

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HUANTA
FACULTAD DE INGENIERÍA Y GESTIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE TURISMO
SOSTENIBLE Y HOTELERÍA



TESIS:

**“Análisis del Glamping como servicio de hospedaje en turismo comunitario
en Villa Florida, Iguaín, Huanta - Ayacucho”**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración de Turismo Sostenible y Hotelería

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Negocios, Administración

TESISTA:

Rivera Valencia, Hugo

ASESOR:

Gutiérrez Gómez, Edgar

HUANTA – PERÚ

2025

NOMBRE DEL TRABAJO

“Análisis del Glamping como servicio de hospedaje en turismo comunitario en Vil la Florida, Iguaín, Huanta - Ayacucho”

AUTOR

HUGO RIVERA VALENCIA

RECUENTO DE PALABRAS

26583 Words

RECUENTO DE CARACTERES

156704 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

127 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

5.6MB

FECHA DE ENTREGA

Dec 1, 2025 11:43 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Dec 1, 2025 11:46 AM GMT-5

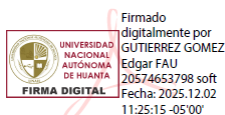
● 7% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 6% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 5% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)



Título:

“Análisis del Glamping como servicio de hospedaje en turismo comunitario en Villa Florida, Iguaín, Huanta - Ayacucho”

Autor:
HUGO RIVERA VALENCIA

Asesor:
EDGAR GUTIERREZ GÓMEZ



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HUANTA

Creada por Ley N° 29658

FACULTAD DE INGENIERÍA Y GESTIÓN

"AÑO DE LA RECUPERACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA ECONOMÍA PERUANA"

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

En la ciudad de Huanta, en el auditorio de Estudios Generales de la Universidad Nacional Autónoma de Huanta, ubicado en el Jr. Miguel Lazón N° 370 – cinco esquinas, a los 14 días del mes de noviembre de 2025, siendo las 10.30 horas, se dio inicio al acto académico de sustentación de tesis con la presencia de los miembros del jurado calificador:

Ph.D. Faustino Ccama Uchiri	Presidente
Dra. Rosario Blanca Pariona Luque	Miembro titular 2
Dr. Edgar Gutiérrez Gómez	Miembro titular 3
Mtra. Rosa Cecilia González Ríos	Miembro suplente

Acto seguido se procedió a dar lectura de la Resolución de Vicepresidencia Académica N° 100-2025-CO-UNAH, en la que señala fecha, hora y designación de jurado evaluador para la sustentación de tesis del **Bach. Hugo Rivera Valencia**, con la tesis titulada: **"Análisis del Glamping como servicio de hospedaje en turismo comunitario en Villa Florida, Iguain, Huanta – Ayacucho"**, asesorado por el Dr. Edgar Gutiérrez Gómez, para optar el Título profesional de: Licenciado en Administración de Turismo Sostenible y Hotelería.

Observaciones:

.....
.....
.....

Terminada la sustentación se procedió a la formulación de preguntas por los miembros del jurado evaluador, los mismos que fueron defendidos y absueltos por el tesista. Acto seguido se procedió a calificar con el resultado siguiente:

Aprobado Regular	()
Aprobado Bueno	()
Aprobado Muy Buenos	(X)
Aprobado Excelente	()

Con la calificación de *Muy bueno*..... ()

Siendo las *11.25 am*... se da por finalizada el acto académico de sustentación de tesis pasando a firmar los miembros del jurado evaluador.

Faustino Ccama
.....
Ph.D. Faustino Ccama Uchiri
Presidente

Rosario Blanca Pariona Luque
.....
Dra. Rosario Blanca Pariona Luque
Miembro Titular 2

Edgar Gutiérrez Gómez
.....
Dr. Edgar Gutiérrez Gómez
Miembro Titular 3

Rosa Cecilia González Ríos
.....
Mtra. Rosa Cecilia González Ríos
Miembro suplente

DEDICATORIA:

Dedico este trabajo a mis padres Máximo y Eugenia, quienes han sido mi sostén en todo momento a lo largo de mi desarrollo personal y profesional; y a mis hijos Enoc y Gabriela quienes son el motor de mi vida y me inspiran constantemente a superarme.

Asimismo, dedico este trabajo a la población del Centro Poblado de Villa Florida en Iguaín por el aporte que vienen haciendo a la actividad turística en la provincia de Huanta.

AGRADECIMIENTO:

Agradezco primeramente a Dios por darme la vida, por enseñarme a superar las dificultades y por ser consecuente con sus palabras. Agradezco también a mis docentes que estuvieron presentes en mi formación profesional aportando de sus conocimientos en experiencias durante mi etapa de pregrado. Agradezco a mis hermanos y cada miembro de mi familia quienes me motivaron desde el primer momento a lograr mis metas académicas. Finalmente hago una mención honrosa a mi docente, Dra. Ketty Moscoso Paucarchuco, quien me apoyó inicialmente como asesora en la elaboración de mi tesis.

ÍNDICE

RESUMEN	xv
ABSTRACT.....	xvi
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	19
1.1. Descripción del problema.	19
1.2. Formulación del problema de investigación.....	21
1.2.1. Interrogante General	21
1.2.2. Interrogantes específicos.....	21
1.3. Objetivos.....	21
1.3.1. Objetivo General.....	21
1.3.2. Objetivos específicos	21
1.4. Justificación e importancia	22
1.4.1. Justificación Social	22
1.4.2. Justificación Teórica	22
1.4.3. Justificación Metodológica	23
1.5. Hipótesis.	23
1.6. Variables	23
1.6.1. Variable 1: Glamping.....	23
1.6.2. Variable 2: Turismo Comunitario:.....	25
II. MARCO TEÓRICO.....	28
2.1. Antecedentes	28
2.1.1. Antecedentes Internacionales	28
2.1.2. Antecedentes Nacionales	30
2.1.3. Antecedentes locales	32
2.2. Bases teóricas.....	33
2.2.1. Marco legal en el Perú	33
2.2.2. Aporte del turismo a la economía nacional	33

2.2.3. Tendencias en turismo post COVID	34
2.2.4. Impacto del turismo	35
2.2.5. El turismo y los servicios turísticos	36
2.2.6. Establecimiento de hospedaje y su reglamento en el Perú	36
2.2.7. Origen y desarrollo del glamping	37
2.2.8. Tipologías del glamping	38
2.2.9. Características del diseño del glamping elegido para Villa Florida	39
2.2.10. Origen y desarrollo del turismo comunitario	40
2.2.11. Actividades en el turismo comunitario	41
2.2.12. Principios de desarrollo del Turismo Comunitario	42
2.2.13. Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú .	43
2.2.14. Glamping y turismo comunitario	45
2.2.15. Gestión de destino	45
2.2.16. Recomendaciones para el desarrollo del turismo comunitario	46
2.2.17. Distrito de Iguaín	47
2.2.18. Diagnóstico del Centro Poblado de Villa Florida	48
2.3. Definición de términos	50
2.3.1. Actividad turística	50
2.3.2. Agencia de viaje	50
2.3.3. Agroturismo	50
2.3.4. Alojamiento Turístico	50
2.3.5. Atractivo Turístico	50
2.3.6. Bungalow	50
2.3.7. Camping	51
2.3.8. Casa rural	51
2.3.9. Circuito turístico	51
2.3.10. Demanda turística	51

2.3.11. Destino turístico.....	51
2.3.12 Empresa turística.....	51
2.3.13. Establecimiento extra hotelero.....	51
2.3.14. Excursionista.....	51
2.3.15. Huésped	52
2.3.16. Infraestructura turística	52
2.3.17. Innovación turística.....	52
2.3.18. Oferta turística	52
2.3.19. Orientadores Turísticos.....	52
2.3.20. Paquete turístico.....	52
2.3.21. Planificación turística	52
2.3.22. Planta turística.....	53
2.3.23. Producto turístico	53
2.3.24. Recurso Turístico.....	53
2.3.25. Recursos culturales	53
2.3.26. Ruta turística	53
2.3.27. Servicio turístico	53
2.3.28. Seguridad	53
2.3.29. Superestructura.	54
2.3.30. Turismo	54
2.3.31. Tipos de turismo	54
2.3.32. Turismo Comunitario.....	54
2.3.33. Turista	55
2.3.34. Visitante	55
III. METODOLOGÍA	56
3.1. Tipo, nivel y diseño de investigación	56
3.1.1. Tipo y Nivel de investigación.....	56

3.1.2. Diseño de la investigación	56
3.2. Ámbito temporal y espacial	56
3.2.1. Ámbito temporal	56
3.2.2. Ámbito espacial	57
3.3. Población y Muestra.....	57
3.3.1. Población	57
3.3.2. Muestra	57
3.4. Instrumentos.....	58
3.4. Métodos y técnicas de recolección	58
3.5. Procedimientos de recolección	59
3.6 Validez y confiabilidad de los instrumentos.....	59
3.7. Análisis de datos	60
IV. RESULTADO Y DISCUSIÓN	61
4.1. Análisis de percepción de las autoridades locales de Villa Florida.....	61
4.2. Análisis del Glamping mediante percepción de los visitantes.....	65
4.3. Análisis de turismo comunitario	78
V. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	90
5.1. Cronograma de Actividades.....	90
5.2. Presupuesto y Financiamiento	90
VI. CONCLUSIONES	91
VII. RECOMENDACIONES	92
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	93
IX. ANEXOS	100

Índice de tabla

<i>Tabla 1: Clasificación y categorización de establecimientos de hospedaje</i>	37
<i>Tabla 2: Actividades preferidas por los turistas en turismo comunitario en Perú y Ecuador</i>	42
<i>Tabla 3: Distancia, tiempo y recorrido al distrito</i>	47
<i>Tabla 4: Resumen de prueba de confiabilidad de Cronbach</i>	59
<i>Tabla 5: Percepciones y sugerencias de las autoridades locales</i>	63
<i>Tabla 6: Análisis del glamping en la dimensión calidad de atención al cliente</i>	65
<i>Tabla 7: Análisis del glamping en la dimensión de comodidades de los ambientes</i>	67
<i>Tabla 8: Análisis del glamping en la dimensión servicio de restaurante</i>	70
<i>Tabla 9: Análisis del glamping en la dimensión de sostenibilidad</i>	72
<i>Tabla 10: Análisis del glamping en la dimensión de potencial turístico</i>	75
<i>Tabla 11: Análisis del Turismo comunitario en la dimensión involucramiento de la población local</i>	77
<i>Tabla 12: Análisis del Turismo comunitario en la dimensión Disponibilidad de autoridades locales</i>	80
<i>Tabla 13: Análisis del Turismo comunitario en la dimensión Desarrollo económico local</i>	82
<i>Tabla 14: Análisis del Turismo comunitario en la dimensión fortalecimiento de capacidades</i>	84
<i>Tabla 15: Análisis del Turismo comunitario en la dimensión conservación de la cultura local</i>	87
<i>Tabla 16: Cronograma</i>	89
<i>Tabla 17: Resumen financiero</i>	89

Índice de figura

Figura 1: <i>Percepción de las autoridades locales sobre glamping como servicio de hospedaje en turismo comunitario</i>	61
Figura 2: <i>Distribución de frecuencias de la percepción de los visitantes sobre atención al cliente</i>	65
Figura 3: <i>Distribución de frecuencias de la percepción de los visitantes sobre comodidades de los ambinetes</i>	68
Figura 4: <i>Distribución de frecuencias de la percepción de los visitantes acerca de servicios de restaurantes</i>	70
Figura 5: <i>Disribución de frecuencias de la percepción de los visitantes sobre sostenibilidad</i>	72
Figura 6: <i>Distribución de frecuencias de la percepción de visitntes sobre potencial turístico</i>	75
Figura 7: <i>Distribución de frecuencias de involucramiento de la población local</i>	78
Figura 8: <i>Distribución de frecuencias de la percepción de disponibilidad de autoridades locales</i>	80
Figura 9: <i>Distribución de frecuencias de la percepción de desarrollo económico local</i>	83
Figura 10: <i>Distribución de frecuencias de la percepción de fortalecimiento de capacidades</i>	85
Figura 11: <i>Distribución de frecuencias de la percepción de la conservación de la cultura local</i>	87

RESUMEN

El presente trabajo centra su investigación en Villa Florida, centro poblado del distrito de Iguaín dentro de la jurisdicción de la provincia de Huanta. El estudio consiste en analizar el impacto turístico que genera la implementación de un módulo de hospedaje llamado glamping dentro del desarrollo del turismo comunitario en Villa Florida.

Dentro de los resultados, con referencia al OE1, los resultados muestran una disposición parcial de las personas involucradas hacia la participación en actividades turísticas, todo ello limitado por falta de información, capacitaciones; no obstante, a pesar de ello aún existe el interés de involucramiento como en temas gastronómicos y guías turísticas. Respecto al OE2, el análisis evidenció que el 75% de las autoridades tienen conocimiento sobre turismo y el 100% de ellos se muestran dispuestos a diversificar sus economías en temas de turismo, lo cual demuestra aceptación de este rubro, aunque, la población tiene la percepción de que las autoridades tienen nivel bajo en su involucramiento en iniciativas turísticas. En respuesta al OE3, se logró identificar a algunas zonas con potencial turístico, los cuales son Ayahuarcuna y Rumichaca principalmente, así como las festividades locales que dinamizan sus economías. Asimismo, el 75% de los visitantes considera que el glamping como un producto turístico es innovador, aunque hay percepción de ciertas deficiencias en limpieza, equipamientos y servicios básicos. Finalmente, en el OE4, se logró constatar un avance muy incipiente en los temas de desarrollo de capacidades locales. Solo el 5% percibe de manera positiva en su cabalidad en atención al cliente, mientras el 60% afirmaron avances esporádicos en varias prácticas como la manipulación de alimentos. En general, el turismo se reconoce con efectos positivas, sobre todo en conservación cultural e identidad local.

Palabras clave: Glamping, turismo comunitario, ecoturismo, Iguaín, Huanta

ABSTRACT

This paper focuses its research on Villa Florida, a town in the Iguaín district within the province of Huanta. The study analyzes the tourism impact generated by the implementation of a glamping accommodation option within the development of community-based tourism in Villa Florida.

Regarding OE1, the results show a partial willingness of those involved to participate in tourism activities, limited by a lack of information and training. However, despite this, there is still interest in involvement, such as in gastronomy and tour guides. Regarding OE2, the analysis showed that 75% of the authorities are knowledgeable about tourism and 100% of them are willing to diversify their economies through tourism, which demonstrates acceptance of this area. However, the population perceives that the authorities have a low level of involvement in tourism initiatives. In response to SO3, some areas with tourism potential were identified, primarily Ayahuarcuna and Rumichaca, as well as the local festivals that boost their economies. Furthermore, 75% of visitors considered glamping as an innovative tourism product, although some perceived deficiencies in cleanliness, equipment, and basic services. Finally, in SO4, very incipient progress was noted in local capacity development. Only 5% viewed customer service as positive, while 60% reported sporadic progress in various practices such as food handling. Overall, tourism is recognized as having positive effects, especially on cultural preservation and local identity.

Keywords: Glamping, community tourism, ecotourism, Iguaín, Huanta.

INTRODUCCIÓN

El turismo tiene un aporte importante en la economía del país, teniendo un funcionamiento de industria que contribuye a la lucha contra la pobreza. Para la actualidad, representa más del 2.9% del PBI, la cual vino creciendo, generando 1.3 millones de empleo según el informe económico presentado por la misma ministra en setiembre del 2024 (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], 2024).

Considerando la relevancia de la actividad turística, y teniendo en cuenta que, según el Mapa monetario del Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018), el distrito de Iguain se encuentra en el puesto 290 dentro del mapa monetario, una posición que demanda acciones estratégicas para el distrito.

El trabajo de investigación comprende analizar el impacto que tiene la implementación del glamping como servicio de hospedaje dentro del turismo en su tipología de turismo comunitario.

El Turismo Comunitario, en sus objetivos, es un tipo de turismo que beneficia a las poblaciones involucradas, favoreciendo directamente a los pobladores quienes puedan prestar sus servicios en el sector de hospedaje, gastronomía y operadores turísticos. Esta propuesta surge por la consideración que se tiene como recomendación de la OMT sobre el interés de turistas y visitantes post pandemia, donde se invita a desarrollar actividades en espacios rurales que puedan aportar al desarrollo de poblaciones interesadas e involucradas (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2022) y con respecto al glamping, según Cely y Rocha (2019, como se citó en Vargas, 2022, p. 17), glamping, se origina de la combinación de dos términos, glamour y camping, que permiten concebir una definición del glamping como un tipo de alojamiento que fusiona el turismo ecológico, factor natural, comodidades y lujos, el cual tiene como prioridad el cuidado del entorno natural. Además, según Osorio (2019), el Glamping, en la actualidad, es una tendencia en el mundo que está renovando al camping, donde las personas se alojan en zonas naturales y las construcciones y servicios brindados en el mismo deben causar el menor impacto ambiental posible al entorno natural.

Ante lo expuesto, la pregunta que surge como problema de investigación es el siguiente: ¿Cuál es el impacto turístico de la implementación del glamping como

servicio de hospedaje en el Turismo Comunitario en el centro poblado de Villa Florida, Iguain, Huanta, Ayacucho?, pregunta que cumple con el objetivo trazado del estudio.

El trabajo realizado tuvo el fin de lograr la obtención del título en Licenciado de Administración de Turismo Sostenible y Hotelería de la Universidad Nacional Autónoma de Huanta y consistió en analizar el impacto del glamping como servicio de hospedaje en el centro poblado de Villa Florida en la provincia de Huanta. Considerando la relevancia de la actividad turística es propicio canalizar los conocimientos para el aprovechamiento de los beneficios del turismo que las poblaciones puedan tener.

El trabajo presente consta de la siguiente estructura:

Capítulo I: trata del Planteamiento del problema

Capítulo II: trata del Marco teórico pertinente para el trabajo realizado

Capítulo III.: Abarca la metodología seleccionada

Capítulo IV: Muestra los resultados y la discusión obtenida

Capítulo V: abarca las conclusiones resultantes del estudio

Capítulo VI: trata de las referencias

Capítulo VII: se muestra finalmente los anexos

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema.

El presente trabajo enfoca su investigación en Villa Florida, centro poblado del distrito iguaíno, distrito que es parte de los trece distritos actuales de la provincia de Huanta, y que, dentro de sus límites, se pueden observar características naturales y culturales importantes, características que empoderan al distrito y hacen posible el desarrollo del turismo en distintas modalidades, y en el cual se realiza la investigación de analizar el glamping como servicio de hospedaje turístico en la práctica del turismo comunitario.

Para la actualidad, el distrito de Iguaín tiene una relación cercana con los visitantes que llegan a la ciudad de Huanta debido a que Villa Florida, centro poblado del distrito y lugar de investigación para el presente trabajo, colinda con la carretera central que une la ciudad de Huamanga y Huanta, ocupando un espacio estratégico para el expendio de frutas y platos tradicionales de la zona.

Por otra parte, el distrito de Iguaín requiere nuevas alternativas de ingreso económico para cubrir las diferentes necesidades de familias locales lo que permita a su vez mejores condiciones para la población teniendo en cuenta que, la provincia de Huanta está dentro de la región de Ayacucho, una región considerada a nivel nacional como pobre y con sectores en extrema pobreza todavía. Según el Mapa monetario del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2018), el distrito de Iguaín se encuentra en el puesto 290 dentro del mapa monetario, una posición que demanda acciones estratégicas para el distrito.

Dentro de las acciones importantes, puede considerarse la acción y participación del emprendedor local, participación que puede considerarse de gran relevancia como lo menciona la Asociación de Municipios de Honduras (2007, p. 130).

La Actividad social y económica del turismo, según el MINCETUR (2016), tiene un aporte de gran significancia en la economía del país, teniendo un funcionamiento de industria que contribuye a la lucha contra la pobreza. Para la actualidad, representa más del 3% del PBI, la cual vino creciendo, según el informe económico, desde el 2011 hasta el 2015, crecimiento que se efectuó de manera estable. Los sectores involucrados en la actividad turística son: transporte público y privado de pasajeros, provisión de alimentos y bebidas (A y B), alojamiento u hospedaje, sector

cultural, impuestos, comercialización de trabajos artesanales, agencias de viajes, entre otras.

Dentro de la actividad del turismo, considerando que es una alternativa económica, existe una forma de alojamiento extra-hotelerero importante es el “glamping”, forma de alojamiento que comprende aspectos naturales hasta rústicos, aspectos que pueden ser complementados con la participación de la población para lograr beneficios para los pobladores, características propias del turismo comunitario.

Según Cely y Rocha Pimienta (2019, como se citó en Vargas, 2022, p. 17), glamping, se origina de la combinación de dos términos, glamour y camping, que permiten concebir una definición del glamping como un tipo de alojamiento que fusiona el turismo ecológico, factor natural, comodidades y lujos, el cual tiene como prioridad el cuidado del entorno natural. Además, según Osorio (2019), el Glamping, en la actualidad, es una tendencia en el mundo que está renovando al camping, donde las personas se alojan en zonas naturales y las construcciones y servicios brindados en el mismo deben causar el menor impacto ambiental posible al entorno natural.

Por otra parte, el Turismo Comunitario, por sus principios, es un tipo de turismo considerado como un turismo alternativo teniendo como actividades importantes al Etnoturismo, que comprende la visita a los pueblos para aprender de su cultura y tradiciones, el agroturismo, que comprende el aprovechamiento de un medio rural natural donde puede disfrutarse de la idiosincrasia del poblador local, talleres de gastronomía, elaboración de medicina natural tradicional, talleres artesanales, aprendizaje de dialectos, entre otras actividades (Secretaría de Turismo, 2004).

El Turismo Comunitario, en sus objetivos, es un tipo de turismo que beneficia a las poblaciones involucradas, favoreciendo directamente a los pobladores quienes puedan prestar sus servicios en el sector de hospedaje, gastronomía y operadores turísticos. Esta propuesta surge por la consideración que se tiene como recomendación de la OMT sobre el interés de turistas y visitantes post pandemia, donde se invita a desarrollar actividades en espacios rurales que puedan aportar al desarrollo de poblaciones interesadas e involucradas (OMT, 2022).

La propuesta del presente trabajo comprende la medición del impacto del glamping como servicio de alojamiento u hospedaje en el impulso del turismo comunitario que se enmarca en los objetivos concernientes al desarrollo sostenible establecidos por la Organización de las Naciones Unidas en la agenda 2030, donde

propone “erradicar la pobreza en todas sus formas en todo el mundo” (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2018).

1.2. Formulación del problema de investigación

El aspecto formulador del problema, como parte de la presente investigación, comprende las siguientes interrogantes:

1.2.1. Interrogante General

¿Cuál es el impacto turístico de la implementación del glamping como servicio de hospedaje en el turismo comunitario en el centro poblado de Villa Florida, Iguaín, Huanta - Ayacucho?

1.2.2. Interrogantes específicos

IE1: ¿Cuán disponible está la población local para la implementación del Glamping como servicio de hospedaje en el turismo comunitario en el Centro Poblado de Villa Florida, Iguaín, Huanta Ayacucho?

IE2: ¿Cuán disponible están las autoridades locales para la implementación del Glamping como servicio de hospedaje en turismo comunitario en el Centro Poblado de Villa Florida, Iguaín, Huanta Ayacucho?

IE3: ¿Existe potencial turístico local para la implementación del Glamping como servicio de hospedaje en el turismo comunitario en el Centro Poblado de Villa Florida, Iguaín, Huanta Ayacucho?

IE4: ¿Cuál es el aporte en desarrollo de capacidades de la población local con la implementación del Glamping como servicio de hospedaje en el turismo comunitario en el Centro Poblado de Villa Florida, Iguaín, Huanta, Ayacucho?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Analizar el impacto turístico de la implementación del glamping como servicio de hospedaje en el Turismo Comunitario en el centro poblado de Villa Florida, Iguaín, Huanta, Ayacucho.

1.3.2. Objetivos específicos

OE1: Estudiar la disponibilidad de la población local para la implementación del glamping como servicio de hospedaje en turismo comunitario en el Centro Poblado de Villa Florida, Iguaín, Huanta, Ayacucho.

OE2: Estudiar la disponibilidad de las autoridades locales para la implementación del Glamping como servicio de hospedaje en turismo comunitario en el Centro Poblado de Villa Florida, Iguaín, Huanta, Ayacucho.

OE3: Analizar el potencial turístico local para la implementación del Glamping como servicio de hospedaje en el turismo comunitario en el Centro Poblado de Villa Florida, Iguaín, Huanta, Ayacucho.

OE4: Analizar el aporte en desarrollo de capacidades de la población local con la implementación del Glamping como servicio de hospedaje en turismo comunitario en el Centro Poblado de Villa Florida, Iguaín, Huanta, Ayacucho.

1.4. Justificación e importancia

1.4.1. Justificación Social

La justificación del presente trabajo es la contribución a la solución de las problemáticas existentes en la población del centro poblado de Villa Florida relacionadas a la mejora de condiciones para el desarrollo del Turismo, mejoras en los servicios turísticos dentro de la tipología del turismo comunitario, considerando que el turismo comunitario, según la OMT (citado por el Banco de Desarrollo de América Latina 2013), incrementó un 6% en términos reales económicos y teniendo como destinos más importantes al Perú y Ecuador en todo América Latina, por lo que considero que el aporte social de la actividad turística puede ser sustancial para aprovechamiento de la población local.

Por otra parte, la Agenda 2023 según OMT (2018), propone “Lograr la igualdad de género permitiendo el empoderamiento en mujeres y niñas”, y partimos de la meta “Asegurar la plena participación de mujeres provocando oportunidades similares de liderazgo a todos los niveles de decisión política, económica y pública” (p. 32) por lo que, se considera que la justificación social para la propuesta del glamping como servicio de hospedaje en el turismo comunitario se enmarca en dicho objetivo (ONU, 2018).

1.4.2. Justificación Teórica

La presente investigación aportará datos importantes en beneficio de estudiantes que buscan nuevos conocimientos para su aprendizaje, a su vez servirá a autoridades locales, quienes podrán considerarlo en el desarrollo del turismo en todo

el distrito como fuente teórica, además de colaborar a la población en general que busquen conocimientos relacionados al desarrollo del glamping como servicio de hospedaje en el Turismo Comunitario.

1.4.3. Justificación Metodológica

Este trabajo de investigación estará sujeto a los parámetros científicos que le den la validez e importancia como estudio de carácter científico. Contará con el uso de herramientas de recopilación de información tanto de fuentes primarias y como de fuentes secundarias que ayuden a responder las preguntas y proponer soluciones a los problemas establecidos, cumpliendo el papel de fuente bibliográfica posterior a su sustentación.

1.5. Hipótesis.

Con relación a la hipótesis, el estudio de investigación de tipo descriptivo NO lleva dicho elemento de investigación.

Según Hernández (2006, como se citó en Ríos, 2017, p. 67), la formulación de una hipótesis depende del tipo de estudio, y donde algunas investigaciones no requieren hipótesis, investigaciones como las de tipo descriptivo.

