

**“Año del buen servicio al ciudadano”**

**UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA**

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN TURISMO Y  
HOTELERÍA

**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**



**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

**TÍTULO:**

DESARROLLO TURÍSTICO EN EL DISTRITO DE SAN ANTONIO -  
CAÑETE

**AUTOR:**

Bachiller: CAMACHO CONDE KATHERINE LIZBETH

**Lima - Perú**

**2017**

**DEDICATORIA:** Gracias siempre a mis padres, a mi Orianka y al Distrito de San Antonio por ser mi tema de inspiración.

## ÍNDICE

|  |           |
|--|-----------|
| <b>INTRODUCCIÓN</b> .....  | <b>06</b> |
| <b>I.DEFINICIÓN DEL PROBLEMA, OBJETIVOS E HIPÓTESIS</b> .....    | <b>08</b> |
| 1.1 Definición del problema .....                                | 08        |
| Problema General .....   | 09        |
| Problemas Específicos .....                                      | 09        |
| 1.2 Objetivos.....   | 10        |
| Objetivo General.....  | 10        |
| Objetivos específicos.....                                       | 10        |
| 1.3 Hipótesis .....  | 10        |
| Hipótesis General.....   | 10        |
| Hipótesis Específicas .....                                      | 10        |
| <b>II. MARCO TEÓRICO</b> .....                                   | <b>11</b> |
| 2.1 Fundamentación Teórica .....                                 | 11        |
| 2.1.1. Desarrollo Turístico.....                                 | 11        |
| 2.1.2. Implementación de Inventario de Recursos Turísticos ..... | 19        |
| 2.1.3. Promoción Turística.....                                  | 22        |
| 2.2. Glosario.....   | <b>24</b> |
| <b>2.3. Distrito de San Antonio</b> .....                        | <b>25</b> |
| <b>III METODOLOGÍA</b> .....                                     | <b>37</b> |
| 3.1 Población y Muestra .....                                    | 37        |
| 3.2 Instrumento.....   | 37        |
| <b>IV. RESULTADOS</b> .....                                      | <b>38</b> |
| 4.1 Discusión de Resultados .....                                | 48        |
| <b>V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....                   | <b>49</b> |
| 5.1. Conclusiones .....  | 49        |
| 5.2 Recomendaciones .....  | 51        |
| <b>VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.</b> .....                     | <b>53</b> |
| <b>VII. ANEXOS</b> .....   | <b>55</b> |

## RESÚMEN

El Turismo en el Perú se constituye en la tercera industria más grande de la nación, detrás de la pesca y la minería. En la actualidad en San Antonio Cañete se da una actividad turística incipiente.

Para poder empezar el desarrollo del Turismo se debería crear el plan de desarrollo turístico distrital esto va a permitir diversificar la oferta turística que se brinda, y por tanto crear nuevos productos turísticos, es imprescindible contar con el Inventario de Recursos Turísticos ;para conocer los recursos valorables.

Así también dentro del plan de desarrollo turístico local se tiene encontrar el plan de promoción turística para darle sostenibilidad a la visita de los recursos y lograr el beneficio para la comunidad y los visitantes.

En la presente investigación se realizó el método no probabilístico por conveniencia, conformada por 100 personas, pobladores y visitantes del distrito de San Antonio – Cañete con edades entre 18 años a 60 años, hombres/mujeres.

De la investigación se puede llegar a las siguientes conclusiones:

El desarrollo turístico en el distrito de San Antonio aún es bajo ya que no existe una adecuada planificación en base a la realidad de los recursos, en la investigación se demuestra que la población y visitantes consideran que es un distrito turístico también son conscientes que no se invierte y que los recursos no están siendo cuidados de una forma sostenible.

La implementación del Inventario de recursos turísticos es insuficiente, ya que no cuentan con esta recopilación de información trascendental para establecer proyectos orientados a la realidad local a su vez en la investigación se logró conocer que los pobladores y visitantes conocen sus recursos turísticos más importantes.

La promoción turística que se viene realizando es baja, porque no tiene la categoría de actividad turística porque se realizan actividades para promocionar otro tipo de eventos.

#### PALABRAS CLAVES

Desarrollo

Planificación

Sostenibilidad

Inventario de Recursos Turísticos

Promoción Turística

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación está referido al desarrollo turístico en el distrito de San Antonio.

Se ha tomado en cuenta en la investigación a este distrito idóneo para poder servir de modelo de cómo iniciar un plan de desarrollo turístico empezando por un distrito pequeño en dimensión que alberga recursos que bien pueden llegar a ser productos turísticos y conllevar al desarrollo turístico sostenible del País.

Asimismo, se da a conocer en la investigación la importancia de implementar el inventario de recursos turísticos del distrito el cual va permitir establecer nuevas oportunidades de inversión y poder trabajar en cada uno de los recursos categorizados de acuerdo a la importancia que tienen.

Con el presente trabajo también se busca que la población del distrito sea beneficiada ya que si la promoción turística que se realizara a futuro es organizada de acuerdo a un plan de marketing turístico estratégico e involucrado en el plan de desarrollo turístico local que se recomienda implementar; con ello los pobladores podrían obtener ganancias y a su vez los visitantes brindarían mayor cuidado en la visita a los recursos.

De esta manera se espera que la presente investigación pueda ser utilizada en la posteridad para ser desarrollado en cualquier otra localidad y satisfacer la demanda de información requeridas tanto en el sector público como sector privado, con el propósito de lograr el mejor aprovechamiento de la base de datos de información que se busca para un desarrollo turístico sostenible.

Para una mejor presentación, la tesina se ha dividido en siete capítulos que procederemos a explicar.

El primer capítulo referido a la definición del problema, objetivos e hipótesis el cual desarrolla en la descripción general del problema y el área a tratar su objetivo general y objetivos específicos, así mismo la hipótesis general y específicas.

En el segundo capítulo está referido al marco teórico donde trataremos variados conceptos como el desarrollo turístico, su definición sus objetivos e importancia, la implementación del inventario de recursos turísticos su concepto metodología de cómo realizar un inventario de recursos turísticos y la promoción turística sus características y su aporte al Turismo.

Se tratará sobre todos los conceptos acerca del problema planteado, incluyendo un glosario con los términos importantes para un mejor entendimiento.

En el tercer y cuarto capítulo se dará a conocer la metodología utilizada y los resultados obtenidos a través del cuestionario elaborado, con las tabulaciones y gráficos de cada pregunta.

En el quinto capítulo se establece las conclusiones y recomendaciones dadas sobre el tema.

Finalmente, en el sexto y séptimo se dará a conocer la bibliografía que se acudió y en anexos se podrá observar información de los recursos turísticos del distrito y otros importantes que se incluyeron para la investigación.

## **I. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA, OBJETIVOS E HIPÓTESIS**

### **1.1 Definición del problema.**

El distrito de San Antonio está ubicado en la Cuenca del Río Mala en la parte Norte de la provincia de Cañete a 80 km al sur de Lima, en los últimos años el Gobierno local no se ha preocupado en realizar un plan de desarrollo turístico local basado en la realidad del potencial turístico del distrito y sin una buena planificación en base a logros con metas trazadas por etapas el desarrollo turístico no se puede dar.

Actualmente la mayoría de los distritos de la Región Lima carecen de la Implementación de un Inventario de Recursos Turísticos en su localidad ya sea que no se encuentre actualizado, completo o que simplemente no exista; esto hace imposible la oportunidad de poder tener un material vital de gestión para establecer políticas en la actividad turística de cada localidad.

El distrito de San Antonio – Cañete carece del mismo, a pesar de que cuenta con muchos recursos turísticos; no tiene un adecuado registro de sus recursos para la elaboración de planes, programas y/o proyectos de desarrollo, por ello la actividad turística no se puede planificar de forma organizada.

Otro problema es la inadecuada promoción turística que se viene desarrollando, es decir las ferias y/o eventos, que se realizan en el distrito no tienen el verdadero enfoque como actividad turística y sin los cuidados que se deben de tener al fomentar la promoción de los recursos de una localidad lo que se ha venido ocasionando con ello es daños terribles como la contaminación de las playas, la depredación de la zona de los humedales y de los centros arqueológicos.



## **Problema General**

¿Cómo es el nivel de Desarrollo Turístico en el distrito de San Antonio – Cañete?

## **Problemas Específicos**

¿Cuál es el Grado de Implementación del Inventario de Recursos Turísticos en el distrito de San Antonio – Cañete?

¿Cómo es la Promoción Turística en el distrito de San Antonio – Cañete?

## **1.2 Objetivos**

### **Objetivo General**

Identificar cómo es el nivel de desarrollo turístico en el distrito de San Antonio Cañete.

### **Objetivos Específicos**

Evaluar cuál es el grado de implementación del Inventario de Recursos Turísticos en el distrito de San Antonio – Cañete.

Evaluar la promoción turística en el distrito de San Antonio – Cañete

## **1.3 Hipótesis**

### **Hipótesis General**

El nivel de desarrollo turístico en el distrito de San Antonio – Cañete es bajo.

### **Hipótesis Específicas**

El grado de implementación del Inventario de Recursos Turísticos en el distrito de San Antonio – Cañete es insuficiente.

La promoción turística en el distrito de San Antonio – Cañete es baja.

## **II. MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Fundamentación Teórica:**

#### **2.1-1 Desarrollo Turístico**

##### **Definición de Desarrollo Turístico**

Según Cebrián (2008) manifiesta que el desarrollo turístico es la provisión o mejora de instalaciones de servicios, responde a las necesidades de los turistas y de las regiones, a la vez protege y mejora las oportunidades de futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que responden la integridad cultural, los procesos culturales esenciales, la diversidad cultural, los procesos arqueológicos esenciales, la conservación y los mecanismos que de conservación.

Para el nombrado autor Cebrián “El desarrollo turístico es la provisión o mejora de instalaciones y servicios para satisfacción de las necesidades de los visitantes o turistas, también en una forma más amplia, incluye la creación de empleos e ingresos”. El atractivo turístico varía dependiendo el contexto o lugar donde se quiera realizar, por ejemplo si es una área cultural, se hará con la finalidad de obtener beneficios e ingresos, pero considerando al patrimonio arqueológico; actualmente el turista es muy exigente, es por ello que se debe realizar una planificación adecuada y responsable sobre la conservación y cuidado en los

complejos arqueológicos ya que abarca una gama amplia de instalaciones y servicios culturales como un museo donde se puedan exhibir las piezas encontradas en el interior del complejo, ya que son los recurso que inducen al turista o visitante a viajar, el medio de transporte, es necesario para que el turista se traslade o llegue al destino, alojamiento, proporcionando bienestar al visitante durante su estadía y los servicios al que el turista espera tener .

