



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

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

**“PERCEPCIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO DEL TURISMO RURAL EN EL  
DISTRITO DE CCORCA, PROVINCIA DEL CUSCO 2022”**

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

**PRESENTADA POR:  
MILAGROS LUISA CACERES OROS**

**ASESORA:  
MAG. CLAUDIA EDITH LLONTOP DIEZ**

**LIMA, MARZO 2022**

## **Dedicatoria**

En especial esta dedicación a mi hogar por la paciencia, amor, esmero y sacrificio que me ofrecieron a lo largo de mi vida, solo por medio de su apoyo conseguir alcanzar mis metas y transformarme en lo que soy.

A todas las personas que me han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que me abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Con todo el aprecio del mundo a mis maravillosos padres. Por su gran apoyo y por ser ejemplo de trabajo, bondad y amor. A través de estas líneas expreso mi profunda admiración y eterna gratitud.

A mis hermanos, mi inspiración total en este trajinar diario, por la forma en que ellos hacen mi vida un tornasol, diáfano, cálido, completo y especial.

## **Agradecimiento**

Primeramente, mi agradecimiento hacia Dios por ser quien dirige mis pasos y es parte de todo el camino de mi vida, ofreciéndome sabiduría y paciencia para lograr con éxito las metas que me propuse.

También el agradecimiento a mis padres por ser fuente esencial en mi vida y ofrecerme su apoyo de manera incondicional.

A mi centro de estudios Universidad Alas Peruanas, y los docentes de la Facultad de Ciencias Empresariales y Educación, por formarme profesionalmente.

## **Introducción**

El presente trabajo de suficiencia, titulada “PERCEPCIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO DEL TURISMO RURAL EN EL DISTRITO DE CCORCA, PROVINCIA DEL CUSCO 2022”, se realizó debido a la preocupación constante de la mejora que debe tener respecto a la calidad de servicio del turismo rural que se desarrolla en la localidad de Ccorca, ya que en la actualidad no se realizan acciones para poder mejorar este tema, así mismo dicho estudio se justifica debido a los beneficios que se obtiene al realizar una mejora continua en la calidad de servicio frente a las expectativas que tienen los visitantes, en la realización del estudio se plantearon alcanzar los siguientes objetivos; Identificar la percepción de calidad de servicio del turismo rural en el distrito de Ccorca, provincia del Cusco 2022; Identificar la calidad de servicio del turismo rural en el distrito de Ccorca, provincia del Cusco 2022, Identificar el turismo rural en el distrito de Ccorca, provincia del Cusco 2022 y formular una propuesta de turismo rural en el distrito de Ccorca, provincia del Cusco 2022, de esta manera se pudo complementar con la búsqueda de información relevante para poder fundamentar el estudio, y redactando una propuesta la cual contribuye de manera directa en la mejora de la problemática detectada.

## **Resumen**

El presente trabajo de suficiencia “PERCEPCIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO DEL TURISMO RURAL EN EL DISTRITO DE CCORCA, PROVINCIA DEL CUSCO 2022” como su nombre lo indica, tiene como propósito mejorar la percepción de calidad de servicio del turismo rural en el distrito de Ccorca, provincia del Cusco 2022, partiendo desde el recojo de los pasajeros, del punto de partida de los mismos, hasta el punto de retorno, como objetivo específico se tiene; Conocer la calidad de servicio del turismo rural en el distrito de Ccorca, provincia del Cusco 2022, como segundo objetivo se tiene; Conocer es el turismo rural en el distrito de Ccorca, provincia del Cusco 2022 y como tercer objetivo se tiene; Formular una propuesta de turismo rural en el distrito de Ccorca, provincia del Cusco 2022.

El presente trabajo de suficiencia, es una labor de investigación, la cual es importante, porque dará a conocer cuál es la situación del lugar para mejorar la percepción de calidad del servicio turístico rural en el distrito de Ccorca, provincia del Cusco 2022, de tal manera que, a través de la evaluación se conocerán los resultados esperados para mejorar la situación actual.

El presente trabajo de suficiencia, tendrá un impacto positivo a largo plazo; una vez analizados e implementado, con el apoyo de las autoridades de la zona.

