



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACION
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO, HOTELERIA Y
GASTRONOMIA**

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**TURISMO RURAL Y LA CALIDAD EN EL SERVICIO DE LOS POBLADORES
DE LA COMUNIDAD DE AMARU, DISTRITO PISAQ, PROVINCIA CALCA,
DEPARTAMENTO CUSCO, 2022.**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN TURISMO,
HOTELERIA Y GASTRONOMIA**

PRESENADA POR:

BACH: KATHERINE ACHO CASTILLO

ASESOR:

Dr. JOSE ABEL DE LA TORRE TEJADA

LIMA – PERÚ

2022

DEDICATORIA

Dedico esta investigación a mi madre, Francisca Castillo, por darme la vida por creer en mí y por su apoyo constante. Madre gracias por todo, todo lo que soy te lo debo a ti.

A mis hermanas, Gladys Acho y Yanet Acho por estar conmigo y apoyarme siempre.

A mi hijo y pareja, Diego Gabriel y Diego Loayza por ser mis inspiraciones y por el gran cariño brindado.

AGRADECIMIENTO

A Dios y a la Vida. Agradezco en forma especial a los docentes que me ayudaron con la investigación de este trabajo al Mg. Leonel fuentes, Mg. Elian Anai Tecsi Gonzales y al Mg. Asdrúbal Alzamora a todos gracias, ya que sus experiencias aportaron mucho en mi investigación, me han permitido comprender la importancia de una investigación verídica a ellos mi mayor gratitud, por compartir conmigo sus anhelos, percepciones y visión de futuro.

Agradezco al profesor Daniel Hilaes letona, quien guiara este trabajo de investigación tesis, por su colaboración a lo largo de este proceso, ha sido un valioso aporte que agradezco sinceramente.

Agradezco especialmente a mi hermana Gladys, por su invaluable ayuda en la materialización de esta investigación. A todos ellos mis agradecimientos por su importante aporte.

INTRODUCCION

Durante mucho tiempo se consideró un desafío integrar el turismo rural en las diferentes sociedades actuales. Dicho problema se tornó un desafío para las personas en general. Los espacios rurales son multifuncionales ya que albergan una cantidad grande de actividades que son beneficiosas para la mejora económica. Se reconoce que el turismo rural hoy en día engloba menos el aspecto agrario, pero no por eso es menos importante. Se hace uso de nuevas estrategias que ayudan al desarrollo.

Es así, que se percibe a la calidad de servicio como un medio general a nivel mundial ya que es un factor de negocios que se fue formalizando básicamente por los consumidores quienes buscaban adquirir algo bueno sin defectos, se reconoce que en la actualidad las personas son más exigentes y deciden informarse primero sobre el producto, por ende, las organizaciones ven la necesidad de formar un negocio donde se obtenga la satisfacción de los consumidores.

Para poder producir un grado de satisfacción en el turista se debe de tomar en cuenta la optimización de los productos y servicios que se ofrecen, esto debido a que solo ellos brindan grandes atribuciones económicas a las zonas. De otro lado, siempre se tiene presente la percepción que ellos recogen del lugar a través de sus experiencias, solo así se difunde la información adecuada o poco adecuada del lugar.

Para conseguir mejores beneficios se pueden considerar la integración de nuevos emprendimientos y servicios, todo con el objetivo de que el turista se sienta a gusto y satisfecho, produciendo que el desee regresar a la zona.

RESUMEN

El presente trabajo de suficiencia “Turismo rural y la calidad en el servicio de los pobladores de la comunidad de Amaru, distrito Písaq, provincia Calca, departamento Cusco, 2022” como su nombre lo indica, tiene como finalidad determinar cómo es el turismo rural y la calidad en el servicio de los pobladores de la comunidad de Amaru, distrito Písaq, provincia Calca, departamento Cusco, 2022, y como objetivo específico fue: describir la situación actual del turismo rural en la comunidad de Amaru, distrito Písaq, provincia Calca, departamento Cusco, 2022, como segundo objetivo es: describir la situación actual de la actividad turística en la ruta de la Laguna Humantay, en el distrito de Mollepata, Anta – Cusco, 2021 y como tercer objetivo es: describir la calidad en el servicio turístico de los pobladores de la comunidad de Amaru, distrito Písaq, provincia Calca, departamento Cusco, 2022, finalmente el cuarto objetivo es: plantear propuestas de mejora para el desarrollo del turismo rural en la comunidad de Amaru, distrito Písaq, provincia Calca, departamento Cusco, 2022.

El presente trabajo de suficiencia es una labor de investigación la cual es esencial debido que dará a conocer cuál es la situación actual del turismo rural y la calidad de servicio de la comunidad de Amaru, distrito de Písaq, provincia de Calca, departamento Cusco, 2022, ya que a través de la intensificación del estudio se podrá reconocer las deficiencias o carencias que tiene la zona, posterior a ello se buscaran nuevas soluciones, estrategias, integración de nuevos servicios, emprendimiento, que beneficien a la comunidad

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
INTRODUCCION.....	iii
RESUMEN.....	iv
Índice General.....	v
Índice de figuras.....	ix
Índice de tablas.....	x
Índice de Anexos	xi
capitulo i: definicion y terminologia	1
1.1 Territorio rural	1
1.2 Desarrollo rural	2
1.3 Turismo rural.....	4
1.3.1 Importancia del Turismo rural comunitario	5
1.3.2 Lineamientos para el desarrollo del turismo rural comunitario en el Perú	6
1.3.3 Aspectos dentro del Turismo rural.....	8
1.3.4 Participación de la población.....	10
1.3.5 Actividades rurales	10
1.3.6 Características del turismo rural.....	11
1.3.7 Beneficios del turismo rural	13
1.4 Calidad.....	13
1.5 Teoría del control total de calidad.....	14
1.5.1 Fundamentación teórica.....	15
1.5.2 Origen de la calidad	15
1.5.3 Definición de la calidad	16

1.5.4	Enfoque en la Calidad	17
1.5.5	Teoría de calidad de servicios.....	18
1.5.6	Calidad del Servicio.....	20
1.5.7	Importancia de la calidad del servicio.....	21
1.5.8	Características de la calidad del servicio	21
1.5.9	Enfoque de la calidad del servicio	22
1.5.10	Elementos de la calidad de servicio	22
1.5.11	Calidad de servicio turístico	24
1.5.12	Beneficios de la calidad para el turista.....	25
Capitulo ii: Aspectos generales.....		26
2.1	Objetivos.....	26
2.1.1	Objetivo General	26
2.1.2	Objetivos Específicos	26
2.2	Aspectos generales:	26
2.3	El Mercado artesanal	27
2.4	Ubicación geográfica y reconocimiento de la comunidad de Amaru....	28
2.5	Topografía	28
2.6	Medio Ambiente	28
2.7	Recursos Naturales de la Comunidad de Amaru	29
2.8	Recursos Culturales de la Comunidad de Amaru	30
2.9	Cosmovisión del Poblador	30
2.10	Presagios y Creencias	31
Capitulo III: propuestas		33
3.1	Propuesta 01: Propuesta de capacitación en la práctica de talleres de tejido a los pobladores de la comunidad Amaru, distrito de Písaq, provincia Calca departamento Cusco, 2022.	33
3.1.1	Programa de capacitación para el desarrollo de tejidos.....	33
3.1.2	Descripción de la propuesta.....	33

3.1.3	Materiales.....	34
3.1.4	Cronograma de actividades	34
3.1.5	Objetivos	35
3.1.6	Responsables	35
3.1.7	Presupuesto	36
3.2	TITULO: Propuesta de charlas y capacitaciones sobre la mejora en la calidad del servicio de la comunidad Amaru, distrito de Písaq, provincia Calca departamento Cusco, 2022.	37
3.2.1	Programa de charlas y capacitaciones.....	37
3.2.2	Descripción de la propuesta.....	37
3.2.3	Materiales.....	38
3.2.4	Cronograma de actividades	38
3.2.5	Objetivos	39
3.2.6	Responsables	39
3.2.7	Presupuesto	39
3.3	TITULO: Propuesta de creación de un panel fotográfico sobre las costumbres y tradiciones en la comunidad Amaru, distrito de Písaq, provincia Calca departamento Cusco, 2022.	40
3.3.1	Paneles fotográficos.....	40
3.3.2	Descripción de la propuesta.....	40
3.3.3	Materiales.....	41
3.3.4	Cronograma de actividades	41
3.3.5	Objetivos	42
3.3.6	Responsables	42
3.3.7	Presupuesto	42
	Conclusiones	43
	Fuentes de información	45

Anexos.....	48
-------------	----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Actividad agrícola.....	30
Figura 2 Expresión Cultural	32

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Nombre de las comunidades	27
Tabla 2 Flora del sector	29

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Fotografías.....	48
---------------------------	----

CAPITULO I:

DEFINICION Y TERMINOLOGIA

1.1 Territorio rural

En relación con el ideal del espacio, se produce la denominación “territorio rural” pues para gran parte de los países de Latinoamérica lo perciben y efectúan los censos de lugares por medio de las encuestas a cada familia. Por más que se consideran dichos criterios la definición es variada, esto debido a que ni un solo país hace uso preciso de la definición y tiene cambios de acuerdo a los momentos(un ejemplo: censos actualizados de la localidad). Fuera de tomar en cuenta solo el lugar en general, se propusieron otras definiciones de lo que significaba el medio “rural”, recaudando muchos aspectos, como funcionales, sociales, ambientales, permitiendo una aproximación holística al termino como tal. La percepción clásica de lo rural, quiere decir, que el grupo de personas de un lugar en específico suelen ser cristinas como romanas, denominándolo un espacio de función natural, social, donde el campo (el rus) abarcaba un espacio preciso dentro de la sociedad, ahí se generan los alimentos y materias primas, y por encima de todo la familia extensa que era la base de la sociedad son sus medidas patriarcales de autoridad, servilismo, lógica, ritos y creencias fuertes que eran localistas. De otro lado, cives y urbs, busca mencionar que las personas que son parte de un lugar tienen como principal característica sus vínculos de libertad, política, cosmopolitismo de sus ideales básicos, el medio rural y la ciudad nacen de la denominación de complementariedad monetaria, política, cultural, de las dos maneras de vida, que generaban un orden de la vida humana y natural. Es así, que en el medio rural se inició el desarrollo por medio de un espacio de la transición entre el progreso y atraso, es decir, la ciudad era un supuesto modelo ideal donde había mayor enfoque por percibir ideas más racionales (Plaza, 2013).