- **Definición de Desarrollo Turístico Local**

Según MINCETUR (2016) manifiesta que el Plan de Desarrollo Turístico Local (PDTL) es un instrumento de gestión que contribuye a impulsar el desarrollo turístico, social y económico de una localidad. Además, permite la evaluación del potencial turístico de ese territorio y busca orientar las acciones que se deben llevar a cabo a corto, mediano y largo plazo, teniendo en cuenta factores tales como: la oferta, la demanda, la competencia, las tendencias del mercado y también las características o “vocación” del territorio.

Asimismo, el PDTL contiene un conjunto planificado de actividades, programas y proyectos, que ejecutados, van a potenciar la actividad turística en el ámbito local seleccionado. Previamente, es necesario hacer una evaluación, lo que permitirá tener un diagnóstico, para luego proponer objetivos y estrategias, identificando a los responsables públicos y privados para su implementación.

Los gobiernos locales promueven el desarrollo económico y social de su localidad, con acciones enmarcadas en los planes de desarrollo económico local aprobados en armonía con las políticas y planes nacionales y regionales. Es por ello

que, la elaboración de un PDTL deberá guardar relación con el Plan de Desarrollo Concertado Regional, el Plan de Desarrollo Económico Local y con las políticas turísticas del Plan Estratégico Regional de Turismo (PERTUR) así como con las políticas del Plan Estratégico Nacional de Turismo del Perú (PENTUR).

Por lo manifestado por el MINCETUR, lo que busca el estado es lograr que, mediante cada plan de desarrollo turístico local, se trabaje en base al potencial que tiene cada localidad y trabajar en base a ello los proyectos que deberán estar enfocados al logro de los planes regionales de desarrollo turístico PERTUR y estos a su vez al Plan Estratégico Nacional del Turismo PENTUR.

- **El Modelo Estratégico de Desarrollo Turístico**

Según Ministerio de Economía y Finanzas (2016) menciona que un modelo de estratégico de Desarrollo Turístico genera un marco de referencia donde encajan los lineamientos estratégicos en materia turística para el país.

El desarrollo turístico basado en destinos se considera la fórmula territorial y conceptual más operativa y eficaz de planificar y gestionar el turismo. De esta forma se potencia el desarrollo económico y el bienestar de la comunidad, capitalizando la economía local generada por la dinámica empresarial, el mercado laboral y la actividad productiva.

Este nuevo enfoque dinamizará el desarrollo de circuitos y corredores, al dejar de lado los límites departamentales que fueron utilizados para delimitar las zonas turísticas.

Para ello, PENTUR invoca, a través de sus líneas de acción operativas, la creación de productos altamente especializados y diferenciados que permitan el consumo del destino, comercializados conjuntamente desde el propio territorio.

El conocimiento preciso de esta visión compleja y diversa que subyace al producto turístico avanzado y la calidad en servicio como valor y eje organizador común, son los instrumentos que permiten concretar un modelo propio y diferente, una realidad única regida por un núcleo de estrategias globales y coherentes. De este modo, desde el consenso en el desarrollo de los productos turísticos, los distintos actores podrán definir un conjunto de acciones coordinadas que permitan potenciar y rentabilizar la relación entre las regiones, el territorio y la sociedad y su calificación como argumento turístico de interés común. De esta forma se pretende confeccionar un modelo turístico ganador que beneficie a los empresarios con un aumento en la cuota de mercado rentable, a las instituciones administrativas con un argumento de desarrollo y valorización del territorio y a la sociedad con un instrumento para el aumentar la calidad de vida.

El desarrollo de esta propuesta de modelo parte de una visión estratégica y consensuada que contempla el amplio espectro de realidades que configuran un modelo territorial, económico, social y turístico. Sin estos factores integrados en el desarrollo operativo cualquier propuesta fracasará. Para ello, el modelo estratégico propone que cada uno de los destinos turísticos del Perú considere los siguientes elementos:

–Representatividad: que contengan muestras de la realidad cultural y natural del país.

–Equilibrio: que los recursos turísticos del destino generen un beneficio equitativo para todo su territorio.

–Complementariedad: que el destino aporte algo significativo y diferente al conjunto.

–Consistencia: que contenga suficientes recursos valorados y jerarquizados positivamente por el Inventario de Recursos Turísticos (IRT).

–Conectividad: que las áreas turísticas que componen el destino estén funcionalmente interconectadas, de manera que sean posibles los flujos turísticos por el territorio.

–Eficiencia: que satisfaga los objetivos propios de cada territorio mediante una inversión adecuada y rentable.

Por lo indicado por el Ministerio de Economía y Finanzas en la Guía Metodológica para la Identificación, Formulación y Evaluación Social de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo, este manual busca orientar la manera de discriminar que tipos de proyectos de desarrollo turístico pueden ser canalizados por el MEF y cuales otros pueden buscar la viabilidad por medio de otras entidades de acuerdo a la tipología del plan que se pretenda lograr alcanzar en la búsqueda del desarrollo turístico de la localidad y del País, una vez más resaltando que los planes deberán estar orientados a la realidad de cada localidad buscando los perfiles ideales que pueden ser trabajados por la entidad a la que corresponda dentro del Estado o con el sector privado.

- **La planificación turística**

Según Regalado (2011) Menciona que la planificación debe ser una decisión importante de los organismos públicos y/o privados; e incluso de comunidades, que pretendan gestionar destinos turísticos sin perder de vista que estos son realidades territoriales que necesitan ser ordenadas, planificadas y gestionadas de manera consciente si se quiere lograr el éxito. En el Perú han fracasado varios intentos de oferta turística debido a servicios en malas condiciones o poco adaptados a los requerimientos del turista; aún más, muchos espacios soportan excesivas construcciones o instalaciones inadecuadas que afectan negativamente el entorno y, por tanto, la actividad turística.

El desarrollo ordenado de un espacio con potencial turístico o que se encuentra en etapa inicial de crecimiento debe hacerse sobre la base en un plan estratégico consensuado con los involucrados y con un plan de acciones a corto, mediano y largo plazo. Es imprescindible que las administraciones, los planificadores, las autoridades y los gestores tomen conciencia de que la única manera de lograr destinos sostenibles es planificando la actividad y su crecimiento. Si no se visualiza claramente la importancia de esta herramienta de nada servirá destinar recursos humanos y económicos a esta tarea.

Por lo mencionado por el autor Regalado en La Planificación estratégica sostenible en turismo, está claro que cuando un grupo de personas decide apostar por el turismo y participar en programas de planificación es fundamental considerar las interrelaciones entre los actores y elementos que componen el amplio y complejo entorno social económico y medioambiental que involucra al turismo ya que es por esto



que muchas veces la oferta turística mal planificada ha fracasado.

- **La planificación turística municipal**

Según Lickorish L. y Jenkins G. (2007) manifiesta que en relación a la planificación turística es básicamente utilizar los atractivos turísticos y su desarrollo dentro de las líneas comerciales.

En primer lugar, se deben fijar los objetivos, lo que se pretende obtener al realizar un plan, que debe ser responsabilidad de los gobiernos locales y otros organismos representativos.

La política turística es otra etapa en la planificación en donde se muestran las formas de los tipos de productos que se pueden poner en valor y promoción de acuerdo a la segmentación o entorno y así encajar de ella mejor manera con la oferta y demanda, también muestra de comercializar el turismo por medio; para una adecuada planificación de desarrollo de atractivos turísticos es necesario hacer un análisis de la demanda y oferta, para que así se de la inversión de infraestructura turística en el desarrollo del atractivo.

- **Los objetivos o fines de la planificación turística**

Según La Organización Mundial de Turismo (1998) declara que los objetivos o fines de la planificación turística han sido recopilados en varios estudios realizados por la OMT.

Destacamos, a continuación, los más importantes:

- Establecer los objetivos del desarrollo turístico y las políticas para alcanzarlos. Estos objetivos no son sólo turísticos, sino que engloban también otros diversos, como pueden ser los económicos, ambientales o sociales.

- Garantizar la conservación presente y futura de los recursos turísticos, destacando especialmente los recursos naturales que no son renovables.
- Integrar los objetivos del turismo con las restantes políticas de desarrollo socioeconómico, y favorecer las relaciones del turismo con otros sectores de la economía.
- Ofrecer una información veraz y útil a la toma de decisiones públicas y privadas.
- Coordinar todos los elementos que forman parte del sector turístico con la finalidad de alcanzar objetivos económicos y sociales más rentables.
- Optimizar los beneficios económicos, ambientales y sociales del turismo, favoreciendo una justa distribución social de los beneficios.
- Favorecer la coordinación efectiva del sector público y del sector privado. De esta manera, se podrá potenciar zonas con un amplio potencial turístico pero que, por motivos políticos, en la actualidad están fuera de las grandes rutas turísticas.
- Facilitar el marco institucional para el desarrollo de la planificación y la gestión turística permanente.
- Generar una evaluación continua de la gestión turística mediante la revisión de los planes de desarrollo turístico.

Por lo declarado por la OMT, la planificación turística busca una interrelación entre el nivel interno y externo de la población el nivel externo incluye un análisis del mercado de la competencia del sector turístico a donde se desea llegar y del entorno que lo rodea; mientras que el análisis interno hace referencia al análisis de los recursos del destino y de la realidad actual de los operadores que brindan servicios en el lugar.

## **2.1-2 Inventario de Recursos Turísticos**

### **Definición de Inventario de Recursos Turísticos**

Según MINCETUR (2013) manifiesta que el Inventario de Recursos Turísticos constituye una descripción ordenada y clasificada, así como un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, representa un instrumento valioso para la planificación, sirve de punto de partida para realizar evaluaciones y establecer la prioridad necesaria para el desarrollo turístico.

### **Concepto de Inventario de Recursos Turísticos**

Según MINCETUR (2013) indica que el Inventario de Recursos Turísticos del Perú brinda información sobre aquellos lugares que, por sus cualidades naturales y/o culturales, motivan el desarrollo del turismo en el Perú. Su intención es ofrecer una herramienta útil para la planificación turística, la elaboración de diversos productos y la difusión del Perú como un destino turístico único y variado.

La información del Inventario de Recursos Turísticos se encuentra en proceso de actualización constante por parte las Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo. La información de los recursos turísticos es remitida por las Direcciones Regionales al MINCETUR y este a su vez incluye la información en la base de datos.

El inventario es el resultado de un proceso de seguimiento, que supone una permanente actualización y mantenimiento de la base de datos, labor que lidera la Dirección Nacional de Desarrollo del Producto Turístico.