Sampieri et al. (2014), muestra que no se realiza la formulación de hipótesis en estudios exploratorios y descriptivos (p. 104).

1.6. Variables

Las variables comprenden “los rasgos, propiedades o características posibles de los individuos o grupos u objetos que serán observados y pueden adquirir distintos valores” como lo menciona Bobenreith (1987, como se citó en Ríos, 2017, p. 37).

Las variables consideradas para el presente trabajo de investigación fueron las siguientes:

1.6.1. Variable 1: Glamping

Según Cely y Rocha Pimienta (2019, como se citó en Vargas, 2022), la palabra glamping, proviene de la combinación entre glamour y camping, dos términos que unidos definen al glamping como un tipo de alojamiento que fusiona el turismo ecológico, la naturaleza, la comodidad y el lujo teniendo dentro de sus prioridades el cuidado del medio ambiente.

Para Rodríguez (2020, como se citó en Díaz, Pereyra, & Perilli, 2023, p. 20), el *“Glamping es un tipo de alojamiento sostenible ubicado en un medio natural que ofrece privacidad, tranquilidad y conexión con la naturaleza”*

1.6.1.1. Dimensiones:

a. Calidad de atención al cliente

La calidad de servicio en la atención al cliente, según Couso (2005, como se citó en Jaramillo, 2019, p. 10), es una actividad donde los miembros de un grupo organizado están comprometidos en realizar las mejoras de manera continua para satisfacer las expectativas del cliente.

b. Comodidad de los ambientes

Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, la palabra comodidad significa que es “cosa necesaria para vivir a gusto”

c. Servicio de restaurante

Setó (2004, como se citó en Jaramillo, 2019, p. 11), menciona que el servicio es la función de otorgar un beneficio en el cual no participa la posesión de un bien.

d. Sostenibilidad

El RAE, define al término de sostenible dentro del marco de la ecología y la economía, como aquello que se puede mantener a lo largo de los años evitando el daño al medio ambiente.

e. Potencial turístico

El potencial turístico según Reyes y Sánchez (2005, como se citó en Lazo, 2017, p. 4) es determinado por la capacidad que tiene un determinado lugar o recurso turístico para atraer al turista y satisfacer sus necesidades, tomando en cuenta las instalaciones e infraestructuras necesarias para ofertar distintas actividades turísticas. Dicha potencialidad está determinada por los siguientes factores o componentes: los recursos, la accesibilidad y el equipamiento, componentes ideales para el desarrollo turístico.

1.6.1.2. Indicadores

a. Calidad de atención al cliente

- Hospitalidad
- Capacidades
- Responsabilidad

- b. Comodidad de los ambientes
 - Limpieza
 - Equipamiento básico
 - Servicios básicos
- c. Servicio de restaurante
 - Salubridad
 - Equipamiento necesario
 - Diversidad gastronómica
- d. Sostenibilidad
 - Beneficios económicos positivos
 - Cuidado del entorno natural
 - Uso adecuado de los recursos naturales
- e. Potencial turístico
 - Diseño atractivo
 - Diseño temático de acorde al entorno cultural y natural
 - Producto turístico

1.6.2. Variable 2: Turismo Comunitario:

El turismo comunitario se define como la actividad turística que se desarrolla en un medio rural, de manera planificada y sostenible, donde se tiene la participación de las poblaciones locales organizadas y buscan el beneficio para la comunidad, siendo la cultura rural un componente clave (MINCETUR, 2006).

Para la Secretaría de Turismo (2004), el Turismo Rural es una modalidad del turismo que permite tener un mayor acercamiento a la comunidad, comunidad que contiene diferentes cualidades y peculiaridades; y donde el turista no es solamente un observador sino es alguien que participa activamente con el poblador y sus actividades participando de diferentes actividades como la realización de artesanía, la preparación de gastronomía, aprendizaje de dialectos, la participación en rituales místicos, entre otros de valor similar.

1.6.2.1. Dimensiones:

a. Involucramiento de la población local

Este indicador mide la disposición de los pobladores locales para poder ser parte del desarrollo turístico en su modalidad de Turismo Comunitario, actividad que permite la participación de los pobladores locales.

b. Disponibilidad de autoridades locales

La disposición de las autoridades locales se mide de acuerdo con las distintas facilidades e involucramiento en las actividades turísticas propuestas en el centro poblado de Villa Florida.

c. Desarrollo económico local

Según la ONU (2015, como se citó en Márquez et al. 2020, p. 236), el desarrollo económico de un lugar comprende el aumento cualitativo en las mejoras de las condiciones sociales, generando la promoción y mantenimiento de la prosperidad de los pobladores.

d. Fortalecimiento de capacidades

El portal web de la UNESCO, define al fortalecimiento de capacidades como el proceso que tiene la finalidad de mejorar capacidades a través de asistencia técnica, orientación y preparación tomando en cuenta proyectos adaptados a las necesidades de los beneficiarios.

e. Conservación de la cultura local

La conservación de la cultura local está relación con preservar el patrimonio que tiene dicha localidad, sus costumbres, sus fiestas, entre otros aspectos propios de la cultura.

1.6.2.2. Indicadores

a. Involucramiento de la población local

- Participación de la población local
- Habilitación de Servicios complementarios
- Mejoramiento de servicios

b. Disponibilidad de autoridades locales

- Facilidades en los trámites
- Disponibilidad para atender las necesidades locales
- Disposición para la gestión pública

c. Desarrollo económico local

- Actividades económicas

- Pobreza
- Generación de nuevos emprendimientos

d. Fortalecimiento de capacidades

- Calidad de atención al cliente
- Buenas prácticas en manipulación de alimentos
- Administración de empresas hoteleras

e. Conservación de la cultura local

- Costumbres
- Identidad local
- Festividades

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Barcia (2023) en su proyecto de investigación para la obtención del título en Ingeniería de Administración de Empresas turísticas, proyecto denominado “*el glamping como alternativa de alojamiento comunitario en el sendero ecológico Ebano Sebastián Cantón Montecristi*” menciona:

Por lo expuesto anteriormente, se destaca que las causas principales se producen por la falta de innovación en los servicios turísticos, sumado al poco apoyo por parte de las organizaciones públicas-privadas para la puesta en marcha de estas propuestas de alojamientos en el cantón Montecristi. (p. 14)

Ante lo mencionado por Barcia, es bueno precisar la importancia de la innovación en la actividad turística que permita tener una mejor oferta turística para los visitantes.

Léa Manet (2014), en su trabajo de sustentación del doctorado, investigación realizada en Guatemala, trabajo titulado “*Turismo y Desarrollo Local: Experiencia de turismo comunitario en el corredor San Cristóbal de las Casas – Antigua Guatemala. Hacia nuevas dinámicas territoriales*” menciona lo siguiente con relación a los emprendimientos comunales dentro del turismo:

Los actores locales, tomando en cuenta a la población activa, han sido y siguen siendo los impulsores de los cambios organizativos en las comunidades, a través de los mecanismos de coordinación y participación que promueven, los cuales han permitido legitimar la reconfiguración de las relaciones sociales, nuevas alianzas comunitarias y las emergencias de nuevos liderazgos locales (p. 312).

Lo mencionado por Manet (2014), expresa la importancia que tiene los emprendimientos de las comunidades considerando la participación de la población para consolidar distintos servicios turísticos.

Tschrister (2018), en su investigación para la obtención de la licenciatura de turismo con el título “*Glamping como estrategia de diversificación de la oferta de*

alojamiento de la localidad de Sierra de la Ventana”, investigación realizada en Argentina, menciona lo siguiente:

Río Arrayanes Glamping, emprendimiento de la Patagonía Argentina, se ubica en el parque Los Alerces, provincia de Chubut. Este proyecto trata de un camping agreste que se ubica a orillas del río Arrayanes, que además ofrece los domos las cuales tienen dormitorios con somieres, colchones de buena calidad, ropa blanca, lámparas LED, calefacción con salamandras a leña y desayuno. Este complejo también da la posibilidad de realizar excursiones como trekking o Kayak (Vitale, 2014). Los domos de Arrayanes tienen cinco metros de diámetro, superficie de 18,50 mts² y una altura máxima de 2,50 metros tomando una forma de estructura tubular reticulada haciéndolos resistentes al viento y a la intemperie. El precio por noche es de \$2,800 aproximadamente (pp. 35, 36).

Lo mencionado anteriormente muestra el valor económico que se le puede asignar al servicio de hospedaje en su modalidad de glamping, costo que puede beneficiar de manera importante a los pobladores, en este caso particular buscando beneficiar a la población de Villa Florida.

Varela (2023), en su investigación *“El Turismo vivencial y el Glamping en el caserío Runtún Cantón Baños de Agua Santa”* realizada en Ambato Ecuador, menciona lo siguiente:

En la investigación realizada en Colombia titulada como “propuesta de diseño de una estructura para Glamping en el aprovechamiento de las oportunidades de negocio para el sector turístico”, el glamping en este país es una alternativa de alojamiento actualmente en desarrollo, donde la demanda y la oferta suelen crecer exponencialmente. Además, los proveedores de los servicios complementarios y alternativos en la actividad turística corresponden a las organizaciones locales, con un impacto positivo e interesante en beneficios de ellos mismos. Entre las conclusiones podemos denotar que, según el análisis de la encuesta y las entrevistas realizadas, el glamping es una alternativa adecuada para los turistas nacionales y foráneos, debido a la diversidad estructural y formas atractivas que se adapta a diferentes ambientes naturales. Por lo tanto, se recomienda introducir

materiales y proveedores en la región que ayuden al desarrollo comunitario.
(p. 1)

Notamos que, en la investigación de Varela (2023), observamos el involucramiento de la población permitiendo que la actividad turística tenga una mejor sostenibilidad, a través del uso de materiales propios de zona y sin perjudicar el ambiente natural.

Según los datos proporcionados por el Instituto Distrital de Turismo (2019, como se citó en Espejo, 2021) un 76.3% de turistas llegado a la ciudad de Bogotá, en Colombia, se hospedaron en casa de personas cercanas, pobladores locales. Mientras que el 19.8% se instalaron en establecimientos hoteleros demostrando el perfil de turistas que llegan al país cafetalero.

Otro ejemplo importante del desarrollo de turismo en su tipología de turismo comunitario en Colombia, donde la población actúa de manera comprometida brindando distintos servicios turísticos, es lo sucedido en el barrio Belén, donde “Muchos de los residentes, recalcan que es importante que los turistas también visiten el barrio Belén, puesto que esto ayuda a impulsar la economía local, se impulsa el reconocimiento de aquellas labores de carpintería y restauración (oficio tradicional), y no solo que el turista y el visitante recorran la Candelaria turística, un lugar de casas coloridas y de grandes monumentos, sino de otros barrios cercanos que esperan al turista y al visitante con los brazos abiertos” (Espejo, 2021, p. 9).

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Chang y Rivas (2021), en su tesis para optar el grado académico de Maestro en Administración de Empresas, tesis con el título de “*Modelo de negocio para la implementación del Hotel Glamping en Chachapoyas*”, estudio realizado en el Perú, menciona lo siguiente:

El turismo en los últimos años ha representado un motor importante en el crecimiento económico del país. Según BADATUR – OTP (2019), en el informe “Perú: participación del sector turismo en el PBI” (p. 5), representó en el año 2019 el 3.66% del PBI total del país, equivalente a S/. 54609700. Además, acompañado de inversión pública y privada se han concretado diferentes proyectos para mejorar la infraestructura de las ciudades, que, a

su vez, han contribuido a ampliar la oferta de productos y servicios a nivel turístico y hotelero. (p. 11)

Por lo que el aporte económico del turismo como un argumento para sostener la viabilidad de proyectos en turismo, y más aún, refiriéndose al servicio de hospedaje, la cual ha contribuido a ampliar la oferta de productos y servicios turísticos y hotelero.

Gonzales y Sánchez (2023) en su trabajo denominado “*Estudio de prefactibilidad para la instalación de un servicio de glamping en la sierra de Lima – Perú*”, tesis para optar el título profesional de ingeniería industrial, con relación al servicio de hospedaje en su modalidad de glamping menciona lo siguiente:

El servicio glamping busca desarrollarse en Lima provincia, específicamente en la sierra de Lima. Esto debido a que es un sector del país con un gran potencial turístico como ya fue mencionado líneas arriba. Asimismo, es un lugar que cuenta con zonas que permiten el desarrollo de este servicio, como es la conexión con la naturaleza, la cual es una de las características principales del servicio. Asimismo, toma en cuenta la población a la cual se dirige, en este caso se enfoca en personas entre 18 y 45 años, que les gusta experimentar nuevas cosas y con gran interés por la aventura. (p. 15)

Esta tesis permite ver el futuro y la tendencia en nuestro país, del desarrollo del servicio de hospedaje en su modalidad de glamping, donde, con la participación de la población, se pueden marcar este servicio para generar ingresos económicos aprovechando las características naturales de las distintas zonas del país.

El MINCETUR (2015), en su informe titulado “*Memorial de Turismo Rural Comunitario en el Perú*”, informa lo siguiente en relación al turismo comunitario:

A la fecha, contamos con 33 productos de turismo rural comunitario incorporados en la oferta turística nacional. En las siguientes páginas de la publicación, como se menciona en el material referido, se presentan a los líderes y organizaciones de base comunitaria, quienes representan a gestores y verdaderos actores de estos productos importantes en turismo que nos convierte en un destino sostenible y auténtico. (p. 20)

Por otra parte, pienso que es sustancial mencionar lo siguiente:

Para el 2021, el 80% del producto turístico del Perú se desarrollaba en zonas rurales teniendo para aquel momento 67 emprendimientos en 13 regiones donde se tenía 1661 emprendedores registrados, de los cuales 773 era hombres y 888 mujeres (Prom Perú, 2021).

2.1.3. Antecedentes locales

El Plan Estratégico Regional de Turismo de la región Ayacucho elaborado para el periodo 2020 – 2029, nos provee algunos datos referenciales a la actividad turística en la región, que menciona “la región de Ayacucho, considerando los resultados obtenidos y presentado en las tablas correspondientes, muestra que, en el 2019, recibió 688,928 arribos de visitantes nacionales, representando un incremento del 105% a diferencia del año base 2014” (p. 67). Por otra parte, de las entrevistas y visitas técnicas de campo realizadas, se evidenció que los recursos turísticos como la Cueva de Pikimachay, el Complejo Arqueológico de Vilcas Huamán, las cataratas de Cangallo, entre otros, tienen una visita turística continua; aunque no cuentan con registro de visitantes o no se encuentran actualizados” (p. 66).

Tomando en cuenta la provincia de Huanta, la actividad turística está atravesando una etapa importante, ya que, cuenta para el presente con la presencia de la casa superior de estudios, la Universidad Nacional Autónoma de Huanta donde se oferta la carrera profesional de Administración de Turismo Sostenible y Hotelería, y que para la actualidad tiene a dos promociones egresadas, lo que permite proyectar en un mediano plazo del aporte significativo que darán dichos profesionales para mejorar el sistema de la actividad turística en la provincia y seguramente en la región.

Concerniente a emprendimientos innovadores como glamping o desarrollo del turismo comunitario en Huanta, no se tiene ninguna información registrada, pero se puede mencionar que, se ha venido desarrollando emprendimientos privados de manera empírica, teniendo a un ejemplo referencial a la comunidad de Occochaca, donde pobladores locales, dirigentes y autoridades provinciales han realizado trabajos en conjuntos para realizar implementaciones necesarias que

permitan ofertar productos turísticos. En ese sentido, también no se puede dejar de mencionar el emprendimiento de la familia Vilca, pobladores que lograron realizar un trabajo de réplica similares a chullpas, denominado Huayra Patamarca distante de 10 minutos aproximado de la cascada de Occochaca, logrando para la actualidad el interés en visitantes locales, regionales y nacionales.

Para la actualidad, uno de los recursos más importantes que tiene gran afluencia de visitantes a Huanta, es el mirador del Cristo Blanco, que tiene como principal atractivo la escultura del Cristo Blanco o Cristo Redentor que mide 14 metros de altura y obra realizada por el escultor Robert Torre Malpartida y ubicado a 25 minutos aproximadamente en mototaxi de la Plaza Principal de la ciudad de Huanta (Sánchez, 2023, p. 102).

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Marco legal en el Perú

El turismo en nuestro país se rige a la Ley General de Turismo, Ley N° 29408, ley que tiene el objetivo de “*promover, incentivar y regular el desarrollo sostenible de la actividad turística*”. Además de ella, la actividad turística particular o específica como el turismo comunitario tiene su normativa en la Ley N° 31797, Ley de promoción y Desarrollo del Turismo Comunitario, ley que tiene el objetivo de regular el desarrollo sostenible del turismo Comunitario en el Perú a través del fortalecimiento de competencias de las comunidades debidamente organizadas para la gestión de la actividad turística de su territorio con la finalidad de contribuir a la mejora de la calidad de vida de su población.

2.2.2. Aporte del turismo a la economía nacional

El turismo es una actividad social, un fenómeno que tiene una gran repercusión sobre la economía, y es antes de la primera guerra mundial que el turismo cobra una gran presencia dentro del círculo de los economistas quienes interesados en atribuirle una definición económica al turismo dejaron una serie de propuestas como la de Schullern zu Schattenhofen quien publicó la obra Turismo y Economía Nacional en 1911, en la cual se define por primera vez al turismo, desde la óptica de la Economía, de la siguiente forma: “*Turismo es el concepto que comprende todos los procesos, especialmente económicos, que se manifiestan en la*

afluencia, permanencia y regreso del turista hacía, en y fuera de un determinado municipio, país o estado" (Acerenza, 2006, p. 12).

El turismo, según las cifras presentadas por el MINCETUR (2023), cifras proporcionadas en el mes de abril del 2023 y que comprendía el periodo de enero a abril, mostraron los siguientes datos “durante el mes de abril del 2023, se registró la llegada de 189685 turistas internacionales, lo que representó un incremento interanual de 40.6% (flujo adicional de 55 mil turistas) con respecto al mismo mes de 2022” (p.2). La llegada de visitantes implica ingresos económicos para la población.

En lo que corresponde al turismo comunitario, desde el punto de vista económico, Prom Perú (2021), con Turismo IN establece algunas razones para potenciar los productos turísticos que se ofrecen en dicha modalidad de turismo: “demanda creciente a nivel global de opciones más auténticas y sostenibles, lo que diversifica la oferta turística nacional. Este turismo posee diversas opciones al aire libre, dentro de un entorno natural, lo cual es altamente valorada en el contexto” (p. 6).

Asimismo, Prom Perú (2021), tiene como data importante la información que se presenta donde se menciona que, “el 84% considera el patrimonio como aspectos claves en su viaje”. Asimismo, Prom Perú (2021) menciona que “el 61% de los viajeros han sido alentados a viajar de manera sostenible y el 68% de ese grupo de turistas esperan que el dinero que gastan en su viaje pueda regresar a la comunidad local y favorezca su economía” (p. 3).

Una de las conclusiones que se tiene sobre el turismo comunitario, es que, puede ser una herramienta eficaz para la mejora de la vida económica y social de algunas comunidades locales (Ostelea, 2019).

2.2.3. Tendencias en turismo post COVID

La revista, “55 Tendencias de turismo para el 2022”, proyecta que una de las formas de turismo que será una tendencia en esta etapa post COVID será aquella que permita al turista o visitante poder tener una cercanía a una cultura distinta, aquella que permita “*Conectar con la comunidad local*”, además de considerar que el 2022 será un año de recuperación del turismo (DISSET, 2022).

La OMT (2022) menciona que “la pandemia de COVID-19 ha hecho que muchos turistas se interesen por buscar nuevas experiencias en la naturaleza y las zonas rurales, al aire libre, lejos de los lugares congestionados” (p. 8), una recomendación importante para los nuevos emprendimientos en turismo.

Asimismo, la recomendación del OMT comprende cinco (05) pilares importantes: 1. El Turismo como pilar estratégico de las políticas de desarrollo rural, 2. El turismo que favorezca al bienestar de las comunidades rurales: Construir un sector justo, inclusivo, resiliente y sostenible, 3. Nuevas oportunidades para el Turismo y el desarrollo rural: innovación, tecnología y digitalización, 4. Desarrollo de productos e integración en la cadena de valor para una experiencia de viaje sostenible mejorada; 5. Fomentar políticas y prácticas sostenibles en destinos rurales; dichas recomendaciones están dirigidas a mostrar alternativas de desarrollo del turismo comunitario o rural en poblaciones interesadas (OMT, 2022).

Si tomamos en cuenta las recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo, entonces podríamos considerar apropiado proponer un servicio de hospedaje como el glamping, que es amigable de alguna manera con el medio ambiente, y con ello generar espacios económicos alternativos para la población local. Las nuevas tendencias post COVID refleja las nuevas oportunidades que tienen los pueblos para fortalecer sus ofertas turísticas, las tendencias comprenden el turismo de naturaleza y el turismo naranja, pero estos dentro de un uso importante de canales digitales que permitan una mejor comunicación entre ofertantes y turistas (Prom Perú, 2022).

Por otra parte “desarrollar nuevos productos turísticos que demandan los turistas: cultural, espiritual, ecológico y de aventura ya que Huanta cuenta con atractivos para desarrollar estos rubros” (Gutiérrez et al. 2021).

Los nuevos productos turísticos en la ciudad de Huanta pueden comprender iniciativas en el sector de establecimientos de hospedaje, restaurantes, agencias de viajes, entre otros.

2.2.4. Impacto del turismo

Para Mathieson-Wall (1988, como se citó en Picornell, 1993, p. 68), el impacto turístico es el resultado de “una compleja interacción de fenómenos”; asimismo se menciona que el impacto turístico comprenden dos aspectos, el primero

relacionado a la interacción entre turistas y el área del destino y el segundo punto trata de la interacción entre los turistas y sus procesos de toma de decisiones.

Los impactos del turismo comprende el impacto económico, Impacto ambiental, impacto socialcultural e impacto político (Feder, Rodrigues, & Fratucci, 2015, pp. 119 - 122).

Al revisar distintas bibliografías podemos observar que, según autor y su perspectiva se pueden mencionar impactos positivos y negativos en el desarrollo de la actividad turística según la línea de estudio del autor.

2.2.5. El turismo y los servicios turísticos

Según Cuervo (1967, como se citó en Panosso & Lohmann, 2012), el turismo tiene forma de un sistema y menciona lo siguiente: “El turismo es un conjunto bien definido de relaciones entre distintos servicios con las diferentes instalaciones, relación que genera o provoca el desplazamiento humano” (p. 16). Ello nos permite entender el funcionamiento del turismo de manera más estructural donde conviven distintos sectores de bienes y servicios determinados.

Un sector que se beneficia del turismo directamente, es el que agrupa a los establecimientos de hospedaje y restaurantes, un sector relevante en la actividad turística que brinda el servicio directamente involucrados a dicha actividad, según la nota de prensa N° 024 del 23 de febrero del 2023, se menciona que, “en el cuarto trimestre de 2022, las actividades correspondientes a los sectores de alojamiento y servicio de alimentos incrementaron en 7,9% gracias a la dinámica surgido en estos sectores individualmente se vio a los subsectores alojamiento (26.7%) y restaurantes (6.4%)” (p. 2). Asimismo, durante el año 2022, año que mostraba un crecimiento importante en el sector turístico, la actividad aumentó en 23,2% (p. 2).

2.2.6. Establecimiento de hospedaje y su reglamento en el Perú

La normativa vigente en el Perú sobre los establecimientos de hospedaje establece una categorización y clasificación bien definida, aspectos normativos que podemos encontrarlos en el Reglamento de establecimiento de hospedaje del Perú, donde, además de dicha clasificación y categorización, también podemos encontrar otros aspectos normativos referidos a este sector importante para la actividad turística.

La clasificación y categorización se encuentra de la siguiente manera:

Tabla 1:*Clasificación y categorización de establecimientos de hospedaje según normativa*

Clase	Categoría
Hotel	De una a cinco estrellas
Apart hotel	De tres a cinco estrellas
Hostal	De una a tres estrellas
Albergue	

Dentro de los anexos incluidos en el reglamento de establecimiento de hospedaje, se muestran las condiciones mínimas que deben tener en cuanto a la infraestructura y servicio de los hospedajes según su clasificación y categorización.

La misma reglamentación permite las modalidades de establecimientos de hospedaje distintos a los que están incluidos en dicho documento, las cuales, aunque no tengan la clasificación y categorización requerida, pueden funcionar cumpliendo el aspecto administrativo, entre ellos la licencia de funcionamiento, RUC, registro de huéspedes, la constancia correspondiente, entre otros.

2.2.6.1. Alojamiento alternativo.

El alojamiento alternativo, según Intriago y Solorzano (2017, como se citó en Guerrón, 2020) puede definirse como un tipo de hospedaje que se encuentra fuera del sector de hospedajes formales u organizados tanto que se tiene considerado como una alternativa para los interesados dentro de la actividad turística (p. 8).

Considerando que el reglamento considera otras modalidades de establecimientos de hospedaje podemos considerar la creación de un glamping como servicio de hospedaje en el centro poblado de Villa Florida.

2.2.7. Origen y desarrollo del glamping

Según Milohnic et al. (2019, como se citó en Varela, 2022), el término “glamping” se acuñó en África aproximadamente a fines del siglo XIX pero que aun antes de ello ya se había dado al origen de esta actividad hace muchos miles años atrás, cuando los reyes europeos necesitaban viajar para conquistar nuevos

territorios y al trasladarse con animales de carga requerían algunas comodidades del palacio (p. 3).

Para Casarbol (2014, como se citó en Peón, 2020), el glamping nació en el siglo XIX con los ricos del occidente, quienes viajaban a África y buscaban tener todas las comodidades posibles incluyendo el lujo durante su estancia (p. 4).

De acuerdo con Buscher y Fletcher (2017, como se citó en Huilcarema, 2022), el glamping es un tipo de alojamiento que oferta comodidades diversas similares a cenas de hoteles de 5 estrellas combinados con un servicio al aire libre (p. 11).

Para Guerrón (2020), el glamping se convierte en una oportunidad importante para generar un turismo activo, natural y de aventura con un servicio de hospedaje de calidad con todas las condiciones de un hotel convencional y es atractivo para el viajero (p. 10).

2.2.8. Tipologías del glamping

La Hotelería en el mundo tiene varias consideraciones, las cuales se rigen a distintas tipologías y el aspecto legislativo que hace posible su funcionamiento. Según Logacho (2021), la hotelería es una rama del turismo que brinda el servicio del alojamiento y posee diversas clasificaciones según el tipo de servicio que ofrece y lugar que se ubica, en ese sentido, se tiene propone dos clasificaciones determinadas, primero, los alojamientos hoteleros que comprende el servicio tradicional en hotelería subdividiéndose en tres, los cuales son hoteles, hostales y hosterías, y en segunda clasificación están los alojamientos extra hoteleros que comprende complejos vacacionales, campamentos, carpas, y apartamentos (p. 9).