De acuerdo con Dirven (2004), un espacio es rural solo si el proceso de historia de construcción social lo conceptualiza como un medio donde los

recursos naturales conservan la dependencia estructural de articulación. Seguidamente, cuando el objetivo de la dependencia de los recursos naturales es la base monetaria se elabora en función a la oferta ambiental donde se sustenta. Dicho concepto rompe con el dualismo urbano- rural que es parte concreta de las tradiciones y determina una manera de relación nueva integrando enfoques poblacionales que son parte de un espacio en específico, los centros urbanos con medidas y acciones rurales, también integran los sectores de forma completa siendo medios económicos que tienen un espacio en el territorio, más allá de las acciones y funciones agrícolas que son su inicio y dependencia directa (Dirven, 2004).

1.2 Desarrollo rural

En base al territorio rural, la definición del desarrollo del tipo de espacios suele ser de controversia, esto debido a que posee prácticas, enfoques, desafíos, abarcando muchas versiones no iguales de contraposición, divergencias, convergencias, y claramente de críticas. Ya que no puede ser de otra forma, a causa de que se centra en controversias de temas habituales sobre el caso real donde se busca llegar según al mundo rural dentro de un contexto territorial establecido, es así, que requiere de reflexiones sobre la sociedad y el mundo al cual se aspira (Pezo, 2007). Se comprende por desarrollo rural, un concepto muy extenso, debido a ser un proceso de optimización de los niveles de bienestar de la población rural junto a la contribución que el medio rural efectúa de manera general al cuidado de la población en su grupo, siendo rural o urbana, con mención a los recursos naturales. Esto se da al desarrollo rural como un proceso localizado de variación social y aumento sostenible, abarcando como mayor objetivo la optimización constante de un espacio rural, así como, cada persona que forma parte de ella. De otro lado, se considera un proceso de mejora económica y variación estructural para optimizar las condiciones de vida de la población local que consiguió un espacio donde se establecieron 3 medidas como la sociocultural económica, administrativa-política. Dentro de dicho proceso se busca mejorar las condiciones de trabajo y vida,

generando puestos de trabajo y mejora, al mismo tiempo que guarda relación con la conservación del medio y uso sostenible de los recursos naturales como tal.

De acuerdo a Manzanal (2009), el proceso de desarrollo rural- local es un medio territorial que está determinado hacia la mejora de las es como un fenómeno sino más bien una estrategia que se genera por organizaciones locales que representan los espacios mayores de un lugar en específico junto a las instituciones (reglas y normas), que se direccionan hacia un medio de integración social y cultural, ambiental, sustentabilidad y mejora productiva de re distribución a beneficio de los medios con recursos bajos. Es entonces, que la definición de desarrollo rural integra diversas dimensiones: en una parte mejorar la propia condición humana, mejora de la identidad cultural, organización de los agricultores los que generan la potencialidad del rendimiento de recursos en un espacio similar con mínimos esfuerzo, es decir, todo esto tiene una percepción que causa la mantención del medio que los rodea, el manejo de técnicas y sistemas de producción respetuosos con el legado histórico de la condición propia del medio natural. De otro lado, el desarrollo rural se dio en los años 70 (Manzanal, 2009).

Se perciben tres tipos diferentes:

- **Desarrollo rural endógeno** La finalidad de aumentar el cuidado de la comunidad local a través de la determinación de actividades que se desarrollan al interior de la misma zona, se hace uso de recursos humanos y materiales. Se conceptualizan las estrategias debido a que se enfocan en la mejora de los recursos naturales donde se busca producir medidas industriales, generar infraestructuras básicas, y difundir la inversión y conservación de espacios ecológicos.
- **Desarrollo rural integrado** La finalidad de este por ejemplo era que de todas las maneras básicas de aprovechamiento sean en los recursos existentes, pues se debía potenciar la calidad de vida, conservar el cuidado de la población, resguardar el medio ambiente y generar trabajo, así mismo, difundir la diversificación

de las acciones agrícolas sin omitir la identidad cultural ni la preservación de los valores medioambientales, culturales, patrimoniales, históricos, conservando las medidas ecológicas y territoriales.

- **Desarrollo rural con enfoque local** Es un proceso de organización hacia el futuro que se centra en un espacio como resultado del esfuerzo de planificación, concertación, comenzando por los actores locales con el objetivo de valorar los recursos materiales y humanos de un espacio, también se debe de proteger las comunicaciones de los medios monetarios, culturales, sociales, abarcando las medidas a las cuales se volvieron dependientes.

1.3 Turismo rural

Se reconoce que las actividades que guardan relación con el desarrollo sustentable logran ayudar a diferentes espacios en el turismo rural, siendo una gran herramienta básica para minimizar el grado de pobreza de los espacios más vulnerables, por ende, se busca mejorar el aumento económico y socio- cultural. En primera instancia, es básico reconocer el concepto de “turismo” siendo denominado como genérico pues abarca muchas formas, siendo, de estadía, viaje, y motivos para efectuarlo. Se comprende por “turismo” al ser un fenómeno económico y social que se produce por el viaje y la presencia de un grupo de personas en un tiempo limitado, seguidamente estos retornan a su lugar de origen. Dicha noción de “tour”, se explica por ser un movimiento circular que integra otros elementos básicos como interacciones grupales, conexiones, emociones, motivaciones, satisfacciones, entre otros (Schaerer & Dirven, 2001). Una percepción antropológica del turismo que se integró, es la que se toma en cuenta como una manera de expansión social, cultural, económica, y psicológica de las sociedades que producen excedentes que mejoraron el desarrollo de comunicaciones y desplazamientos humanos, tal como consiguieron la factibilidad de la ocupación de espacios de descanso en grupos sociales. En

similitud se manifestó el requerimiento de contar con estrategias nacionales del turismo, manejando 5 elementos como la sustentabilidad, promoción, competencia, calidad, inversión, y el capital humano junto al control del mercado.

Por otro lado, el turismo rural se genera por la tendencia de las poblaciones urbanas que están direccionadas hacia la búsqueda de la naturaleza y el mundo rural como una fuente de ocio, tal como, el deporte, excursiones que ayudan a la mejora. Dicha precisión hacia el turismo dentro del campo es parte de una tendencia alta hacia la vida natural, aspectos básicos, puras, auténticas, medidas que buscan elaborar una respuesta a la creciente artificial del medio moderno, la contaminación, impureza, estrés, que son parte de las urbes. Dos medidas que influyen en el desarrollo del turismo dentro del ámbito rural son los medios rurales (territorio), las variaciones en las preferencias y gustos de las personas que la habitan, todas ellas direccionadas a la valorización de lo tradicional conservando el medio ambiente. Según Blanco y Riveros mencionan que se complementan las actividades que logran desarrollarse dentro del espacio rural, es decir, es una oferta integrada de ocio y servicios, teniendo como finalidad ser de interés para los habitantes de las ciudades a causa de las características exóticas, románticas, tradicionales, que son muy diferentes al estilo común de vida, todo ello integrando la conservación del patrimonio natural arquitectónico del mundo verídico. En concordancia con la definición, la practica turística del medio rural manifiesta a las personas que se quedan en casa son espacios donde se ejerce la agricultura, actividades agropecuarias, científicos, caminantes, pescadores, turistas de paso y los mismos empresarios que ejercían un evento o retiro (Riveros & Blancos, 2003).

1.3.1 Importancia del Turismo rural comunitario

Se basa en una mejora para los pobladores de un espacio donde se puede diversificar las actividades que ellos mismo producían para todos los habitantes en general, es básico que dichas actividades produzcan un impacto adecuado en los hogares de la zona integrando a

la comunidad local en las muchas etapas de progreso de los productores turísticos (Herrera, 2012).

De acuerdo con el MINCETUR, es toda acción turística que busque satisfacer a los turistas por medio de la recreación, que se efectúa en un medio rural de forma sostenible con la ayuda neta de las comunidades campesinas o nativas. Todas las actividades se caracterizan por difundir la incorporación de comunidades en un control responsable de los recursos humanos, naturales y culturales (Mincetur, 2006).

1.3.2 Lineamientos para el desarrollo del turismo rural comunitario en el Perú

La MINCETUR, evidencia que dentro del contexto de los retos que enfrenta la humanidad se puede emitir que el Turismo Rural Comunitario es una actividad que logra ayudar a adicionar o mejorar las problemáticas que otros países como sus regiones pasan en los últimos tiempos, entre ellos, la exclusión social de espacios vulnerables, el daño del medio ambiente, explotación desmesurada de los recursos naturales y la constante pérdida de la identidad de una misma cultura. Frente a esto, el Perú toma conciencia de la responsabilidad de conseguir una mejora en el desarrollo humano como tal, esto debido a que el turismo rural dentro del país tiene como finalidad principal ayudar desde los espacios rurales al desarrollo del turismo sostenible, ya que este trabaja como herramienta de desarrollo social- económico, tal como, sus finalidades básicas que son el mejorar las capacidades de planificación, gestiones, que ayuden a poder mejorar la dirección del desarrollo propio, se produce un estatus local de las capacidades para una gestión adecuada del desarrollo turístico y empresarial comunitario, se busca difundir el protagonismo de todas las personas en general, ya que se les otorga la oportunidad de desempeñarse dentro del campo turístico por medio de la manifestación de su cultura, se producen empleos para optimizar los ingresos de la comunidad ya que se presentan

emprendimiento en la prestación de servicios que reducen la migración. Se tiene que diversificar la oferta turística ejerciendo y conservando la identidad nacional junto a la educación donde se busca mantener los recursos naturales (Mincetur, 2008).

