadatos correspondientes.

Firma:			
Apellidos y Nombres:	SANCHEZ OCAÑA KETTY		Huella Digital
DNI:	74475116		
Firma:			
Apellidos y Nombres:			Huella Digital
DNI:			
Firma:			
Apellidos y Nombres:			Huella Digital
DNI:			
Fecha: 03/02/2023			

Nota:

- ✓ No modificar los textos preestablecidos, conservar la estructura del documento.
- ✓ Marque con una X en el recuadro que corresponde.
- ✓ Llenar este formato de forma digital, con tipo de letra **calibri**, **tamaño de fuente 09**, manteniendo la alineación del texto que observa en el modelo, sin errores gramaticales (*recuerde las mayúsculas también se tildan si corresponde*).
- ✓ La información que escriba en este formato debe coincidir con la información registrada en los demás archivos y/o formatos que presente, tales como: DNI, Acta de Sustentación, Trabajo de Investigación (PDF) y Declaración Jurada.
- ✓ Cada uno de los datos requeridos en este formato, es de carácter obligatorio según corresponda.