El glamping como una forma de hospedaje puede comprender diferentes estilos con diversas características propias de la zona, la cultura o tradiciones del lugar geográfico donde se desarrolla, según Camacho (2018, como se citó en Peón, 2020, p.10), puedo mencionar los siguientes:

2.2.8.1. Cabañas. Construidas de madera en árboles, cabañas de madera construidas en grandes bosques y zonas naturales, cabaña de madera en forma triangular y circular.

2.2.8.2. Tiendas de campaña. construidas con tela de algodón y vigas de madera adoptando formas similares a las carpas,

2.2.8.3. Glamping circular. Estas construcciones tienen instalaciones complejas en forma de burbuja y transparentes, construcciones circulares con hierro y acero además de madera.

2.2.8.4. Otros. Construcciones a base de hielo y a base de barro con particularidades bien diferenciadas, caravanas en sitios determinados y uso de vagones de tren adaptados para su uso en alojamiento. (p. 20)

Según el sitio web de GlampingHub (2017, como se citó en Huilcarema, 2022), las estructuras usadas en la construcción del glamping son el Yurt, las cuales son estructuras de base cilíndrica y madera, recubiertas con lona y lana; también están la tienda safari, tiendas de forma rectangular con grandes espacios y comodidades; los domos, estructuras que surgen de la idea de “iglús, pod ecológico, con una estructura semicurva que usan energías renovables, entre otros tipos (p. 12).

2.2.9. Características del diseño del glamping elegido para Villa Florida

2.2.9.1. Diseño. El diseño que se ha elegido para el este estudio es el glamping triangular. El espacio total será de 5 metros de ancho por 12 metros de largo el cual contará con servicios higiénicos personalizados y un espacio de comedor.

2.2.9.2. Comodidades y servicios. Las comodidades con que contará el glamping triangular en Villar florida serán los colchones hoteleros con detalles bastante tradicionales y un espacio necesario para los huéspedes. Junto a ello un espacio adecuado para comer y descansar.

Los servicios serán los servicios higiénicos, alimentos y bebidas, además de servicios complementarios como internet.

2.2.9.3. Enfoque ecologista o sostenibilidad ambiental. Según González y Muñoz (2017, como se citó en Vargas, 2022), las iniciativas en turismo deben conllevar a tener en cuenta el impacto medioambiental al cual se

expone los recursos, el glamping frente a ello, se muestra como una alternativa más ecológica (p. 22).

2.2.9.4. Materiales. Los materiales considerados en la construcción e implementación tienen un gran porcentaje de materiales de la zona, donde no se deforma el entorno natural ni se distorsionan los colores naturales.

2.2.9.5. Interacción con la comunidad local. El glamping en Villa Florida es una propuesta que permite generar a su vez, espacios económicos alternativos para los vecinos del centro poblado además de inspirar a otros en nuevos emprendimientos turísticos.

2.2.10. Origen y desarrollo del turismo comunitario

Durante muchos años, una gran cantidad de académicos e investigadores, de distintos países y culturas, han venido realizando distintos estudios sobre el turismo comunitario, y desde distintos enfoques plasmaron en sus trabajos una realidad que no se debe obviar sobre este tipo de turismo. Entre otros puntos importantes, se evidencia que el turismo comunitario ha sido potenciador de comunidades locales donde la cultura, el patrimonio y los recursos naturales propios de la localidad, convertida en destino turístico, han sido usados para mejorar el desarrollo socioeconómico local (Casas Jurado et al, 2012, como se citó en Orgaz, 2013).

En cuanto a su origen, el término de turismo comunitario aparece por primera vez en la obra de Murphy (1985, como se citó en Orgaz, 2013, p. 4); posteriormente ha sido usado por distintos investigadores usando términos variantes como “community-based tourism”, tiempo después, Scheyven, toma la propuesta de WWF para definir al turismo comunitario como la actividad turística donde la población local tiene un alto control y beneficio de las actividades (Trejos, 2009, como se citó en Orgaz, 2013, p. 4).

En cuanto al valor e importancia del turismo comunitario, este tipo de turismo mejoraría el desarrollo socioeconómico de los pobladores locales además de permitir la conservación cultural y natural local. (Manyara y Jones, 2007, como se citó en Orgaz, 2013, p. 5).

El turismo comunitario en el Perú, inicia como un impulso estratégico desde el 2007 por parte del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, dentro del programa Nacional de Turismo Rural Comunitario, articulando emprendimientos turísticos con el objetivo de reducir la pobreza y aportar al desarrollo local y teniendo a Puno y Cusco como los primeros destinos para la práctica del turismo comunitario; además de ello, se tiene referencia del perfil del turista que llega al país, donde resalta que, los visitantes son de nivel socioeconómico medio alto y alto, de nivel educativo alto, viajan en grupos pequeños o en pareja, promedio de estancia es de dos noches, gastan un promedio de 1580 dólares y la edad promedio es de 37 años (Ostelea, 2019, p. 21).

El turismo comunitario según la OMT (2016, como se citó en Ostelea, 2019), viene generando unos 16 millones de dólares (p. 6).

Ante lo mencionado quiero destacar la importancia del turismo comunitario como una fuente alterna de ingreso para las familias locales en las comunidades determinadas a la práctica del turismo comunitario.

2.2.11. Actividades en el turismo comunitario

Las actividades que se realizan en el turismo comunitario son dirigidas por la misma población, y según las características naturales del espacio y habilidades culturales de los pobladores locales, se pueden realizar actividades como las caminatas, los deportes de aventura en río y laguna, la artesanía, el expendio de gastronomía local, la observación de la fauna y la flora, visita a lugares de temática arqueológica, participación de fiestas tradicionales, entre otros.

Un modelo interesante del turismo comunitario con la participación comunitaria, es el que representa el proyecto de Ccotos en la provincia de Puno, donde los pobladores pueden usar las balsas de totora generando una grata experiencia (MINCETUR 2007, p. 47).

Según la Fundación CODESPA (2013) el perfil del cliente en el turismo comunitario en el Perú, Bolivia y Ecuador muestran las siguientes preferencias de actividades:

Tabla 2

Actividades preferidas por los turistas en turismo comunitario en Perú, Bolivia y Ecuador - Actividades preferidas por turistas

Perú	Bolivia	Ecuador
Trekking	Visita a ruinas	Conversaciones y
Gastronomía	arqueológicas	tradiciones
Conversaciones y	Conversaciones y	Gastronomía
tradiciones	tradiciones	Compra de artesanías
Arte textil	Arte textil	
Compra de artesanía	gastronomía	
Visita a ruinas		
arqueológicas		

Fuente: CODESPA (2013).

2.2.12. Principios de desarrollo del Turismo Comunitario

El Desarrollo sostenible del turismo comprende fundamentos bien definidos por parte de la misma Organización de las Naciones Unidas, quien ha establecido diecisiete principios que van encaminados a cumplir con los objetivos trazados en beneficio de la población mundial. Esos Objetivos de Desarrollo Sostenible se han establecido para tener claro los rumbos que se deben seguir en distintas actividades humanas incluido el turismo (ONU, 2022, p. 3).

Los diecisiete objetivos que propone la Organización de las Naciones Unidas, según la Agenda 2030, tienen metas particulares, entre los objetivos podemos mencionar algunos como el Fin de la pobreza, Energía asequible y no contaminante, Trabajo decente y crecimiento económicos, Industria, Innovación e infraestructura, Reducción de las desigualdades, Ciudades y comunidades Sostenibles, Producción y consumo responsables y Acción por el clima. Dichos

objetivos establecen un marco de desarrollo en la elaboración de proyectos y objetivos.

2.2.13. Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú, es el órgano competente en cuanto a Turismo se refiere en territorio nacional, y es ésta entidad la que establece, a través de su equipo técnico, las bases normativas para el desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú, en ese sentido, uno de los documentos importantes para el desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú comprende los parámetros establecidos en el documento denominado “*Lineamiento para el Desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú*”, documento que establece aspectos importantes, estándares que permiten tener las líneas que se deben seguir para lograr mejores resultados en este sector.

2.2.13.1. Objetivo general del Turismo Comunitario. Según este documento, se menciona que el objetivo general del desarrollo del Turismo Rural Comunitario, TRC o Turismo Comunitario en el Perú es el “Contribuir, al desarrollo de un turismo sostenible como herramienta de desarrollo económico-social del Perú desde los espacios rurales”.

2.2.13.2. Beneficios. Los beneficios del Turismo comunitario o su acepción comprenden en cinco (05) aspectos: 1. En lo económicos, porque genera una dinámica económica, 2. En lo ambiental, porque promueve la conservación y el uso sostenible de recursos naturales. 3. En lo social, porque promueve la asociatividad de la población. 4. En lo cultural y educativo, porque recupera y conserva los valores culturales como la gastronomía, costumbres, entre otros. 5. En la oportunidad, porque ofrece una alternativa distinta al turismo convencional o de masas.

2.2.13.3. Condiciones. Los lineamientos para el desarrollo del turismo comunitario en el Perú, establece algunas condiciones de suma importancia las cuales deben ser cumplidas para su respectivo desarrollo. Estas condiciones son: Existencia de elementos que puedan ser capaces de promover un interés en el visitante. Entendimiento del turismo como una alternativa de actividad para la población. Participación de la población y voluntad de desarrollo del turismo. Previsiones para minimizar los impactos

de la actividad turística. Existencia de conectividad e infraestructura. Existencia de servicios turísticos adecuados al contexto natural. Productos basados en las destrezas de la población local

Estas condiciones deben de cumplirse en el destino o lugar donde se desea desarrollar el turismo comunitario.

2.2.13.4. Modelo peruano. dentro del modelo peruano, se establece algunas consideraciones importantes como variables de análisis que permiten identificar las condiciones necesarias que debe tener todo emprendimiento de turismo comunitario en el Perú. Estas variables son:

El territorio y sus actores, donde el lugar o ámbito y la gestión de este son definidas por el espacio territorial y la participación de la población, son requisitos indispensables.

La oferta y la demanda, las cuales harán posible el sostenimiento del emprendimiento.

2.2.13.5. Modelos del emprendimiento y gestión. Existe, según el documento de Lineamiento establecido por el MINCETUR para el desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú, estándares que ayuden como indicadores a desarrollar para lograr un correcto emprendimiento en el Turismo Comunitario. Estos son:

Elementos que componen la gestión, en esta parte se tiene la gestión del espacio geográfico y sus recursos, la gestión del aspecto económico local para su fomento, la gestión del aspecto social y la gestión de la demanda y su respectiva comercialización, condiciones imprescindibles de la gestión para el desarrollo del Turismo Comunitario.

Modelos de emprendimientos, donde puede ser absolutamente de participación de la población local, emprendimiento mixto, donde puede ser un trabajo coordinado entre pobladores locales y externos de manera individual o grupal, y por último el emprendimiento privado, que comprende a personas o grupos locales o externos.

2.2.14. Glamping y turismo comunitario

La relación entre el glamping como servicio de hospedaje y el turismo comunitario dependerá de factores como el tipo y característica que se le otorgue al servicio que ofrecerá el glamping.

Si se considera al glamping con un tipo de servicio y característica con aspectos naturales entonces la relación con el turismo comunitario será bastante amplia y positiva.

El glamping es un establecimiento que cumple con las comodidades necesarias, además de estar ubicados en espacios naturales (Peón, 2020, p. 10).

El glamping, es una oportunidad de generar un turismo activo en un espacio natural y de aventura contando con una prestación de servicio similar al de un hotel convencional (Guerrón, 2020, p. 10).

En el presente estudio se plantea de manera consecuente la relación de un glamping con el turismo comunitario considerando que este tipo de emprendimiento puede generar espacios alternativos de ingreso económico para la población local.

La participación de los pobladores locales cumple un papel de gran importancia donde la participación de estos genere la autogestión de los emprendimientos además de tener el control directo de su desarrollo (Inostroza, 2008, como se citó en Huilcarema, 2022, p. 8).

2.2.15. Gestión de destino

Los destinos turísticos, cuáles sean, deben ser gestionados de manera articulada entre el gobierno local y la población, siendo compuestos por un conjunto de componentes naturales y culturales para atraer a los visitantes, por ello, se debe considerar la existencia de recursos convertidos en Atractivos turísticos, el aspecto infraestructural, servicios turísticos, factor humano, planificación, Imagen además de componentes de apoyo como el entorno geográfico, aspectos políticos y administrativos, aspectos económicos y factores culturales y sociales (Servicio Nacional de Turismo, 2016, p. 15).

El turismo Comunitario es una modalidad de turismo que también requiere dicha gestión articulada permitiendo la conversión de recurso turístico a producto

turístico, proceso que permita tener presencia en el mercado turístico y para lo cual se debe tener en cuenta algunos componentes tangibles e intangibles como los recursos que cuenta un destino, los servicios y equipamiento, la accesibilidad, la imagen y el precio venta, componentes que influirán sobre la elección del consumidor y motivación del cliente, lo cual llega a ser un factor importante que pueda traer beneficios a la población involucrada (González, 2015, p. 59).

La planificación y gestión de destinos o producto turísticos comprenden etapas que de desarrollo como lo mencionan Ramón y Serra (2012), donde, en casos particulares, los empresarios defensores del desarrollo turístico aportaron a inicios y mejoras de algunos servicios turísticos mostrando gran entusiasmo (p. 18).

Los proyectos turísticos dentro de una comunidad necesitan de la participación de la gran mayoría de los pobladores, donde cada miembro esté dispuesto a aportar para lograr los mayores beneficios posibles para todos, dentro de un contexto de organización, dispuesto a resolver los problemas que puedan surgir en el proceso (SECTUR, 2004, pp. 19, 20).

2.2.16. Recomendaciones para el desarrollo del turismo comunitario

Si bien es cierto que la actividad turística trae consigo mejoras sustanciales en la economía, hay que considerar algunos puntos importantes que, en lo posible, pueda disminuir el impacto negativo que pueda traer el turismo a determinados espacios rurales o comunales.

Según algunos estudios, como lo menciona Ortiz y Sandoval (2021), se ha introducido la mercantilización de la cultura que busca satisfacer solo los deseos o necesidades de los turistas, haciendo perder el uso natural de las vestimentas, la comida, las danzas, los rituales y las artesanías (p. 10). Un factor importante para el desarrollo de proyectos en zonas rurales y con participación de los pobladores locales, es el diálogo.

2.2.17. Distrito de Iguaín

2.2.17.1. Aspectos generales. El distrito de Iguaín lleva el nombre en honor a la memoria de José Félix Iguaín Cevallos, militar que promovió políticas en contra de la dictadura que se vivía bajo el régimen de Simón Bolívar, Gamarra, San Cruz, Vivanco y Castillo. También fue diputado por Huanta en los años de 1827 y 1832. El distrito fue creado por Ley N° 5600 y tiene a Macachacra como capital. El distrito de Iguaín se ubica en la región sur central de los andes entre los 2,500 a 3,800 m.s.n.m. (Municipalidad Distrital de Iguaín, 2012, p. 20).

2.2.17.2. Accesibilidad. El acceso al distrito es práctico ya que colinda con la carretera asfaltada entre Huanta y Huamanga teniendo un desvío hacia la capital Macachacra, carretera que se encuentra asfaltada y en buen estado (Municipalidad Distrital de Iguaín, 2012, p. 24). La distancia entre Huanta y Macachacra, capital de distrito de Iguaín, comprende un tiempo aproximado de 22 minutos y una distancia de 13 kilómetros según la geolocalización proporcionada por el Google Maps.

Tabla 3

Distancia de tiempo y recorrido al distrito

Origen	Destino	Km	Tiempo	Tipo
Huamanga	Iguaín	39.5	40 min	Asfaltada
Huanta	Iguaín	12.5	15 min.	Asfaltada

Fuente: (Municipalidad Distrital de Iguaín, 2012, p. 24).

2.2.17.3. Características naturales. El distrito de Iguaín, posee características importantes en cuanto a lo natural, mostrando la presencia de una biodiversidad en flora y fauna bastante importante. En flora, solo para mencionar algunos ejemplares, se considera la presencia de especies nativas del distrito como el molle, la tuna, la cabuya, la tara, el atajo; en especies exóticas se tiene el eucalipto, el ciprés, y la retama (planta de gran presencia por el centro poblado de Villa Florida), en plantas medicinales, la manzanilla, el cedrón, el anís, el orégano, en frutas, las guindas, el durazno,

el higo; en plantas alimenticias, el maíz, la quinua, el trigo, la linaza; entre otros. En fauna, algunos ejemplares que se pueden mencionar son el gorrión, la perdiz, el zorro, el venado, además de los animales domésticos como el vacuno, el ovino, el equino, el porcino cuyes, gallinas, patos, etc. (Municipalidad Distrital de Iguaín, 2012, pp. 78 - 91).

2.2.17.4. Factores culturales. En el aspecto cultural el distrito de Iguaín sigue manteniendo vigentes algunas tradiciones y costumbres sociales y religiosas que lo hacen bastante atractivo dentro de la provincia de Huanta. Iguaín mantiene sus tradiciones y festividades dentro de las cuales resaltan más la Bajada de Reyes, el Festival del Choclo, la fiesta de Santiago, Todos los Santos, Carnaval iguaino, y el Aniversario del distrito, teniendo como atractivo principal a los danzantes de tijeras (Municipalidad Distrital de Iguaín, 2012, pp. 46 - 53).

2.2.17.5. Aspectos gastronómicos. Dentro de su gastronomía, Iguaín mantiene algunos platos tradicionales que se expenden en el mercadillo de Villa Florida además de ser preparados en casa. Entre los platos tradicionales que se tienen se tiene al mondongo, el patachi, el caldo de cabeza, el puchero, choclo con queso, caputo y pushpo, yuyo picante, la pachamanca a la tierra, los teqtes y la infaltable bebida de chicha de molle, entre otros (Municipalidad Distrital de Iguaín, 2012, pp. 54 - 62).

2.2.18. Diagnóstico del Centro Poblado de Villa Florida

Hecha una observación inicial de las características que posee el centro poblado de Villa Florida y tomando en cuenta la bibliografía encontrada podemos mencionar lo siguiente:

2.2.18.1. Aspectos generales. El centro poblado de Villa Florida pertenece al distrito de Iguaín, siendo un centro poblado joven e importante para la dinámica turística del distrito ya que su posición estratégica al borde de la carretera principal entre Huanta y huamanga, permite el expendio de distintos productos agrícolas además de la gastronomía local.

2.2.18.2. Acceso. El acceso al centro poblado de Villa Florida es a través de una carretera asfaltada teniendo una distancia aproximada de 10.5 kilómetros entre la plaza principal de Huanta y la plaza principal de Villa

Florida, además de un tiempo aproximado de 18 minutos, según la geolocalización proporcionada por el Google Maps. El acceso al centro poblado comprende hasta cinco (05) ingresos las cuales llevan directamente a la plaza principal del centro poblado, ingresos que son calles de concreto y de buen estado.

El acceso al centro poblado de Villa Florida se complementa con el transporte público que tiene a tres empresas que hacen la ruta Huanta Macachacra, las empresas que son Transporte Iguain, Real Tours y los Ángeles (Municipalidad Distrital de Iguain, 2012, p. 78).

2.2.18.3 Capital Humano. Las autoridades elegidas para la Municipalidad del Centro poblado de Villa Florida fueron elegidos por la población y designados de manera formal por Resolución de Alcaldía N° 023 – 2023 – MDI/A de fecha 18 de enero del 2023.

Para la actualidad el alcalde del concejo menor de Villa Florida es el señor, Edwin Muñoz Suarez y cuenta con 05 regidores distritales, quienes muestran gran disposición para desarrollar emprendimientos turísticos.

2.2.18.4. Factor cultural y cultural. Las características culturales y naturales son similares a las características que posee el distrito de Iguain.

2.2.18.5. Infraestructura. La infraestructura del centro poblado de Villa Florida comprende, un local comunal, donde a su vez se encuentra la posta satélite de salud, todo ello ubicado en la plaza principal del centro poblado, espacio que muestra especial cuidado por contar con veredas y áreas verdes conservadas.

No tiene establecimientos de hospedaje. Tiene un mercadillo de expendio de comidas tradicionales

2.2.18.6. Seguridad. El centro poblado de Villa Florida cuenta con una caseta de seguridad, la cual está ubicada en la plaza principal, además de ello, se puede mencionar la presencia del comité de autodefensa, grupo de vecino que ayudan a velar por la seguridad de los pobladores y visitantes, trabajo que se realiza en coordinación del cuerpo de serenos de la Municipalidad Distrital de Iguain.

2.2.18.7. Superestructura.

Las autoridades tienen el deseo de apoyar la actividad turística considerando que este, genera beneficios económicos para los pobladores.

2.3. Definición de términos

2.3.1. Actividad turística

Son las acciones que realizan las personas relacionado al turismo (Marrero, 2016, p. 18).

2.3.2. Agencia de viaje

Las agencias de viajes, en cualquiera de sus modalidades, son organizaciones o empresas dedicadas a organizar, planificar y ofrecer productos y servicios turísticos (Marrero, 2016, p. 19).

Es un elemento importante para la comercialización de bienes y servicios turísticos tomando figura de intermediario entre los ofertantes y los demandantes (Gurría, 1991, p. 79).

2.3.3. Agroturismo

Es una modalidad de turismo rural donde se ofrece distintas actividades que se viven en el campo agrario (Marrero, 2016, p. 19).

2.3.4. Alojamiento Turístico

Es un establecimiento que provee el servicio de alojamiento para usuarios interesados en pernoctar por un tiempo determinado en un lugar fuera de su residencia o domicilio (Alianza del Pacífico, 2017, p. 7).

2.3.5. Atractivo Turístico

Es un recurso turístico que posee un valor propio, generador de un interés mayor para los visitantes y turistas, atrayendo sus expectativas de viaje (Marrero, 2016, p. 24).

Es un elemento que conforma parte de un destino turístico, pudiendo clasificarse en sitios naturales, folclore, manifestaciones culturales, realizaciones técnicas, acontecimientos programados, centros o lugares de esparcimiento (Servicio Nacional de Turismo, 2016, p. 18).

2.3.6. Bungalow

Son pequeñas construcciones hoteleras que permite el servicio de alojamiento dentro de un complejo turístico (Marrero, 2016, p. 33).

2.3.7. Camping

Es una forma de alojamiento ubicado al aire libre que posee condiciones necesarias para satisfacer la demanda de los interesados (Marrero, 2016, p. 36).

2.3.8. Casa rural

Es una construcción rústica con condiciones hoteleras como equipamiento e instalaciones necesarias y ubicadas en un espacio rural (Marrero, 2016, p. 38).

2.3.9. Circuito turístico

Es una ruta que tiene un mismo punto de inicio y de final donde a lo largo de su recorrido se incluye paradas programadas (Marrero, 2016, p. 41).

2.3.10. Demanda turística

Comprende el grupo de necesidades que tienen los visitantes dentro de la actividad turística (Marrero, 2016, p. 52)

2.3.11. Destino turístico

Es un lugar geográfico que cuenta con atractivos turísticos y está habilitado para recepcionar turistas o visitantes buscando satisfacción de sus necesidades (Marrero, 2016, p. 54).

El destino turístico es un espacio geográfico donde los turistas y visitantes pernoctan e incluye la presencia de distintos atractivos (Servicio Nacional de Turismo, 2016, p. 15)

2.3.12 Empresa turística

Es una organización dedicada a ofrecer productos o bienes turísticos (Marrero, 2016, p. 59).

2.3.13. Establecimiento extra hotelero

Son establecimientos no hoteleros que tiene un equipamiento diferenciado, así como sus instalaciones importantes y necesarias para ofrecer el servicio de alojamiento (Marrero, 2016, p. 60).

2.3.14. Excursionista

Es una persona que llega a visitar un lugar o destino turístico el cual sale de su espacio de residencia para realizar su visita sin pernoctar (Marrero, 2016, p. 63).

Visitante a un destino permaneciendo menos de 24 horas en el mismo (Gurría, 1991, p. 15).

2.3.15. Huésped

Es la persona que toma el servicio de alojamiento de un establecimiento hotelero o extra-hotelero (Marrero, 2016, p. 77).

2.3.16. Infraestructura turística

Comprende todas las estructuras que permiten el desarrollo de la actividad del turismo y pueden ser el aeropuerto, vías de comunicación, carreteras, puestos de salud, centros de telefonía, etc. (Marrero, 2016, p. 81).

Son elementos competitivos de un destino turístico que permite tener mejores condiciones frente a otro, mejores condiciones en acceso, servicios básicos, transporte, centros comerciales entre otros (Servicio Nacional de Turismo, 2016, p. 18).

2.3.17. Innovación turística

Comprende la introducción de nuevos componentes o ventajas materiales y/o inmateriales relacionados con los agentes de turismo y la comunidad local, dicha innovación se aplica en destinos turísticos, servicios, marketing, entre otras (OMT, 2020).

2.3.18. Oferta turística

Según Villena, la oferta turística comprende el conjunto de servicios y bienes ingresados en el mercado y que a su vez está apoyado por instalaciones, empresas y equipos para producir dichos servicios (Villena, 2002, p. 197).

2.3.19. Orientadores Turísticos

Es la persona natural residente de un determinado lugar que cuenta con capacidades y conocimientos para orientar o prestar servicio de guía brindando información turística en lugar de profesionales (MINCETUR, 2019).

2.3.20. Paquete turístico

Comprende el conjunto de elementos como transporte, alojamiento, alimentación que son ofertados a los potenciales visitantes o turistas (González, 2015, p. 82).

2.3.21. Planificación turística

Consiste en la organización de un destino turístico para poder ofertarlo dentro del mercado turístico. La planificación turística y gestión de destino es fundamental para alcanzar éxito de un destino (Servicio Nacional de Turismo, 2016, p. 19).

2.3.22. Planta turística

La planta turística comprende el sector transporte, alojamiento y restaurantes (o alimentos y bebidas) (Gurría, 1991, p. 49)

2.3.23. Producto turístico

El Producto Turístico, comprende el conjunto de bienes y servicios los cuales son ofertados al turista dentro del mercado (Boullon, 2006, p. 37).

Este conjunto de bienes y servicios están destinados a satisfacer directamente al turista y a las necesidades que éste presente dentro de mercado turístico. (Villena, 2002, p. 197).

El producto turístico es la suma de un atractivo turístico, infraestructura, planta turística y superestructura (Gurría, 1991, p. 67).

2.3.24. Recurso Turístico

Es todo elemento que puede generar movimientos de visitantes impulsando a viajeros a salir de sus lugares de residencia (Villena, 2002, p. 197).

2.3.25. Recursos culturales

Comprende el conjunto de manifestaciones o testimonios de las grandes culturas y pueden ser restos arqueológicos, manifestaciones artísticas, museos, entre otros (Villena, 2002, p. 199).

2.3.26. Ruta turística

Es el recorrido autorizado entre origen y destino (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2020).

2.3.27. Servicio turístico

Linares (2012), en su trabajo realizado denominado “Entorno de la hotelería y turismo” (pp. 21-33) propone que los servicios turísticos comprenden el servicio de alojamiento u hospedaje, el servicio de alimentos, el servicio de agencias de viajes y el servicio de transporte, servicios que complementan a la actividad turística.