De acuerdo con él (Mincetur, 2008) , refiere 5 mejoras principales tales como: ambiental, económico, cultural, y de educación. Esto debido a que el turismo rural indaga para variar la económica local de las zonas diferentes donde se desarrolló la producción rural. Es entonces, que se transforma en una actividad que produce ingresos, oportunidades, empleos de desarrollo. En el medio cultural y de educación se toma en cuenta que es una pieza clave porque mantiene y recupera elementos que forman la identidad local como: la gastronomía, costumbres, artesanía, cultura, que con el tiempo mejoran. Por otro lado, para el desarrollo del TRC se perciben muchas condiciones que logran que se desarrolle, básicamente se presencian componentes relacionados a la zona rural como recursos naturales y culturales que son el principal enganche para el turista, cuando se refiere a turismo se comprende que es toda actividad económica básica para ejercer actividades con el poder del control o liderazgo manifestando la participación activa, así como, la información que manejan los pobladores para brindar ofertas turísticas, ya que se deben de efectuar constantes actividades que generen oportunidades incluso para la optimización de la calidad de vida de los habitantes, los pequeños emprendimientos que más se perciben son; alojamientos, restaurantes, todas ellas siendo parte del contexto local (Mincetur, 2008).

- **Del territorio y sus actores:** El espacio que se consideró como un contexto donde se desarrollan actividades son denominados zonas rurales. Se comprende que la gestión es un componente básico en los emprendimientos rurales. La ayuda de la comunidad local en dichas gestiones tiene que ser tomada en cuenta de forma directa con organizaciones de la propia comunidad de forma indirecta a

través de las organizaciones no gubernamentales, empresas privadas, locales (Mincetur, 2008).

- **De la oferta:** La función ayuda a establecer los elementos primordiales del producto que se busca ofertar. Dicha interacción es de apoyo para reconocer el nivel de participación e interacción entre los anfitriones y visitantes que son parte de las zonas rurales. El comportamiento, cumple un rol importante pues el desarrollo sostenible de las comunidades genera emprendimientos de TRC.
- **De la demanda:** Este manifiesta el valor de la experiencia, pues el componente es establecido por la demanda y la compatibilidad de la expectativa y producto que se brinda hacia el turista. Dicho valor genera que la medida produzca expectativas del turista con la realidad del producto, éstas se inician de forma espontánea por medio de la vivencia que está alimentada por la diversidad de elementos culturales y naturales (Mincetur, 2008).

1.3.3 Aspectos dentro del Turismo rural

- **Recursos naturales y culturales**

Se tiene conocimiento de que los recursos naturales como culturales son pieza clave para que una comunidad logre desarrollar actividades turísticas en la modalidad de turismo rural, tal como refiere la MINCETUR, las zonas rurales tienen que poseer espacios naturales, arqueológicos, con historia, folclore, ya que llegan a ser parte de los atractivos para las personas que visitan los espacios (Mincetur, 2008).

Según Cebrian, manifiesta que los recursos culturales, naturales, son parte de las áreas cuidadas, esto debido a que por medio de ellas se genera un valor que llega a ser de impacto para los turistas. Es entonces, que el turismo rural en áreas protegidas solo depende de la conservación de una calidad alta de la zona donde se toma en cuenta condiciones culturales, ambientales, que

son requerimientos para sostener el beneficio económico y mejora de la calidad de vida (Cebrian, 2008).

- **Sitios naturales**

De acuerdo con la MINCETUR, menciona que los sitios naturales son todo lugar que es producto de la misma naturaleza donde no hay mayor intervención de las personas, puesto que tienen gran valor potencial, al interior de esta categoría se tiene a las montañas, valles, planicies, donde se efectúan actividades turísticas que poseían fauna y flora. Las quebradas como cuerpos de agua, manantiales, se ubican en la línea de reservas naturales que tienen mucho valor. Culminando en que se evidenciaba áreas protegidas, naturales, zonas paisajistas que tienen flora y fauna que corren riesgo de extinción (Mincetur, 2008).

- **Sitios arqueológicos**

La MINCETUR emite que zonas arqueológicas son todos los espacios que fueron generados por el hombre y tienen un valor histórico por la evidencia de técnicas, herramientas, metalurgia, o casos primordiales que fueron parte de tiempos pasados. Al interior de esta categoría se ubican los parques arqueológicos, espacios naturales, santuarios, templos, plazas, fortalezas, pinturas, cuevas, petrografías que son elementos de interés para el turista, siendo considerandos como patrimonio cultural o monumento de valor identificado por el ministerio de cultura (Mincetur, 2008).

- **Lugares históricos**

Según la MINCETUR refieren que los espacios con mucha historia y bienes tangibles fueron generados por el hombre y se conservaron con el paso del tiempo hasta el día de hoy. Estás toman en cuenta como espacios históricos a: casas históricas, casonas, palacios, murallas, espacios de enfrenamiento, etc (Mincetur, 2008).

- **Folclore**

De acuerdo a la MINCETUR, conceptualizan que el folclore era el grupo de tradiciones, costumbres, gastronomía, artes, poemas que eran el atractivo de un pueblo, país o región específico. Se reconoce que el folclore se emite concretamente a los componentes o elementos inmateriales de una cultura que se desarrolló en tiempos pasados y se mantenía hasta el día de hoy (Mincetur, 2008).

1.3.4 Participación de la población

Según Abdellah, mantiene que la participación de los habitantes o participación de todos en general se dividían en 3 grados de desempeño: en primera instancia, dando información factible, actuación y decisión de todos quienes lo integran, quiere decir, que todas las comunidades deben de tener colaboración con las actividades de turismo.

Como segundo elemento, los habitantes tienen el poder de tomar decisiones de las actividades, es decir, ellos tienen el control de planificar, supervisar, efectuar lo que se estableció, y finalmente, pero también esencial, es la gestión de los pobladores de la zona local, todo esto conllevando a la generación de empresas, asociaciones para que la comunidad haga uso de los recursos turísticos para que se obtenga una igualdad social (Abdellah, 2017).

De otro lado, Rodríguez & Rivera, emiten que una participación activa de los habitantes junto a un modelo de control y manejo correcto en las actividades turísticas comunitarias producen la optimización de la calidad de vida, mantiene los valores sociales, culturales, locales, pues ellos generan trabajo entre muchos beneficios más (Rivera & Rodríguez, 2012).

1.3.5 Actividades rurales

Se perciben actividades diversas propias de un espacio rural donde los turistas logran efectuar actividades que se convierten en

experiencias muy diferentes a lo habitual, así mismo, Sarcia refiere que entre ellas se tiene:

- Se tienen las actividades agrícolas como efectuar siembras, deshierbar la tierra, cosechas.
- Se efectúan actividades pecuarias como dar paso de visita a los establos, ganado, vacas, esquirra, etc.
- Poder percibir la participación en las actividades comunes, costumbres, un claro ejemplo, las festividades del pueblo, etc.
- Efectuar los tratamientos de salud a través de los famosos curanderos, sanadores, chamanes.
- Tener presente las danzas de la zona que eran tradicionales, dulces, platillos de comida, todos siendo típicos.
- Poder aplicar el turismo de aventura como trekking, caminatas, fogatas.
- Tener información de cómo se cultivan las plantas ancestrales, medicinales.
- Tener la participación de ferias que ofrecieran productos de artesanía.
- Tener conocimiento de la preservación de la fauna , flora, sitios históricos, arqueológicos donde se puedan capturar fotos, entre otros.
- Tener en consideración la experiencia de nadado en riso, y efectuar la técnica de la pesca y casa.
- Poder montar las mulas y caballos (Salcicia, 2001).

1.3.6 Características del turismo rural

Se tiene conocimiento que el turismo rural es la clave para el desarrollo de espacios vulnerables monetariamente, es decir, las inversiones básicas para los proyectos son mínimos a similitud de otras modalidades del turismo, generando que la oferta este enfocada en

pequeñas medidas. Las características básicas del turismo rural, son las siguientes:

- En primer lugar se efectúa en espacios de internos, básicamente que se encuentran lejos de los circuitos comerciales, es decir, no hay mucha población y el producto que tengan difícilmente sale fuera de la misma zona (Sancho, 2004).
- Como segundo medio es que el turismo rural está enfocado en la presencia de recursos locales que guardaban relación al espacio y territorio.
- En tercera instancia, es esencial la desconcentración de espacio de la oferta y límites del turismo rural. Es decir, la oferta no se enfoca solo un espacio, más bien busca expandirse hacia otras zonas, para el desarrollo del mismo se ubican en los núcleos de población donde no hay mayores construcciones ni zonas urbanizadas (Sancho, 2004).
- En cuarto lugar se evidencia la producción artesanal en vez de industrial, esto debido a que se centra en la oferta de una escala mínima con serie en el turismo convencional de masas.
- En la quinta característica da que el turismo rural es una autóctona actividad, debido a que la propuesta de desarrollo y manejo tiene que iniciarse por voluntad de los pobladores de la zona, evitando toda intervención de fuerzas.
- Seguidamente es que las inversiones que se requieren para dicho desarrollo del turismo son mínimos puesto que los requerimientos para otro tipo de proyectos manifiestan una rentabilidad alta con vinculo a la cantidad de puestos de labor generados por la unidad invertida (Sancho, 2004).
- Finalmente la última característica y muy importante del turismo rural es que siempre está enfocada a las zonas vulnerables a causa de su heterogeneidad, debido a que ayuda a la formación de rentas

en espacios distintos al mismo turismo, ayudando a su economía y la implementación de los otros sectores (Sancho, 2004).

1.3.7 Beneficios del turismo rural

Los puntos más factibles que provienen del desarrollo del turismo rural, de acuerdo a Sancho son:

- Generar beneficios en la permanencia de los jóvenes que habitan los espacios rurales.
- Prevenir el despoblamiento y emigración de los habitantes.
- Ayuda a la preservación del medio ecológico al evitar el despoblamiento.
- Produce trabajo
- Ayuda en la renta y medidas de vida que toma la localidad
- La preservación del patrimonio arquitectónico local
- Se tiene que enfocar en la promoción y preservación de tradiciones de la zona.
- Optimiza las relaciones de ciudad- campo (Sancho, 2004).
- Se logra prevenir el aislamiento de todo el mundo rural que facilita la urbanización, difundiendo el intercambio de tradiciones o culturas (Sancho, 2004).