## Índice de contenido

Dedicatoria.....	i
Agradecimiento.....	ii
Introducción .....	iii
Resumen .....	iv
Índice de contenido.....	v
Índice de cuadros y figuras .....	viii
Índice de anexos.....	ix
CAPITULO I: DEFINICION Y TERMINOLOGIA.....	1
1.1 Teoría del turismo.....	1
1.1.1 Turismo .....	2
1.1.2 Tipos de turismo.....	3
1.2 Teoría del Desarrollo sostenible resultado de la actividad turística .....	5
1.2.1. Importancia de la actividad turística .....	6
1.2.2. Atractivo Turístico.....	6
1.2.3. Servicios Turísticos .....	7
1.2.4. Impacto de la actividad turística .....	8
1.3 Turismo rural.....	11
1.3.1. Turismo rural comunitario.....	12
1.3.2. Lineamientos para el desarrollo del turismo rural comunitario en el Perú	
12	
1.3.3. Aspectos dentro del Turismo rural.....	16
1.3.4. Actividades rurales.....	19

1.3.5.	Perfil de turista rural comunitario.....	20
1.4	Oferta turística .....	22
1.4.1.	Elementos de la oferta turística.....	22
1.4.2.	Categorías de la Oferta turística .....	23
1.4.3.	Dimensiones de la oferta turística .....	24
1.5	Satisfacción .....	25
1.5.1.	Satisfacción del turista .....	26
1.5.2.	Dimensiones que afectan en la satisfacción del turista .....	27
1.6	Teoría de calidad de servicios .....	28
1.6.1.	Fases del sistema de calidad en turismo .....	31
1.7	Definición del servicio .....	32
1.8	Teoría de la Percepción.....	37
1.8.1.	Percepción del turista.....	39
1.8.2.	Factores que influyen en la percepción.....	40
1.8.3.	Características de la percepción .....	41
1.9	Justificación.....	43
1.10	Ubicación.....	43
1.11	Descripción del lugar .....	44
1.11.1.	Actividad económica .....	45
1.12	Caracterización de la problemática .....	46
1.13	Problemas. ....	47
1.13.1.	Problema general:.....	47
1.13.2.	Problemas específicos:.....	47
1.14	Objetivos.....	48

1.14.1.	Objetivo general:.....	48
1.14.2.	Objetivo específico:.....	48
1.15	Análisis de factibilidad: .....	48
1.15.1.	Factibilidad operativa: .....	48
1.15.2.	Factibilidad organizacional:.....	49
1.16	Administración de la propuesta: .....	49
CAPITULO II: Propuesta para mejorar la percepción de calidad de servicio del turismo rural en el distrito de Ccorca, provincia del Cusco 2022. ....		
		51
2.1	Introducción .....	51
2.2	Objetivos de la propuesta .....	52
2.3	Diagnostico .....	53
2.4	Justificación .....	55
2.5	Resultados esperados .....	56
2.6	Impacto y resultado .....	56
2.7	Plan de actividades.....	58
2.8	Viabilidad económica de la propuesta .....	61
Conclusiones .....		62
Referencia Bibliografica .....		<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Anexos.....		69

## Índice de cuadros y figuras

Figura 1 Ubicación.....	44
-------------------------	----

## Índice de anexos

Anexos 1 Fotografías .....	69
----------------------------	----

## **CAPITULO I:**

### **DEFINICION Y TERMINOLOGIA**

#### **1.1 TEORÍA DEL TURISMO**

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT) menciona que la actividad turística son el conjunto de actividades que las personas efectúan mientras están de viaje en ambientes donde no es usual que se encuentran, cuyos objetivos es el entretenimiento, los negocios u otros y comprenden periodos que no exceden a un año. Asimismo, menciona tres tipos de turismo que se desarrolla en todos los países; el primero, es el turismo interno referido a las personas que visitan lugares del país de origen; el segundo, es el turismo receptor, referido a las personas que no son originarias del país; el tercero, es el turismo emisor, cuando los residentes del país visitan otros lugares turísticos de otros países. (OMT, 2008)

De acuerdo a (Rodriguez, 2016), la actividad turística se manifiesta a través del desplazamiento del lugar habitual de residencia, la pernoctación de estancias mayores un día y que no excede un año, con el objetivo de entretenimiento o goce del destino turístico. En consecuencia, la actividad turística conlleva la contratación de medios de transporte y servicios de alimentación y alojamiento.

Por otro lado, (Florez, 2008) indica que el turismo se manifiesta a través de varias actividades donde participan distintos sectores que contribuyen al

dinamismo del turismo, como son las Agencias de viaje, el Transporte y la Hotelería. Asimismo, la actividad turística es abordada por la ciencia geográfica, la economía, la antropología, entre otros.