De conformidad con la Ley N° 27867, Ley Orgánica de Gobiernos Regionales, es responsabilidad de los Gobiernos Regionales "llevar y mantener actualizado el Inventario de Recursos Turísticos en el ámbito regional, de acuerdo a la metodología establecida por el MINCETUR.

### **Proceso de elaboración de un inventario de recursos turísticos.**

El inventario de Recursos Turísticos se realiza cumpliendo cinco etapas:

1° Etapa: Se definen las categorías, tipos, sub-tipos, y elementos de información a incluir en cada recurso turístico.

2° Etapa. - Recopilación de la Información Secundaria.

3° Etapa. - Trabajo de Campo. Identificación y/o verificación in situ de los recursos turísticos. Registro de información a través del llenado de la ficha de Recopilación de Datos que incluye ubicación, descripción del sitio, características geográficas y climáticas, historia, facilidades, servicios, infraestructura, accesibilidad, entre otros aspectos.

4° Etapa. - Procesamiento de la información recopilada mediante una base de datos, la cual se realiza clasificando y ordenando los recursos turísticos en Sitios Naturales, Manifestaciones

Culturales, Folclore, Realizaciones Técnicas científicas y Artísticas Contemporáneas.

5° Etapa. -Elaboración de un informe preliminar

Por lo manifestado por Mincetur en el Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional, viene a ser una herramienta de gran utilidad y que aporta información valiosa, actual y confiable de las potencialidades, es el inventario de recursos turísticos que se puede definir como “un catálogo ordenado de los lugares, objetos o acontecimientos de interés turístico de un área determinada”.

En la actualidad, existe un problema notablemente marcado a nivel mundial sobre los inventarios de recursos turísticos, y es que, no existe un modelo único para la realización de los mismos, que se adapte a las necesidades de cualquier región del mundo. Es por ello, que lo más común, sea encontrar modelos adaptados a las condiciones particulares de cada territorio.

#### **2.1-4 Promoción Turística**

Serra (2002) Indica que la promoción en el sector turístico supone, fundamentalmente, comunicación, transmisión de información del vendedor al potencial comprador, cuyo contenido se refiere al producto o a la empresa u organización que lo comercializa.

Su transmisión puede realizarse a través de distintos medios, tanto personales como impersonales, y su finalidad última es la de convencer a los potenciales consumidores de los beneficios que les rebrotará la compra o utilización de los productos o servicios de una determinada organización. Podemos afirmar, por tanto, que su finalidad última es la de

estimular la demanda entre segmentos de mercado a los que va dirigida.

Las empresas y organizaciones turísticas utilizan básicamente los mismos instrumentos promocionales que otros sectores de actividad económica existen, sin embargo, una serie de aspectos un tanto específicos que merecen un comentario previo:

a) En primer lugar, debemos recordar que la intangibilidad de los servicios turísticos constituye un serio problema para su promoción y comunicación. Una de las técnicas para superar este inconveniente consiste en "la tangibilización de lo intangible"

b) En segundo lugar, es preciso hacer hincapié en el destacado papel que desempeñan las Administraciones Públicas en las administraciones turísticas, en particular en el caso de la promoción de zonas y destinos turísticos.

Las acciones de promoción en turismo requieren de la estrecha colaboración entre los distintos operadores privados y entre éstos y las administraciones públicas si se quiere incrementar su efectividad. En este sentido, deben resaltarse las amplias posibilidades de emprender acciones promocionales cooperativas en turismo, en donde distintos operadores aúnan sus esfuerzos promocionales en beneficios mutuos. Así, por ejemplo, un tour operador y un destino, una compañía aérea y un destino, una cadena hotelera y un destino, una compañía aérea y una cadena o asociación hotelera, etc.

c) En tercer lugar, y en comparación con otros sectores, destaca el mayor peso específico de determinadas actividades promocionales. En concreto:

-Los viajes de familiarización (famtrips), que constituyen una actividad de carácter promocional específica del sector turístico.

-Las ferias turísticas.

-Las relaciones con periodistas, por el gran impacto positivo de los artículos en revistas y los reportajes en televisión en el segmento vacacional del mercado.

-El papel destacado de los folletos, catálogos y material impreso en general.

d) Por el contrario, la publicidad tiene un peso relativo mucho menor en el sector turístico (como porcentaje sobre el volumen de ventas) en comparación con otros sectores de bienes de consumo.

e) Por último, es preciso resaltar de nuevo que, sin ningún género de duda, la mejor promoción en turismo son las opiniones favorables de familiares y amigos. La mayoría de las investigaciones confirman la preeminencia de las opiniones y recomendaciones de familiares y amigos como la fuente de información

Según lo manifestado por Serra para para mucha gente marketing es promoción porque la promoción es la parte más visible del marketing, Sin embargo, la promoción constituye, tan solo una parte del marketing, una de la "4 P" o variables que conforman todo el marketing. Las cuales vienen a ser (Plaza, Producto, Precio y Promoción) Por ser la parte que tiene contacto más directo que las demás con los usuarios no es menos ni más importante pero si es la parte que resume a las d}

## 2.2 GLOSARIO

- **Desarrollo Sostenible:** es el que permite una mejoría de las condiciones de vida presente sin poner en riesgo los recursos de las generaciones futuras.
- **Dircetur:** Dirección Regional de Comercio exterior y Turismo.
- **Implementación:** Expresa la acción de poner en práctica medidas y métodos entre otros para concretar alguna actividad, plan, o misión.
- **MEF:** Ministerio de Economía y Finanzas.
- **PENTUR:** Plan Estratégico Nacional de Turismo
- **PERTUR:** Plan Estratégico Regional de Turismo.
- **PDTL:** Plan de desarrollo turístico local.
- **Recurso Turístico:** Expresiones de naturaleza, riqueza arqueológica, históricos materiales e inmateriales de gran tradición y valor que constituyen la base del producto turístico.



## 2.3 Distrito de San Antonio

- **Historia**

El pueblo de San Antonio, distrito de la provincia de Cañete posee una historia admirable y envidiable desde los primeros momentos en que empieza a poblarse. Pero, sucede que con los pocos datos existentes es arduo y complejo el plantear las bases de una historia estructurada; es decir que no se puede exponer de manera satisfactoria la narración verídica y crítica de los hechos históricos. Pues la tradición oral no basta para confirmarlo, desde las primeras tribus que lo habitaron.

### **a) Época Pre- Incaica**

Es preciso para esto remontarse a las antiguas civilizaciones precolombinas que predominaron en la costa, como Paracas y Nasca, principalmente, que se extendían desde Ica hasta Trujillo. Pero que, por la aparición de un nuevo pueblo más poderoso, establecido en el Cusco con la fundación del Imperio Incaico fueron eclipsadas. Luego de empezadas las conquistas, a veces en forma pacífica y, a veces después de realizarse cruentos encuentros, surgen las emigraciones y se forman como consecuencia de desprendimientos, los señoríos y curacadas entre los que tenemos: el Cuismanco (Supe-Lurín), el Chuquismanco (Lurín-Lunahuaná), las de Chincha, entre otros.

### **b) Época Inca**

Entre estas migraciones, tenemos las realizadas por un descendiente de Manco II en 1420, quien con un numeroso pueblo sale del Cusco con dirección al norte, estableciéndose en lo que es hoy el pueblo de Chilca y sus caletas adyacentes, dedicándose

entonces a la agricultura y a la pesca. Durante el coloniaje español, San Antonio, Conjuntamente con los poblados de Santa Cruz de Flores y Mala, conformaba el Curato de Coayllo.

### **c) Época Colonial**

En 1769 don Nicolás Ávila Manco Rimanchi Yupanqui Quispe partió a España para presentarse ante el Concejo de Indias y reclamar la propiedad de sus tierras y de la comunidad de San Antonio, pues los habitantes de Chilca pretendían apoderarse de ellas. El viaje de tres meses fue sufragado con recursos de Ávila Manco y aportes de los comuneros de San Antonio. El reclamo fue atendido y en consecuencia la propiedad de las tierras quedó legitimada. El viajero retornó trayendo manzanas, vides, olivos y otras plantas que fueron sembradas para beneficio de los pobladores de esta zona.

Con respecto a la creación política del distrito, en su tiempo se convirtió en uno de los problemas más importantes del pueblo. Los antiguos pobladores, en busca de su justicia, lucharon contra aquellas personas que no querían que nuestro pueblo sea distrito, ésta muestra de valor y coraje hizo que se lograra lo que con tanto anhelo se perseguía. Luego de la Guerra con Chile, el problema que más profundamente alteró el sistema económico social de Cañete fue la presencia de la Compañía Inglesa British Sugar, la que se asentó sobre los terrenos de haciendas organizadas para explotar la caña de azúcar

### **d) Época Republicana**

En 1900, el Presidente Leguía organizó la British Sugar Company; la caña de borbón fue sembrada en gran parte del valle, incrementándose la organización del agro, con tierras cultivadas de

frutales sobretodo la vid. La demarcación política ha pasado por varias etapas. De acuerdo a la Ley N° 506 del 25 de Septiembre de 1921, San Antonio constituía un anexo de Mala. La importancia del poblado hizo imperiosa necesidad que sea una repartición territorial independiente como lo señala acertadamente don Germán Stiglich, representante de la Comisión de Demarcación Territorial de la Sociedad Geográfica de Lima, con fecha 26 de Octubre de 1921, en un informe elevado al Presidente de la misma Sociedad indicando las razones para crear el distrito y los posibles límites. Don Pablo Nosiglia, Diputado por la provincia de Cañete, fue el autor intelectual de la Ley de creación. El Congreso de la República elevó a San Antonio a la categoría de Distrito el 21 de Diciembre de 1922 y el Presidente Augusto B. Leguía rubricó la Ley N° 4611 el 27 del mismo mes. La instalación del primer Concejo Municipal fue el 17 de Febrero de 1923, siendo el primer Alcalde del Distrito de San Antonio Don Pedro Advíncula Quispe Chumpitaz por el periodo de 1923-1926.

- ***Ubicación***

La capital del distrito de San Antonio está ubicada a 81 Km. al sur de Lima; está situado en la parte norte y occidental de la provincia de Cañete. La ciudad de San Antonio, capital del Distrito del mismo nombre se desarrolla especialmente sobre el eje de su avenida principal, la antigua panamericana (Avenida Libertad). En virtud a la Ley N° 4611, el día 17 de Febrero de 1923, se instaló el primer Concejo del Distrito de San Antonio, en la provincia de Cañete, del Departamento de Lima (Región Lima), que tiene como Capital el pueblo del mismo nombre y está integrado por los anexos y caseríos de: San Andrés, La Laguna, Barranco, el Monte, el Pino, Esquivilca, la Dacha, Nuevo San Antonio y Puerto Viejo.