1.4 Calidad

De acuerdo al conocedor Garvín se reconoce 5 similitudes básicas de la calidad desde la percepción filosófica, enfocado en el producto, usuario, y la elaboración de productos. Por más que todas las conceptualizaciones de calidad se centran en algunas aproximaciones como, no es adecuado, y apostar por una referencia en precisión, pues la calidad es comprendida a medida que los productos pasan del mercado al diseño en su misma elaboración, posterior a ello el servicio de posventa se relaciona con los aspectos de gestión estratégica de calidad. De otro lado, se puede emitir que un producto de calidad tiene que ser tomado como estudio de mercado (todo enfocado en el usuario); donde los rasgos tenían que traducirse en medidas

reconocidas del producto (todo enfocado en el producto) de esta forma, el proceso de elaboración debía organizarse para preservar los productos acordes a las especificaciones, centrándose en la naturaleza holística de la misma que requería de un análisis integral. Se reconoce que los postulados emitidos propusieron definiciones recientes. Donde a juicio del autor, emitían que la calidad correcta no solo se centra en los productos, pues la calidad interpretada de forma estrecha busca decir que el volumen de producción no siempre es calidad, se consigue la cantidad necesaria al costo más bajo posible (Calvopiña, 2017).

1.5 Teoría del control total de calidad

Dicha teoría generada por el Doctor Feigenbaum, procedió a producir un sistema con diversos pasos que se repetían para obtener la mayor calidad en todos los productos. De esta forma, se omitía el factor positivo en el proceso de tomar en cuenta la mayor satisfacción del cliente.

Se tiene conocimiento de que los principios esenciales eran lo siguiente: Primero la calidad del producto es predictora ya que había un aumento de ventas y éxito, debido a que la calidad venía de la gestión de la empresa, es decir, si es capaz de manejar a los dirigentes, las medidas generadas por la compañía podrían obtener mayor calidad (Rodríguez, 2020).

Enfocándose en las ideas teóricas, se produjeron los puntos posteriores, que de ser emitidos por los altos mandos de la empresa conseguiría una calidad más óptima:

- Conceptualizando un criterio específico de lo que se buscaba obtener del producto.
- Enfocándose en la satisfacción del usuario.
- Efectuando todas las medidas necesarias para los criterios propuestos.
- Obtener que la empresa labor de manera colaborativa.
- Poder dividir las responsabilidades de todo el personal en conjunto.

- Generar un equipo que se enfoque solo en el control de calidad.
- Obtener una comunicación de los elementos de la empresa.
- Dar prioridad a la calidad de todos los trabajadores de la institución, sin tomar en cuenta el grado, capacidad de desempeño.
- Ejecutar acciones adecuadas concretas cuando no se logre cumplir con los estándares propuestos (Rodriguez, 2020).

1.5.1 Fundamentación teórica

De otro lado, la calidad del servicio es uno de los medios más básicos de las organizaciones, esto debido a que el valor del producto que brindan las empresas hacia sus clientes es pieza clave para la producción de mayor competencia organizacional. Todas las definiciones se analizan en el marco de los expertos donde exponen que la calidad del servicio de los clientes puede ser medido a través de un modelo SERVQUAL (Rivera, 2019).

1.5.2 Origen de la calidad

Por otro lado, la calidad es una adición que está vinculada a la percepción de quienes consumen o hacen uso preciso de la satisfacción y la bondad. En base a la definición de la calidad es factible establecer su inicio, esto debido a que a lo largo del tiempo el individuo siempre tuvo requerimientos poco satisfechos donde no se llenaba la expectativa, es así que se generó un sinnúmero de medidas intangibles y tangibles. Seguidamente, se dio inicio al comercio que se extendió hasta quedar en la denominación de calidad, a causa de la antigüedad que se manifestó en el tiempo, en otros términos definían que la persona que adquiría algo en el mercado lo manifestaba como bueno o adecuado. Según Kotler (2012), afirma que “todo enfoque de la calidad se inició en los años que se percibía la revolución industrial, ya que en esa instancia se dio comienzo al inspector de calidad, es decir, se dio en el siglo XX donde se hicieron cambios y mejoras. Es entonces, que el mundo de las

empresas tuvo su inicio en la evolución de la calidad, esto debido a que la revolución industrial logró generar una cantidad de servicios y bienes, a causa de la aparición de la máquina de vapor que produjo un desarrollo de la tecnología durante los siglos XIX, XVIII.

Desde tiempos anteriores las empresas se esforzaron por aumentar sus ventas y se enfocaron en ascender y optimizar la calidad de sus productos para lograr venderlos en cantidades altas en el mercado, es decir, sin que se relacionen directamente en el término de satisfacción de calidad. Se toma en cuenta al inicio de la calidad empresarial: puesto que este se origina desde la creación de las personas en la tierra, de otro lado, durante el siglo XX fue donde se integró el carácter de disciplina científica con la existencia de un mandamás de calidad que lo ejercía en las empresas durante la década primera (1900-1910), posterior a ello el manejo estadístico de la calidad en los años 50, seguidamente del manejo de la calidad se dio en los años 80 y 70, conceptualizado por Toyota quien refiere que hoy en día se enfocan en los sistemas de calidad organizacional. De otro lado, en el siglo XX, se percibió un cambio paradigmático. Básicamente, los líderes tomaron en cuenta que la satisfacción del usuario cambiada según la calidad, es decir, que mientras había mayor satisfacción el cliente percibía más calidad del objeto intangible, tangible, que se usaba (Lopez, 2012).

1.5.3 Definición de la calidad

Es entonces que la calidad es una denominación de satisfacción por el consumo de un producto exacto, convirtiéndose un área principal al interior del crecimiento de la empresa dentro de un mercado establecido. Se manifiesta que la calidad es la realización de las actividades de manera sistemática haciendo uso del sentido común para mejorar los recursos de una actividad, es así, que se mejora las ventas y se reducen los costos. Según Medina (2009), las dimensiones usadas en las empresas eran las que tenían mayor grado de precisión dentro de

la planificación, es decir, mientras más cercana estaba la calidad se tenía al producto que generaba mejoras en la empresa. De otro lado, Giugni (2009), menciona que la calidad es toda medida que refiere la capacidad de un servicio o producto para satisfacer las necesidades del hombre, quiere decir, que la calidad mide el nivel de satisfacción percibido por el usuario al usar o consumir un servicio o producto, en dicha situación, no es primordial cuan bueno sea, si no, como se colman las expectativas de los compradores. Todo ello lleva a que la calidad sea la medida de mayor racionalidad que tiene el individuo para poder satisfacer las expectativas de sus clientes en la producción de servicios y bienes. Se tiene que considerar que la calidad de un producto no es adecuada, si no logra dar una utilidad para satisfacer las necesidades de los usuarios, un claro ejemplo, un repuesto para automotor logra ser elaborado bajo excelentes medidas de trabajo, con apoyo de tecnológica moderna y personal, teniendo las normativas actuales de la materia, por otro lado, si un carro no es ensamblado en el mismo no se podrá satisfacer las necesidades del demandante, por ende esto quiere decir que no tuvo buena calidad. De acuerdo con la Sociedad Americana para el manejo de la calidad (ASQC), conceptualiza que la calidad es el grupo de comportamientos que tienen un adecuado servicio o proceso para satisfacer los requerimientos de los consumidores o clientes. Gran parte de los conocedores al mencionar la calidad ponen énfasis en la satisfacción de las necesidades del consumidor (Moses, 2014).

1.5.4 Enfoque en la Calidad

Una parte de la precisión de la calidad destaca que uno de los autores del aseguramiento de la calidad, es Edward Deming, quien elaboro el ciclo del control de la calidad que esta denominado con su mismo nombre. "Diseño un modelo donde la calidad se aseguraba por medio de la ejecución de actividades cíclicas que eran: el hacer, planificar, mejorar, controlar. Es así, que Medina en base al diseño de Deming refiere que la mejora constante de los procesos requiere de una

planificación anticipada, pues se tiene que lograr examinar los resultados conseguidos en la fase de control, esto con la finalidad de mejorar e incorporar medidas de corrección que consigan el perfeccionamiento constante. Dicha mejora constante de la calidad es un medio habitual, pues necesita de una planificación anticipada con medidas de control, es decir, se realizan y controlan de forma factible por medio de los indicios que se propusieron al inicio de las acciones de corrección que ayudan a optimizar de manera constante el servicio o producto (Medina, 2009).

1.5.5 Teoría de calidad de servicios

El estándar SERVQUAL (Calidad en los Servicios), elaborado por Parasuraman, Zeithaml y Bery, es también utilizado para una mayor obtención de análisis y discrepancias entre la calidad del servicio que brinda una empresa y la calidad del servicio requerido por el consumidor. De esta forma se dice que existen muchos modelos y técnicas formuladas, realizadas, por distintas empresas que brindan servicios en relación con la calidad y la satisfacción del consumidor, en el turismo el SERVQUAL fue muy utilizado. (Panosso & Lohmann, 2012, p.45).

SERVQUAL es un medio obtenido por la experiencia ganada que se utiliza para poder mejorar la calidad de los servicios que se manifiestan. Es así que este método es primordial para una mayor obtención de resultados en cuanto a la mejora de la calidad. El método toma en cuenta el desarrollo de la comprensión de las necesidades que el consumidor de un elegido servicio manifieste. (Panosso & Lohmann, 2012, p.45).

De este modo el punto de vista se confronta con una organización que busca mejorar, la discrepancia con los valores muestra que los objetivos que la organización deben lograr tiene debe enfocarse en obtener mejores resultados, pues los servicios considerados del SERVQUAL son un punto de vista del consumidor en relación con la importancia relativa de los muchos atributos, permitiendo que las

organizaciones den más énfasis a aquellos atributos que necesiten una mayor atención. (Panosso & Lohmann, 2012, p.45).