2.3.28. Seguridad

Según la OMT (como se citó en Instituto Distrital de Turismo, 2018), la seguridad turística es la protección de la salud e integridad física, psicológica y económica de los visitantes, asimismo de los prestadores de servicio y los pobladores locales.

Algunos de los problemas reflejados en el desarrollo de la actividad turística que están relacionados con la seguridad turística son el pandillaje, violencia familiar,

pornografía, comercio sexual infantil y consumo de alcohol y drogas (MINCETUR, 2010).

2.3.29. Superestructura.

La superestructura turística está compuesta por todas las organizaciones, entidades o instituciones que aportan al desarrollo del turismo. El sector público debe promover políticas públicas para el sector turístico que permitan la regulación de la demanda, promoción, incentivos entre otros aspectos (González, 2015).

Son los organismos especializados, tanto públicos como privados encargados de colaborar en la optimización del funcionamiento del sector al cual pertenece, llegando a ser un elemento importante considerando que un turista, dentro de la actividad abordada, se expone a ciertos riesgos al viajar a países subdesarrollados donde la superestructura no siempre es desarrollada (Boullon, 2006, p. 50).

2.3.30. Turismo

Para Villena (2002), el turismo es una organización de distintos elementos lo que nos permite considerar una definición bastante amplia de lo que es el turismo y nos propone una participación organizada de los elementos que participan de esta actividad (p. 132).

2.3.31. Tipos de turismo

El turismo, para estos días, permite tener un contacto directo e importante con la naturaleza además de tener una relación con las expresiones culturales de los pueblos, esta es una consideración importante dentro de la definición del Turismo Alternativo que comprende otras modalidades de la actividad turística como el Ecoturismo, el Turismo de Aventura y el Turismo Rural. (Secretaría de Turismo, 2004, p. 8).

2.3.32. Turismo Comunitario

Para la secretaria de Turismo de México (2004, p. 14), el Turismo Rural, conocido actualmente en nuestro país como turismo comunitario, es una modalidad del turismo que permite tener un mayor acercamiento a la comunidad, comunidad que contiene diferentes cualidades y peculiaridades; y donde el turista no es solamente un observador sino es alguien que participa activamente con el poblador y sus actividades participando de diferentes actividades como la realización de artesanía, la preparación de gastronomía, aprendizaje de dialectos, la participación en rituales místicos, entre otros de valor similar.

2.3.33. Turista

Es el visitante que, al menos se queda a pernoctar un promedio menor a 24 horas en el destino visitado (Gurría, 1991, p. 14).

2.3.34. Visitante

Es una persona que sale de su lugar de residencia a un destino distinto y puede ser un turista o un excursionista (Gurría, 1991, p. 14).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo, nivel y diseño de investigación

3.1.1. Tipo y Nivel de investigación

El tipo de investigación es de tipo aplicada, debido a que busca generar conocimiento importante de gran utilidad y práctico respecto al análisis del glamping como servicio de hospedaje en el ámbito de turismo comunitario en Villa Florida, distrito de Iguaín. Este tipo de trabajos investigativos tienen la finalidad de contribuir al desarrollo turístico local.

El nivel de investigación de este trabajo es descriptivo, debido a que pretende conocer y caracterizar la disponibilidad de la población en conjunto con sus autoridades locales de Villa Florida, así como el potencial turístico y desarrollo de capacidades de la comunidad. Al respecto, Torero, Suárez y Martel (2023) señalan que estos estudios se concentran en la exposición, narración, descripción o identificación de hechos, situaciones, rasgos o características relacionados con un objeto de estudio, junto con la creación de diagnósticos, perfiles o productos, modelos, prototipos y guías (p. 46).

3.1.2. Diseño de la investigación

El diseño de investigación del presente trabajo es de tipo no experimental, transversal con enfoque mixto. Cabe precisar que no es experimental debido a que no se manipulan las variables, sino que se observan y se analizan tal como se presentan en su contexto natural. Es transversal debido a que la recolección de datos se ha realizado en un solo momento del tiempo. Tiene enfoque mixto porque combina las técnicas cuantitativas (cuantificación mediante encuestas) y análisis cualitativo (análisis de percepciones, capacidades locales, etc.), los cuales son fundamentadas por Sampieri et al. (2014, p. 152) y Wentz (2014, como se citó en Hernández et al. 2014),

3.2. Ámbito temporal y espacial

3.2.1. Ámbito temporal

La investigación fue realizada en el periodo de los meses de enero a mayo del presente año 2025, cumpliendo las etapas mencionadas en el diseño de la investigación.

3.2.2. Ámbito espacial

El ámbito espacial comprende el centro poblado de Villa Florida en el distrito de Iguaín, provincia de Huanta, departamento de Ayacucho. El centro poblado se encuentra ubicado a unos quince minutos aproximados de la plaza central de Huanta. Se tiene transporte público a través de agencias que cubren la ruta.

3.3. Población y Muestra

3.3.1. Población

Población es la totalidad de un grupo de elementos que se quiere investigar y determinada por características particularidades (Ríos, 2017, p. 89).

El distrito de Iguaín tiene una población de 2667 habitantes con una proyección de 2861 para el 2020, mientras que el centro poblado de Villa Florida tiene 338 habitantes según el INEI (2018). Teniendo en cuenta la cantidad de población que habita en el centro poblado de Villa Florida, se prosiguió a considerar la muestra.

3.3.2. Muestra

La muestra es una porción representativa de una población que permita obtener un resultado como parte importante de la investigación (Ormeño & Arroyo, 2014, p. 117).

Para el siguiente estudio se aplicó la técnica de muestreo no probabilístico intencional o por conveniencia, tomando el criterio de solo considerar a los pobladores que están involucradas en el ámbito de turismo y que permita medir el nivel de calidad de servicio entre otros aspectos propios del servicio de hospedaje, muestra que según Ríos (2017), menciona que “lo elementos se eligen deliberadamente en función de ciertos criterios predefinidos” (p. 97).

La muestra por conveniencia comprende dos aspectos:

Muestra 1: Pobladores locales involucrados con la actividad turística

Comprende la muestra de $M=20$ pobladores locales que conforman el grupo de interesados en participar de la actividad turística. Este grupo han sido seleccionado por la disposición de participar del turismo en coordinación con la autoridad local.

Muestra 2: Visitantes que harán uso del servicio de glamping

La muestra comprende un total de $M= 20$ personas visitantes (pobladores locales, regionales y nacionales), quienes evaluaron distintos aspectos del servicio de hospedaje según las dimensiones e indicadores establecidos.

Muestra 3: Autoridades locales

La muestra comprende un total de $M= 4$ autoridades locales como: el alcalde del centro poblado, el presidente comunal anterior, el presidente comunal actual y el teniente gobernador

3.4. Instrumentos

Los instrumentos para utilizar fueron considerados:

1. El cuestionario, para realizar la encuesta a la muestra de población determinada. Dicha encuesta tendrá el formato de Likert. (adjunto en los anexos)
2. La ficha de entrevista, que se aplicó exclusivamente a autoridades locales del centro poblado de Villa Florida y tiene un tipo de preguntas abiertas. (adjunto en los anexos)
3. La ficha de observación, la cual se realizó en el mismo lugar considerando las variables, dimensiones e indicadores de la investigación dentro de la variable de turismo comunitario. (adjunto en los anexos)

Ríos (2017), propone algunos instrumentos de recolección de datos como: Cuestionario, Ficha de registro documental y Ficha de observación (pp. 104-106).

Los instrumentos de recolección de datos, son herramientas útiles que permiten obtener información, instrumentos que son de vital importancia para toda investigación científica.

3.4. Métodos y técnicas de recolección

El método de recolección de los datos fue la encuesta, mediante un cuestionario bien estructurado y validado, además contendrá preguntas cerradas y los cuestionarios para autoridades algunos ítems tuvieron preguntas abiertas. Esto permitió recoger información detallada según los objetivos planteados.

Las encuestas fueron aplicadas de manera presencial, considerando los aspectos como la realidad sociocultural y nivel educativo de los encuestados o de

la población, en la se utilizó lenguaje sencillo y que en algunas ocasiones el quechua.

3.5. Procedimientos de recolección

En esta etapa, se procedió en ordenar la información recolectada a través de los instrumentos de recolección de datos como la ficha de encuesta, la ficha de entrevista y la ficha de observación.

El procedimiento inicial comprendió la coordinación con las autoridades locales para luego iniciar con la entrevista a los pobladores locales en dos etapas: en un antes y en un después. En el proceso, paralelamente se hizo la entrevista a los visitantes para evaluar los indicadores propuestos en el presente trabajo de investigación.

3.6 Validez y confiabilidad de los instrumentos

a. Validez

Los instrumentos han sido validados por criterio de juicio de expertos, quienes han evaluado la calidad, pertinencia, coherencia y relevancia de ciertos datos. Además, los evaluadores son conocedores del tema (ver anexo 9)

b. Confiabilidad

Según la confiabilidad mediante alfa de Cronbach aplicado a ambos cuestionarios, tras aplicar prueba piloto a los visitantes, salió muy buena consistencia interna (0.874); es decir, los ítems están bien relacionados entre sí. Asimismo, en encuesta a los pobladores locales involucrados en turismo, salió de buena consistencia interna (0.810). En resumen, ambos cuestionarios cumplen y son confiables los constructos, por lo tanto, son adecuados para su aplicación. Las pruebas han sido aplicadas en 10 personas cada una.

Tabla 4

Resumen de prueba de confiabilidad de Cronbach de los cuestionarios

Cuestionarios	Alfa de Cronbach	Nº de elementos	Interpretación
Encuesta a los visitantes	0.874	15	Buena consistencia
Encuesta a los pobladores locales	0.810	15	Buena consistencia

Elaboración propia

3.7. Análisis de datos

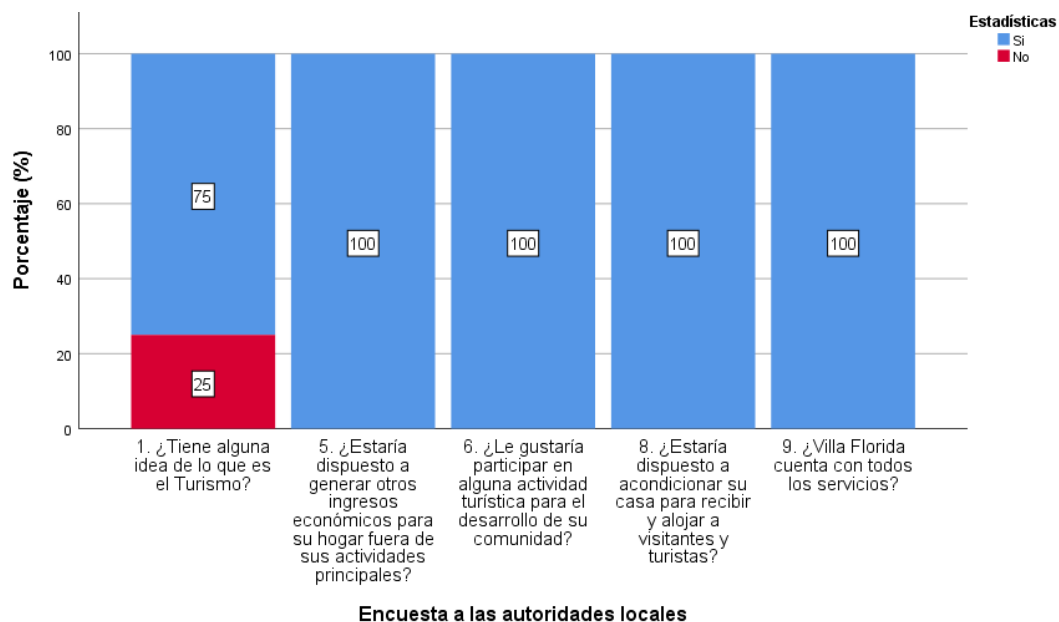
El método de análisis de datos fue cuantitativo, donde se empleó estadísticas descriptivas, como frecuencias, porcentajes representadas en tablas y gráficos, donde se utilizó Excel y software estadístico SPSS versión 25. El análisis estadístico se realizó agrupando por dimensiones tanto en las encuestas a los pobladores locales y a los visitantes. Según Baena (2017, p. 110), la interpretación de datos o resultados requiere que haya un procedimiento de información clara, compatible y efectiva con el objetivo de tener resultados idóneos dentro de la investigación.

IV. RESULTADO Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis de percepción de las autoridades locales de Villa Florida

Figura 1

Percepción de las autoridades locales sobre sobre glamping como servicio de hospedaje en turismo



En la Figura 1 podemos apreciar las percepciones de las autoridades sobre turismo local, donde el 75% de ellos afirmaron conocer el tema de turismo y, solo el 25% tiene desconocimiento acerca de ello. Lo que nos sugiere que sería necesario que las autoridades reciban capacitaciones en el tema.

En la pregunta 5, el 100% de las autoridades creen estar dispuestos a diversificar sus ingresos económicos, donde se incluye los temas de turismo, lo que indica interés en alternativas económicas, posiblemente vinculadas al turismo.

Las repuestas a la pregunta 6, muestra que el 100% de las autoridades estarían dispuestos a participar en actividades turísticas de la zona, mostrando una actitud positiva hacia el turismo como motor de progreso local.

Las respuestas de la pregunta 8, referente a la hospitalidad turística, el 100% de las autoridades se muestran dispuestos a acondicionar viviendas, de tal manera que tenga las condiciones adecuadas de alojamientos para los visitantes. lo que podría señalar interés por el turismo rural o comunitario, pero también posibles limitaciones en infraestructura.

Respecto a la pregunta 9, el 100% de las autoridades afirman que el centro poblado Villa Florida si cuentas con los servicios básicos, lo que revela preocupación por la capacidad de la comunidad para atender a visitantes y la posible necesidad de mejoras en infraestructura.

Según los resultados, el 75% de las autoridades afirmaron conocer sobre turismo, mientras que el 25% mostró desconocer; estos son concordantes a los planteamientos de MINCETUR (2019) en sus escritos de lineamiento para el desarrollo del turismo comunitario en el Perú, donde enfatiza lo indispensable que es la capacitación de manera continua para fortalecimiento de capacidades de autoridades y pobladores locales con la finalidad de aprovechar el potencial turístico. Por otra parte, se encontró que el 100% de autoridades esta dispuestos a diversificar sus ingresos económicos mediante actividades turísticas, estas percepciones se alinean con los expuestos por Guerrero (2020), quien destaca que el glamping y otras formas de turismo alternativo pueden llegar a ser herramientas clave para poder reactivar economías locales. Sin duda, las participaciones de las autoridades para los logros sostenibles en ámbito turístico son fundamentales, donde, en Villa Florida, la actitud de las autoridades refleja proactividad, estos con concordantes a las observaciones de Ostelea (2019), quien, en su estudio sobre turismo comunitario en Colombia y Perú, concluye que estos temas han sido determinantes para el éxito de los proyectos turístico.

A nivel de infraestructuras de hospedaje, las autoridades se mostraron dispuestos a acondicionar para los visitantes, estos evidencian la disposición y, asimismo, muestran la existencia de ciertas limitaciones a nivel de infraestructuras. Estos son consistentes a los hallazgos de Huilcarema (2022), quien destaca que el diseño de alojamientos comunitarios, como el glamping, requiere inversión y planificación para garantizar estándares de calidad. Sin duda, en los últimos años el turismo se convertido en motor de economía de las comunidades, los cuales fueron apoyados por Organización Mundial del Turismo (2022), que destaca al turismo como una herramienta para el desarrollo rural, siempre que exista compromiso local y políticas adecuadas.

Tabla 5*Percepciones y sugerencias de las autoridades locales*

ENCUESTAS	2. ¿Qué lugares turísticos conoce en el distrito de Iguain?	3. ¿Qué festividades son más importantes en el distrito de Iguain?	4. ¿Qué comidas o bebidas son más tradicionales en el distrito de Iguain?	7. ¿En qué actividad turística le gustaría participar?	10. ¿En qué estado se encuentra los accesos a Villa Florida?	OBSERVACIONES
1	Ayahuarcoma, Rumichaca, Runasayacc y Tinyacc	Festival del choclo, carnaval iguaino, navidad iguaino y festival de wawatanta	chicha de jora, chicha de molle, puca con chicharrón, caldo de gallina	GASTRONOMÍA, preparando puca, caldo y mondongo	Buen estado	Se pueden poner plantitas en las calles y completar de hacer pista las calles que faltan
2	Puente Rumichaca, Tinyacc y Ayahuarcoma	Festival del choclo y wawatanta	Puca con chicharrón y Pachamanca	GUÍA TURÍSTICA Y GASTRONOMÍA	Estado regular	Falta alumbrado eléctrico en las calles. El agua viene solo por horas en temporada de sequía. Terminar de asfaltar las calles.
3	Rumichaca, Cornilla y Ayahuarcoma	Navidad iguaino, carnavales, festival del choclo fiesta patronal	Mondongo, chicharrones, Chicha de molle, chicha de jora y chicha de 7 semillas	GASTRONOMÍA: Preparar mondongo y chicharrones	Estado regular	El agua es escaso en temporada de sequía por el mes de agosto. Se debe poner plantas. Se debe poner tachos de basura.
4	Tinyacc, Rumichaca, Ayahuarcoma y el camino inca.	tantawawa en el mes de noviembre, aniversario del centro poblado y festival de durazno.	teqte, patachi de trigo, chicha de mole y nectar de durazno	GUÍA TURÍSTICA Y GASTRONOMÍA	Estado regular	He tenido experiencia de llevar turistas por lo menos 2 veces durante el año. Buscan hospedaje en semana santa y se necesita espacio.

Según la pregunta 2, afirmaron varias zonas turísticas como: Ayahuarcoma, Rumichaca, Tinyacc, Coronilla y Camino Inca, los cuales deberían ser promocionados y aprovechados de manera sostenible (Tabla 5).

Asimismo, en la pregunta 3 respondieron que existe varias festividades en Villa Florida, como: festival de choclo, carnaval iguaino, navidad iguaino, festival de wawa tanta, fiestas patronales, aniversario de dentro poblado y festival de durazno. Los cuales generan ingresos económicos mediante visita de turistas locales, regionales, etc.

En respuestas a la pregunta 7, la mayoría de ellos quieren participar en actividades gastronómicas y guías turísticas. Esto evidencia sus motivaciones de ellos y sus buenas voluntades, a fin de sobrellevar adelante las actividades turísticas.

Por otra parte, las autoridades mencionan que las vías de acceso están en buenas condiciones, además mediante observaciones concretas refieren que en algunas zonas falta el alumbrado público y a veces hay escases de agua potable y se deberían hacer la reforestación urbanística, a fin de embellecer la zona.

En Villa Florida, según las manifestaciones de las autoridades locales existen muchas zonas turísticas potenciales como: Camino Inca y Rumichaca, los cuales deberían ser aprovechados de manera sostenible, los cuales coinciden con las recomendaciones de Organización Mundial del Turismo (2022), que destaca la planificación territorial para evitar la degradación de recursos naturales. Por otra parte, Barcia (2023) también enfatiza que los modelos como el glamping puede integrarse en entornos naturales sin distorsionar su equilibrio, lo cual podría adaptarse en estas áreas.

En el distrito de Iguain, específicamente en centro poblado de Villa Florida, las festividades son motore económicos, donde resaltan como el festival de choclo o carnaval iguaino, reflejando la importancia de turismo cultural, tal como afirma Ostelea (2019), quien califica estas manifestaciones como herramientas para dinamizar economías locales. A esto, Varela (2023) añade que vivenciales como gastronómicos fortalecen la identidad cultural y atraen turistas locales y regionales. Los pobladores de Villa florida, incluido sus autoridades están dispuestas a involucrarse en actividades gastronómicas y guías turísticas, los cuales están respaldadas por MINCETUR (2019), que promueve el empoderamiento en turismos comunitarios. Asimismo, Bravo y Zambrano (2018) evidencian que las participaciones activas de autoridades locales incrementan la satisfacción del visitante.

En la actualidad, se evidencian las carencias de alumbrado público, agua potable, mencionadas por las autoridades. Respecto a ello, Gonzales y Sánchez (2023) subrayan que las falencias en servicios básicos limitan significativamente en la competitividad turística y, por ello, Huilcarema (2022) propone algunas soluciones basadas en algunas alternativas de energías renovables para proyectos de alojamientos comunitario. Por otra parte, las reforestaciones urbanas están vinculadas con los objetivos de Desarrollo Sostenible (ONU, 2022), específicamente el ODS 11 (ciudades sostenibles).

4.2. Análisis del Glamping mediante percepción de los visitantes

a. Dimensión: calidad de atención al cliente

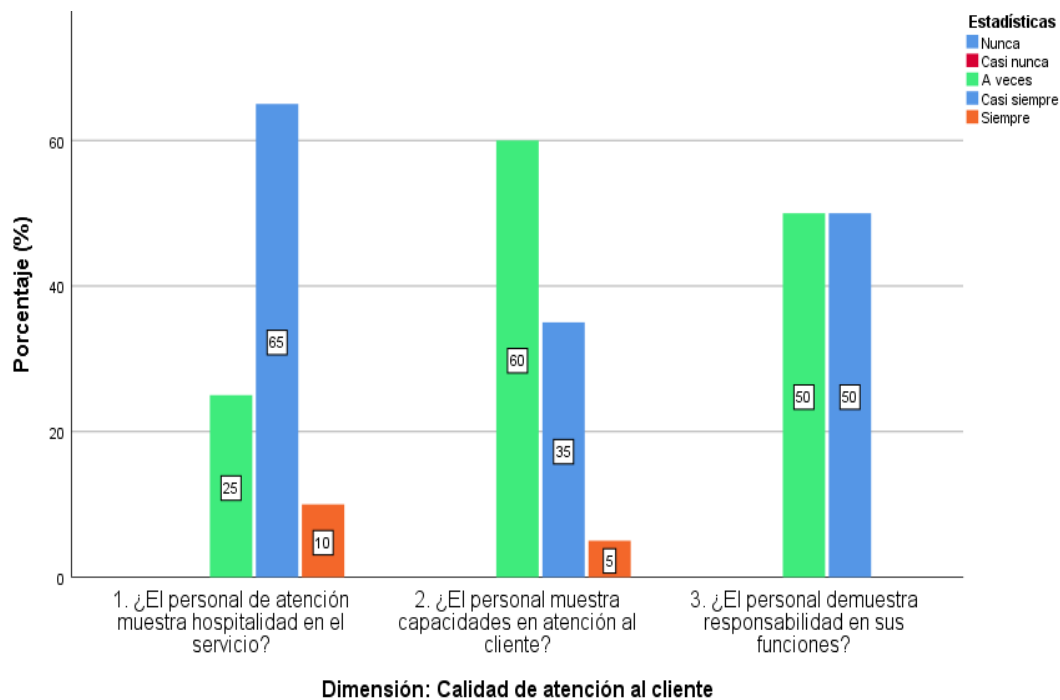
Tabla 6

Análisis del Glamping en la dimensión calidad de atención al cliente

Ítems			Frecuencia	%	% válido	% acumulado
¿El personal de atención muestra hospitalidad en el servicio?	Válido	A veces	5	25.0	25.0	25.0
		Casi siempre	13	65.0	65.0	90.0
		Siempre	2	10.0	10.0	100.0
		Total	20	100.0	100.0	
¿El personal muestra capacidades en atención al cliente?	Válido	A veces	12	60.0	60.0	60.0
		Casi siempre	7	35.0	35.0	95.0
		Siempre	1	5.0	5.0	100.0
		Total	20	100.0	100.0	
¿El personal demuestra responsabilidad en sus funciones?	Válido	A veces	10	50.0	50.0	50.0
		Casi siempre	10	50.0	50.0	100.0
		Total	20	100.0	100.0	

Figura 2

Distribución de frecuencias de la percepción de los visitantes sobre atención al cliente



En la Figura 2 y Tabla 6 se muestra la percepción de los visitantes, específicamente sobre la dimensión de la calidad de atención al cliente que engloba: hospitalidad, capacidad del personal y responsabilidad en sus funciones.

Sobre la pregunta, “**¿El personal de atención muestra hospitalidad en el servicio?**”, la mayoría de los encuestados (65%) respondió “casi siempre”, lo que sugiere que los visitantes perciben una actitud hospitalaria constante, aunque no total, por parte de los personales de hostales. Por otra parte, un 25% respondió “a veces”, y un 10% “siempre”, es decir, si bien hay buena percepción general, aún existen ciertas oportunidades de mejorar, lo que permitirá una atención más eficiente.

Referente a la pregunta, “**¿El personal muestra capacidades en atención al cliente?**”, el 60% de los visitantes respondió “a veces”, lo que sugiere que el personal en su habilidad tiene ciertas deficiencias para poder brindar un servicio adecuado. Asimismo, un 35% afirmó “casi siempre”, y un 5% señaló “siempre”, los que evidencian la existencia de que no hay solidez de profesionalismo en la atención.

Referente a la pregunta, “**¿El personal demuestra responsabilidad en sus funciones?**”, el 50% de la población visitante respondió “a veces” y el otro 50% “casi siempre”. Estas percepciones divididas muestran una imagen no consolidada y la necesidad de mejorar estos aspectos.

En Villa Florida existe la percepción predominante (65% casi siempre) de hospitalidad de personas, lo cual coincide con lo señalado por Feijoo et al. (2018), quienes enfatizan que la calidad de los servicios forma parte esencial y fundamental para la satisfacción de cliente en el ámbito turístico. No obstante, solo el 10% respondieron que siempre los personales se muestran hospitalidad, lo cual evidencia la existencia de un margen para mejorar, tal como lo menciona MINCETUR (2019) en sus lineamientos para turismo comunitario, donde se destaca la necesidad de capacitación continua de los personales para fortalecer en atención al cliente.

El 60% de los visitantes afirmaron que solo a veces muestran capacidad de atención al clientes o visitantes, este resultado pone en evidencia las deficiencias en las habilidades de los personales, lo cual es concordante con lo expuesto por Sampieri et al. (2014) sobre la necesidad de formación profesional en estrategias y metodologías de servicio. Además, Guerrero et al. (2020) afirma que la carencia en capacitaciones podría generar percepciones negativas por parte de los visitantes, de esta manera afectando la economía local.

Según los resultados, el 50% son responsables en sus funciones solo a veces y el otro 50% casi siempre, el cual muestra una percepción dividida en este aspecto. Según la Organización Mundial del Turismo (2022), las responsabilidades de los personales están asociada a gestiones eficientes, para lo cual es necesario implementar protocolos claros y evaluaciones periódicas, como las propuestas existentes en Reglamento de la Ley del Guía de Turismo (MINCETUR, 2019).