- **Accesos y Límites**

La accesibilidad a la ciudad de San Antonio se realiza a través de la carretera Panamericana Sur que une los distritos del norte y sur de Cañete longitudinalmente y que le permite a San Antonio una comunicación fluida con la ciudad de Lima. La vía de comunicación más importante la constituye la Panamericana Sur, y a la altura del Km. 80 existe un intercambio vial a la playa “León Dormido”, hacia el este, donde hay un desvío que parte de la actual autopista Panamericana y conduce a través de un túnel a una carretera asfaltada de 2 Km. hacia el centro del poblado de San Antonio que tiene una calle principal denominada Av. Libertad (antigua Panamericana Sur).

- **Límites**

Por el Norte, con el Distrito de Chilca, o sea la línea del cerro “Brujas” al mar. Provincia de Cañete. Por el Sur, con el río Mala. Por Este, con Distrito de Santa Cruz de Flores, delimitado por la línea común divisoria que partiendo del río Mala, pasa por el cerro “Ollería”, en dirección al cerro “Brujas”. Provincia de Cañete. Por Oeste, con el Océano Pacífico.

- **Recursos Turísticos**

- a) **Recursos Naturales**

- **Playas**

Las playas de San Antonio son hermosas, teniendo a León Dormido como la formación rocosa más exótica en el Mundo.

Estas Playas son ideales para acampar además de contar con vías de acceso en excelente estado.

- **Playa La enseada**

Es la segunda playa más extensa de San Antonio (1,5 Km) Con aguas limpias y muy tranquilas que son visitadas por veraneantes provenientes de todos los pueblos vecinos y de la capital, durante todos los días y en esencial los fines de semana.

- **"Playas chicas 1 Y 2"**

Son otras playas con gran afluencia de visitantes. Los cerros del lugar son de origen volcánico, es preciso que se haga una observación más detenida ante este trabajo de la naturaleza y procurar preservarlas.

- **" Playa El león dormido"**

Es el símbolo del distrito y forma parte del Escudo local; con toda seguridad, es la playa más acudida de todas las que tenemos.

- **"Playa ovnis"**

Considerada por muchos, como parte del "Cerro de la Virgen". Está dividida naturalmente por otros cerros menores. Es por así decirlo, el lugar oficial de avistamientos y aterrizajes de OVNIS, sitio de experiencias del primer, segundo y tercer tipo; hay varios testimonios que así lo confirman. Por eso el nombre.

- **Humedales de Puerto Viejo**

Los Humedales de Puerto Viejo, al igual que los Pantanos de Villa forman parte del corredor biológico de la Costa del Pacífico Sur. Mediante el documento "Estrategia Nacional para la conservación de Humedales del Perú", Puerto Viejo es reconocido como un Humedal de importancia nacional.

Los Humedales de Puerto Viejo sirven de refugio y paradero temporal a numerosas especies de aves, además de la fauna existente, posee una gran diversidad biológica, sin embargo, el desconocimiento de la importancia de esta área natural es uno de los factores que atenta contra su conservación. El Año 2004, tras observaciones periódicas se elaboró un trabajo de registro de la avifauna

- **El mirador de San Antonio**

Ubicado en la zona centro-oriental de la población más antigua. Desde allí podemos ver el entorno de toda la campiña local, orientar a los visitantes de quiénes son los Distritos colindantes, los lugares importantes de la localidad, carreteras y dirección exacta de nuestras fortalezas en general.

- **"Mochadero"**

Último desfogue en forma de amplio canal del Río Mala, otra prueba que éste fue uno de los más caudaloso de la costa peruana.

- **"El sillón del inca"**

Roca de gran tamaño (2 T. aprox.), que conformaba con otras dos, un conjunto ceremonial de los Esquevilcas.

Aún se pueden ver algunos caminos que pasaban por el lugar. Este bloque tiene por característica especial a un espacio de la parte superior que semeja a una "caries dental", por su forma y tamaño se ha creído que era un lugar al que acudía el Inca a descansar y observar sus tierras a la distancia.

Le acompaña otra roca que le sigue en tamaño y está partida en dos, producto de la acción de los frailes "destructores de ídolos". Hubo otra más pequeña, de unos 0,30 cm. de alto que tenía la forma de una lechuga, pasados los años, se la llevaron.

- **La cruz de los pescadores**

Es otro Mirador Natural desde donde (lado Oeste) se puede apreciar el panorama de la población San Antoniana. A la distancia y a mitad del valle, el Río Mala, y un poco más allá, al sur, el Distrito vecino de San Pedro de Mala.

- **El laberinto del "checche"**

Son formaciones naturales en las laderas de los contra fuertes andinos del Oeste, como producto de los sismos, del movimiento de las aguas y de las caldas periódicas de parte de los mismos. Así se han formado "La Chata", "El Tintero" y "El Checche", lugares de donde se han sacado toneladas de chankes, rakas y otros moluscos marinos, desde tiempos inmemoriales, y que

hasta la actualidad siguen formando parte del plato típico del Picante Sanantoniano.

- **La efigie de San Antonio y la piedra campana**

La primera forma parte de una de las leyendas de la ciudad y que da origen al nombre del pueblo. Se observa a un bloque pétreo, en bulto, que se asemeja al Santo Patrón. Se halla delante de otro bloque rocoso mayor, saliente del cerro.

En relación a la Piedra Campana, ésta ubicada sobre tras rocas que sobresalen del cerro. Llama poderosamente la atención de los visitantes, su sonido metálico, nítido, similar al de una campana. Este sonido también lo tienen otras rocas del lugar, son muchas, aún distantes de la principal.

- **Otros miradores naturales**

Desde estos se pueden admirar el paisaje, las campiñas, las carreteras y caminos diversos dentro del plano urbano y rústico, además de los lugares turísticos aludidos.



## **b) Recursos Arqueológicos**

- **Centro Arqueológico Cerro La Ollería**

- Ubicación

En el límite entre los distritos de San Antonio y Santa Cruz de Flores. Se encuentra a la entrada de San Antonio, hay un camino carrozable que parte de la antigua Panamericana Sur y que en 2 km lleva a La Ollería.

- Características

El edificio principal es de adobe y domina todo el conjunto habitacional que se distribuye en toda la quebrada. El edificio presenta muros de 60 a 85 cms de espesor contruidos con adobes rectangulares de 43x23x12 cms. Este edificio evidencia algunas habitaciones y plataformas que le dan volumen. Tiene una altura aproximada de 8 a 10 mts y denota el uso de piedras en su arquitectura. Está adosado a la ladera del cerro que mira hacia la quebrada. Se presenta tanto en la parte llana baja de la quebrada así como en sus laderas desde el inicio hasta el fondo, una serie de estructuras menores que deben corresponder a habitaciones o viviendas familiares. Las de las laderas de ambos cerros forman pequeñas terrazas donde se ubican intercomunicándose entre sí mediante estrechos senderos.

- **Cronología**

De acuerdo a la arquitectura de adobe y piedra así como a la cerámica asociada al monumento, este sitio arqueológico estuvo en funcionamiento durante el Período Intermedio Tardío hasta la dominación Inca del valle, es decir desde los años 1100 D.C. hasta el 1535 D.C.

Se considera que el lugar ha sido una especie de "fábrica" de cerámicas. Hasta parte del siglo pasado se encontraban todavía cantidades innúmeras de trozos de cerámicas, de allí el nombre. El estilo de su cerámica corresponde al de Puerto Viejo como son los colores; ocre, marrón, blanco y negro; con cuello gollete, faz en alto relieve y brazos cruzados, pero también se han hallado figuras geométricas; con confecciones burdas y otras muy finas; tales cerámicas tenían diversos usos y tamaños. Conocieron el oro y el cobre, los que emplearon en confecciones diversas. Por el lugar se pueden encontrar en gran número a las llamadas "piedras escoria". Emplearon el algodón nativo para sus confecciones de telas en sus vestimentas especialmente cultivaron el maíz, los fréjoles, los paliars, el maní y zapallos. Criaron a los cuyes y muy posiblemente a los perros sin pelos.

- **Centro arqueológico de "la capa rosa"**

Se puede observar en primer lugar, el basural que tuvo este grupo humano. Se puede ver también parte de algunas construcciones de piedras y al fondo de los cerros lo que pudo ser parte de sus casas. Es una de las más antiguas aldeas de la zona y del valle, junto con la de Esquivilca. En la continuación de los cerros hacia el sur encontramos un cementerio con

numerosas tumbas. Vivían de la pesca y saca de los moluscos del mar, además de los camarones, lisas y pejerreyes de "La Laguna".

### **c) Gastronomía**

Una de los atractivos de nuestro San Antonio es sin duda su arte culinario, desde dulces como la chapana hasta deliciosos platos como el arroz con pato, toda una delicia en el paladar de los comensales. La cocina san antoniana tiene platos comunes con otros distritos vecinos.

- **Arroz con pato**

Preparado especialmente con patos criados en chacras.

- **Picante sanantoniano**

Gracias al Río Mala se puede contar con los camarones, ingrediente simbólico de este exquisito plato.

- **Sopa Bruta y Carapulcra**

El más famoso plato de la cocina cañetana no es ajeno a San Antonio, presente en cuanta fiesta popular se realice, sus ingredientes principales son la papa seca, maní, carne de res y chancho; se acompaña con yuca.

### **d) Calendario Turístico**

- 17 de Febrero: Instalación del Primer Concejo Municipal
- 40 días después de Semana Santa: Señor de Cachuy
- 13 de Junio: Fiesta Patronal del Distrito

- 16 de Julio: Santísima Virgen del Carmen
- Octubre: Señor de los Milagros
- 27 de Diciembre: Aniversario de Creación Política

**e) Otros**

- **Plaza de la identidad san antoniana - Iglesia Matriz**

Ambas constituyen ambientes recientes, iconos del esfuerzo colectivo de los pobladores. Enclavadas en uno de los desfuegos que tuvo hace miles de años el Río Mala. Hoy, es sitio que visitan muchos ciudadanos que vienen de toda la Provincia y de la capital, por cuanto la iglesia en especial, constituye una edificación moderna y diferente a las que conocemos en toda la Provincia de Cañete.

- **Mapa del distrito de San Antonio**



### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Población y Muestra**

- La población estuvo conformada por los pobladores y visitantes del distrito de San Antonio – Cañete.
- La muestra fue no probabilística, por conveniencia, conformada por 100 personas, pobladores y visitantes del distrito de San Antonio – Cañete con edades entre 18 años a 60 años, hombres/mujeres.

#### **3.2 Instrumento**

- Se aplicó un cuestionario conformado por 10 preguntas referentes al tema de investigación: El desarrollo Turístico en el distrito de San Antonio – Cañete.