Según (Panosso & Lohmann, 2012, p.45). En coordinación con la calidad de Servicio, nombra que hay la existencia de un medio de nombre SERVQUAL que se entorna en la diferencia entre servicio esperado por el consumidor y el servicio que ofrece la empresa, pues de esta forma comienza a mostrar diferentes incomodidades por parte del consumidor que esperaba un servicio donde le dieran la palabra, de esta forma, se percibe una problemática debido a que los turistas buscan una comodidad y calidad absoluta de los servicios asignados para poder tener un nivel mejor a futuro, también es necesario que una empresa sepa lo que quieren los consumidores (turistas) para obtener una mejor satisfacción de acuerdo a sus pedidos o necesidades. (Panosso & Lohmann, 2012, p.45).

Existen muchos modelos y técnicas ya sean formuladas o realizadas que explican la relación entre calidad del servicio que brinda una empresa y su calidad, es así que en el turismo se usa el estándar SERVQUAL que es también un instrumento que utiliza el consumidor para obtener una mayor información o relación que existe entre la calidad del servicio y la calidad de servicio que brinda una empresa, siendo esto uno de los métodos más primordiales para un análisis óptimo y de mayor confiabilidad de resultados para mejorar la calidad del servicio. Es así que este método SERVQUAL identifica las necesidades primordiales del consumidor que eligió un servicio y los diferentes atributos que dicho servicio presenta, permitiendo que las empresas u organizaciones que brindan servicios logren identificar los atributos que brindan, por ende se enfoquen en los servicios que requieran o aún son defectuosas. (Panosso & Lohmann, 2012, p.45).

En lo que respecta a calidad de servicio, el método SERVQUAL identifica diferencias entre el servicio que espera recibir el consumidor y el servicio que brinda la empresa, es así que el consumidor puede identificar múltiples incomodidades donde recibió la palabra de que

podría recibir un servicio de buena calidad, y no se le dio lo ofrecido. Es así que los Miles de turistas que visitan nuestro país identifican miles de defectos o incomodidades que brinda las agencias de viaje o la misma ciudad desde su gente hasta los diferentes servicios como: hospedaje, transporte, restaurantes, etc. Seguidamente una vez identificado los problemas se deben confrontar y mejorar ya que el turista siempre busca su comodidad y la calidad en los servicios para así poder desenvolverse de manera adecuada, estos son piezas para que ellos manifiesten a otros la calidad del servicio y la satisfacción que recibió en base a sus necesidades. (Panosso & Lohmann, 2012, p.45).

1.5.6 Calidad del Servicio

Conceptualizado la denominación calidad se comprende sus diversas definiciones que se enfocan y desarrollan de manera detallada. Según lo preferido por Martínez-Tur, Silla, & Ramos se comprende que la calidad es la finalidad concreta de las expectativas de los consumidores o clientes, es decir, dependen directamente de la percepción de los clientes en función al servicio o producto. Tal como se refirió en las definiciones pasadas, la calidad es como percibir una satisfacción, quiere decir, cuando el sujeto siente que satisface sus necesidades se siente contento, pues el uso y consumo de bienes son altas, por ende, se evidencian los efectos que engloban ser de buena calidad. De acuerdo con Medina (2009), toman en cuenta que la calidad es una medida sistemática precisa y participativa, donde la finalidad es mejorar los procesos para optimizar los atributos y aptitudes de los servicios todo para la mejora de las expectativas de los usuarios. Esta calidad del servicio se enfoca en la misma percepción de satisfacción pero que no se engloba en un bien tangible, puesto que se da en un carácter intangible. La cultura de calidad es un aspecto que logra incidir en las personas para comportarse y vincularse con métodos direccionados hacia las percepciones del cliente.

1.5.7 Importancia de la calidad del servicio

La calidad del servicio se centra en la relación que existe entre la percepción y satisfacción de los clientes, pues en este medio se logra ofrecer servicios o atención que brinda la empresa. Es de suma importancia debido a que según LAMA, (2012), refiere que “ la calidad de servicio se da solo cuando los clientes perciben satisfacción de sus requerimientos al usar o consumir un servicio. Dicha satisfacción esta de la mano con la calidad de servicio pues es una medida básica de la misma por la demanda de un servicio que le adiciona la persona. Se toma en cuenta que esta calidad del servicio busca decir “que se tiene que dar mayor prioridad a los clientes para mejorar la satisfacción de sus expectativas. Esta atención es una de las funciones que emite la calidad ya que está relacionada al servicio, lo que quiere decir, que un producto puede ser optimo, pero si quien lo vende o el sujeto que atiende al cliente no le garantiza un trato adecuado y servicial se decepciona y se pierde la venta sin tan solo el consumidor haya probado o recibido el producto ofrecido. De manera seguida la importancia de esta denominación de la calidad de servicio, no solo busca emitir que el cliente debe sentir satisfacción por el producto, sino que debe sentirlo también por la atención que se le da en la empresa (Lama, 2012).

1.5.8 Características de la calidad del servicio

Tal como la calidad del producto maneja sus propias características y elementos, también la denominación de calidad de servicio las posee. Se toma en consideración que las características de la calidad del servicio se centran en la fiabilidad, cortesía, empatía, amabilidad, credibilidad, comunicación seguridad, para poder estar en acuerdo con las necesidades del cliente. En base a Kotller (2012), la capacidad pronta de respuesta es esencial para que el cliente potencie su grado de satisfacción, debido a que la ejecución de las normas de ayuda, como, la comunicación precisa un beneficio del producto o servicio que ayuda a que el cliente pueda sentir seguridad y confianza.

Hoy en día las empresas potencian a sus trabajadores para que puedan atender de manera óptima a los clientes, en especial en los espacios económicos que son visitados con frecuencia por los compradores repetitivos (Rivera, 2019).

1.5.9 Enfoque de la calidad del servicio

Definiendo el término de la calidad de servicio, se logra evidenciar que es básico para las empresas con talento humano que se enfocan en la atención de los clientes, debido a que el producto o servicio que se vende tiene que poseer las aptitudes requeridas para satisfacer las necesidades de los clientes. En base a Calderon Neyra, toma en cuenta que la calidad del servicio esta englobada a la planificación y manejos que se ejecutan en los procesos direccionados a la satisfacción de los clientes. Por ende, el término de la calidad esta siempre tomada en cuenta en la cadena de suministros ya que los proveedores tienen que atender con medidas correctas a las empresas que lo requieran, posterior a ello se varía el producto o servicio, esta organización es la que se encarga de atender correctamente a sus clientes estos sean canales propicios o consumidores finales. Asi mismo, Kotller, considera que la calidad es básica porque esta direccionada a la satisfacción de las necesidades de las personas, por ende, se puede reducir los defectos en los servicios como productos, es decir, se ahorran los recursos entre otros. Esta calidad de servicio genera que se aumenten las ventas, competitividad, para potenciar y mejorar la satisfacción de las necesidades de los usuarios, por tal, se asegura la conservación de las relaciones adecuadas con los clientes (Rivera, 2019).

1.5.10 Elementos de la calidad de servicio

Llegan a ser parte del servicio de calidad, de acuerdo con (Arniote, 2013), algunos elementos que se debían de seguir y obtener para un óptimo servicio de calidad eran los siguientes:

- Tiene que cumplir las finalidades.
- Tiene que ser de ayuda para el diseño

- Tiene que ser correcto para su uso.
- Tiene que generar soluciones para las necesidades.

Tienen que adicionar un resultado como la presencia de otros elementos concretos que fueron referidos por Paz, donde se ubica al personal que trabaja en las entidades, ya que debían de tener habilidades básicas, más que todo quienes atendían a los clientes siendo estos:

- Formalidad: Se abarca la honestidad, medidas de reacción, integridad, y enfoque en asuntos de importancia.
- Iniciativa: Se enfoca en personas dinámicas que tienden a actuar en las situaciones diversas para dar respuesta inmediata a los conflictos.
- Ambición: Poseer el deseo fuerte de mejorar, crecer, tener una finalidad de superación.
- Autodominio: Manejo de emociones, control, empatía, para todas las situaciones.
- Disposición de servicio: Entrega natural, sin presión, ayuda, atención al cliente de manera correcta.
- Don de gentes: Poseer la capacidad para determinar vínculos afectuosos con otros, además de tener un disfrute.
- Colaboración: Ser un sujeto que tiene agrado por el trabajo colaborativo, yendo en la busca de los mismos objetivos.
- Enfoque positivo: Toda capacidad para ver el lado correcto de las cosas bien efectuadas
- Observación: Es toda habilidad para percibir o fijarse en detalles precisos que no son siempre perceptibles.
- Imaginación: Es toda acción de producir ideas innovadoras, brindan alternativas al enfocar una situación.
- Recursos: Poseer la habilidad e ingenio para salir de problemas (Arniote, 2013).

Dichas medidas son más altas y atraen al cliente por medio de una diversidad de servicios que adicionan el valor al producto que se brinda. De otro lado, el consumidor quien era parte de un producto por consumirla y dar opción de ella por su costo bajo frente a un público selectivo e informado sabe escoger o elegir su producto. El cliente y la actitud que posee sobre la calidad de servicio varían debido al conocimiento que tenía del producto pues poseía mayores opciones a pensar. Inicialmente suele manejarse con el producto primero, es decir, lo más económico. Con el tiempo, sus exigencias en base a la calidad se incrementan hasta culminar en obtener lo mejor (Arniote, 2013).

1.5.11 Calidad de servicio turístico

De otro lado, la calidad es una definición extensa que estuvo difundida en el medio empresarial entre otro. Con el pasar del tiempo la definición y las prácticas vinculadas con la calidad fueron mejorando. Esta calidad es tomada en cuenta como una técnica principal para ayudar a la mejora del aprovechamiento de recursos materiales y humanos accesibles, logrando así una empresa que se centra en la productividad pues va ganando nuevos clientes. La definición más próxima de la calidad esta manifestada en el adagio popular del cliente que siempre tiene la razón. Esta calidad es establecida para que los clientes confían en un destino turístico y lo dan a conocer en su círculo familiar, amical, y profesional (Maldonado & Hernández, 2011).

Dicho concepto actual de la calidad está diseñada en función a otras definiciones, pues integra los procesos internos de la empresa como los externos de la misma empresa.

- Los mencionados procesos internos están vinculados con la aplicación de medidas nuevas de control y organización empresarial, en una indagación constante de aprendizaje para optimizar la calidad de servicios y bienes.
- Algunos procesos de afuera están direccionados a la selección de proveedores y desarrollo de vínculos, debido a que una

empresa es solo un eslabón de una cadena alta que forma otras empresas seguidas (Maldonado & Hernández, 2011).