Frente a la existencia ciertas falencias, siempre hay oportunidades de mejora, donde estos resultados son concordantes con lo planteado por Ostelea (2019), quien afirma que el tipo de turismo comunitario y rural requiere personales con capacitación permanente para garantizar sostenibilidad y satisfacción. Por otra parte, Chang y Rivas (2021) respalda los modelos turísticos como el glamping, donde se incluye necesariamente capacitación especializada para todos los personales.

b. Dimensión: comodidades de los ambientes

Tabla 7

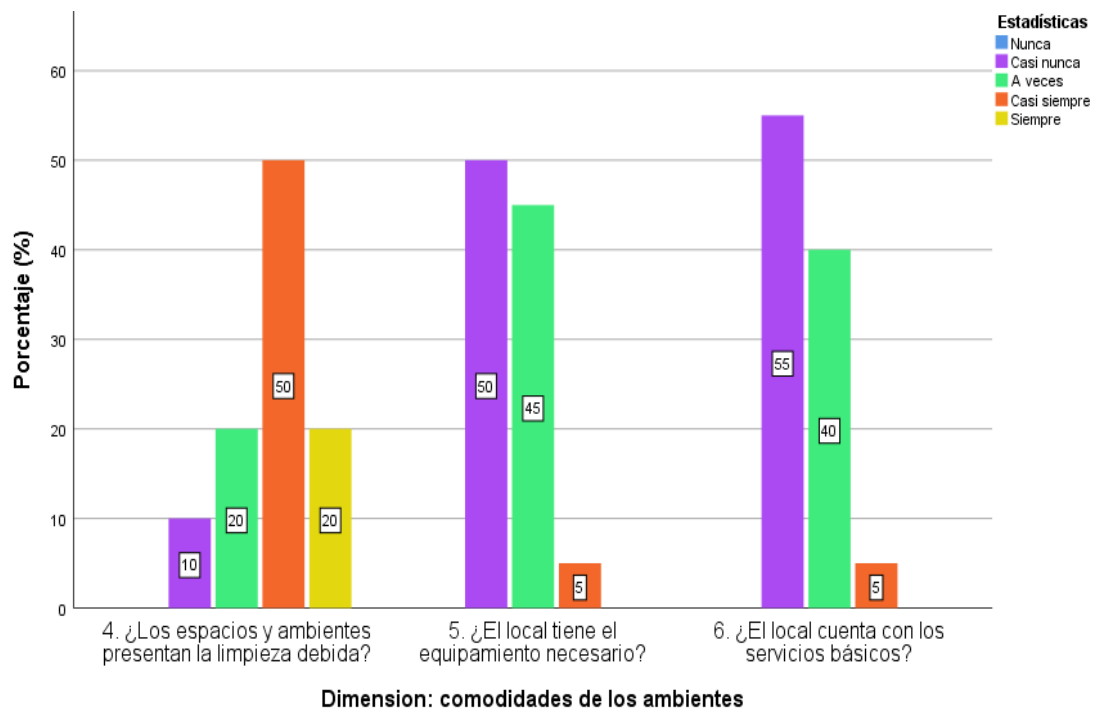
Análisis del Glamping en la dimensión de comodidades de los ambientes

Ítems		Frecuencia	%	
			%	%
	Válido		válido	acumulado
	Casi nunca	2	10.0	10.0

¿Los espacios y ambientes presentan la limpieza debida?		A veces	4	20.0	20.0	30.0
		Casi siempre	10	50.0	50.0	80.0
		Siempre	4	20.0	20.0	100.0
		Total	20	100.0	100.0	
¿El local tiene el equipamiento necesario?	Válido	Casi nunca	10	50.0	50.0	50.0
		A veces	9	45.0	45.0	95.0
		Casi siempre	1	5.0	5.0	100.0
		Total	20	100.0	100.0	
¿El local cuenta con los servicios básicos?	Válido	Casi nunca	11	55.0	55.0	55.0
		A veces	8	40.0	40.0	95.0
		Casi siempre	1	5.0	5.0	100.0
		Total	20	100.0	100.0	

Figura 3

Distribución de frecuencias de la percepción de los visitantes sobre comodidades de los ambientes



En la Tabla 7 y Figura 3 se muestra la percepción de los visitantes sobre las comodidades de los ambientes existentes. Referente a la pregunta, “¿**los espacios y ambientes presentan la limpieza debida?**”, la mayoría de ellos respondieron “casi siempre”, lo que sugiere la existencia de las necesidades de mejorar los temas de limpieza. El 10%, 20% y 20% de las personas respondieron “casi nunca”, “a veces” y “siempre”, respectivamente. De estas afirmaciones deducimos que existen personas visitantes que perciben que los espacios no presentan limpieza adecuada, porque existe la necesidad urgente de mejorar estos aspectos y cambiar la percepción.

Referente a la pregunta, “¿**El local tiene el equipamiento necesario?**”, el 50% de las personas visitantes respondieron “casi nunca”, lo cual sugiere que los hospedajes no siempre tienen los equipamientos, y que algunos podrían tener, mientras otros no. El 45% respondieron “a veces” y el 5% “casi siempre”, sugiriendo la necesidad contar con equipamientos y servicios estratégicos que respondan a las necesidades, intereses y nivel de confort esperado por los diferentes tipos de turistas.

Asimismo, según las respuestas a la pregunta, ¿El local cuenta con los servicios básicos?, el 55% de los visitantes respondieron que “casi nunca” cuentan con servicios, mientras el afirma que solo “a veces”. Esto evidencia la falta de implementación y posibles mejorar que realizar en este aspecto.

Respecto a la limpieza de los ambientes, la mayoría de los visitantes percibieron que casi siempre están limpios. Al respecto, DISSET (2022) afirma que las tendencias turísticas en la actualidad priorizan mucho lo que es la higiene y sostenibilidad ambiental. El hecho de que el menos el 20% afirmaron que los ambientes siempre están limpios, esto coincide con lo señalado por Organización Mundial del Turismo (2022), que destacan la necesidad de que exista o se cumpla ciertos estándares de calidad de limpieza con la finalidad de competir y atraer. Además, existe la insatisfacción de 10%, según Feijoo et al. (2018) sugieren una brecha crítica que pudiera afectar la reputación del destino

Respecto a los equipamientos y confort, el 50% menciona que casi nunca existe equipamientos, los cuales se alinean a los hallazgos de Chang y Rivas (2021), quienes destacan que el modelo glamping requieren infraestructura adecuada para garantizar experiencias. En contraste, Guerrero (2020) resalta que los escasos de equipamientos estratégicos limitan la diversificación de las ofertas turísticas, especialmente en turismo comunitarios, donde las autenticidades de la zona deben complementarse.

Sin duda, las actividades turísticas son pilares fundamentales en movimientos económicos como en Villa Florida, por lo que deberían ser mejoradas; los resultados coinciden con lo expuesto por Orgaz (2013) y Bravo y Zambrano (2018), quienes afirman que el turismo comunitario requiere mejoras en su forma general y siempre priorizando asuntos más importantes urgentes. Según Márquez (2020), la existencia de las percepciones negativas sobre los equipamientos y servicios básicos podría obstaculizar el crecimiento y movimiento económico local, sobre todo lo relacionado al turismo.

c. Dimensión: servicio de restaurante

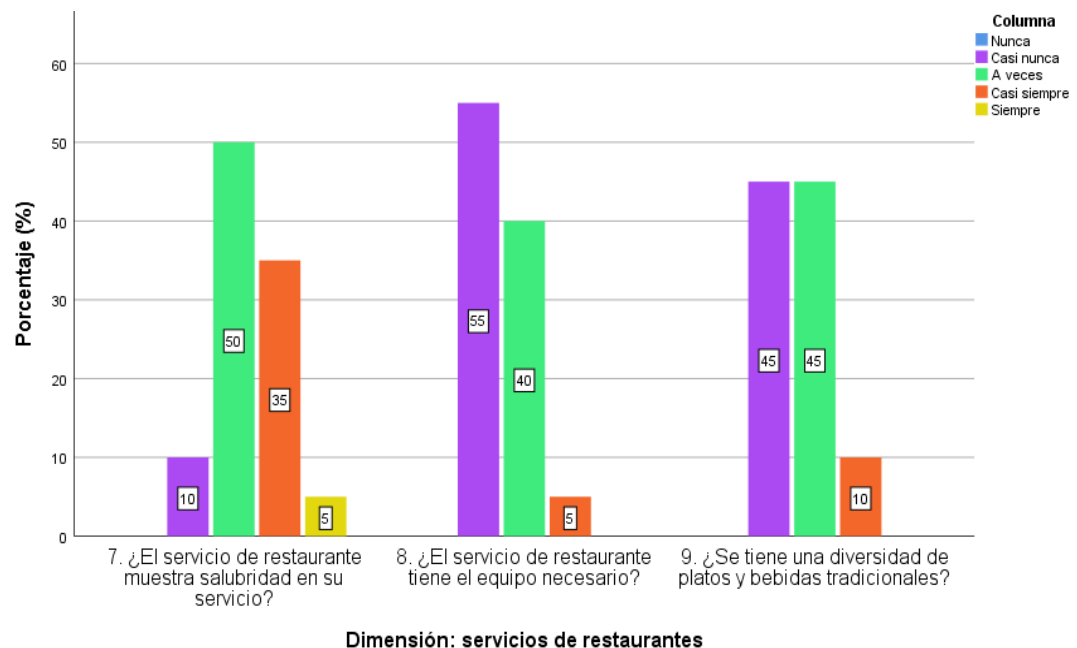
Tabla 8

Análisis del Glamping en la dimensión servicios de restaurantes

Ítems	Válido		Frecuencia		% válido	
				%		% acumulado
¿El servicio de restaurante muestra salubridad en su servicio?	Válido	Casi nunca	2	10.0	10.0	10.0
		A veces	10	50.0	50.0	60.0
		Casi siempre	7	35.0	35.0	95.0
		Siempre	1	5.0	5.0	100.0
		Total	20	100.0	100.0	
¿El servicio de restaurante tiene el equipo necesario?	Válido	Casi nunca	11	55.0	55.0	55.0
		A veces	8	40.0	40.0	95.0
		Casi siempre	1	5.0	5.0	100.0
		Total	20	100.0	100.0	
¿Se tiene una diversidad de platos y bebidas tradicionales?	Válido	Casi nunca	9	45.0	45.0	45.0
		A veces	9	45.0	45.0	90.0
		Casi siempre	2	10.0	10.0	100.0
		Total	20	100.0	100.0	

Figura 4

Distribución de frecuencias de la percepción de los visitantes a cerca de servicios de restaurantes



En la Tabla 8 y Figura 4 se muestran la percepción de los visitantes a cerca de servicios brindados por los restaurantes. Respecto a la pregunta, **¿El servicio de restaurante muestra salubridad en su servicio?**, el 50% respondieron “a veces”,

lo que sugiere que aún se podrían observar insalubridades en algunos restaurantes; el 10% percibe “casi nunca”, el 35% “casi siempre” y solo el 5% percibe que siempre muestran la salubridad.

Referente a la pregunta, **¿El servicio de restaurante tiene el equipo necesario?**, también existen percepciones divididas, donde el 55% de la gente respondieron “casi nunca”, sugiriendo la existencia de una brecha alta de percepción de la falta de equipos necesarios para poder brindar buen servicio. El 40% respondió “a veces” y solo el 5% percibe que “casi siempre” tienen equipos.

Referente a la pregunta, **¿Se tiene una diversidad de platos y bebidas tradicionales?**, el 45% de las personas respondieron “casi nunca” y el 45% “a veces”, lo que podría indicar que, con mayor frecuencia solo ofrecen pocas diversidades de platillos y bebidas. Solo el 10% perciben “casi siempre”, lo cual es baja en comparación de la alta brecha de percepción que no existe diversidad de platos y bebidas.

Según los resultados, existe percepciones algo negativas sobre salubridades en los servicios de restaurantes, donde el 50% de los encuestados indicaron que solo a veces muestran salubridad, lo que evidencia deficiencias en estos aspectos. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2019), la salubridad es un pilar fundamental para la satisfacción de los clientes en general, y más aún, en ámbito de turismo comunitario. Asimismo, Ostelea (2019) destaca que la falta de estandarización en estos aspectos de salubridades podría afectar negativamente la imagen del distrito para futuras actividades turísticas, y más aún, en contextos rurales donde los recursos son escasos.

Respecto a los equipamientos necesarios, el 55% de los visitantes percibe que los restaurantes de la zona casi nunca cuentan con ellos. Estas percepciones son concordantes a lo señalado por Guerrero (2020), quien destaca que los escasos de inversión en temas de equipamientos siempre es un factor limitante y una barrera en emprendimientos turísticos locales, especialmente en proyectos de glamping. A lo que MINCETUR (2019) enfatiza la necesidad de capacitación y apoyo financiero para afrontar y desarrollar planes de mejora

Por otra parte, también existe percepciones de que los visitantes casi nunca encuentran una diversidad de platillos y el 45% de ellos afirman que solo a veces. Este resultado es preocupante, debido a que la gastronomía local es una puerta de

entrada turística y un atractivo clave turismo vivencia y comunitario (Varela, 2023). Referente a este tema, la Organización Mundial del Turismo (2022) destaca mantener la autenticidad y diversidad culturales son factores críticos para diferenciarse de las competencias.

d. Dimensión: sostenibilidad

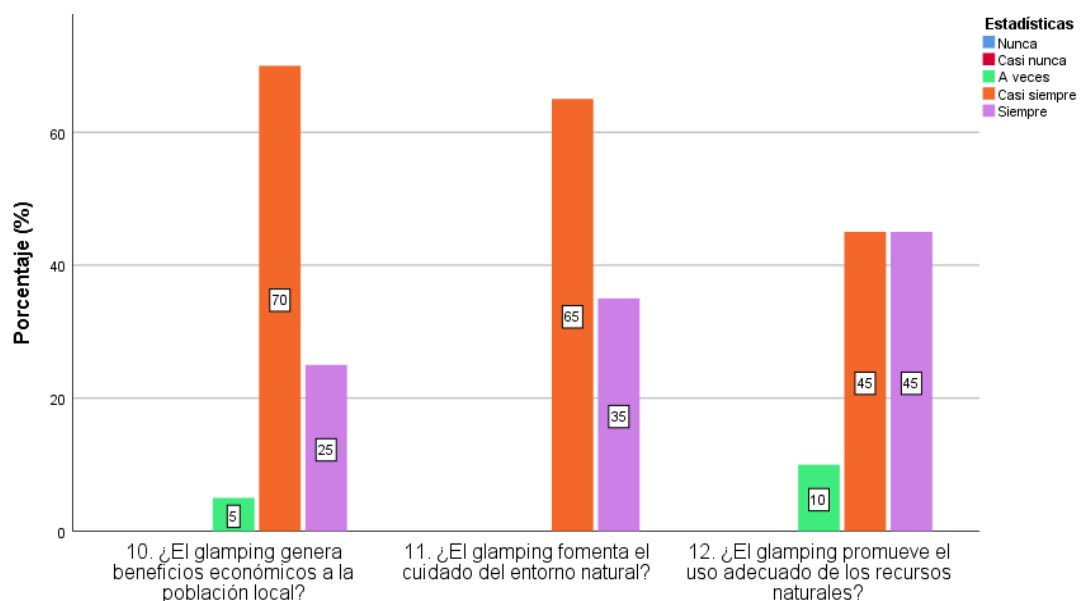
Tabla 9

Análisis del Glamping en la dimensión sostenibilidad

Ítems	Válido	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
¿El glamping genera beneficios económicos a la población local?	A veces	1	5.0	5.0	5.0
	Casi siempre	14	70.0	70.0	75.0
	Siempre	5	25.0	25.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	
¿El glamping fomenta el cuidado del entorno natural?	Casi siempre	13	65.0	65.0	65.0
	Siempre	7	35.0	35.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	
¿El glamping promueve el uso adecuado de los recursos naturales?	A veces	2	10.0	10.0	10.0
	Casi siempre	9	45.0	45.0	55.0
	Siempre	9	45.0	45.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Figura 5

Distribución de frecuencias de la percepción de los visitantes sobre sostenibilidad



En la Tabla 9 y Figura 5 se muestran la percepción de personas visitantes sobre sostenibilidad en el centro poblado de Villa florida. Respecto a la pregunta **¿El glamping genera beneficios económicos a la población local?**, el 70% de las personas respondieron “casi siempre”, lo que sugiere que el glamping tiene potencial económico, debido a que beneficia a muchas personas de la zona. El 25% respondieron “siempre”, y el 5% “a veces”, del cual podemos inferir que, hay la necesidad de involucrar a más personas, debido a que solo es 25% de las personas están involucrados siempre y creen que el glamping si genera beneficios económicos.

Respecto a la pregunta, **¿El glamping fomenta el cuidado del entorno natural?**, el 65% respondieron “casi siempre” y el 35% “siempre”, lo que sugiere una percepción positiva a cerca del cuidado de medio ambiente natural. Sin duda, se debería trabajar de manera conjunta en este aspecto, dado que la percepción “casi siempre” sugiere que a veces aún podría existir las contaminaciones del medio natural.

Referente a la pregunta, **¿El glamping promueve el uso adecuado de los recursos naturales?**, el 45% respondieron “casi siempre” y el otro 45% “siempre”, indicando percepciones parcialmente positivas de glamping acerca del uso adecuado de recursos naturales. Aunque, el 10% respondió “a veces”, evidenciando falencias en el uso adecuado de los recursos.

Sin duda, el glamping genera beneficios económicos, donde el 70% de los encuestados percibe que casi siempre genera beneficios económicos para la población local, y el 25% afirma que siempre genera. Estos hallazgos coinciden con lo expuesto por Chang y Rivas (2021), quienes afirman que el glamping suele ser un modelo de negocio rentable, no obstante, su éxito también depende de la integración de las comunidades locales. Además, Varela (2023) destaca la importancia de turismo vivencial y del glamping, donde estos pueden dinamizar las economías locales, pero siempre y cuando se trabaje de manera estratégica y planificada.

Por otra parte, el 25% afirma que aún no existe una inclusión total en la zona, a lo cual MINCETUR (2019) enfatiza la necesidad de políticas de turismo comunitario

y que de tal manera fomente la igualdad y distribución justa entre compueblanos, tal como se debería hacer en Villa Florida.

Uno de los factores importantes son el cuidado del medio natural, donde el 65% de los visitantes percibe que el glamping casi siempre fomenta el cuidado ambiental, lo que evidencia la existencia de brechas. Al respecto, Organización Mundial del Turismo (2022), resalta la importancia de turismo rural para poder promover practicas sostenibles. No obstante, hay evidencias suficientes para poder mejorar, como sugiere Peón (2020), quien considera la necesidad de buscar certificaciones y una educación ambiental turística. Asimismo, Gutiérrez (2021) pone en cuestión que la sostenibilidad en turismos principalmente depende de las gestiones eficientes de los recursos existentes como el agua, energía etc., en esta afirmación también coincide el Ministerio de Turismo de Ecuador (2020).

Una de las respuestas dadas de que el glamping cuida al entorno casi siempre, sugiere la existencia de problemas puntuales de contaminación. Respecto a ellos, Feder et al. (2015) subrayan que el turismo más gestionado está destinado a provocar degradación ambiental o el entorno, en este aspecto, Servicio Nacional de Turismo de Chile (2016) también coincide.

e. Dimensión: Potencial turístico

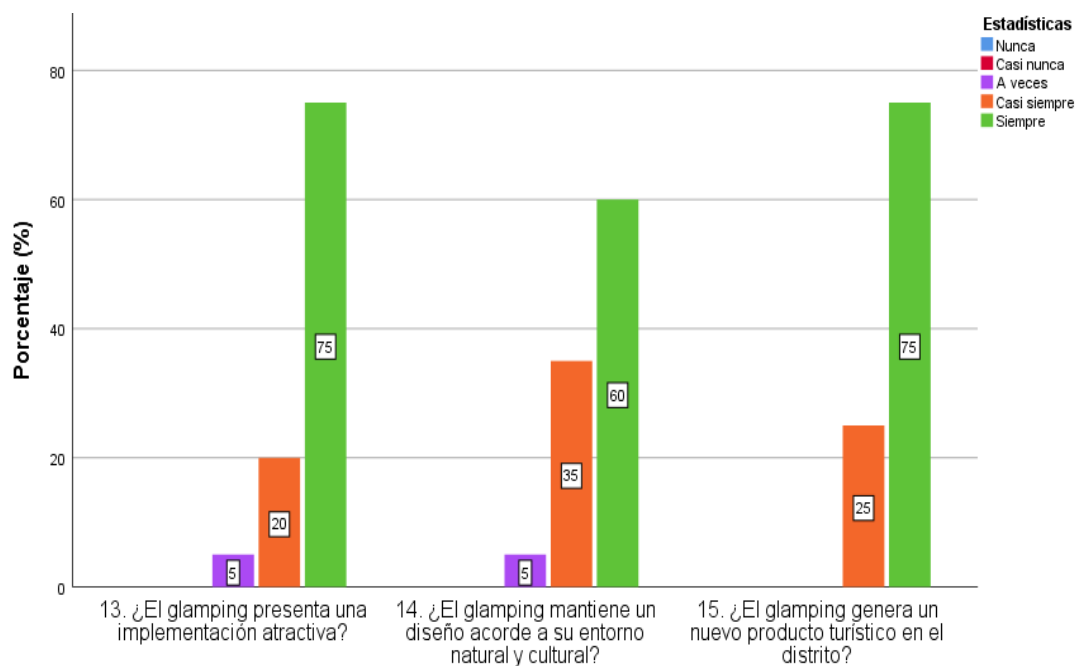
Tabla 10

Análisis del Glamping en la dimensión potencial turístico

Ítems	Válido		Frecuencia		% válido	
				%		acumulado
¿El glamping es un servicio de hospedaje innovador y atractivo?	Válido	A veces	1	5.0	5.0	5.0
		Casi siempre	4	20.0	20.0	25.0
		Siempre	15	75.0	75.0	100.0
		Total	20	100.0	100.0	
¿El glamping mantiene un diseño acorde a su entorno natural y cultural?	Válido	A veces	1	5.0	5.0	5.0
		Casi siempre	7	35.0	35.0	40.0
		Siempre	12	60.0	60.0	100.0
		Total	20	100.0	100.0	
¿El glamping genera un nuevo producto turístico en el distrito?	Válido	Casi siempre	5	25.0	25.0	25.0
		Siempre	15	75.0	75.0	100.0
		Total	20	100.0	100.0	

Figura 6

Distribución de frecuencias de la percepción de los visitantes sobre potencial turístico



La Tabla 10 y Figura 6, muestra la percepción de las personas locales del potencial turístico, donde cada pregunta explora un aspecto distinto pero interrelacionado:

atractivo de implementación, diseño integrado al entorno, y generación de un nuevo producto turístico. Respecto a la pregunta, **¿El glamping es un servicio de hospedaje innovador y atractivo?**, el 75% respondieron “siempre”, lo que sugiere que el glamping es una opción atractiva para implementar. El 20% respondió “casi siempre” y el 5% “a veces”, sugiriendo que aún existen el nicho de interés, donde existen pocas personas que no percibe al glamping como una prioridad en el contexto turístico actual.

Respecto a la pregunta, **¿El glamping mantiene un diseño acorde a su entorno natural y cultural?**, el 60% respondieron “siempre”, sugiriendo que el glamping si mantiene un diseño coherente con el entorno natural y cultural. Aunque, el 5% y 35% respondieron “a veces” y “casi siempre”, respectivamente, lo cual nos sugiere la existencia de algunas personas que no están completamente convencidos.

Con referencia a la pregunta, **¿El glamping genera un nuevo producto turístico en el distrito?**, la percepción se divide en dos partes principalmente, donde el 75% respondieron “siempre”, indicando que el glamping si es un producto innovador para el distrito. El 25% respondieron “casi siempre”. En resumen, este resultado refleja una percepción mayoritariamente positiva sobre el impacto del glamping en la oferta turística local.

Respecto al aspecto de atractivo del glamping como producto innovador, el 75% de los encuestados considera que siempre es una opción atractiva, lo que concuerda con los hallazgos de Chang y Rivas (2021), quienes subrayan que este modelo de alojamiento combina lujo y naturaleza, complaciendo a los turistas que buscan ciertas experiencias únicas. Además, Peón (2020) enfatiza que el glamping actualmente se posiciona como una opción con tendencia global, específicamente en lugares rurales y naturales, además, gracias a ello es aceptado por mayoría de las personas.

Referente al diseño y coherencia con el entorno, el 60% de los encuestados percibe que el glamping mantiene un diseño acorde a la naturaleza y cultural; respecto a ello, Barcia (2023) subraya la importancia de integrar elementos culturales, la naturaleza en el diseño de alojamientos, lo cual fortalece su autenticidad. Por otro lado, la Organización Mundial del Turismo (2022) recomienda que los proyectos relacionados a glamping deben priorizar la sostenibilidad y sustentabilidad.

En la comunidad de Villa Florida, el 75% de los encuestados considera que el glamping es como una especie de un nuevo producto en el distrito, lo que concuerda con los hallazgos de Huilcarema (2022), quien subraya la necesidad de potencializar estos aspectos a fin de diversificar las ofertas turísticas. Asimismo, MINCETUR (2019) señala que el glamping puede complementar el turismo comunitario, aportando valor económico y social a las regiones.

En cuanto al impacto económico en la zona, sin duda las percepciones son positivas y, además, concordantes a los estudios de Logacho (2021), quien demuestra que el glamping puede dinamizar economías en lugares rurales, sobre todo. Por otro lado, la Ley N° 31797 (2023) en nuestro país enfatiza las formas de turismo comunitario, debido a que influye directamente en la economía de las familias más necesitados.