## IV. RESULTADOS

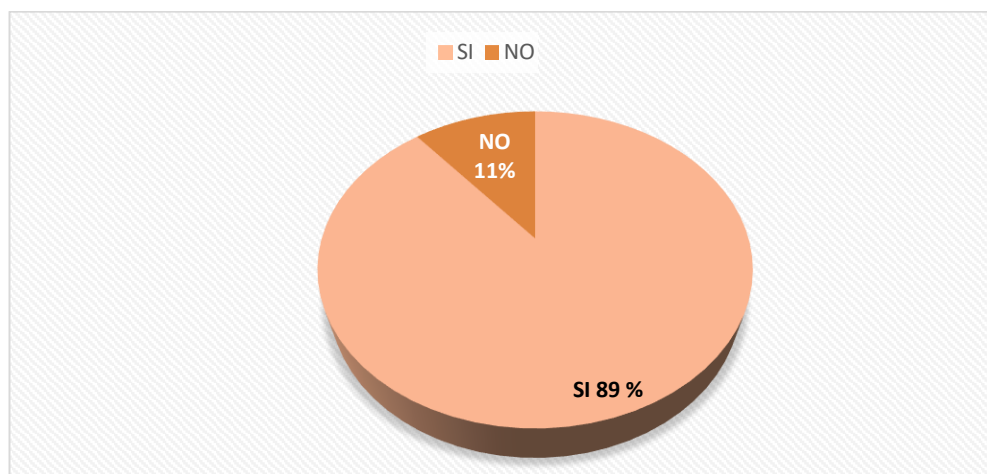
**Tabla N° 1 Pregunta 1**

1. ¿Cree Usted que el distrito de San Antonio - Cañete es un distrito turístico?

| RESPUESTAS | TOTAL | %    | MUJER | %    | HOMBRE | %    | 18 - 40 años | %    | 41-60 años | %    |
|------------|-------|------|-------|------|--------|------|--------------|------|------------|------|
| SI         | 89    | 89%  | 46    | 90%  | 43     | 88%  | 60           | 90%  | 29         | 88%  |
| NO         | 11    | 11%  | 5     | 10%  | 6      | 12%  | 7            | 10%  | 4          | 12%  |
| TOTAL      | 100   | 100% | 51    | 100% | 49     | 100% | 67           | 100% | 33         | 100% |

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 1 ¿Cree Usted que el distrito de San Antonio - Cañete es un distrito turístico?



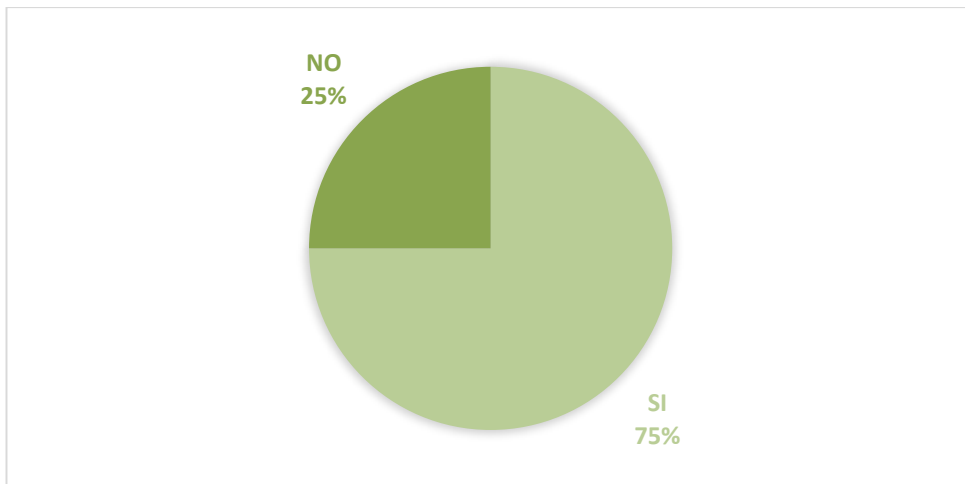
Se observa que el 89% de los pobladores y visitantes creen que el distrito de San Antonio es un distrito turístico, mientras que el 11% cree que no lo es.

**Tabla N° 2 Pregunta 2**

2) ¿Conoce usted los recursos turísticos del distrito de San Antonio - Cañete?

| RESPUESTAS | TOTAL | %    | MUJER | %    | HOMBRE | %    | 18 - 40 años | %    | 41-60 años | %    |
|------------|-------|------|-------|------|--------|------|--------------|------|------------|------|
| SI         | 75    | 75%  | 37    | 73%  | 38     | 78%  | 48           | 72%  | 27         | 82%  |
| NO         | 25    | 25%  | 14    | 27%  | 11     | 22%  | 19           | 28%  | 6          | 18%  |
| TOTAL      | 100   | 100% | 51    | 100% | 49     | 100% | 67           | 100% | 33         | 100% |

Gráfico N° 2 ¿Conoce usted los recursos turísticos del distrito de San Antonio -Cañete?



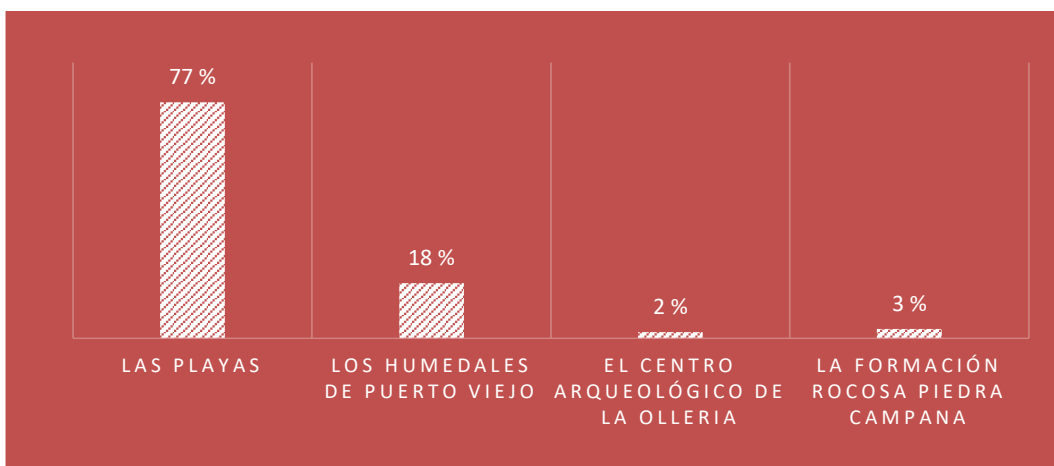
Se observa que el 75% de pobladores y visitantes conoce los recursos turísticos del distrito de San Antonio Cañete, mientras que el 25 % de ellos indican que no conocen los recursos turísticos.

**Tabla N° 3 Pregunta 3**

3) ¿Cuál cree Usted que es el principal recurso turístico del distrito de San Antonio - Cañete?

| RESPUESTAS                           | TOTAL      | TOTAL       | MUJER     | %           | HOMBRE    | %           | 18 - 40 años | %           | 41-60 años | %           |
|--------------------------------------|------------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|--------------|-------------|------------|-------------|
| Las playas                           | 77         | 77%         | 35        | 69%         | 42        | 86%         | 54           | 81%         | 23         | 70%         |
| Los humedales de Puerto Viejo        | 18         | 18%         | 12        | 24%         | 6         | 12%         | 10           | 15%         | 8          | 24%         |
| El Centro Arqueológico de La Ollería | 2          | 2%          | 2         | 4%          | 0         | 0%          | 2            | 3%          | 0          | 0%          |
| La formación rocosa piedra campana   | 3          | 3%          | 2         | 4%          | 1         | 2%          | 1            | 1%          | 2          | 6%          |
| <b>TOTAL</b>                         | <b>100</b> | <b>100%</b> | <b>51</b> | <b>100%</b> | <b>49</b> | <b>100%</b> | <b>67</b>    | <b>100%</b> | <b>33</b>  | <b>100%</b> |

Gráfico N°3 ¿Cuál cree Usted que es el principal recurso turístico del distrito de San Antonio - Cañete?



Se observa que el 77% de pobladores y visitantes encuestados creen que las playas son el principal recurso turístico del distrito de San Antonio, para el 18% de encuestados Los Humedales de Puerto Viejo son el principal recurso turístico.

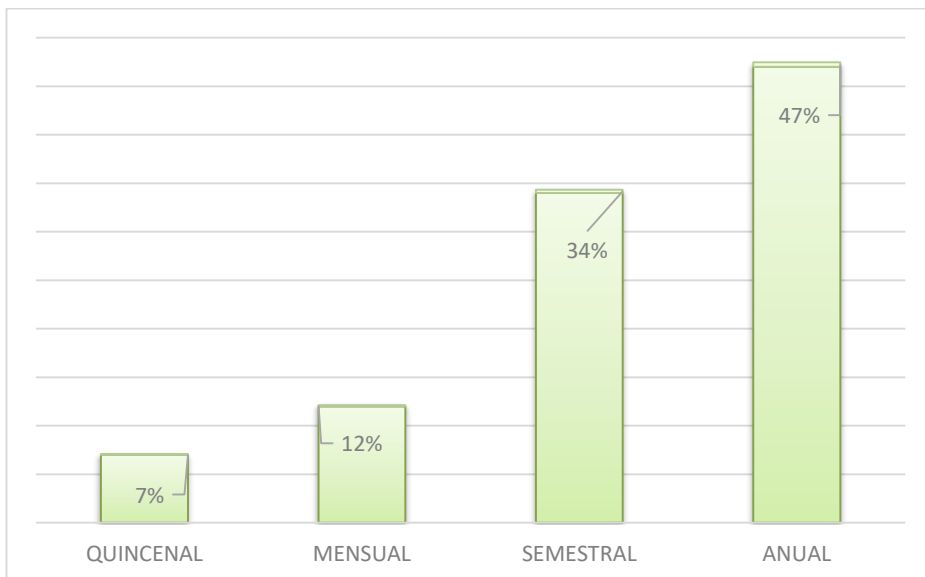


**Tabla N° 4 Pregunta 4**

4) ¿Con qué frecuencia visita alguno de los recursos turísticos del distrito de San Antonio - Cañete?

| RESPUESTAS   | TOTAL      | %           | MUJER     | %           | HOMBRE    | %           | 18 - 40 años | %           | 41-60 años | %           |
|--------------|------------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|--------------|-------------|------------|-------------|
| QUINCENAL    | 7          | 7%          | 5         | 10%         | 2         | 4%          | 6            | 9%          | 1          | 3%          |
| MENSUAL      | 12         | 12%         | 6         | 12%         | 6         | 12%         | 11           | 16%         | 1          | 3%          |
| SEMESTRAL    | 34         | 34%         | 15        | 29%         | 19        | 39%         | 19           | 28%         | 15         | 45%         |
| ANUAL        | 47         | 47%         | 25        | 49%         | 22        | 45%         | 31           | 46%         | 16         | 48%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> | <b>51</b> | <b>100%</b> | <b>49</b> | <b>100%</b> | <b>67</b>    | <b>100%</b> | <b>33</b>  | <b>100%</b> |

Gráfico N°4 ¿Con qué frecuencia visita alguno de los recursos turísticos del distrito de San Antonio - Cañete?