1.5.12 Beneficios de la calidad para el turista

Se comprende que la calidad añade básicamente tres ventajas al cliente turístico:

- En primera instancia, se ubica la fase de ofertas, productos, servicios la calidad determina la adaptación a las expectativas y necesidades del cliente.
- En segunda instancia, cuando se efectúa la compra, la calidad reduce la incertidumbre que genera el hecho mismo de viajar, puesto que el producto se integra sin mayor conocimiento y se percibe una diferencia temporal entre la compra y disfrute.
- Culminando, en que la calidad produce confianza en la capacidad de respuesta del proveedor como un medio de garantía profesional de postventa.

De esta forma, no se debe obviar que el turista, fuera de su entorno habitual, es un medio de descuido y de proceso comercial, básicamente, cuando el viaje tiene finalidades o profesionales importantes que supone un contraste en función a las culturas e idiomas que habitualmente maneja (Organización Mundial del Turismo, 2015)

CAPITULO II:

ASPECTOS GENERALES

2.1 Objetivos

2.1.1 Objetivo General

El objetivo del presente estudio es determinar cómo es el turismo rural y la calidad en el servicio de los pobladores de la comunidad de Amaru, distrito Písaq, provincia Calca, departamento Cusco, 2022.

2.1.2 Objetivos Específicos

- Describir la situación actual del turismo rural en la comunidad de Amaru, distrito Písaq, provincia Calca, departamento Cusco, 2022.
- Describir la calidad en el servicio turístico de los pobladores de la comunidad de Amaru, distrito Písaq, provincia Calca, departamento Cusco, 2022.
- Plantear propuestas de mejora para el desarrollo del turismo rural en la comunidad de Amaru, distrito Písaq, provincia Calca, departamento Cusco, 2022.

2.2 Aspectos generales:

De otro lado, el valle sagrado de los incas es un medio perteneciente al río Vilcanota donde se ubica varios espacios de la civilización inca. Una de las primeras ciudades de dicho valle en la ciudad de Pisac, se halla a 33 km por la carretera al norte que es parte de la ciudad de Cusco en la región de la misma denominación. Dicha ciudad es el inicio del valle, estos términos comerciales como los turísticos, puesto que Pisac es una ciudad con población significativa, la provincia de Calca está cerca de la misma. Asimismo, la plaza de ciudad se ubica a 2970 msnm y sus puntos geográficos de latitud 17° 25' 03" Longitud. 71° 50' 57". El Valle Sagrado de los Incas ha sido la despensa de alimentos para la ciudad del Cusco, gracias a sus diversos cultivos como maíz (*Zea mays*), tarwi, (*Lupinus mutabilis*) papa (*Solanum tuberosum*), entre otros. Según la clasificación de zonas de vida

natural, Písac se encuentra en la Sabana o Bosque seco Montano Bajo. Esta zona de vida se caracteriza por estar en valles encañonados y estrechos y relativamente planos, con un suelo rico para la agricultura, rodeados de laderas de fuerte inclinación. El clima templado de esta formación es ideal para el desarrollo de las actividades agrarias y tradicionales del indígena de la sierra (Tosi 1960: 103-104). Actualmente Pisac es un punto principal del recorrido de los turistas que visitan la región del Cusco atraídos por su pasado inca. Debido al sitio arqueológico, de la primera ciudad de Pisac, en las partes altas cercanas y su feria artesanal en la ciudad -conocido por sus productos típicos- el volumen de turistas se incrementa cada día.

Tabla 1 Nombre de las comunidades

Nombre de la comunidad	Elevación (m)
Cuyo Chico	3,150
Amaru	3,500
Sacaca	3,450
Paru paru	4,050
Cuyo Grande	3,420
Chahuaytire	3,650
Viacha	3,950
Ampay	3,400
Emiliano Huamantica Huandar	3,000
Qotataki	4,000
Pampallacta	4,050
Maskacotabamba	3,150

2.3 El Mercado artesanal

El mercado artesanal de Pisac empezó como una feria espontánea y típica por la necesidad de los pobladores. El día domingo bajaban las personas de las comunidades ubicadas en las partes altas, para intercambiar productos. Ellos necesitaban aguardiente, azúcar, fósforos y otras cosas más mientras que ellos ofrecían productos agrícolas de esta zona, como diversos tipos de papas (Angles-Vargas 1988: 354). Actualmente el mercado

de productos alimenticios y abarrotes ha sido trasladado a un local cerrado. Reemplazando a éste, todos los días la plaza está ocupada por vendedores de souvenirs para los visitantes, como artesanías, vestimentas, pinturas, trabajos en madera, plata y piedra. Los días martes, jueves y domingo los vendedores son aún más, ocupando no sólo la plaza si no las calles aledañas. A pesar de esto todavía se ven productos locales, como los mantos hechos en las comunidades, pero cada vez en menor cantidad.

2.4 Ubicación geográfica y reconocimiento de la comunidad de Amaru

La comunidad de Amaru está ubicada en la región Cusco, Provincia de Calca, distrito de Pisac entre las coordenadas 17°25'03" y 17°26'15" de latitud sur y 71°50'57" y 72°60'40" de longitud Oeste, a una altitud máxima de 3850 m.s.n.m. y una mínima de 3500 m.s.n.m. Amaru es oficialmente reconocida por Resolución Suprema N° 78 del Ministerio de trabajo y asuntos indígenas del 15 31 de febrero de 1965 conjuntamente con Paru paru y Sacaca, políticamente forma parte del Centro poblado de Quello Quello.

2.5 Topografía

El sector de Amaru presenta pendientes planas y extremadamente inclinadas con suelos mayormente destinados a la agricultura por poseer suelos profundos de buena fertilidad.

2.6 Medio Ambiente

En cuanto a este aspecto se ha determinado establecer la descripción de los siguientes aspectos:

- **Clima:** Este aspecto es un factor determinante del ámbito de estudio, el que ejerce una influencia potencial en el suelo, flora y fauna. La incidencia temperaturas bajas y de menor precipitación es a partir del mes de Mayo hasta Junio e incluso hasta la primera quincena de Agosto pero es más frecuente e intenso en Junio y Julio. Considerando Los factores más importantes como:
- **Temperatura:** La Comunidad de Amaru, es una zona fría y varía de acuerdo a los cambios estacionales, los meses relativamente templados son de Noviembre a Abril. La temperatura promedio anual

es de 12,27 °C. (Estación meteorológica). • Precipitación Pluvial: La mayor incidencia de lluvias se presenta de Diciembre a Marzo, y son escasos de Abril a Noviembre.

- Heladas: Se presenta en los meses de Mayo - Julio donde la temperatura desciende notoriamente hasta el nivel de congelamiento del agua lo que se produce en las noches y madrugadas, siendo aprovechada por los pobladores para hacer el "chuño" e incrementar de esta manera su ingreso económico, pero cuando hay un desequilibrio estacional este factor afecta perjudicialmente en el sector agropecuario.
- Granizadas: Este factor constituye un riesgo para la actividad agrícola en el rocío, ya que causan destrozos a sus cultivos, y de esta manera se ve afectada la economía de la localidad. El granizo suele presentarse en los meses de Septiembre a Diciembre y con mayor frecuencia en los meses lluviosos (Enero - Marzo), siendo muy dañino para los cultivos. Hay algunos años que cae la nieve convirtiéndola al paisaje en una belleza.
- Vientos: Los vientos son más notorios en los meses de Julio hasta Septiembre, con mayor intensidad en el mes de Agosto. Este fenómeno en la zona es utilizado en la avienta de los cereales y leguminosas para separar la paja del grano.

2.7 Recursos Naturales de la Comunidad de Amaru

Flora: La existente en la zona de estudio es variada y entre estos podemos mencionar los siguientes:

Tabla 2 Flora del sector

Nombre Común	Nombre Científico
Pankar quisca	Soíanumpseudoiicoíces
"Patakiska-Mortei	Opúntiaexaítata
Roque	Callaieispinosa
Liawüi	Bernadeslhórrida

Sawce llorón	Saiixchíensis
Aguja aguja — Yauriyauri	Erodiumcicutarium
Qantu	Cantuabuxifolia
Mut'uy	Cassiagfandulosa
Oca	Oxalls tuberosa molina
Chlrich'íri	indelia boliviana
Waranway	Tecorna jmolüs
Iflankap'aki	Eupatyumboüensi
Niwa	Coníederisa nítida

2.8 Recursos Culturales de la Comunidad de Amaru

Son las expresiones y manifestaciones de diverso orden en los pobladores de la parcialidad de la comunidad. Estas manifestaciones se evidencian en sus festividades y costumbres tradicionales, si como en sus expresiones de culto religioso y en sus creencias expresadas en su cosmovisión andina.



Figura 1 Actividad agrícola

2.9 Cosmovisión del Poblador

La percepción del mundo y sus orígenes están influenciados por el pasado histórico incaico. Tiene la percepción católica impuesta desde la

colonia y refieren a la creación del mundo y a su fin según el testamento de la Biblia Cristiana y católica, en la que manifiestan que Dios es el único creador supremo de las cosas y del mundo existente. Sin embargo aún es vigente el culto a la Pachamama, como también la creencia a los Apus, Aukis que son concebidos como seres espirituales guardines de la comunidad y vigilante de la conducta de los hombres. Dicen que ello cautela la buena conducta de los hombres, para a convivencia armónica en una sociedad organizada. También afirman un final al mundo existente según la voluntad del creador, como castigo a los pecados del hombre. Por no saber seguir las enseñanzas de las sagradas escrituras.

2.10 Presagios y Creencias

-Los pobladores de la zona de estudio le dan significado a los sueños y cuando estos tienen un presagio desfavorable viven con la angustia de que algo malo les sucederá; también consideran algunos hechos fortuitos como señales de mal agüero. Por ejemplo: cuando el búho canta cerca de la vivienda, significa que alguien de allí pronto fallecerá. También si el vaso de chicha se quiebra en el momento de consumirlo es señal de que puede suceder una desgracia.