4.3. Análisis de turismo comunitario

a. Dimensión 1: Involucramiento de la población local

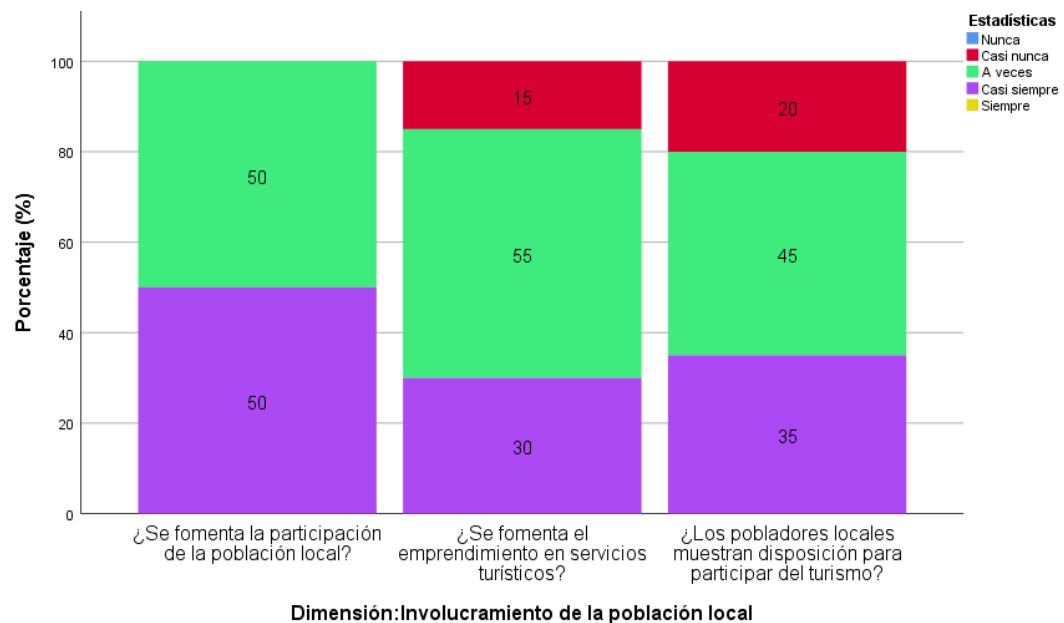
Tabla 11

Análisis del turismo comunitario mediante la dimensión Involucramiento de la población local

Ítems			Frecuencia	%	% válido	% acumulado
¿Se fomenta la participación de la población local?	Válido	A veces	10	50.0	50.0	50.0
		Casi siempre	10	50.0	50.0	100.0
		Total	20	100.0	100.0	
¿Se fomenta el emprendimiento en servicios turísticos?	Válido	Casi nunca	3	15.0	15.0	15.0
		A veces	11	55.0	55.0	70.0
		Casi siempre	6	30.0	30.0	100.0
		Total	20	100.0	100.0	
¿Los pobladores locales muestran disposición para participar del turismo?	Válido	Casi nunca	4	20.0	20.0	20.0
		A veces	9	45.0	45.0	65.0
		Casi siempre	7	35.0	35.0	100.0
		Total	20	100.0	100.0	

Figura 7

Distribución de frecuencias de Involucramiento de la población local



La Tabla 11 y Figura 7 muestran la percepción de los pobladores locales involucrados en turismo sobre el grado de involucramiento en este campo. Respecto a la pregunta, **¿Se fomenta la participación de la población local?**, el 50% de los encuestados considera que “a veces” se fomenta esta participación, mientras el 50% de ellos que “casi nunca” se hace. Esto sugiere que no hay una política o acción de manera permanente que asegure el involucramiento activa de las personas.

Referente a la pregunta, **¿Se fomenta el emprendimiento en servicios turísticos?**, el 55% piensa que “a veces” se fomenta el emprendimiento, el 30% cree que “casi nunca” y un 15% de la gente señala “nunca”. A partir de estos resultados deducimos que los esfuerzos no están siendo sostenibles, a pesar de ciertas iniciativas en la zona.

En respuesta a la pregunta, **¿Los pobladores locales muestran disposición para participar del turismo?**, el 35% de los pobladores respondió que “casi nunca” se muestran dispuestos, el 45% de ellos respondieron que solo “a veces” están dispuestos a participar en el turismo. Esto refleja un posible desinterés, falta de información o desconfianza en los beneficios del turismo. Es un punto crítico que debe ser atendido mediante campañas de sensibilización, capacitación y generación de oportunidades reales.

La participación de la población local es indispensable, por lo que el 50% de ellos indicaron que a veces se fomenta la participación de los compueblanos, mientras el otro 50% opina que casi nunca. Estos concuerdan con los reportados por Cabanillas y Garrido (2017), quienes destacan que debe existir políticas bien estructuradas como base que permita el involucramiento de las personas locales. Además, la Ley N° 31797 de Promoción y Desarrollo del Turismo Comunitario (2023) en Perú busca formalizar esta participación, pero su implementación recién está indicando y con el tiempo debería ser el motor de impulso.

El emprendimiento turístico es importante para las personas locales, donde el 55% de los encuestados perciben que a veces se fomenta el emprendimiento, lo que evidencia los escasos de sostenibilidad en el tiempo. Además, estos resultados Chang y Rivas (2021) y Logacho (2021) subrayan la importancia y la necesidad de que existan modelos de negocios adaptados a las necesidades en las localidades, como el glamping, que puedan mezclar la innovación y lo natural. No obstante, como menciona MINCETUR (2019), la ausencia de capacitaciones y falta de acceso a créditos a veces son factores limitantes.

La disposición de las personas es positiva según los resultados, tal es así, el 45% de ellos manifiestan que a veces están dispuestos y el 35% casi nunca participan. Estos podrían estar relacionado a que la gente necesita sensibilización a los proyectos turístico, como afirma Orgaz (2013), quien destaca la necesidad de diálogo intercultural; mientras, Ostelea (2019) que las posibles causas serian el desconocimiento en las materias.

Sin duda, las necesidades de capacitaciones existen en Villa Florida, campañas educativas, como las sugeridas por el Ministerio de Turismo de Ecuador (2020), que incluyen glosarios y talleres para empoderar a las comunidades, podrían ayudar a reducir la desconfianza y el desinterés. Feder et al. (2015) señalan además que el conocimiento de los efectos beneficiosos del turismo (en términos económicos y sociales) aumenta la disposición a participar.

b. Dimensión 2: Disponibilidad de autoridades locales

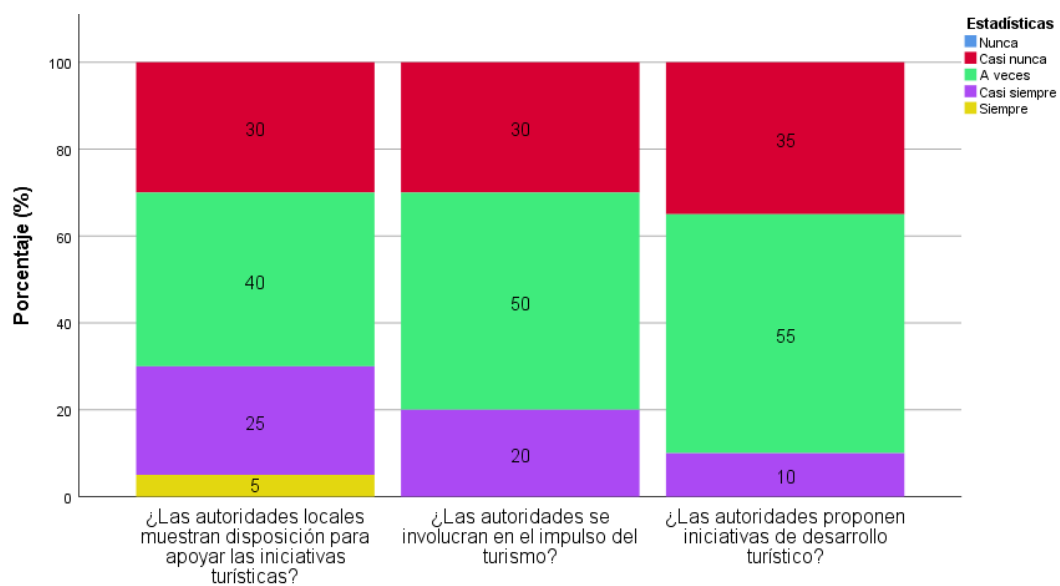
Tabla 12

Análisis del turismo comunitario mediante la dimensión disponibilidad de autoridades locales

Ítems			Frecuencia	%	% válido	% acumulado
¿Las autoridades locales muestran disposición para apoyar las iniciativas turísticas?	Válido	Casi nunca	6	30.0	30.0	30.0
		A veces	8	40.0	40.0	70.0
		Casi siempre	5	25.0	25.0	95.0
		Siempre	1	5.0	5.0	100.0
		Total	20	100.0	100.0	
¿Las autoridades se involucran en el impulso del turismo?	Válido	Casi nunca	6	30.0	30.0	30.0
		A veces	10	50.0	50.0	80.0
		Casi siempre	4	20.0	20.0	100.0
		Total	20	100.0	100.0	
¿Las autoridades proponen iniciativas de desarrollo turístico?	Válido	Casi nunca	7	35.0	35.0	35.0
		A veces	11	55.0	55.0	90.0
		Casi siempre	2	10.0	10.0	100.0
		Total	20	100.0	100.0	

Figura 8

Distribución de frecuencias de la percepción de disponibilidad de autoridades locales



Dimensión: Disponibilidad de los autoridades locales

La Tabla 12 y Figura 8 muestra el cómo percibe la población el rol de las autoridades locales en el apoyo y promoción del turismo. En referencia a la pregunta, **¿Las autoridades locales muestran disposición para apoyar las iniciativas turísticas?**, solo el 5% de las personas considera que “siempre” las autoridades están dispuestos. El 40% de ellos creen que “a veces” existe apoyo, en contraste, el 55% (engloba 30% “nunca” y 25% “casi nunca”) percibe falta de interés o apoyo constante. Estas respuestas reflejan una debilidad, ya que el respaldo de las autoridades es fundamental, sin ellos las iniciativas turísticas podrían fracasar en el tiempo.

Sobre la pregunta, **¿Las autoridades se involucran en el impulso del turismo?**, el 50% opina que “a veces” las autoridades se involucran, el 20% menciona que “casi nunca” y un 30% considera “nunca”. Reflejando una cierta participación ocasional solamente, todavía predomina la falta de compromiso real. Esto indica que el turismo no está siendo una prioridad en la agenda de las autoridades locales de Villa Florida.

En referencia a la pregunta, **¿Las autoridades proponen iniciativas de desarrollo turístico?**, el 55% de las personas respondieron que “a veces” se proponen iniciativas, mientras el 10% afirma “casi nunca”. No obstante, una cifra de 35% mencionó que “nunca” se presentan este tipo de propuestas turísticas. En conclusión, nos da la idea de que las autoridades tienen actitud pasiva y tienen escasa planificación y proactividad en el ámbito de turismo.

Según los resultados, parece que la falta de compromiso es percibida, donde el % de los encuestados casi nunca o nunca apoyan las iniciativas turísticas, lo que concuerda con lo señalado por Cabanillas y Garrido (2017), quienes afirman que las desconfianzas institucionales son un obstáculo para el turismo comunitario en el país vecino Ecuador. Por otra parte, MINCETUR (2019) menciona que carecen de continuidad si no existe políticas claras y una participación más activa. En muchos casos se observa participaciones ocasionales, donde el 50% indica que solo se involucran a veces, lo que evidencia participación ocasional de mayoría de las personas locales. Estos resultados se alinean con lo mencionado por Ostelea (2019), donde afirma que las intervenciones estatales muy esporádicas sin efecto, lo que

deberían cambiarla. Además, el Plan Estratégico de Turismo de Ayacucho (2020) resalta la necesidad de planes a largo plazo para evitar acciones aisladas.

Sin duda, se percibe escasa proactividad en la zona a propuestas turísticas, donde el 35% afirma que no hay proposición de iniciativas. Estas evidencias se pueden contrastar con los planteamientos de OMT (2022), que subraya lo indispensable en el rol de las autoridades en impulsar el turismo local; además, en el Perú, Ley N° 31797 (2023) promueve el turismo desde al año 2023, aunque su implementación no está siendo a cabalidad.

c. Dimensión 3: Desarrollo económico local

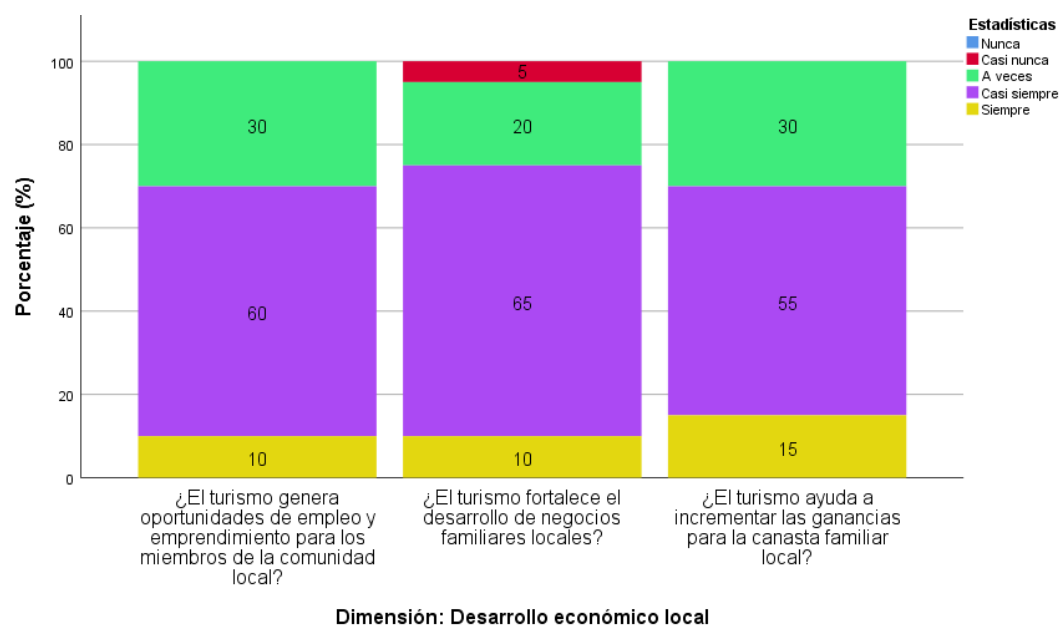
Tabla 13

Análisis del turismo comunitario mediante la dimensión desarrollo económico local

Ítems			Frecuencia	%	% válido	% acumulado
¿El turismo genera oportunidades de empleo y emprendimiento para los miembros de la comunidad local?	Válido	A veces	6	30.0	30.0	30.0
		Casi siempre	12	60.0	60.0	90.0
		Siempre	2	10.0	10.0	100.0
		Total	20	100.0	100.0	
¿El turismo fortalece el desarrollo de negocios familiares locales?	Válido	Casi nunca	1	5.0	5.0	5.0
		A veces	4	20.0	20.0	25.0
		Casi siempre	13	65.0	65.0	90.0
		Siempre	2	10.0	10.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0		
¿El turismo ayuda a incrementar las ganancias para la canasta familiar local?	Válido	A veces	6	30.0	30.0	30.0
		Casi siempre	11	55.0	55.0	85.0
		Siempre	3	15.0	15.0	100.0
		Total	20	100.0	100.0	

Figura 9

Distribución de frecuencias de la percepción de desarrollo económico local



La Tabla 13 y Figura 9 muestran el cómo perciben los encuestados el impacto del turismo en la economía de la comunidad local Villa Florida. Referente a la pregunta, **¿El turismo genera oportunidades de empleo y emprendimiento para los miembros de la comunidad local?**, el 60% de las personas considera que esto ocurre “a veces”, y un 30% afirma que sucede “casi siempre”. Solo el 10% de las personas opinan que “siempre” hay oportunidades. En general, estas percepciones muestran que el turismo si ha generado algunos espacios de trabajo y emprendimiento, pero que si existe limitaciones y a veces es no sostenible en el tiempo.

Con respecto a la pregunta, **¿El turismo fortalece el desarrollo de negocios familiares locales?**, la mayoría de las personas, el 65% considera que esto sucede solo “a veces” y el 20% dice que ocurre “casi siempre”. Aunque, el 10% cree que “siempre” ocurre y se fortalece este tipo de negocios, mientras el 5% opina lo contrario, afirmando que “nunca” lo sucede. Esto indica que el turismo puede ser una fuente de impulso para los negocios familiares, pero aún falta consolidar ese impacto.

Referente a la pregunta, **¿El turismo ayuda a incrementar las ganancias para la canasta familiar local?**, solo el 55% opina que “a veces” hay un aumento en las ganancias familiares, mientras el 30% señala que “casi siempre” y solo el 15%

indica que “siempre”. Estas percepciones ponen en evidencia que turismo genera ingresos adicionales en algunos momentos, pero no ha logrado mejorar de manera significativa y constante la economía diaria de las familias locales.

Referente a oportunidades y emprendimiento, el 60% de encuestados perciben que el turismo genera empleo a veces, mientras el 10% afirma que siempre genera empleo. Estos hallazgos concuerdan con los reportes de Gutiérrez (2021), quien subraya asentar los proyectos sobre la sostenibilidad con la finalidad de dinamizar economías locales; Además, MINCETUR (2019) en sus políticas establecidas enfatiza el turismo comunitario en el Perú como alternativa económica, pero que en la actualidad aún requiere afianzar políticas.

El fortalecimiento de los negocios de las familias locales es importante, donde el 65% afirmaron que el turismo influye positivamente en los negocios familiares, lo que podría reflejar una independencia de los factores externos. A cerca de ello, Varela (2023) y Barcia (2023) coincidentemente afirmaron que el glamping en el turismo vivencial han impulsado emprendimiento como en el país vecino ecuatoriano, lo cual es evidencia de la funcionalidad. Además, el 55% percibe aumentos ocasionales de sus ingresos, lo que evidencia que el turismo no está siendo estable y continuo, porque es dependiente de actividades ocasionales. Al respecto, Feder et al. (2015) y Picornell (1993) coinciden en afirmar que los beneficios económicos suelen ser solo en épocas altas (festividades, etc.), mientras en épocas bajas las familias están vulnerables.

d. Dimensión 4: Fortalecimiento de capacidades

Tabla 14

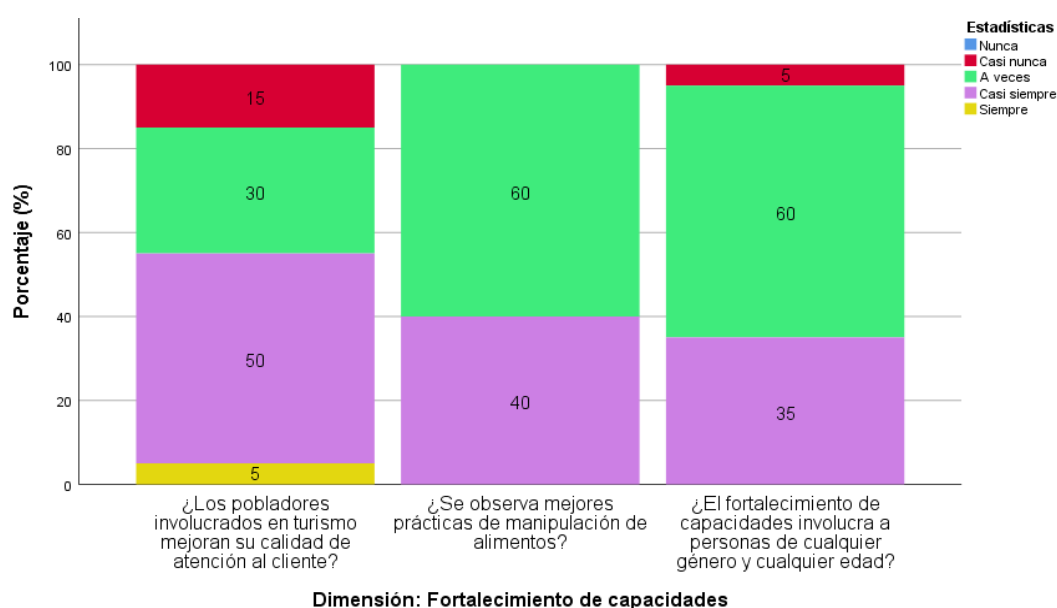
Análisis del turismo comunitario mediante la dimensión fortalecimiento de capacidades

			Frecuencia	%	% válido	% acumulado
¿Los pobladores involucrados en turismo mejoran su calidad de atención al cliente?	Válido	Casi nunca	3	15.0	15.0	15.0
		A veces	6	30.0	30.0	45.0
		Casi siempre	10	50.0	50.0	95.0
		Siempre	1	5.0	5.0	100.0
		Total	20	100.0	100.0	
¿Se observa mejores prácticas de	Válido	A veces	12	60.0	60.0	60.0
		Casi siempre	8	40.0	40.0	100.0

manipulación de alimentos?	Total	20	100.0	100.0
¿El fortalecimiento de capacidades involucra a personas de cualquier género y cualquier edad?	Válido	Casi nunca	1	5.0
		A veces	12	60.0
		Casi siempre	7	35.0
		Total	20	100.0

Figura 10

Distribución de frecuencias de la percepción de fortalecimiento de capacidades



En la Tabla 14 y Figura 10 se muestran las percepciones de las personas locales involucradas en turismo acerca de fortalecimiento de las capacidades. Con respecto a la pregunta, **¿Los pobladores involucrados en turismo mejoran su calidad de atención al cliente?**, el 50% opina que “casi siempre” los pobladores involucrados en el turismo mejoran calidad de atención al cliente, el 30% solo hace “a veces” y el 15% afirma que “casi nunca”. Se observa que solo el 5% opina que “siempre” existe las mejoras.

Respecto a la pregunta, **¿Se observa mejores prácticas de manipulación de alimentos?**, el 60% afirma que solo “a veces” existe la buena práctica de manipulación de alimentos y el 40% afirma que “casi siempre”. Según estas percepciones, existe la necesidad de mejorar en este rubro, ya que es una de las puertas de entrada en el turismo.

Mientras, en preguntar, **¿El fortalecimiento de capacidades involucra a personas de cualquier género y cualquier edad?**, el 60% menciona que solo “a veces”

existe el involucramiento, el 35% dice que “casi siempre y el 5% afirma que “casi nunca”.

La calidad de atención al cliente es una carta fundamental, donde el 5% afirmaron que siempre existen una buena calidad de atención al cliente, mientras una cifra de 50% considera que ocurre casi siempre. Estos hallazgos ponen en evidencia la existencia de brechas significativas. En contraste, Cabanillas y Garrido (2017), el turismo comunitario enfrenta ciertos desafíos hoy en día, como en profesionalización de los servicios; Por otro lado, Ostelea (2019) siempre es necesario enfatizar la capacitación como una alternativa para mejorar. Además, MINCETUR (2019) también propone establecer programas de formación para mejorar habilidades en atención al cliente.

La manipulación de alimentos también forma parte de una acción importante en los servicios, donde el 60% de los encuestados afirmaron que las buenas prácticas de manipulación de alimentos no se hacen a veces, lo que pone de manifiesto una falencia. Al respecto, Guerrero et al. (2018) destaca que esto sucede en muchas ocasiones por la falta de estándares higiénicos, lo cual desconocen en zonas rurales o pueblos alejados. Asimismo, el Ministerio de Agricultura de Chile (2000) y el Servicio Nacional de Turismo (2016) coinciden en aplicación de guías técnicas para la manipulación de alimentos, como señala Peón (2020), la gastronomía es un pilar fundamental y, como tal, se debería cuidar.

En cuanto al fortalecimiento de capacidades, el 35% de las personas afirmaron que casi siempre existe el fortalecimiento, esto evidencia ciertas deficiencias en inclusión de las personas en los proyectos turísticos. La Ley N° 31797 (2023) en el Perú promueve turismo comunitario con enfoque de equidad, es decir, participación sin restricción alguna a las personas, aunque su implementación es aún no muy común. Además, Orgaz (2013); Ortiz y Sandoval (2021) concuerdan que la participación equitativa es clave para enfoques de desarrollo sostenible en turismo, especialmente en comunidades donde se requiere que las personas tengan acceso a mecanismos económicos para subsistir. En este contexto, Plan Estratégico Regional de Turismo de Ayacucho (2020-2029) propone ciertas estrategias de inclusión todos los grupos demográficos.

e. Dimensión 5: Conservación de la cultura local

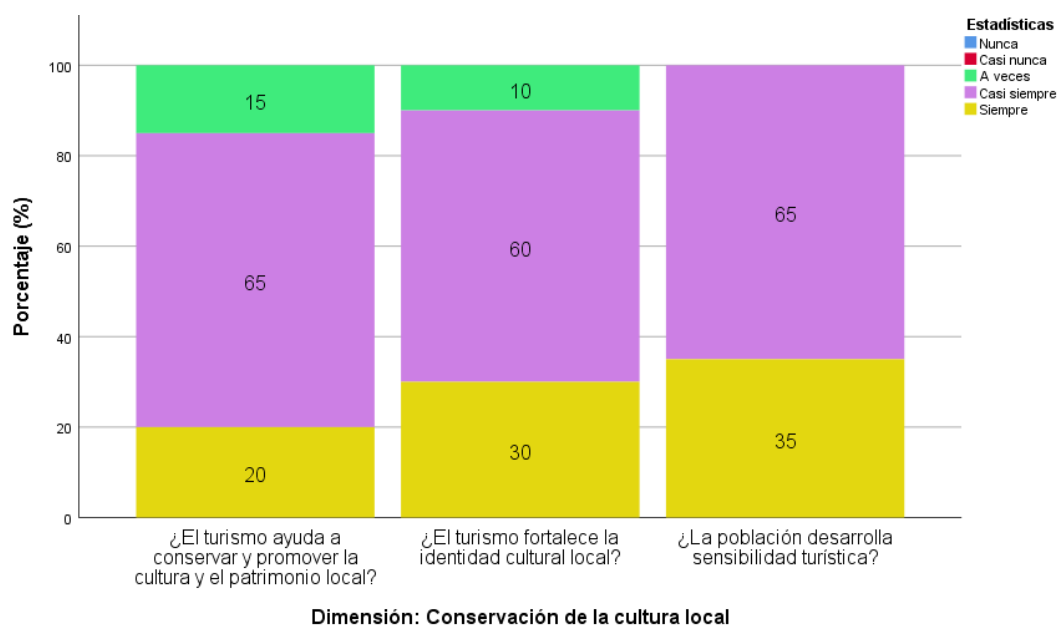
Tabla 15

Análisis del turismo comunitario mediante la dimensión conservación de la cultura local

Ítems			Frecuencia	%	% válido	% acumulado
¿El turismo ayuda a conservar y promover la cultura y el patrimonio local?	Válido	A veces	3	15.0	15.0	15.0
		Casi siempre	13	65.0	65.0	80.0
		Siempre	4	20.0	20.0	100.0
		Total	20	100.0	100.0	
¿El turismo fortalece la identidad cultural local?	Válido	A veces	2	10.0	10.0	10.0
		Casi siempre	12	60.0	60.0	70.0
		Siempre	6	30.0	30.0	100.0
		Total	20	100.0	100.0	
¿La población desarrolla sensibilidad turística?	Válido	Casi siempre	13	65.0	65.0	65.0
		Siempre	7	35.0	35.0	100.0
		Total	20	100.0	100.0	

Figura 11

Distribución de frecuencias de la percepción de la conservación de la cultura local



En la Tabla 15 y Figura 11 muestra percepciones de la población sobre cómo el turismo influye en la conservación y promoción de la cultura y el patrimonio local. Con referencia a la pregunta, **¿El turismo ayuda a conservar y promover la**

cultura y el patrimonio local?, el 65% afirma que “casi siempre” el turismo ayuda a conservar y promover la cultura; el 15% piensa que solo “a veces” y el 20% dice que “siempre”. En general, hay una relativa percepción positiva de que el turismo si afecta a la cultura local positivamente.

Respecto a la pregunta, **¿El turismo fortalece la identidad cultural local?**, el 60% afirma que “casi siempre” el turismo fortalece la identidad cultural local; el 30% afirma que siempre sucede y el 10% menciona que “a veces”.

En respuesta a la pregunta, **¿La población desarrolla sensibilidad turística?**, el 65% menciona que “casi siempre” la población desarrolla sensibilidad turística; mientras el 35% afirma que sucede “siempre”.