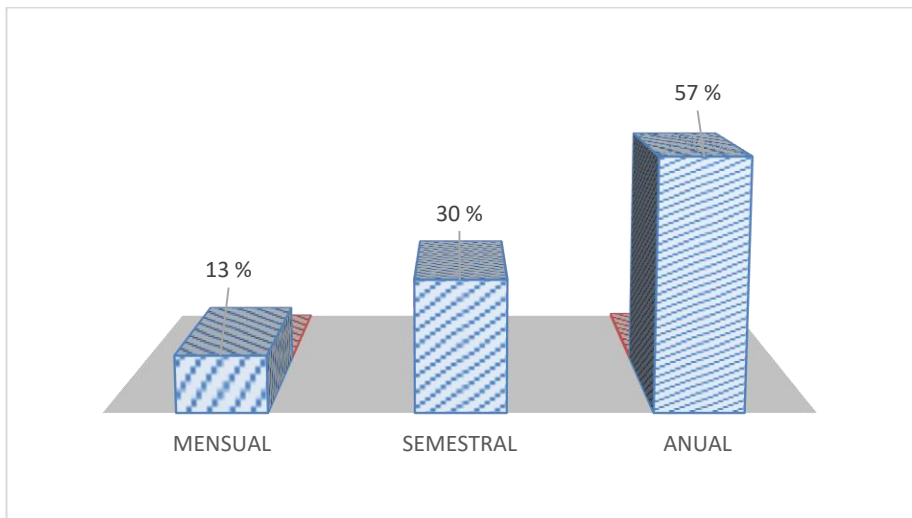
Se puede observar que un 47 % de visitantes y pobladores visitan los recursos turísticos con frecuencia anual, un 34 % los visita cada semestre, un 12 % lo hace mensual.

### Tabla N°5 Pregunta 5

5) ¿Con qué frecuencia se realizan ferias o eventos culturales y/o deportivos para promocionar los recursos turísticos del distrito de San Antonio - Cañete?

| RESPUESTAS | TOTAL | %    | MUJER | %    | HOMBRE | %    | 18 - 40 años | %    | 41-60 años | %    |
|------------|-------|------|-------|------|--------|------|--------------|------|------------|------|
| MENSUAL    | 13    | 13%  | 8     | 16%  | 5      | 10%  | 11           | 16%  | 2          | 6%   |
| SEMESTRAL  | 30    | 30%  | 11    | 22%  | 19     | 39%  | 19           | 28%  | 11         | 33%  |
| ANUAL      | 57    | 57%  | 32    | 63%  | 25     | 51%  | 37           | 55%  | 20         | 61%  |
| TOTAL      | 100   | 100% | 51    | 100% | 49     | 100% | 67           | 100% | 33         | 100% |

Gráfico N°5 ¿Con que frecuencia se realizan ferias o eventos culturales y/o deportivos para promocionar los recursos turísticos del distrito de San Antonio - Cañete?



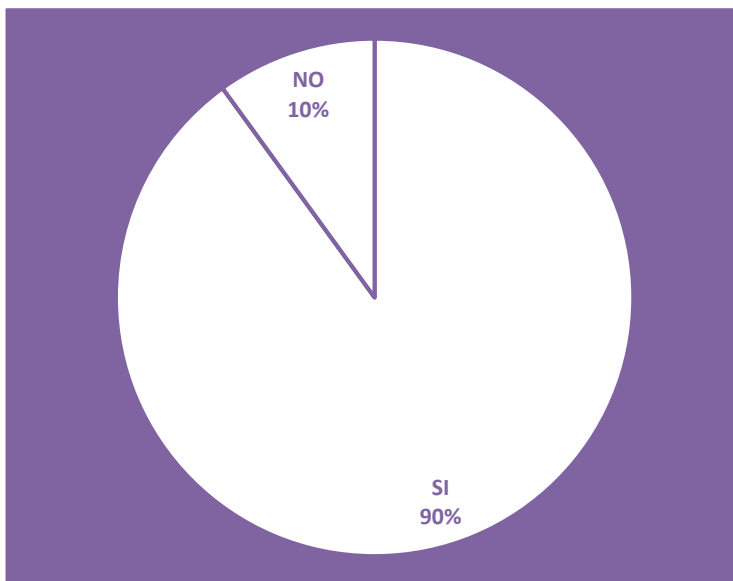
Se puede observar que el 57% de encuestados indican que se realizan eventos y/o ferias con frecuencia anual, un 30 % indican que se realizan ferias o eventos semestralmente y sólo un 13% considera que se realiza con frecuencia mensual.

**Tabla N°6 Pregunta 6**

6) ¿Considera Usted que las ferias, eventos culturales y/o deportivos ayudan a conocer su distrito a nivel nacional?

| RESPUESTAS | TOTAL | %    | MUJER | %    | HOMBRE | %    | 18 - 40 años | %    | 41-60 años | %    |
|------------|-------|------|-------|------|--------|------|--------------|------|------------|------|
| SI         | 90    | 90%  | 46    | 90%  | 44     | 90%  | 59           | 88%  | 31         | 94%  |
| NO         | 10    | 10%  | 5     | 10%  | 5      | 10%  | 8            | 12%  | 2          | 6%   |
| TOTAL      | 100   | 100% | 51    | 100% | 49     | 100% | 67           | 100% | 33         | 100% |

Gráfico N°6 ¿Considera Usted que las ferias, eventos culturales y/o deportivos ayudan a conocer su distrito a nivel nacional?



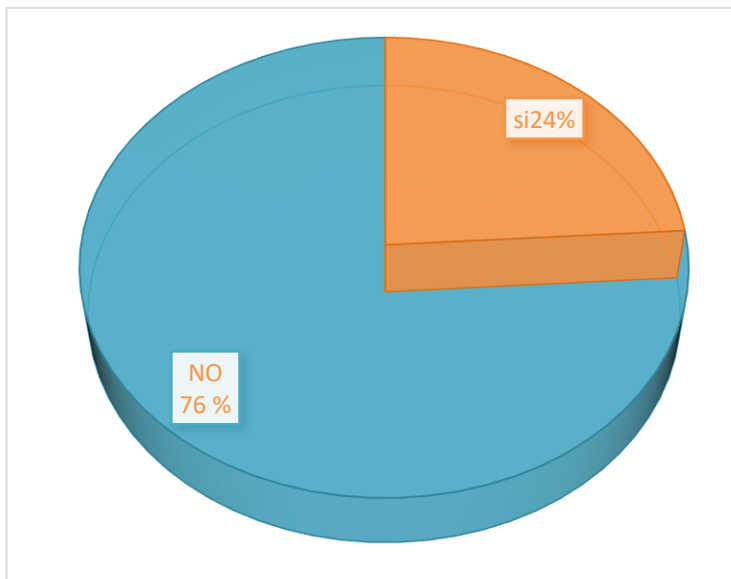
Se puede observar que el 90 % de encuestados consideran que las ferias y o eventos ayudan a conocer el distrito a nivel nacional, mientras que un 10% consideran que no ayudan a conocerlo.

### Tabla N°7 Pregunta 7

7) ¿Considera usted que en el distrito de San Antonio - Cañete se invierte en la actividad turística?

| RESPUESTAS | TOTAL | %    | MUJER | %    | HOMBRE | %    | 18 - 40 años | %    | 41-60 años | %    |
|------------|-------|------|-------|------|--------|------|--------------|------|------------|------|
| SI         | 24    | 24%  | 11    | 22%  | 13     | 27%  | 16           | 24%  | 8          | 24%  |
| NO         | 76    | 76%  | 40    | 78%  | 36     | 73%  | 51           | 76%  | 25         | 76%  |
| TOTAL      | 100   | 100% | 51    | 100% | 49     | 100% | 67           | 100% | 33         | 100% |

Gráfico N°7 ¿Considera usted que en el distrito de San Antonio - Cañete se invierte en la actividad turística?



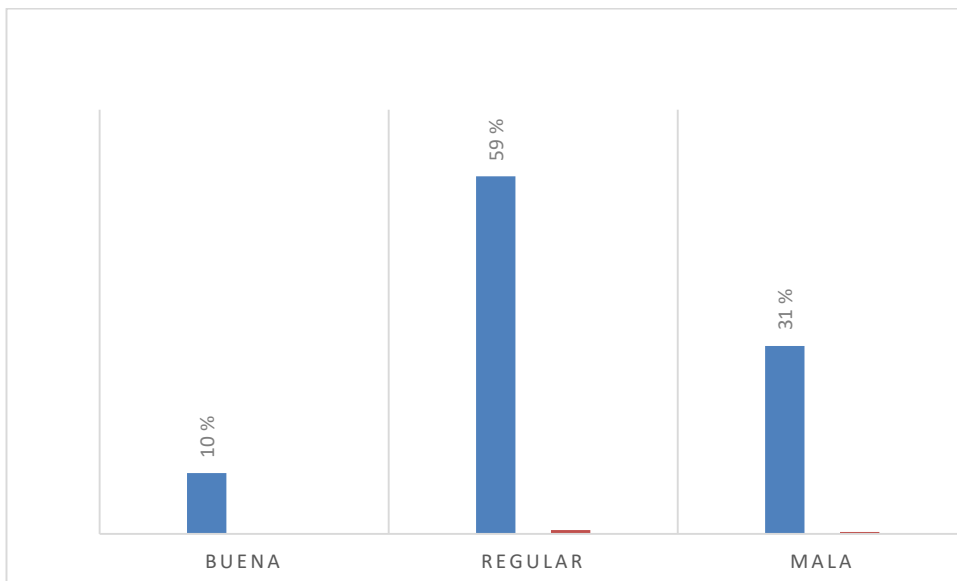
Se observa que el 76 % de los encuestados considera que no se invierte en la actividad turística mientras que un 24% consideran que, si se invierte en la actividad turística.