-Sus principales creencias son: El Khaiqasqa que es un desvanecimiento momentáneo; atribuyen al hecho de encontrarse con el alma de alguna persona muerta o viva. En el Ñakaq o pistako, personaje que extrae el cebo a personas vivas provocándoles un sueño profundo y adormeciéndolos con un polvo mágico. Creen que muchas muertes repentinas es consecuencia de este hecho, por ello evitan caminar por los senderos solitarios, especialmente en la noche.



Figura 2 Expresión Cultural

CAPITULO III:

PROPUESTAS

Las propuestas presentes, enfocaran posibles soluciones como sugerencias para la mejora de la zona, siendo estos desarrollados desde el punto de vista económico.

El difundir la actividad turística sobre el servicio que ofrecen los pobladores incrementa la demanda produciendo una mejora en la calidad de vida de los habitantes, seguidamente el posible desarrollo de la comunidad Amaru será por medio de:

3.1 Propuesta 01: Propuesta de capacitación en la práctica de talleres de tejido a los pobladores de la comunidad Amaru, distrito de Písaq, provincia Calca departamento Cusco, 2022.

3.1.1 Programa de capacitación para el desarrollo de tejidos

Se tiene razón de que las capacitaciones son básicas debido a ser elementos esenciales para el desarrollo de una zona, es decir, en esta situación la capacitación busca ofrecer al poblador ayuda para desempeñarse mejor y dar una atención al turista, también ayuda para brindar otros servicios de calidad.

3.1.2 Descripción de la propuesta

Las capacitaciones tienen como finalidad poder emitir información a un grupo de personas por medio de charlas didácticas, pues juega un rol importante para el logro de proyectos, es entonces, que la finalidad se centra en el aprendizaje del poblador para que pueda ofrecer un producto y servicio al turista.

Se proponen 4 tipos de capacitaciones para el desarrollo de taller de tejido:

- **Capacitación para el trabajo:** Esta capacitación estará enfocada a emitir información, conocimiento, de cómo se efectúan los trabajos de tejido.

- **Capacitación en el trabajo:** Dentro de esta capacitación se orientará al poblador para que pueda efectuar las tareas sin mayores problemas y pueda aprender.
- **Capacitación promocional:** Dentro de la capacitación promocional se informará al poblador como poder difundir su trabajo para llegar a más turistas.
- **Capacitación conductual:** Dentro de esta última capacitación se buscará enseñar al poblador la manera correcta de atender, reaccionar, interactuar con el turista.

3.1.3 Materiales

De acuerdo con Promperú para el desarrollo de capacitaciones sobre los tejidos artesanales se necesita de materiales audiovisuales para manifestar la información y los pasos que se deben seguir, es decir, también se acoplara la guía de técnicas de tejido de tal forma que enseñen a los pobladores de manera paciente. Es entonces, que para efectuar la capacitación se necesita de referencias y pautas para los habitantes, tal como, ayuda de los mismos capacitadores quienes deben poseer experiencia en el tema, finalmente, hacer uso de simulaciones y demostraciones por medio de la exposición de trabajos en tejido. De otro lado, para efectuar los tejidos se necesita de materiales concretamente que vengan de la propia naturaleza, ichu, Chiligua, lana, fibras de algodón.

3.1.4 Cronograma de actividades

En las actividades que se efectuaran para la ejecución de capacitaciones en la práctica de talleres de tejido se detallan las siguientes:

- En primera instancia se pedirán los permisos correspondientes a los comuneros.

- En segunda instancia se procederá a dialogar con las autoridades competentes para llegar a un acuerdo refiriendo la necesidad de integración de una capacitación de los talleres.
- Como tercer punto se dialogará con el presidente de la comunidad para dar a conocer la situación y posibles sugerencias para mejorar el servicio en la zona
- Inspección técnica de cómo se van efectuando los talleres y verificar que se posea con todos los materiales tanto capacitadores y pobladores.
- Seguimiento a las exposiciones y desarrollo de capacitaciones que se darán en un tiempo limitado
- Se procederá a la coordinación para determinar las fechas donde se llevarán a cabo la capacitación de los talleres de
- Finalmente se procederá a la exposición de trabajos por parte de los pobladores.

3.1.5 Objetivos

- Explicar conceptos básicos referentes al desarrollo del tejido como medio de mejora e ingreso económico para los pobladores de la comunidad de Amaru, distrito de Písaq, provincia Calca departamento Cusco, 2022.
- Comprender la importancia del turismo rural y ver medidas para integrar nuevas acciones, actividades que beneficien a la comunidad de Amaru, distrito de Písaq, provincia Calca departamento Cusco, 2022.
- Conseguir la participación masiva de los pobladores en el taller de capacitación de tejidos de la comunidad de Amaru, distrito de Písaq, provincia Calca departamento Cusco, 2022.

3.1.6 Responsables

- La Municipalidad Distrital de Písaq

- La comunidad Amaru

3.1.7 Presupuesto

El presupuesto requerido para esta propuesta de capacitación en la práctica de talleres de tejido a los pobladores de la comunidad Amaru S/ 3,850.00 soles, utilizando materiales que se mimeticen con el medio ambiente.

CONCEPTO DE COSTOS	Costo total
Material para el desarrollo de las capacitaciones	S/1,000.00
Trípticos	S/500.00
Personal para el desarrollo de capacitaciones	S/2,000.00
	S/3,500.00
SERVICIOS	
Viáticos	S/ 100.00
Movilidad	S/ 150.00
Llamadas telefónicas	S/ 100.00
	S/3850.00

3.2 TITULO: Propuesta de charlas y capacitaciones sobre la mejora en la calidad del servicio de la comunidad Amaru, distrito de Písaq, provincia Calca departamento Cusco, 2022.

3.2.1 Programa de charlas y capacitaciones

Las charlas como las capacitaciones siempre tienen como finalidad emitir información a las personas, en este caso a los pobladores ya que por medio de las mismas se podrá producir un aumento de la productividad, tal como, levantar la moral de los habitantes quienes buscan nuevas opciones de ingreso, así mismo, consigue optimizar la calidad del servicio que se ofrece. Las charlas son una herramienta para que las personas logren interactuar y tomen mayor conocimiento.

3.2.2 Descripción de la propuesta

Las charlas y capacitaciones estarán diseñadas para poder brindar mayor información y mejorar la calidad de servicio que se emite hacia los turistas que acuden a la comunidad, se tendrá en cuenta puntos clave para que puedan comprender la importancia de ofrecer un producto y servicio adecuado.

Se proponen 3 tipos de capacitaciones para la mejora de la calidad de servicio:

- **Capacitación enfocada en la calidad del servicio del turista:** Esta se dará para poder hacer comprender al poblador lo básico que es ofrecer un producto o servicio adecuado que genere mejores expectativas en el turista.
- **Capacitación enfocada en los objetivos del poblador:** Esta se centra en que es lo que busca el poblador, y ver las medidas o estrategias que puede usar para llegar a ellos y por ende realizar actividades de acuerdo a sus capacidades.
- **Capacitación enfocada en la difusión del servicio:** Esta de otro lado, se centra en promocionar el servicio ´por todos los

medios hasta llegar a todo tipo de turistas nacionales como internacionales.

3.2.3 Materiales

De acuerdo con Promperú, se sugiere contar con todos los materiales necesarios para efectuar las charlas, es decir, contar con el material autodidáctico, visual, trípticos, papelotes, plumones, y sobre todo contar con la participación y voluntad de los habitantes que estén comprometidos con querer conseguir mejores y aprender nuevas actividades en beneficio de la comunidad.

3.2.4 Cronograma de actividades

Las actividades que se realizarán para la ejecución de charlas y capacitaciones centradas en la mejora de la calidad de servicios se detallan de la forma siguiente:

- En primer lugar se dialoga con las autoridades competentes, en este caso, con el alcalde del distrito a quien se le dará conocimiento de la situación.
- Segundo punto, será dialogar con el presidente de la comunidad.
- Y como tercer punto, interactuar con los comuneros y darles razón de la importancia de las charlas para la mejora de los servicios que se ofrecen.
- Se proseguirá con la búsqueda de la persona capacitada en dicho tema quien ayudará a reforzar la información.
- Inspeccionar que todas las charlas se den correctamente y se cuenten con todo el material audiovisual que se necesite.
- Seguimiento a la mejora de conocimientos de los pobladores por medio de breves exposiciones del trabajo y actividades que buscan ofrecer.
- Se procederá a la coordinación para determinar las fechas donde se llevarán a cabo la capacitación y charlas.

3.2.5 Objetivos

- Optimizar el posicionamiento del destino turístico, mejorando la competitividad y calidad de servicios de la comunidad Amaru, distrito de Písaq, Provincia de Calca departamento Cusco, 2022.
- Conseguir nuevas estrategias de trabajo en la comunidad Amaru, distrito de Písaq, Provincia de Calca departamento Cusco, 2022.
- Considerar directamente las necesidades del turista que acude a la comunidad Amaru, distrito de Písaq, Provincia de Calca departamento Cusco, 2022.

3.2.6 Responsables

- La Municipalidad Distrital de Písaq
- La comunidad Amaru

3.2.7 Presupuesto

El presupuesto requerido para esta propuesta de capacitación y charlas para la mejora de la calidad de servicio de los pobladores de la comunidad Amaru será de S/ 2,100.00 soles.

CONCEPTO	COSTO
Papelotes	S/. 400.00
Coach	S/. 2000.00
Cañón multimedia	S/. 800.00
TOTAL	S/ 1400.00
SERVICIOS	
Movilidad	S/. 200.00
impresiones	S/. 100.00
Fotocopias	S/. 100.00
Viáticos	S/. 300.00
MONTO TOTAL	S/. 2. 100.00

3.3 TITULO: Propuesta de creación de un panel fotográfico sobre las costumbres y tradiciones en la comunidad Amaru, distrito de Písaq, provincia Calca departamento Cusco, 2022.

3.3.1 Paneles fotográficos

Los paneles fotográficos en gran medida son medios de información para dar a conocer una zona, actividad, entre otros. Su mayor función es servir como puntos de recepción de los turistas, dando la descripción exacta del lugar, horarios, espacios, y otros datos de interés.