En promoción de patrimonio, el 65% de las personas locales afirmaron que si se hace casi siempre y solo el 20% dice que siempre. En contraste, Barcia (2023) y Varela (2023) coinciden en que el turismo comunitario y glamping en otros países han incentivado y a su vez, han podido revalorizar sus prácticas ancestrales, así como la protección ambiental. Por otro lado, Ostelea (2019) y Orgaz (2013) también concuerdan en que el turismo comunitario es un mecanismo de salvaguarda de tradiciones y costumbres, así se ha demostrado en los años anteriores. Organización Mundial del Turismo (2022), en la misma línea, afirma que este tipo de turismo podría ser como una especie de protección del patrimonio tangible e intangible.

En el fortalecimiento de identidades culturales, el 60% de ellos afirma que si existe casi siempre; en efecto, Cabanillas y Garrido (2017) en algunos países ha podido reforzarlo el orgullo identitario en pobladores indígenas. Además, Ortiz y Sandoval (2021) afirman que el turismo ha podido reafirmar su identidad según las experiencias.

En cuanto al desarrollo de sensibilidad turística, hay una percepción positiva en cierta parte, por lo que Instituto Distrital de Turismo (2018) y Red de Protección al Turista (2010) concuerdan en destacar en brindar educación a comunidades sobre la importancia de turismo.

V. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

5.1. Cronograma de Actividades

Tabla 16

Cronograma establecido para el proyecto de investigación

FASES	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
Preparación inicial del proyecto	x					
Presentación del proyecto	x					
Recopilación de información primaria		x				
Presentación del informe				x		
Ejecución		x	x	x	x	
Presentación final del informe					x	
Sustentación de tesis						x

Nota: El cronograma para el proyecto comprende un periodo de seis meses

5.2. Presupuesto y Financiamiento

El presupuesto fue financiado por concurso FOCAM y comprendió las diferentes fases de la investigación.

Tabla 17

Cuadro de resumen del presupuesto

Ítems	Sub totales S/
Desarrollo de la investigación	7,360.00
Gastos administrativos	640.00
Total	8,000.00

Nota: El total del presupuesto financiado el por el FOCAM

VI. CONCLUSIONES

1. Al evaluar la disponibilidad de la población local para la implementación del glamping como servicio de hospedaje en turismo comunitario en el Centro Poblado de Villa Florida, Iguaín, Huanta, Ayacucho se puede considerar que si existe disponibilidad de la población local para la implementación del glamping como servicio de hospedaje en turismo comunitario en el Centro Poblado de Villa Florida. Dicha disposición radica según las encuestas por el aporte relativo que tiene el turismo en su diversidad de servicio de hospedaje que generar un ingreso a la canasta familiar de la población local.
2. De acuerdo con el OE2, se evidencia en las encuestas que el 75% de las autoridades tienen conocimiento sobre turismo y el 100% de ellos se muestran dispuestos a diversificar sus economías en temas de turismo, lo cual demuestra aceptación de este rubro. Aunque, la población tiene la percepción de que las autoridades tienen nivel baja en su involucramiento en iniciativas turísticas.
3. Con respecto al OE3, se tiene la que, si existe potencial turístico local para la implementación del Glamping se logró identificar a algunas zonas con potencial turístico, los cuales son Ayahuarcuna y Rumichaca principalmente, así como las festividades locales que dinamizan sus economías. Asimismo, el 75% de los visitantes considera que el glamping como un producto innovador, aunque hay percepción de ciertas deficiencias en limpieza, equipamientos y servicios básicos.
4. En cuanto al objetivo específico 4 (OE4); las encuestas demuestran lograron evidenciar un avance muy incipiente en los temas de desarrollo de capacidades locales. Solo el 5% percibe de manera positiva en su cabalidad en atención al cliente, mientras el 60% afirmaron avances esporádicos en varias prácticas como la manipulación de alimentos.

VII. RECOMENDACIONES

1. Primeramente se recomienda la participación de profesionales en turismo de la escuela profesional de Administración de Turismo Sostenible y Hotelería y estudiantes para visitar las distintas comunidades de la provincia entendiendo que hay poblaciones dispuestas a realizar impulsos turísticos pero que requieren asistencia técnica para mejorar las propuestas
2. Se necesita impulsar el sector privado para alentar los nuevos emprendimientos en turismo para diversificar el producto turístico de la provincia y aprovechando las potencialidades culturales y naturales de cada comunidad.
3. con relación a la implementación del glamping como servicio de hospedaje en turismo comunitario, se puede recomendar trabajar en capacidades administrativas y operativas en favor de los pobladores dispuestos además de generar incentivos económicos para la promoción de este servicio turístico. Además de ellos es necesario precisar la importancia de la privacidad de los datos de las personas que hacen uso del servicio de hospedaje
4. con relación al turismo comunitario, se debe impulsar la asociatividad en favor de las comunidades y el trabajo en equipo buscando a personas dispuestas a fomentar la actividad turística y proponiendo nuevos emprendimientos que favorecen a grupos de la población.
5. con relación a la ejecución del trabajo de investigación cabe mencionar que hay recelo a la hora de recopilar información, realizando diferentes estrategias para lograr hacer encuestas a pobladores locales ya que muchas veces se evidencia temores para responder a preguntas relacionadas a la economía familiar o similares.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México. https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- Asociación de Municipios de Honduras. (2007). *Principios para la promoción del Desarrollo Económico Local*. Honduras. <https://www.cervantesvirtual.com/downloadPdf/principios-para-la-promocion-del-desarrollo-economico-local/>
- Asociación Ecoturismo en España & Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2021). *Tendencias Turísticas 2021: Ecoturismo y Turismo Rural*. España. https://www.escapadarural.com/blog/wp-content/uploads/INFORME_TURISMO_RURAL_ECOTURISMO.pdf
- Baena, G. (2017). *Metología de la Investigación, Serie Integral por Competencia*. Grupo Editorial Patria. https://universoabierto.org/2020/08/25/metodologia-de-la-investigacion_-serie-integral-por-competencias/
- Barcia, A. (2023). *El Glamping como alternativa de alojamiento comunitario en el sendero ecológico Ebano Sebastian Cantón Montecristi*. Manta, Ecuador. <https://repositorio.ulead.edu.ec/handle/123456789/1067/simple-search?filterquery=Barcia+Reyes%2C+Anais+Monserrate&filtername=author&filtertype>equals>
- Behar, D. (2008). *Metodología de Investigación*. <https://editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/download/90/133/157?inline=1>
- Bouillon, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. México D.F., México: Trillas. https://etrillas.mx/libro/planificacion-del-espacio-turistico_2727?srsId=AfmBOoruc1IvdyVLk3prF_08o8RKKAO71NigM1jeRxRJ MIBS6qc1sY50
- Bravo, O., & Zambrano, P. (2018). Turismo Comunitario desde la perspectiva del desarrollo local: un desafío para la Comuna 23 de noviembre, Ecuador. *Espacios*, 28-43. <https://revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p28.pdf>
- Cabanillas, E., & Garrido, C. (2017). *El Turismo Comunitario en el Ecuador. Evolución, Problemática y Desafíos*. Quito, Ecuador.

- https://books.google.com/books/about/El_turismo_comunitario_en_el_Ecuador.html?id=WQdjzWEACAAJ
- Chang, S., & Rivas, J. (2021). *Modelo de negocio para la implementación del Hotel Glamping en Chachapoyas*. Lima, Perú.
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/659164>
- Cortés, M., & Iglesias, M. (2004). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación*. Campeche, México.
https://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia_investigacion.pdf
- Decreto Supremo N° 029-2004-MINCETUR/ Reglamento de Establecimientos de Hospedaje. (2015).
- Díaz, C., Pereyra, J., & Perilli, I. (2023). *Glamping: Una nueva experiencia de alojamiento en la modalidad de turismo rural en la provincia de Buenos Aires*.
<https://ri.unsam.edu.ar/handle/123456789/2441>
- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Ayacucho. (2020). *Plan Estratégico Regional de Turismo de Ayacucho 2020 - 2029*. Ayacucho.
- DISSET, Consultores en Comunicación. (2022). *55 Tendencias de Turismo para el 2022*.
<https://www.dissetconsultors.com/55-tendencias-de-turismo-2022-ii/>
- Espejo, L. (2021). *La Diversificación del Turismo en el Centro de Bogotá: el caso del Turismo Comunitario en el Barrio Belén*. Bogotá, Colombia.
<https://sociales.uexternado.edu.co/trabajosocial/la-diversificacion-del-turismo-en-el-centro-de-bogota-el-caso-del-turismo-comunitario-en-el-barrio-belen/>
- Feder, V., Rodrigues, S., & Fratucci, C. (2015). Impactos Percibidos del Turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 115-134.
<https://www.redalyc.org/pdf/1807/180732864007.pdf>
- Feijoo, I., Guerrero, J., & García, J. (2018). *Marketing aplicado en el sector empresarial*. Machala, Ecuador.
<https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14269/1/Cap.1-Introducci%C3%B3n%20y%20aspectos%20b%C3%A1sicos%20.pdf>
- González, F. (2015). *Destino Turísticos. Concepto y Estructura*. Catalunya, España.
<https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/111546/7/Destinos%20tur%C3%ADsticos.Concepto%20y%20estructura.pdf>

- Gonzales, F., & Sanchez, M. (2023). *Estudio de prefactibilidad para la instalación de un servicio de glamping en la sierra de Lima - Perú*. Lima, Perú. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/18458>
- Grupo Propuesta Ciudadana. (2003). *Participación y Concertación en el Perú. Documentos para el Debate*. Lima, Perú.
- Guerrón, C. (2020). *Estudio de mercado para la Implementación de alojamiento turístico tipo Glamping en el sector de la Laguna del Salado del Cantón Montufar, provincia del Carchi*. Ibarra, Ecuador.
- Gurría, M. (1991). *Introducción al Turismo*. México: Editorial Trillas. <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-Manuel-G.-Di-Bella-PDF.pdf>
- Gutierrez, E. (2021). *Turismo Sostenible: Reactivación económica en Tiempos de Covid - 19*. Huanta: Fondo Editorial de la Universidad Nacional Autónoma de Huanta.
- Hadi, M., Martel, C., Huayta, F., Rojas, C., & Arias, J. (2023). *Metología de la Investigación. Guía para el proyecto de Tesis*. Puno, Perú.
- Haulot, A. (2014). *Turismo Social*. México: Editorial Trillas. <https://latam.casadellibro.com/libro-turismo-social/9789682435768/356992>
- Hernandez, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Monterrey. https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
- Huertas, C. (2015). *Turismo Rural Comunitario como una propuesta metodológica de Innovación Social para comunidades en conflicto*.
- Huilcarema, C. (2022). *Diseño de un producto de Glamping como alternativa de alojamiento comunitario en la comunidad Chuichun, Cantón el Tambo, Provincia de Cañar*. Riobamba, Ecuador.
- Ibáñez, R., & Cabrera, C. (2011). *Teoría General del Turismo: Un enfoque global y nacional*. México.
- Instituto Distrital de Turismo. (2018). *Seguridad Turística. Recomendaciones para hacer recorridos seguros en el sendero las delicias*. Bogotá.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2023). *Producto Bruto Interno Aumentó 1,7% en el IV Trimestre de 2022. Nota de Prensa, 24 - 25*.

- Jaramillo, D. (2019). *La calidad de Servicio y la Satisfacción de los clientes en la Cooperativa APROCASSI, San Ignacio*. Pimentel.
- Lazo, C. (2017). La Potencialidad Turística y sus Oportunidades de emprendimiento. Caso Pasaje. *Innova. Research Journal*, 1-21.
- Ley N° 26300. (2001). *Ley de los Derechos de Participación y Control Ciudadano*. Lima, Perú.
- Ley N° 26821. (1997). *Ley Orgánica para el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales*. Lima.
- Ley N° 31797, *Ley de Promoción y Desarrollo del Turismo Comunitario*. (Lima, 22 de junio del 2023). Diario Oficial el Peruano.
- Ley N°29408, *Ley General de Turismo*. (Lima, 18 de setiembre de 2009). Diario Oficial el Peruano.
- Linares, A. (2012). *Entorno de la Hotelería y Turismo*. México. https://www.aliat.click/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Entorno_de_la_hoteleria_y_turismo.pdf
- Logacho, J. (2021). *Creación de un glamping turístico, como alternativa de alojamiento en la comunidad el Salinerito, Cantón Guaranda, provincia de Bolivar*. Quito, Ecuador.
- Manet, L. (2014). *Turismo y Desarrollo local: experiencias de turismo comunitario en el corredor San Cristobal de Las Casas - Antiguas Guatemala. Hacia nuevas dinámicas territoriales*. Chiapas.
- Márquez, L. (2020). Desarrollo y Crecimiento Económico: Análisis teórico desde un enfoque cuantitativo. *Revista de Ciencias Sociales*, 233- 253.
- Marrero, M. (2016). *Glosario de Términos Hoteleros, Turísticos y Relacionados*. Tenerife, España.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2019). *Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú*. Lima, Perú.
- Ministerio de Agricultura de Chile. (200). *Guía Técnica de Buenas Practicas*. Chile.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2006). *Estrategia de Turismo Rural Comunitario. Experiencias vivas*.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2007). *Experiencias exitosas Turismo Rural Comunitario Perú*.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2015). *Memorial de Turismo Rural Comunitario en el Perú*. Lima, Perú.

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2019). *Reglamento de la Ley del Guía de Turismo*. Lima, Perú.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2023). *Reporte Mensual de Turismo Abril 2023*. Lima, Perú.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (27 de setiembre de 2024). *www.gob.pe*. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/1030394-turismo-generara-1-3-millones-de-empleos-al-cierre-del-2024-y-contribuira-en-un-2-9-del-pbi>
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2020). *Glosario de Términos Turísticos*. Quito. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/GLOSARIO-TURISMO-2020.pdf>
- Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de Marketing*. https://www.researchgate.net/profile/Diego-Monferrer-Tirado/publication/265551544_Fundamentos_de_Marketing/links/5d42f055a6fdcc370a7407f7/Fundamentos-de-Marketing.pdf
- Municipalidad Distrital de Iguaín. (2012). *Plan de Desarrollo Concertado 2012 - 2021*. Iguaín.
- Organización de las Naciones Unidas. (2018). *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Una Oportunidad para América Latina y el Caribe*.
- Organización de las Naciones Unidas. (2022). *Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible*.
- Organización Mundial de Turismo. (2020). *Definiciones de Turismo*.
- Organización Mundial del Turismo. (2022). *Recomendaciones de la OMT sobre Turismo y Desarrollo Rural, Una guía para convertir el turismo en una herramienta de desarrollo rural*. Madrid, España.
- Organization for economic cooperation and Development. (2009). *The Impact of culture on tourism*.
- Orgaz, F. (2013). El Turismo Comunitario como herramienta para el desarrollo Sostenible de destino Subdesarrollados. *Nomadas*, 38 - 54.
- Ormeño, R., & Arroyo, M. (2014). *Diseño y Elaboración de Tesis, Investigación paso a paso*. Pisco, Perú: Editorial Universitaria.
- Ortiz, T., & Sandoval, M. (2021). Importancia del diálogo intercultural en el desarrollo turístico en comunidades indígenas totonacas. *Anales de Antropología*, 143-159.

- Ostelea. (2019). *El Turismo Comunitario: Un acercamiento a la realidad de Colombia y Perú*.
- Panosso, A., & Lohmann, G. (2012). *Teoría del Turismo - Concepto, Modelos y Sistemas*. México D.F., México: Trillas.
- Peón, E. (2020). *Glamping: Turismo de naturaleza y lujo*. Zaragoza, España. <https://zaguan.unizar.es/record/106488?ln=es>
- Picornell, C. (1993). Los Impactos del Turismo. *Papers de Turisme*, 65-91. <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24489w/Impactos%20del%20turismo.pdf>
- Prom Perú. (2021). *Conociendo a los Vacacionistas Extranjeros que realizarían Turismo Comunitario*.
- Prom Perú. (2022). *Conociendo la intención de viaje del vacacionista nacional*.
- Ramón, J., & Serra, A. (2012). *Gestión de Destinos Turísticos. Inicios de un destino turístico. El caso de Ibiza*.
- Red de Protección al Turista - Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2010). *Plan de Protección al Turista*. Lima, Perú.
- Reyes, I. (2019). *Plan de negocio para la construcción de un hospedaje tipo domos, con enfoque ecológico, astronómico en la meseta de Marcahuasi, distrito de San Pedro de Casta, provincia Huarochirí, departamento de Lima*. Lima, Perú.
- Ríos, R. (2017). *Metodología para la Investigación y Redacción*. Málaga, España. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2017/1662/1662.pdf>
- Rueda, R., & Bonilla, J. (2017). Turismo y Posconflicto en el Municipio de la Macarena, Meta - Colombia. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 114 134.
- Russo, R. (2002). *Recursos Naturales, Uso, Conservación, Sostenibilidad e Investigación*. República Dominicana.
- Sampieri, R., Baptista, P., & Fernández, C. (2014). *Metodología de la Investigación, 6TA edición*.
- Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México.
- Sánchez, A. (2023). *Huanta, Guía turística, Festiva y Gastronómica*. Huanta: Fondo Editorial de la Universidad Nacional Autónoma de Huanta.
- Secretaría de Turismo. (2004). *Turismo Alternativo una nueva forma de hacer turismo*. Mexico.

- Servicio Nacional de Turismo. (2014). *Turismo Cultural: Una oportunidad para el Desarrollo Local*. Santiago, Chile.
- Servicio Nacional de Turismo. (2016). *Manual de Destino, Elementos para la gestión de Destino Turísticos*. Chile.
- Servicio Nacional de Turismo. (2016). *Manual de Destino. Elementos para la gestión de Destinos Turísticos*. Santiago, Chile.
- Solano, L. (2006). Turismo Rural Comunitario en Costa Rica. *Ambientico*, 09 - 13.
- Tschrister, A. (2018). *Glamping como estrategia de diversificación de la oferta de alojamiento de la localidad de sierra de la Ventana*. Bahía Blanca, Argentina.
- Universidad Ricardo Palma. (2018). *Manual de Términos en Investigación, Científica, Tecnológica y Humanística*. Lima, Perú.
- Varela, A. (2022). *El Turismo Vivencial y Glamping en el caserío Runtún Cantón Baños de Agua Santa*. Ambato, Ecuador.
- Varela, A. (2023). *El turismo vivencial y el glamping en el caserío Runtún Cantón Baños de Agua Santa*. Ambato, Ecuador.
- Vargas, J. (2022). *La Tendencia del Glamping y el Turismo Rural en el Cantón Tisaleo*. Ambato, Ecuador.
- Villena, C. (2002). *Introducción al Turismo, Teoría y realidad peruana*. Lima, Perú.

IX. ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia

“ANÁLISIS DEL GLAMPING COMO SERVICIO DE HOSPEDAJE EN TURISMO COMUNITARIO EN VILLA FLORIDA, IGUAÍN, HUANTA - AYACUCHO”

Problemas	Objetivos	Hipótesis	VARIABLES	Metodología
<p>General:</p> <p>¿Cuál es el impacto turístico de la implementación del glamping como servicio de hospedaje en el turismo comunitario en el centro poblado de Villa Florida, Iguain, Huanta - Ayacucho?</p>	<p>General:</p> <p>Analizar el impacto turístico de la implementación del glamping como servicio de hospedaje en el Turismo Comunitario en el centro poblado de Villa Florida, Iguain, Huanta, Ayacucho.</p>	<p>Con relación a la hipótesis, el estudio de investigación de tipo descriptivo NO lleva dicho elemento de investigación.</p> <p>Según Hernández (2006, como se cita en Ríos, 2017, p. 67), la formulación de una hipótesis depende del tipo de estudio, y donde algunas investigaciones no requieren hipótesis, investigaciones como las de tipo descriptivo.</p> <p>Sampieri et al.,(2014), muestra que no se realiza la formulación de hipótesis en estudios exploratorios y descriptivos (p. 104).</p>	<p>Variable 1</p> <p>Glamping</p>	<p>Tipo</p> <p>El tipo de investigación es aplicada</p> <p>Diseño</p> <p>El diseño es no experimental de enfoque mixto</p>
<p>Específicos:</p> <p>IE1: ¿Cuán disponible está la población local para la implementación del Glamping como servicio de hospedaje en el turismo comunitario en el Centro Poblado de Villa Florida, Iguain, Huanta Ayacucho?</p> <p>IE2: ¿Cuán disponible están las autoridades locales para la implementación del Glamping como servicio de hospedaje en</p>	<p>Secundarios:</p> <p>OE1: Estudiar la disponibilidad de la población local para la implementación del glamping como servicio de hospedaje en turismo comunitario en el Centro Poblado de Villa Florida, Iguain, Huanta, Ayacucho.</p> <p>OE2: Estudiar la disponibilidad de las autoridades locales para la</p>		<p>Variable 2</p> <p>Turismo Comunitario</p>	<p>Nivel</p> <p>La investigación es de nivel descriptivo</p> <p>Población</p> <p>El muestreo es no probabilístico, intencional o por conveniencia que comprende una muestra es de 44 personas entre pobladores locales y visitantes.</p>

turismo comunitario en el Centro Poblado de Villa Florida, Iguaín, Huanta Ayacucho?

IE3: ¿Existe potencial turístico local para la implementación del Glamping como servicio de hospedaje en el turismo comunitario en el Centro Poblado de Villa Florida, Iguaín, Huanta, Ayacucho?

IE4: ¿Cuál es el aporte en desarrollo de capacidades de la población local con la implementación del Glamping como servicio de hospedaje en el turismo comunitario en el Centro Poblado de Villa Florida, Iguaín, Huanta, Ayacucho?

implementación del Glamping como servicio de hospedaje en turismo comunitario en el Centro Poblado de Villa Florida, Iguaín, Huanta, Ayacucho.

OE3: Analizar el potencial turístico local para la implementación del Glamping como servicio de hospedaje en el turismo comunitario en el Centro Poblado de Villa Florida, Iguaín, Huanta, Ayacucho.

OE4: Analizar el aporte en desarrollo de capacidades de la población local con la implementación del Glamping como servicio de hospedaje en turismo comunitario en el Centro Poblado de Villa Florida, Iguaín, Huanta, Ayacucho.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

TÉCNICAS:

- Encuestas
- Entrevista
- Observación

INSTRUMENTOS:

- Cuestionario
- Ficha de entrevista
- Ficha de observación

Anexo 02: Matriz de operacionalización de variables

“ANÁLISIS DEL GLAMPING COMO SERVICIO DE HOSPEDAJE EN TURISMO COMUNITARIO EN VILLA FLORIDA, IGUAÍN,
HUANTA - AYACUCHO”

Variables	Definición	Operacionalización	Dimensiones	Indicadores	ITEMS	Instrumento
Variable 1: Glamping	Según Cely & Rocha Pimienta (2019, como se citó en Vargas, 2022), la palabra glamping, proviene de la combinación entre glamur y camping, dos términos que unidos definen al glamping como un tipo de alojamiento que fusiona el turismo ecológico, la naturaleza, la comodidad y el lujo teniendo dentro de sus prioridades el cuidado del medio ambiente	En la presente investigación las variables Glamping y Turismo Comunitario se evaluará mediante la aplicación de una entrevista, el mismo que se encuentra constituido por 15 preguntas cada una de las variables	Calidad de atención al cliente	- Hospitalidad - Servicio las 24 horas - Responsabilidad	1,2,3	Encuesta a visitantes quienes harán uso del servicio de glamping
			Comodidades de los ambientes	- Limpieza - Equipamiento básico - Servicios básicos - Salubridad	4,5,6	
			Servicio de restaurante	- Equipamiento necesario - Variedad de producto gastronómicos - Beneficios económicos positivos	7,8,9	
			Sostenibilidad	- Cuidado del entorno natural - Uso adecuado de los recursos naturales - Posee una implementación atractiva	10,11,12	
			Potencial turístico	- Diseño temático de acorde al entorno cultural y natural - Producto turístico	13,14,15	Se usará el Excel y/o SPSS

Variable 2: Turismo Comunitario	Para Casas Jurado (2012, como se citó en Orgaz, 2013) el turismo comunitario se configura como una herramienta importante para lucha contra la pobreza además también de colaborar en la conservación del patrimonio cultural, histórico y la identidad étnica de un determinado destino turístico pero que requiere una planificación adecuada para evitar el deterioro de la cultura.	Involucramiento de la población local	- Participación de la población local - Habitación de Servicios complementarios - Mejoramiento de servicios - Facilidades en los trámites	16,17,18	
		Disponibilidad de autoridades locales	- Disponibilidad para atender las necesidades locales - Disposición para la gestión pública - Actividades económicas	19,20,21	Encuesta a pobladores locales involucrados en la actividad turística
		Desarrollo económico local	- Pobreza - Generación de nuevos emprendimientos - Calidad de atención al cliente	22,23,24	Se usará el Excel y/o SPSS
		Fortalecimiento de capacidades	- Buenas prácticas en manipulación de alimentos - Administración de empresas hoteleras	25,26,27	
		Conservación de la cultura local	- Costumbres - Identidad local - Festividades	28,29,30	



Anexo 03: FICHA DE ENCUESTA N° 01 - VISITANTES

“ANÁLISIS DEL GLAMPING COMO SERVICIO DE HOSPEDAJE EN TURISMO COMUNITARIO EN VILLA FLORIDA, IGUAÍN, HUANTA - AYACUCHO”

I. DATOS DEMOGRÁFICOS:

1.1. Edad:

menos de 20 () 20 – 30 () 31 – 40 () 41- 50 () 51 – 60 () 61 a más ()

1.2. Tamaño de la familia

Pareja () Individual () familiar().....