**Tabla N°8 Pregunta 8**

8) ¿Qué calificación le brindaría usted actualmente a la actividad turística que se realiza en el distrito de San Antonio – Cañete?

| RESPUESTAS | TOTAL | %    | MUJER | %    | HOMBRE | %    | 18 - 40 años | %    | 41-60 años | %    |
|------------|-------|------|-------|------|--------|------|--------------|------|------------|------|
| BUENA      | 10    | 10%  | 7     | 14%  | 3      | 6%   | 7            | 10%  | 3          | 9%   |
| REGULAR    | 59    | 59%  | 26    | 51%  | 33     | 67%  | 40           | 60%  | 19         | 58%  |
| MALA       | 31    | 31%  | 18    | 35%  | 13     | 27%  | 20           | 30%  | 11         | 33%  |
| TOTAL      | 100   | 100% | 51    | 100% | 49     | 100% | 67           | 100% | 33         | 100% |

Gráfico N°8 ¿Qué calificación le brindaría usted actualmente a la actividad turística que se realiza en el distrito de San Antonio – Cañete?



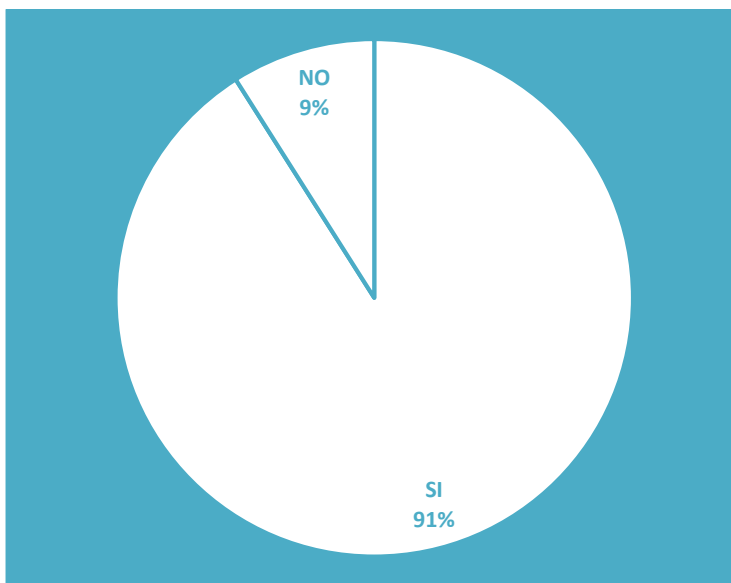
Se observa que los encuestados califican que la actividad turística que se realiza en el distrito de San Antonio es en su mayoría Regular con un 59 %, los que la califican como Mala tienen un 31% y los que la califican como Buena son un 10%.

**Tabla N°9 Pregunta 9**

9) ¿Considera usted que el Turismo podría ser la principal actividad económica del distrito de San Antonio - Cañete?

| RESPUESTAS | TOTAL | %    | MUJER | %    | HOMBRE | %    | 18 - 40 años | %    | 41-60 años | %    |
|------------|-------|------|-------|------|--------|------|--------------|------|------------|------|
| SI         | 91    | 91%  | 47    | 92%  | 44     | 90%  | 59           | 88%  | 32         | 97%  |
| NO         | 9     | 9%   | 4     | 8%   | 5      | 10%  | 8            | 12%  | 1          | 3%   |
| TOTAL      | 100   | 100% | 51    | 100% | 49     | 100% | 67           | 100% | 33         | 100% |

Gráfico N°9 ¿Considera usted que el Turismo podría ser la principal actividad económica del distrito de San Antonio - Cañete?



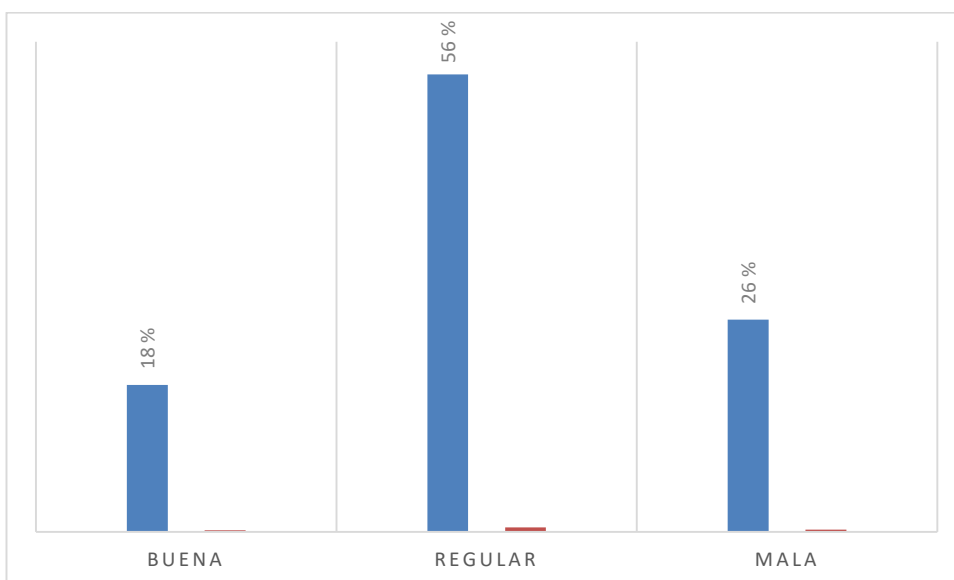
Se observa que el 91 % de encuestados consideran que el Turismo podría ser la principal actividad económica del distrito de San Antonio Cañete, mientras que un 9% consideran que no podría ser la actividad económica principal del distrito.

**Tabla N°10 Pregunta 10**

10) ¿Cómo calificaría usted la situación actual de los recursos turísticos en el distrito de San Antonio - Cañete?

| RESPUESTAS   | TOTAL      | %           | MUJER     | %           | HOMBRE    | %           | 18 - 40 años | %           | 41-60 años | %           |
|--------------|------------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|--------------|-------------|------------|-------------|
| BUENA        | 18         | 18%         | 11        | 22%         | 7         | 14%         | 10           | 15%         | 8          | 24%         |
| REGULAR      | 56         | 56%         | 26        | 51%         | 30        | 61%         | 38           | 57%         | 18         | 55%         |
| MALA         | 26         | 26%         | 14        | 27%         | 12        | 24%         | 19           | 28%         | 7          | 21%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> | <b>51</b> | <b>100%</b> | <b>49</b> | <b>100%</b> | <b>67</b>    | <b>100%</b> | <b>33</b>  | <b>100%</b> |

Gráfico N°10 ¿Cómo calificaría usted la situación actual de los recursos turísticos en el distrito de San Antonio - Cañete?



Se observa que la mayoría de encuestados con un 56% califica como Regular a la situación actual de los recursos turísticos en el distrito de San Antonio Cañete, mientras que un 26 % la califica como Mala.

#### **4.1 Discusión de resultados**

En base a los resultados de la pregunta 1 del cuestionario, la gran mayoría de encuestados tanto jóvenes como adultos creen que el distrito de San Antonio Cañete es un distrito turístico, como señala La Guía Metodológica para la identificación, formulación y evaluación social de proyectos de inversión pública (MEF 2013) el desarrollo turístico tiene que tener como elemento principal a la Eficiencia; que trata de los objetivos propios de cada territorio mediante una inversión adecuada y rentable.

En este sentido la población está consciente de que cuentan con potencial para poder ser un distrito turístico, y desean que se realice la actividad turística y que tenga beneficios para los pobladores y para los visitantes, es decir cumple con un elemento principal para que se pueda dar el desarrollo turístico sostenible en el distrito que es el de cumplir con los objetivos propios del territorio.

En la pregunta 6 la mayoría de encuestados consideran que las ferias, eventos culturales y/o deportivos ayudan a conocer el distrito a nivel nacional”, es así, como señala Serra (2002) deben resaltarse las amplias posibilidades de emprender acciones promocionales cooperativas en turismo, en donde distintos operadores aúnan esfuerzos en beneficios mutuo como actividades promocionales como las ferias turísticas; así como la mejor promoción son las opiniones favorables de familiares y amigos como fuente de información.

En este sentido la mejor promoción que pueden brindar de un distrito son las experiencias y vivencias de los pobladores o los visitantes dentro de los recursos turísticos o en visita a estos.



## V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1. Conclusiones

- El desarrollo turístico en el distrito de San Antonio aún es bajo ya que no existe una adecuada planificación en base a la realidad de los recursos, a pesar de que en la investigación se demuestra que la población y visitantes consideran que es un distrito turístico también son conscientes que no se invierte y que los recursos no están siendo cuidados de una forma sostenible.
- La implementación del Inventario de recursos turísticos es insuficiente, ya que no cuentan con esta recopilación de información trascendental para establecer proyectos orientados a la realidad local a su vez en la investigación se logró conocer que los pobladores y visitantes tienen en claro cuáles son sus recursos turísticos más importantes para inventariarlos y trabajar en base a estos.
- La promoción turística que se viene realizando es baja, porque no tiene la categoría de actividad turística simplemente se realizan actividades para promocionar eventos deportivos, concursos en algunos casos también con temas de política y religión, que para la investigación los encuestados manifiestan que, si se hace conocer su distrito, pero no necesariamente como un tema turístico, sino como de cualquier otra índole en general.

- La asociatividad en el distrito de San Antonio – Cañete es nula, en la investigación se logró conocer que la población tiene en claro que el turismo podría ser la principal actividad económica del distrito, pero que no encuentran ayuda en temas de capacitación en Turismo ni en asociatividad con la empresa privada.
- El marketing en el distrito de San Antonio es insuficiente ya que en la investigación se pudo entender que en la actualidad no existe personal en la municipalidad para recibir a los turistas, ni material y/o difusión turística en donde se proyecten las actividades tanto a los visitantes que llegan al distrito, ni al público que se desearía llegar.