3.3.2 Descripción de la propuesta

La implementación de paneles fotográficos tendrá como finalidad difundir las costumbres, tradiciones, actividades que se realizan en la comunidad Amaru, es decir, se deberán tomar en cuenta los paneles publicitarios para llegar a un público no solo nacional si no internacional, debido a que suelen ser muy efectivos y de bajo costo, ya que serán puesto en puntos específicos que llamen la atención del turista en este caso

Se proponen 2 medidas para ubicar los paneles fotográficos

- **Paneles fotográficos vía web:** Se tiene como finalidad poder publicarlos vía web ya sea por el Facebook, Instagram, grupos publicitarios, etc. Así mismo, tendría mayor alcance hacia los turistas que no se encuentren en el país.
- **Paneles fotográficos ubicados en zonas específicas fuera de la comunidad:** Los paneles que se exhibirán en zonas aisladas pueden ser la misma ciudad del Cusco, distritos, provincias. Por ende, se llegaría a mayor parte de la población.

3.3.3 Materiales

Los materiales que se usaran para poder ubicar los paneles fotográficos, serán precisamente hacer tomas fotográficas de las actividades que se realizaran para poder tener conocimiento de las diversas actividades rurales que se realizan, siendo estas llamativas para el turista quien busque experimentar nuevas vivencias.

3.3.4 Cronograma de actividades

En las actividades que se efectuaran para la realizaron de paneles fotográficos serán los siguientes:

- En primera instancia se efectuará una reunión previa con el alcalde del distrito como el presidente de la comunidad para informar la situación de la zona.
- En segunda instancia se organizará una reunión con el encargado del área de turismo y difusión para emitir la integración del panel fotográfico
- Como tercer punto se procederá a dialogar con los comuneros a quienes se les explicara las razones y motivos del poque es necesario un medio publicitario.
- En cuarto lugar, se procederá a organizarse y buscar a un fotógrafo profesional que capturará las fotos.
- Efectuar capturas fotográficas de los comuneros en sus diversas actividades para poder promocionarlas.
- Seguidamente se procederá a buscar las frases que irán junto a la toma fotográfica, que será la invitación directa a los turistas a experimentar nuevas vivencias dentro de la comunidad.
- Finalmente, se ubicarán las zonas donde serán colocadas para tener mayor difusión.

3.3.5 Objetivos

- Mediante el panel dar a conocer las diversas actividades que se realizan en la comunidad Amaru, distrito de Písaq, provincia Calca departamento Cusco, 2022.
- Poder generar expectativas y convencimiento al turista a través de publicidad efectiva para que visite la comunidad Amaru, distrito de Písaq, provincia Calca departamento Cusco, 2022.

3.3.6 Responsables

- La Municipalidad Distrital de Písaq
- La comunidad Amaru
- Agencias de viajes y turismo

3.3.7 Presupuesto

El presupuesto requerido para esta propuesta de integración de paneles fotográficos sobre las costumbres y tradiciones de la comunidad Amaru es de S/ 4,050.00 soles.

CONCEPTO	COSTO
Panel fotográfico	S/. 300.00
Página Web y Redes Sociales	S/. 900.00
Publicista digital	S/. 1000.00
Fotógrafo	S/. 450.00
Banner	S/. 300.00
Total	S/ 2950.00
SERVICIOS	
Movilidad	S/. 450.00
Viáticos	S/. 350.00
Llamadas telefónicas	S/. 150.00
COSTO TOTAL	S/ 4.050.00

CONCLUSIONES

Primera: El turismo rural y la calidad en el servicio de los pobladores de la comunidad de Amaru, distrito Písaq, provincia Calca, departamento Cusco, 2022, se está desarrollando de manera regular, debido a que en la actualidad no hay una adecuada promoción, difusión, por parte de los pobladores y de las autoridades competentes, así mismo, se percibe que la calidad del servicio brindado es deficiente, porque no poseen el conocimiento correcto para satisfacer las necesidades del turista.

Segunda: El turismo rural en la comunidad de Amaru, distrito Písaq, provincia Calca, departamento Cusco, 2022, se viene desarrollando hace muchos años y es un tipo de turismo con mucho potencial debido a que se tiene mucha cultura, tradiciones, y costumbres, los cuales son factores relevantes para el desarrollo de un turismo rural, en la actualidad se viene efectuando de manera regular por la falta de apoyo y organización de los mismos pobladores.

Tercera: La calidad en el servicio turístico de los pobladores de la comunidad de Amaru, distrito Písaq, provincia Calca, departamento Cusco, 2022, se encuentra deficiente, esto debido a que no se logra identificar las necesidades básicas de los turistas generando poca satisfacción en el servicio que se brinda. De otro lado, se percibe que los espacios usados no tienen una infraestructura adecuada generando desconfianza e inseguridad en los turistas, seguidamente no se ubica diversidad de actividades que pudieran dar a escoger a los turistas.

Cuarta: Para mejorar esta situación se plantearon propuestas, la primera enfocada a la capacitación en la práctica de talleres de tejido para que pueda ampliar su diversidad y se tengan nuevos ingresos, la segunda enfocada a las charlas y capacitaciones de la calidad de servicio que ofrecen los pobladores pues se busca potenciar y generar mayor satisfacción en los visitantes, y la tercera enfocada en la creación de paneles fotográficos de las costumbres y tradiciones de la zona, esto con la finalidad de poder ejercer

mayor difusión de las actividades y logre llegar a los turistas nacionales como internacionales, de forma precisa las propuestas buscaran mejorar la calidad de vida de las personas.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Abdellah, D. (12 de Enero de 2017). *El turismo comunitario como herramienta de desarrollo territorial en las provincias del sur de Marruecos*. . Obtenido de https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/41732/1/0746299_00000_0000.pdf
- Arriote, N. (29 de Agosto de 2013). *Servicios de Calidad*. Obtenido de http://www.aniorte-nic.net/apunt_gest_serv_sanit_4.htm
- Cabarcos, N. (2006). *Promoción y Ventas de Servicio Turístico*. Mexico: Ideaspropias.
- Calvopiña, D. (2017). *“Modelo de gestión de la calidad de los servicios turísticos de Riobamba orientado a la competitividad y al desarrollo sostenible del Ecuador”*. Ecuador: Universidad Mayor de San Marcos.
- Cebrian, F. (2008). *Turismo rural y desarrollo local*. Sevilla.
- Dirven, M. (2004). “El empleo rural no agrícola y la diversidad rural en América Latina. *Revista de la CEPAL*, 21.
- Giugni, P. (2009). *La Calidad como Filosofía de Gestión*. España.
- Herrera, R. (2012). *Estudio sobre turismo rural en Chile*. Chile: Valdivia.
- Kotller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. Mexico: Pearson Educacion.
- Lama, E. (2012). *Cultura de calidad de servicio*. Mexico: Trillas.
- Lopez, C. (12 de Junio de 2012). *Los 10 componentes basicos del buen servicio*. Obtenido de <http://www.hestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/no13/10componentes>
- Luza, C. (2015). *Flujo turístico en el distrito de Jesús María y su relación con las herramientas e instrumentos de Promoción Turística*. Lima: Universidad Inca Garcilaso de la Vega.
- Maldonado , C., & Hernández, G. (2011). La calidad hace la diferencia. En C. Maldonado, & G. Hernández, *Guía para Autogestión de calidad, servicios turísticos comunitarios* (pág. 15). Lima: Oficina Internacional del Trabajo.

- Manzanal, M. (2009). *Desarrollo rural y praxis de los actores locales en provincias del norte argentina*. Buenos Aires de Argentina.: CONICET.
- Medina, W. (2009). *Calidad ,Productividad y Competitividad: La salidad de la crisis*. Madrid: Diaz de Santos.
- Mincetur. (2006). *Lineamientos para el desarrollo del turismo rural comunitario en el Perú*. Lima: Lima.
- Mincetur. (2008). *Lineamientos para el desarrollo del turismo rural comunitario*. Lima: Peru.
- Moses, J. (2014). *Juran y la planificacion para la calidad*. Madrid: Diaz de Santos.
- Organización Mundial del Turismo. (2015). *Manual práctico de gestión integral de la calidad de lo destinos turísticos* . España: Organización Mundial del Turismo.
- Panosso, A., & Lohmann, G. (2012, p.45). *Teoria del Turismo conceptos, modelos y sistemas*. Mexico D.F.: Trillas.
- Pezo, L. (2007). "Construcción del Desarrollo Rural en Chile: Apuntes para abordar el tema desde una perspectiva de la Sociedad Civil. *Rev. Mad*, 112.
- Plaza, D. (2013). *Turismo rural como actividad dinamizadora del desarrollo local en la comuna de Curicó*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- PromPeru. (2 de Febrero de 2008). *Perfil del turista rural comunitario*. Obtenido de http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/lic/AET/TR/AM/02/Perfil_del_Turista.pdf
- Quesada, R. (2007). *Elementos del Turismo*. Costa Rica: EUNED.
- Rivera, M. (2019). "*Calidad del servicio que brinda la empresa elevate business y estrategias para su mejora*" . Piura: Univeridad Nacional de Piura.
- Rivera, M., & Rodriguez, L. (2012). . *Turismo responsable y desarrollo local comunitario*. Cordoba.
- Riveros, A., & Blancos, B. (2003). "El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local". *Programa de Desarrollo de la Agroindustria Rural para América Latina y el Caribe (PRODAR)*, 33.

- Rodriguez, A. (04 de Diciembre de 2020). *Las 4 Teorías de la Calidad Principales y sus Características*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/teorias-calidad/>
- Salcicia, D. (2001). *Ecoturismo rural y desarrollo sustentable del patrimonio Natural e Histórico Cultural*. Buenos Aires: Editorial CIET.
- Sancho, F. (2004). *Turismo rural y medio ambiente. Propuesta para una metodología de análisis*. Andalucía: Junta de Andalucía Consejería del Medio Ambiente.
- Schaerer, A., & Dirven, M. (2001). *“El turismo rural en Chile. Experiencias de agroturismo en las Regiones del Maule, La Araucanía y Los Lagos .* Santiago Chile: Cepal.

ANEXOS

Anexo 1: Fotografías