1.3. Nivel de educación:

Primaria () secundaria() Superior() Ninguna ()

VARIABLE	DIMENSIONES	PREGUNTAS	ITEM				
			NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
GLAMPING	Calidad de atención al cliente	1. El personal de atención muestra hospitalidad en el servicio	1	2	3	4	5
		2. El personal muestra capacidades en atención al cliente	1	2	3	4	5
		3. El personal demuestra responsabilidad en sus funciones	1	2	3	4	5
	Comodidad de los ambientes	4. Los espacios y ambientes presentan la limpieza debida	1	2	3	4	5
		5. El local tiene el equipamiento necesario	1	2	3	4	5
		6. El local cuenta con los servicios básicos	1	2	3	4	5
	Servicio de restaurante	7. El servicio de restaurante muestra salubridad en su servicio	1	2	3	4	5
		8. El servicio de restaurante tiene el equipo necesario	1	2	3	4	5
		9. Se tiene una diversidad de platos y bebidas tradicionales	1	2	3	4	5
	Sostenibilidad	10. El glamping genera beneficios económicos a la población local	1	2	3	4	5
		11. el glamping fomenta el cuidado del entorno natural	1	2	3	4	5
		12. El glamping promueve el uso adecuado de los recursos naturales	1	2	3	4	5
	Potencial turístico	13. El glamping es un servicio de hospedaje innovador y atractivo	1	2	3	4	5
		14. El glamping mantiene un diseño acorde a su entorno natural y cultural	1	2	3	4	5
		15. El glamping genera un nuevo producto turístico en el distrito	1	2	3	4	5

Anexo 04: FICHA DE ENCUESTA N° 02 – POBLACIÓN INVOLUCRADA

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HUANTA
ADMINISTRACIÓN DE TURISMO SOSTENIBLE Y HOTELERÍA



“ANÁLISIS DEL GLAMPING COMO SERVICIO DE HOSPEDAJE EN TURISMO
COMUNITARIO EN VILLA FLORIDA, IGUAÍN, HUANTA - AYACUCHO”

I. DATOS GENERALES:

1.1. Edad:

Menor de 20 () 20 – 30 () 31 – 40 () 41- 50 () 51 – 60 () 61 a más ()

1.2. **Tamaño de la familia:** Hijos () casado () Soltero () Ninguna ()

1.3. **Nivel de educación:** Primaria () secundaria() Superior() Ninguna()

II. ENCUESTA DIRIGIDA

VARIABLES	DIMENSIONES	PREGUNTAS	ITEM				
			NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
TURISMO COMUNITARIO	Involucración de la población local	16. ¿Se fomenta la participación de la población local?	1	2	3	4	5
		17. ¿Se fomenta el emprendimiento en servicios turísticos?	1	2	3	4	5
		18. ¿Los pobladores locales muestran disposición para participar del turismo?	1	2	3	4	5
	Disponibilidad de autoridades locales	19. ¿Las autoridades locales muestran disposición para apoyar las iniciativas turísticas?	1	2	3	4	5
		20. ¿Las autoridades se involucran en el impulso del turismo?	1	2	3	4	5
		21. ¿Las autoridades proponen iniciativas de desarrollo turístico?	1	2	3	4	5
	Desarrollo económico local	22. ¿El turismo genera oportunidades de empleo y emprendimiento para los miembros de la comunidad local?	1	2	3	4	5
		23. ¿El turismo fortalece el desarrollo de negocios familiares locales?	1	2	3	4	5
		24. ¿El turismo ayuda a incrementar las ganancias para la canasta familiar local?	1	2	3	4	5
	Fortalecimiento de	25. ¿Los pobladores involucrados en turismo mejoran su calidad de atención al cliente?	1	2	3	4	5

Conservación de la cultura local	26. ¿Se observa mejores prácticas de manipulación de alimentos?	1	2	3	4	5
	27. ¿El fortalecimiento de capacidades involucra a personas de cualquier género y cualquier edad?	1	2	3	4	5
	28. ¿El turismo ayuda a conservar y promover la cultura y el patrimonio local?	1	2	3	4	5
	29. ¿El turismo fortalece la identidad cultural local?	1	2	3	4	5
	30. ¿La población desarrolla sensibilidad turística?	1	2	3	4	5

Anexo 6: FICHA DE OBSERVACIÓN DE CAMPO – Desarrollo del Turismo Comunitario

La siguiente ficha comprende la observación en campo de los factores que condicionan el desarrollo del turismo comunitario según los “Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú” (MINCETUR, 2019, pag. 46, 47).

CONDICIONES		DESCRIPCIÓN	CONDICIONES OBSERVADAS
01	VOCACIÓN TURÍSTICA	Se desarrolla en un medio rural con vocación turística, vinculado por lo menos a un recurso y/o atractivo turístico que genere desplazamiento de visitantes.	<p>La propuesta comprende el centro poblado de Villa Florida en el distrito de Iguaín, provincia de Huanta y cuenta con los siguientes recursos turísticos:</p> <p>1. Recursos Culturales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Puente Rumichaca en el centro poblado de Pantacc, ubicado a 25 minutos de Villa Florida ✓ Restos arqueológicos de Tinyacc ubicado a 20 minutos con movilidad de Villa Florida ✓ Puente de Ayahuaracuna, en el límite con el distrito de Huamanguilla, a 10 minutos de Villa Florida. ✓ Festividad de Bajada de Reyes, en Villa Florida, en el mes de enero ✓ Carnaval Iguaino, realizado en Macachacra en el mes de febrero ✓ Festival del choclo, se realiza en el mes de abril, en Macachacra <p>Festival del tantawawa, se realiza en noviembre en Villa Florida</p>

02	ORGANIZACIÓN DE BASE COMUNITARIA	Participación y gestión por parte de la población local e involucra a jóvenes y mujeres que garantice la continuidad del liderazgo.	Se conformó el equipo de trabajo compuesto por el alcalde del centro poblado, presidente comunal, teniente gobernador y presidente de asociación de vianderos del mercadillo de Villa Florida
03	FACILITACIÓN TURÍSTICA	Comprende recursos turísticos, planta turística, equipamiento y recursos humanos que brinden el servicio turístico además de transporte, servicios básicos, accesos y servicios complementarios.	<p>La facilitación turística comprende:</p> <p>1. Planta turística:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Empresa de transporte interdistrital Huanta – Iguain y viceversa ✓ Expendedoras de almuerzo (servicios de alimento y bebidas) ✓ Acceso directo a la carretera principal entre Huanta y Huamanga ✓ Tiendas de abarrotes <p>2. Servicios turísticos básicos y complementarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Operadores CLARO, BITEL, ENTEL y MOVISTAR ✓ Caseta de seguridad en Villa Florida ✓ Servicio de fluido eléctrico ✓ Servicio básico de agua y desagüe ✓ Centro de salud en Macachacra
04	DEMANDA	Comprende la afluencia de visitantes a la comunidad o al recurso turístico existente dentro del entorno turístico.	La demanda de visitantes, según lo observado, comprende la compra de la gastronomía local y frutas en el recorrido a Huamanga teniendo el punto más importante al mercadillo de Villa Florida y los puestos de frutas en el trayecto.

05	PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL	Se tiene la presencia de patrimonio cultural material o inmaterial además de entorno natural propicio.	<p>1. Patrimonio natural:</p> <p>Como parte del patrimonio natural se puede considerar la presencia de la Flor de Retama, flor considerada como ícono en el himno a la libertad por la lucha de la Gratuidad de la Enseñanza, gesta histórica conocida en el país.</p> <p>2. Patrimonio Cultural:</p> <p>Un referente importante como patrimonio cultural se tiene al Sitio arqueológico de Tinyacc, ubicado en las alturas de Macachacra</p>
06	PROPUESTA DEL PRODUCTO TURÍSTICO	Se visualiza algún producto turístico innovador que esté conectado a las tradiciones de la comunidad o similares	La propuesta del glamping podría ser una propuesta innovadora del producto turístico del centro poblado de Villa Florida

- a. Guía turística
- b. Gastronomía
- c. Hospedaje
- d. Otro.....

8. ¿Estaría dispuesto a acondicionar su casa para recibir y alojar a visitantes y turistas?

- a. Si
- b. No

9. En cuanto a servicios básicos y complementarios, ¿Villa Florida cuenta con todos los servicios? (energía eléctrica, servicios de agua y desagüe, internet, telefonía móvil)

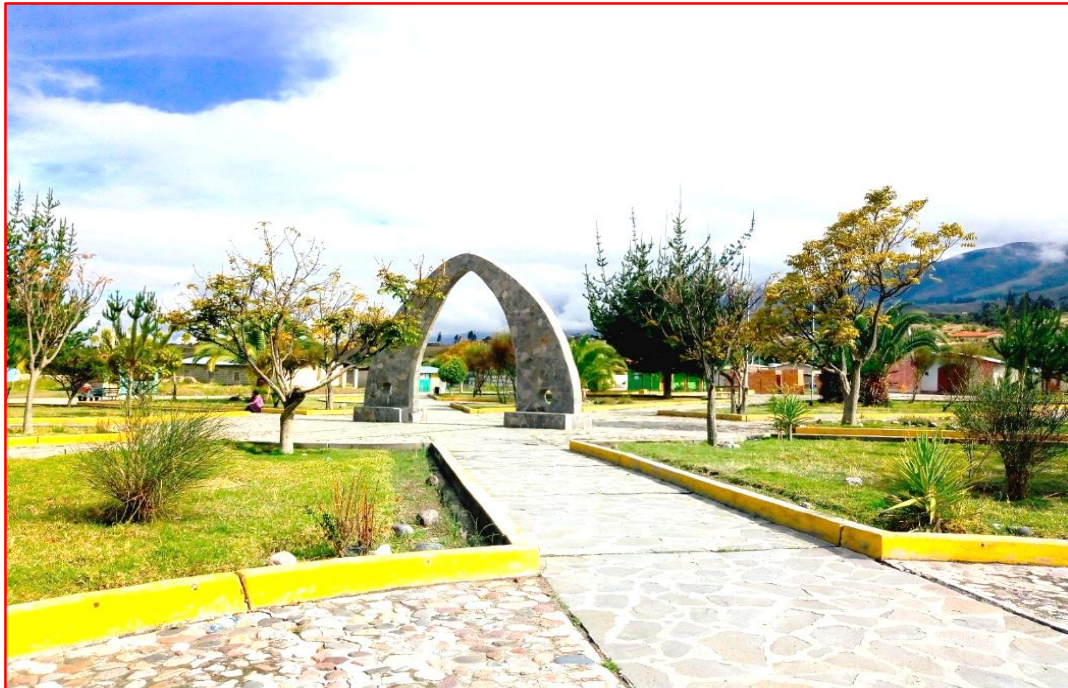
- a. Si
- b. No

10. ¿En qué estado se encuentra los accesos a Villa Florida?

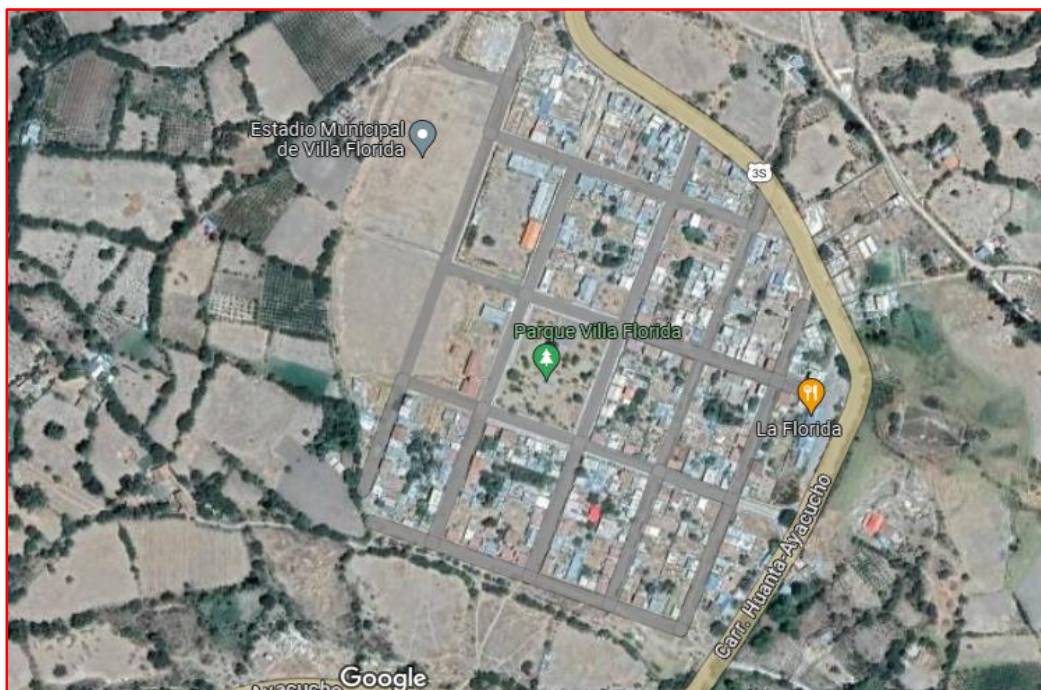
- a. Buen estado
- b. Estado regular
- c. Mal estado

Anexo 8: Panel Fotográfico

Fotografía 1. Plaza Principal de Villa Florida



Fotografía 2. Ubicación de Villa Florida cerca de la ciudad de Huanta



Fotografía 3. Terminal de la ruta Huanta - Iguain



Fotografía 4. Mercadillo de Villa Florida



Fotografía 5. Baño público en Villa Florida



Fotografía 6. Mural del calendario festivo en Villa Florida

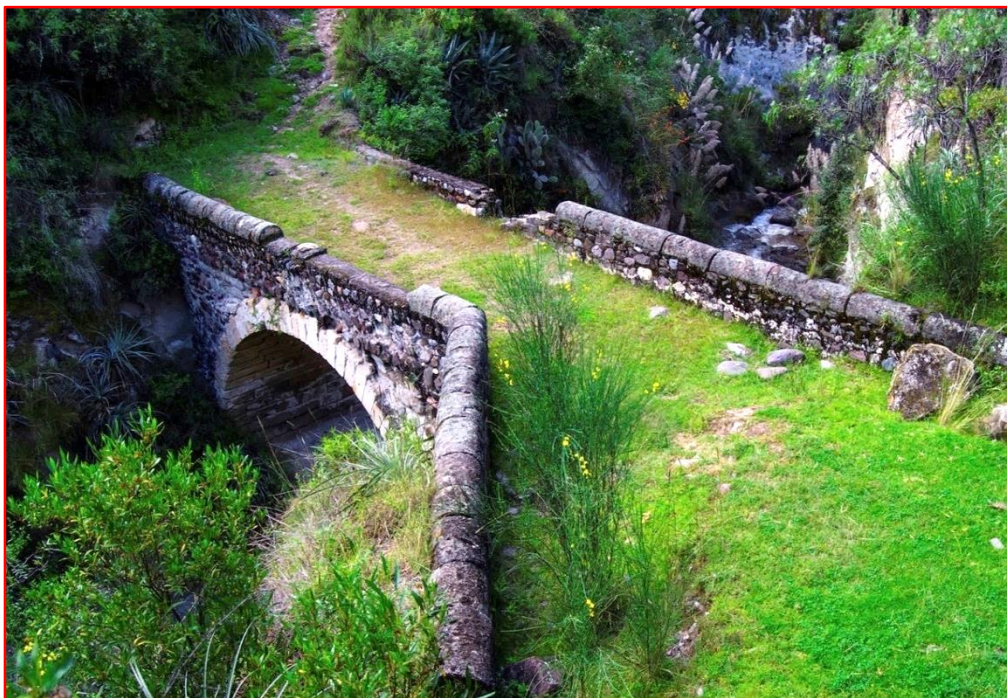


Fotografía 7. Expendio de comida tradicional en Villa Florida

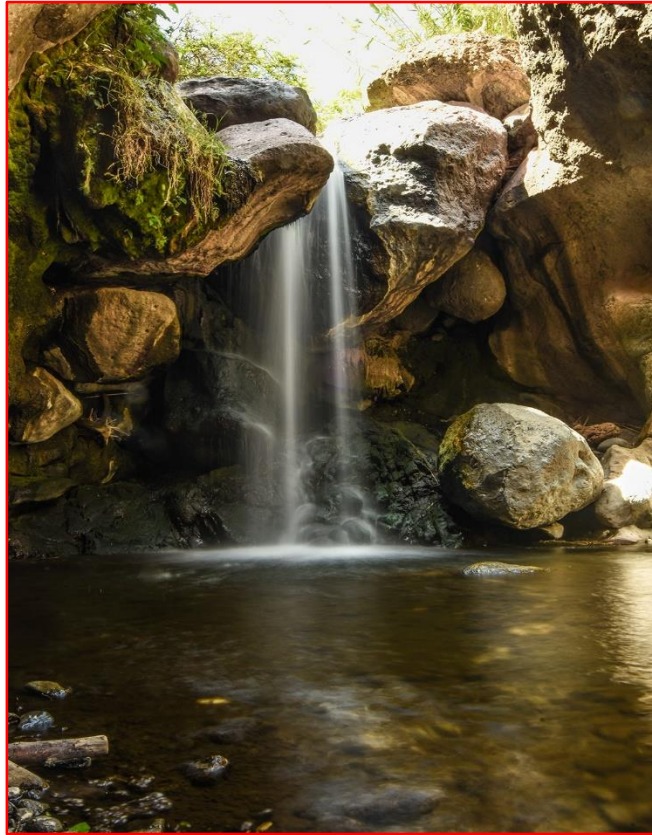


Fotografía 8. Recursos turísticos de Iguaín cercanos a Villa Florida

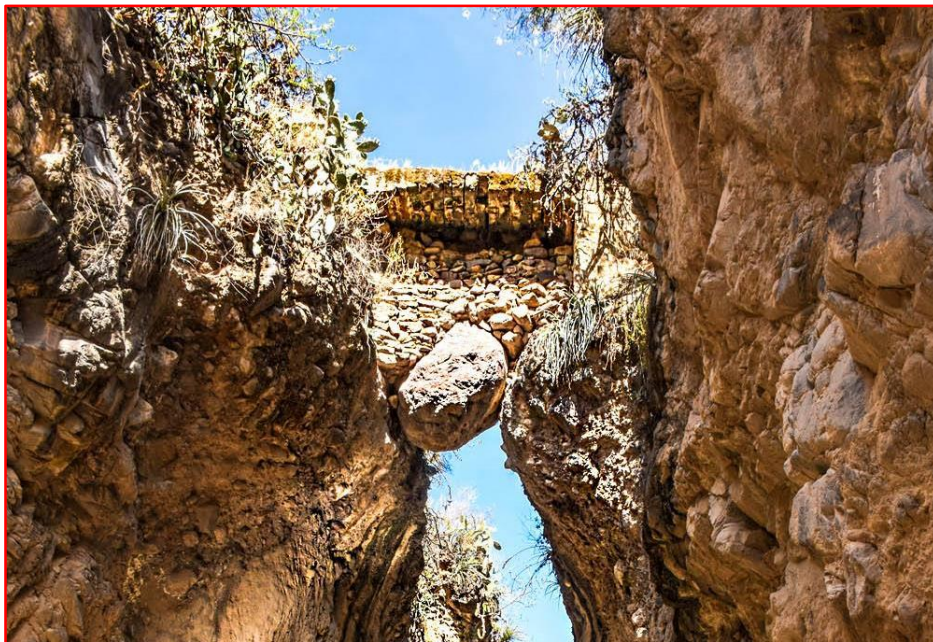
Puente Ayahuarcuna en Iguaín



Cascada de Pantacc en la comunidad de Pantacc



Puente de Rumichaca en la comunidad de Pantacc



Cañón de Chihua



Fotografía 9. Foto del glamping triangular

Vista inicial



Interior del glamping



construcción del glamping y su espacio de expendio



Fotografía 10. Encuesta y entrevista a pobladores y autoridades locales
Encuesta a pobladores



Entrevista al alcalde de Villa Florida



Fotografía 11. Evidencia de la relación con los visitantes



Fotografía 12. Evidencia de los visitantes haciendo uso d



Anexo 9. Validación de cuestionarios por juicio de expertos

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor:

Datos completos: Santusa Acero Cáceres
Docente de la: Universidad Nacional de Altiplano
Correo: zalyacero@gmail.com

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Previo cordial saludo, pongo de su conocimiento que, mi persona, Hugo Rivera Valencia, egresado de la escuela profesional de Administración de Turismo Sostenible y Hotelería de la Universidad Nacional Autónoma de Huanta, requiero validar el instrumento de investigación con las cuales recopilaremos información necesaria para desarrollar nuestra investigación.

El título del proyecto de investigación es: “Análisis del Glamping como servicio de hospedaje en turismo comunitario en Villa Florida, Iguain, Huanta - Ayacucho”, que tiene por objetivo Analizar el impacto turístico de la implementación del glamping como servicio de hospedaje en el Turismo Comunitario en el centro poblado de Villa Florida, Iguain, Huanta, Ayacucho; y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en los ámbitos investigativos para tener dicha aprobación.

Adjunto al documento:

- ✓ Carta de presentación
- ✓ Matriz de consistencia del proyecto
- ✓ Matriz de operacionalización de categorías
- ✓ Certificado de validez
- ✓ Guía de entrevista

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

Atentamente,



Hugo Rivera Valencia
DNI 42225371

FORMATO PARA VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR JUECES EXPERTOS

“Análisis del Glamping como servicio de hospedaje en turismo comunitario en Villa Florida, Iguain, Huanta - Ayacucho”

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda:

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma subcategoría bastan para obtener la medición de esta.	1. No cumple con el criterio. 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. Los ítems no son suficientes para medir la subcategoría. 2. Los ítems miden algún aspecto de la subcategoría, pero no corresponden de la categoría total. 3. Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. 4. Los ítems son suficientes.
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio. 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem no es claro. 2. El ítem requiere muchas modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. 3. Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos de los ítems. 4. El ítem es claro tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está indicando.	1. No cumple con el criterio. 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. 2. El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. 3. El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. 4. El ítem se encuentra completamente relacionado con la subcategoría que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio. 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectado la medición de la dimensión. 2. El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide este. 3. El ítem es relativamente importante. 4. El ítem es relevante y debe ser incluido.

DIMENSIONES	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Obs.
Calidad de atención al cliente	1,2,3,			x		
Comodidades de los ambientes	4,5,6,			x		
Servicio de restaurante	7,8,9,			x		
Sostenibilidad	10,11,12,				x	
Potencial turístico	13,14,15,				x	
Participación comunitaria	16,17,18,				x	
Disponibilidad de autoridades locales	19,20,21,			x		
Desarrollo económico local	22,23,24,				x	
Fortalecimiento de capacidades	25,26,27			x		
Conservación de la cultura local	28,29,30			x		
ASPECTOS GENERALES						
Aspecto			Si	No	Observación	
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario			x			
Los ítems permiten el logro de objetivo de la investigación.			x			
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.			x			
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.			x			
CONSIDERACIONES FINALES (Favor agregar observaciones que han sido consideradas en este formato)						
VALIDEZ						
Aplicable	X	No aplicable		Aplicable atendiendo a las observaciones		
Instrumento Validado por: Indicar título profesional y grados académicos	Lic. En Turismo Santusa Acero Cáceres. Magíster en Turismo y hotelería. Mención: Gestión de negocios y administración turística.					

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor:

Datos completos: María Guadalupe Valiente Campos

Docente de la: Universidad Nacional de cañete

Correo: guadalupevalientec@gmail.com

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Previo cordial saludo, pongo de su conocimiento que, mi persona, Hugo Rivera Valencia, egresado de la escuela profesional de Administración de Turismo Sostenible y Hotelería de la Universidad Nacional Autónoma de Huanta, requiero validar el instrumento de investigación con las cuales recopilaremos información necesaria para desarrollar nuestra investigación.

El título del proyecto de investigación es: “Análisis del Glamping como servicio de hospedaje en turismo comunitario en Villa Florida, Iguain, Huanta - Ayacucho”, que tiene por objetivo Analizar el impacto turístico de la implementación del glamping como servicio de hospedaje en el Turismo Comunitario en el centro poblado de Villa Florida, Iguain, Huanta, Ayacucho; y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en los ámbitos investigativos para tener dicha aprobación.

Adjunto al documento:

- ✓ Carta de presentación
- ✓ Matriz de consistencia del proyecto
- ✓ Matriz de operacionalización de categorías
- ✓ Certificado de validez
- ✓ Guía de entrevista

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

Atentamente,



Hugo Rivera Valencia
DNI 4225371

DIMENSIONES	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Obs.
Calidad de atención al cliente	1,2,3,	4	4	4	4	
Comodidades de los ambientes	4,5,6,	4	4	4	4	
Servicio de restaurante	7,8,9,	4	4	4	4	
Sostenibilidad	10,11,12,	4	4	4	4	
Potencial turístico	13,14,15,	4	4	4	4	
Participación comunitaria	16,17,18,	4	4	4	4	
Disponibilidad de autoridades locales	19,20,21,	4	4	4	4	
Desarrollo económico local	22,23,24,	4	4	4	4	
Fortalecimiento de capacidades	25,26,27	4	4	4	4	
Conservación de la cultura local	28,29,30	4	4	4	4	
ASPECTOS GENERALES						
Aspecto		Si	No	Observación		
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario		X				
Los ítems permiten el logro de objetivo de la investigación.		X				
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.		X				
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.		X				
CONSIDERACIONES FINALES						
(Favor agregar observaciones que han sido consideradas en este formato)						
VALIDEZ						
Aplicable	x	No aplicable		Aplicable atendiendo a las observaciones		
Instrumento Validado por: Indicar título profesional y grados académicos	María Guadalupe Valiente Campos Lic. En Turismo y Hotelería Mtra. Marketing turístico y Hotelero			 Firmado digitalmente por: VALIENTE CAMPOS MARIA GUADALUPE RR 4284E255 hard Motivo: Soy el autor del documento Fecha: 24/07/2025 18:48:07 -0500		
Teléfono	945023682					

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor:

Datos completos: JOSÉ ANTONIO BERNAL HANANEL
Docente de la especialidad de Administración de Turismo y Hotelería
Correo: bernalhjose@gmail.com

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Previo cordial saludo, pongo de su conocimiento que, mi persona, Hugo Rivera Valencia, egresado de la escuela profesional de Administración de Turismo Sostenible y Hotelería de la Universidad Nacional Autónoma de Huanta, requiero validar el instrumento de investigación con las cuales recopilaremos información necesaria para desarrollar nuestra investigación.

El título del proyecto de investigación es: "Análisis del Glamping como servicio de hospedaje en turismo comunitario en Villa Florida, Iguain, Huanta - Ayacucho", que tiene por objetivo Analizar el impacto turístico de la implementación del glamping como servicio de hospedaje en el Turismo Comunitario en el centro poblado de Villa Florida, Iguain, Huanta, Ayacucho; y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en los ámbitos investigativos para tener dicha aprobación.

Adjunto al documento:


- ✓ Carta de presentación
- ✓ Matriz de consistencia del proyecto
- ✓ Matriz de operacionalización de categorías
- ✓ Certificado de validez
- ✓ Guía de entrevista

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

Atentamente,



Hugo Rivera Valencia
DNI 42225371

DIMENSIONES	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Obs.
Calidad de atención al cliente	1,2,3,	4	4	4	4	
Comodidades de los ambientes	4,5,6,	4	4	4	4	
Servicio de restaurante	7,8,9,	4	4	4	4	
Sostenibilidad	10,11,12,	4	4	4	4	
Potencial turístico	13,14,15,	4	4	4	4	
Participación comunitaria	16,17,18,	4	4	4	4	
Disponibilidad de autoridades locales	19,20,21,	4	4	4	4	
Desarrollo económico local	22,23,24,	4	4	4	4	
Fortalecimiento de capacidades	25,26,27	4	4	4	4	
Conservación de la cultura local	28,29,30	4	4	4	4	
ASPECTOS GENERALES						
Aspecto		Si	No	Observación		
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario		X				
Los ítems permiten el logro de objetivo de la investigación.		X				
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.		X				
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.		X				
CONSIDERACIONES FINALES						
Sugiero agregar bibliografía más actualizada.						
VALIDEZ						
Aplicable	X	No aplicable		Aplicable atendiendo a las observaciones		
Instrumento Validado por: Indicar título profesional y grados académicos	MAG. JOSÉ BERNAL HANANEL					
Teléfono	980608067					