## 5.2 Recomendaciones

- Se recomienda al Gobierno Local junto con la empresa privada considerar alinear el Plan de Desarrollo Turístico Local en el Plan de Desarrollo Distrital en San Antonio Cañete, para que en coordinación con MINCETUR, DIRCETUR y otras instituciones realizar capacitaciones conjuntas de un plan de desarrollo de turismo sostenible en el distrito y de acuerdo a la realidad del potencial distrital alinearse a los objetivos corto, mediano y largo en el PENTUR 2016. Que van a estar directamente vinculadas con la asistencia técnica, y sería el resultado del trabajo de equipos especializados, para definir las metas de desarrollo del sector y las estrategias, programas y acciones que conduzcan a su cumplimiento.
- Se recomienda la Implementación de un Inventario de Recursos Turísticos del distrito, ya que se va poder conocer cada uno de los recursos de acuerdo a la particularidad de cada uno de ellos. Además, se podría generar el fomento de inversiones; constituida por estudios técnicos, investigaciones, publicaciones, créditos y cualquier otro tipo de disposiciones similares, elaboradas y establecidas por el sector público para promover la participación de la inversión privada. Podríamos pensar en la realización y actualización del registro de prestadores de servicios turísticos, la categorización y jerarquización de esos servicios, y la vigilancia del cumplimiento de los requisitos que se convengan respecto a la calidad que deben alcanzar los servicios pertenecientes a cada una de las categorías y jerarquías establecidas.
- Se recomienda que al trabajar en el plan de desarrollo turístico local. Incluir el plan de marketing y promoción turística empezando con

muestras itinerantes para la población y luego visitas de los colegios de la comuna, así como de los distritos aledaños, ya que la mayoría de los encuestados conocen sus recursos más no conocen la importancia de ellos. En el plan de promoción turística se buscaría comprender la investigación y la definición de medidas para explotar y preservar los atractivos turísticos, racionalizar el crecimiento de la planta, turística, programar eventos y actividades turísticas, promover el desarrollo armónico del espacio turístico, e incrementar la demanda y venta. Se crearían programas y acciones puntuales destinados a identificar y satisfacer las necesidades de formar, perfeccionar o especializar en el nivel básico, medio y superior, a funcionarios, personal y empresarios que se desempeñan en el sector turístico. Lograríamos tener visitas personalizadas a establecimientos con Mincetur y Dircetur para acompañar al empresariado que mejore sus servicios con una buena promoción.

- Se recomienda que se considere la asociatividad, al conocer a los involucrados en la actividad turística distrital crear la cámara de Turismo distrital para que puedan tener fuerza representativa y buscar aliados estratégicos para lograr sus objetivos.
- Se recomienda que, en plan de marketing, se incluya la integración de la Oficina de turismo en la Municipalidad Distrital de San Antonio, para que esta área trabaje con los pobladores, sólo temas de la promoción del turismo en el distrito.

## VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASCENSIÓN, F (2005) *Turismo sostenible en el Perú: planificación, gestión y desarrollo*, Lima.

CEBRIÁN, F (2008) *Turismo rural y desarrollo local*, Lima

Guía para la Identificación, Formulación y Evaluación Social de proyectos de Inversión Pública del sector Turismo, a nivel de Perfil (2014), Lima.

LICKORISH L. Y JENKINS G. (2007) *Introducción al Turismo*. España

Manual para la elaboración de productos turísticos. (2012) *Mincetur*. Lima

Manual para la formulación del Inventario de recursos turísticos a nivel nacional (2010) *MINCETUR*

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2016), “*Oportunidades de Inversión, en Turismo, Plan Estratégico*”. Lima

SERGIO, I Y GARCÍA .C, (2008) “*Plan Estratégico Nacional de Turismo*”. Lima, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

SERRA, A (2002). “*Marketing Turístico*”. España

SOSA, C. (2004) “*Identidad Cultural y Conciencia Turística Pilares de Desarrollo*”. Lima

<http://www2.unwto.org/es> recuperado en Organización Mundial de Turismo 20-09-17.

[http://www.mincetur.gob.pe/ProductoTurístico/\(2013\)](http://www.mincetur.gob.pe/ProductoTurístico/(2013)) recuperado en  
*Ministerio de Comercio Exterior y Turismo 12-08-17.*

## **VII. ANEXOS**

### **7.1 CUESTIONARIO**

**1 ¿Cree Usted que el distrito de San Antonio - Cañete es un distrito turístico?**

Sí

No

**2 ¿Conoce usted los recursos turísticos del distrito de San Antonio Cañete?**

Sí

No

**3 ¿Cuál cree Usted que es el principal recurso turístico del distrito de San Antonio - Cañete?**

a) Las playas

b) Los humedales de puerto viejo

c) El centro arqueológico de la Ollería

d) La formación rocosa piedra campana

**4 ¿Con que frecuencia visita alguno de los recursos turísticos del distrito de San Antonio - Cañete?**

a) Quincenal    b) Mensual    c) Semestral    d) Anual

**5 ¿Con que frecuencia se realizan ferias o eventos culturales y/o deportivos para promocionar los recursos turísticos del distrito de San Antonio - Cañete?**

a) Mensual    b) Semestral    c) Anual

**6. ¿Considera Usted que las ferias, eventos culturales y/o deportivos ayudan a conocer su distrito a nivel nacional?**

Sí

No

**7. ¿Considera usted que en el distrito de San Antonio - Cañete se invierte en la actividad turística?**

Sí

No

**8. ¿Qué calificación le brindaría usted actualmente a la actividad turística que se realiza en el distrito de San Antonio – Cañete?**

a) Buena

b) Regular

c) Mala

**9. ¿Considera usted que el Turismo podría ser la principal actividad económica del distrito de San Antonio - Cañete?**

Sí

No

**10. ¿Cómo calificaría usted la situación actual de los recursos turísticos en el distrito de San Antonio - Cañete?**

a) Buena

b) Regular

c) Malo



## **7.2 Modelo de ficha de Inventario de recursos turísticos**

### **FICHA Nª 000**

**NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO:** PLAYA PUERTO VIEJO

**UBICACIÓN:** **REGIÓN:** LIMA **PROVINCIA:** CAÑETE **DISTRITO:** SAN ANTONIO

**CATEGORÍA:** SITIOS NATURALES

**TIPO:** COSTAS

**SUB TIPO:** PLAYAS.

---

#### **DESCRIPCION:**

ES UN GRAN GENERADOR DE DIVISAS ECONÓMICAS DEBIDO QUE CONVIERTE EN CENTROS OCUPACIONALES PARA HOMBRES Y MUJERES (PARA MUJERES EN VERANO PARA LOS HOMBRES EN INVIERNO), DEBIDO A QUE VAN A SER LAS PERSONAS QUE VAN A CONSTRUIR Y LAS MUJERES SE VAN A ENCARGAR DE ATENDER EN LOS RESTAURANTES.

SON LOS MISMOS POBLADORES QUE EN LOS MESES DE VERANO EMPIEZAN A INSTALAR SUS QUIOSCOS EN LAS PLAYAS. LO CUAL LOGRA QUE LA MUNICIPALIDAD LES OTORQUE UNA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO BAJO CIERTAS REGLAS QUE ELLOS DEBEN CUMPLIR

#### **PARTICULARIDADES:**

EL INGENIO Y EL APOYO QUE TUVIERON LOS POBLADORES DE SAN ANTONIO PARA SACAR ADELANTE Y DARLO A CONOCER, PRODUCIENDO FUENTES DE TRABAJO PARA HOMBRES Y MUJERES DE TODAS LAS EDADES

#### **ESTADO ACTUAL:**

SE ENCUENTRA EN BUEN ESTADO, HAY MANTENIMIENTO DE LA PARTE DE LA MUNICIPALIDAD.

#### **OBSERVACIONES:**

PARA MEJORAR Y EVITAR QUE SE ARROJE BASURA A LAS PLAYAS  
LAS PERSONAS QUE VENDEN LOS PRODUCTOS DEBEN RECOGER  
CUANDO ESTO FINALICE O AVISARLES DÓNDE ESTÁN UBICADOS  
LOS TACHOS

**TIPO DE VISITANTE:**

EXTRANJERO

NACIONAL

REGIONAL

LOCAL

**GRADO DE AFLUENCIA: 3**

**ACCESO HACIA EL RECURSO**

**TERRESTRE:**

AUTOMÓVIL PARTICULAR

BUS PÚBLICO.

BUS TURÍSTICO ESPECIFICAR

COMBI

MINI-BUS PÚBLICO

MINI-BUS TURÍSTICO

MOTOTAXI

TAXI

**MARÍTIMO:**

BARCO

BOTE

**TIPO DE INGRESO:**

LIBRE

**EPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO**

ESPORÁDICAMENTE

ENERO

FEBRERO

MARZO

**INFRAESTRUCTURA**

## **FUERA DEL RECURSO**

AGUA

DESAGÜE

LUZ

TELÉFONO

ALCANTARILLADO

SEÑALIZACIÓN

## **ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO**

NATURALEZA

OBSERVACIÓN DE AVES

OBSERVACIÓN DE FLORA

## **DEPORTES / AVENTURA**

CAMPING

SANDBOARD

DEPORTES ACUATICOS

TABLA HAWAIANA (SURFING)

VELA (WINDSURF)

FOLCLORE

ACTIVIDADES RELIGIOSAS Y/O PATRONALES

FERIAS

DEGUSTACIÓN DE PLATOS TÍPICOS

## **SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO:**

### **ALIMENTACIÓN:**

RESTAURANTES

KIOSCOS DE VENTA DE COMIDA

### **OTROS SERVICIOS:**

SERVICIO DE ESTACIONAMIENTO

SERVICIOS DE SALVAVIDAS

SERVICIO DE TAXIS  
TÓPICO  
SEGURIDAD/SERENASGO MUNICIPAL  
SERVICIOS HIGIÉNICOS

**SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO TURISTICO:**

**ALIMENTACIÓN:**

RESTAURANTES  
BARES  
VENTA DE COMIDA RÁPIDA  
KIOSCOS DE VENTA DE COMIDA  
Y/O BEBIDAS

**OTROS SERVICIOS:**

SERVICIOS DE INTERNET  
SERVICIO DE TAXIS  
TÓPICO  
OFICINA DE INFORMACIÓN  
SEGURIDAD/SERENASGO MUNICIPAL  
SERVICIOS HIGIÉNICOS

**DATOS COMPLEMENTARIOS:**

SE UTILIZA PARA CAMPAMENTOS, FERIAS GASTRONÓMICAS.

**PROPIEDAD DEL RECURSO TURÍSTICO:**

**ADMINISTRADO POR:** MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SAN ANTONIO

**FUENTES BIBLIOGRÁFICAS (\*):**

REVISTA PROFESIONAL TURISMO Y DESARROLLO HUMANO AÑO 1  
– EDICIÓN 02 JUNIO 2007 PAG. 2.

WWW.MUNISANANTONIO.GOB.PE

**MATERIAL AUDIO VISUAL ACTUAL DEL RECURSO TURISTICO:**

FOTOGRAFÍAS, VIDEOS, CD, PORTAL WEB, REVISTAS

**7.3 Imágenes de los recursos turísticos de San Antonio – Cañete**

### 7.3-1 Plaza de armas del distrito de San Antonio - Cañete



### 7.3-2 Playa y formación rocosa León dormido



### 7.3-3 Humedales de Puerto Viejo



### 7.3-4 Formación rocosa piedra campana



### 7.3-5 Centro Arqueológico La Ollerí