### **1.1.1 Turismo**

Es así que el turismo comprende los términos de que todos los procesos entre estos los económicos los cuales se evidencian por medio de la permanencia, consumo, movimiento de los turistas dentro o fuera de la zona que se realizan por ende dentro de un estado, municipio o país. (Sancho, 2018) De otro lado el turismo no solo es aquello que se realiza en base a especulaciones o improvisaciones si no que es una necesidad realizar estudios anticipados de la zona como el mercado y las tendencias que se generan ya que estas son variantes con el paso de los años, todo esto para lograr un desarrollo adecuado del turismo.

De otro lado, el conjunto de viajes tiene como finalidad ejercer el ocio o niveles de placer como motivos comerciales y profesionales entre otros aspectos, es así que durante este movimiento que se da fuera del habitat no es considerado como largo si no una ausencia temporal, de esta forma, se considera que no es turismo el traslado de alguien a su zona de labor. (Díaz, 2016).

Con mención a los servicios turísticos se comprenden que estos son gran influencia para un desarrollo económico de forma global. Se entiende que este desarrollo se dio de forma positiva en algunos países trayendo

mejoras económicas, pero en otros países solo logro abarcar el desarrollo económico por sectores, ya que los beneficios fueron distribuidos de maneras equitativas y como resultado género que no todas las sociedades puedan desarrollarse mejor en su calidad de vida.

### **1.1.2 Tipos de turismo**

Según lo que referencia (Vega, 2017) el turismo tiene una clasificación de maneras distintas que se engloba a ciertas características estas serían: según la manera de viaje, según el tipo de viaje, según el motivo de viaje.

**Según el motivo del viaje:** Esta se concreta en tener una de las clasificaciones más usadas, está basada en identificar al turismo según el propósito del viaje o el motivo. De esta manera, se puede comprender que el turismo logra ser divididos en tres aspectos importantes, las que consecuentemente se subdividen en tipos y estas llegarían a ser:

- El turismo de descanso se concentra en el turismo que es esencialmente referido al placer, descanso, como la recreación visual de las personas entre otras.
- Turismo especializado: De otro lado, el turismo especializado se refiere a esa recreación que tiene como objetivo el desarrollo científico o de aventura.

- Turismo de afinidad o de interés común: Esta se encuentra referida al desarrollo del turismo con fines religiosos como profesionales por ende también filosóficos. (Vega, 2017)

**Según la forma de viaje:** Por este medio el turismo que se da de forma independiente el que es realizado por un acuerdo real por parte del turista para poder aplicar el viaje, logra ser dividido en:

- Turismo de forma individual
- Turismo de manera grupal. (Vega, 2017)

**Según el tipo de viaje:** De acuerdo a las formas en las que se hayan realizado los viajes el turismo puede ser dividido en:

- **Turismo independiente:** En este ámbito es el propio viajero quien realice todos sus trámites para poder emprender hacia su destino ya que él realiza todas sus compras de forma directa, es la persona quien dirige sus gustos y opta por servicios en específico, entre ellos formas de llegar hacia su destino, el alojamiento entre otros gastos directos, por otro lado, se encuentra también la alimentación, amenidades, ocio, todos estos referidos al tipo de vivencia que desea tener.
- **Turismo organizado o todo comprendido:** Dentro de este abarcan aquellas compras grupales que realiza el turista de forma general en una sola compra adquiere todos los servicios como hotel, alojamiento, ocio, alimento, entre otros, en la

actualidad estas compras son conocidas con el nombre de paquetes turísticos o package. (Vega, 2017)

## **1.2 Teoría del Desarrollo sostenible resultado de la actividad turística**

El término sostenibilidad es un poco difícil de definir ya que ha evolucionado en términos de uso de recursos por parte de las comunidades humanas. Sin embargo, el Consejo Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo definió el término en 1987 en el Informe Brundtland como: "Innovación que satisface las necesidades del presente sin compensar sus propias necesidades a costa de las generaciones futuras" (Bermejo, 2014)

Sostenibilidad social, recuerda Pizarro: "La diligencia organizacional tiene un impacto social que afecta a todos los niveles: empleados (situación laboral, calidad salarial, etc.), proveedores, clientes, comunidades locales y la sociedad en su conjunto" donde tienen logros sostenibles en desarrollo deben beneficiar a diferentes grupos de la sociedad participando en prácticas equitativas de gobernanza, y así promover el progreso y mejorar la calidad de vida mediante la creación de empleo. De manera similar, Pizarro agrega: "Los indicadores sociales funcionan en sintonía con el crecimiento local, las condiciones de trabajo, los salarios, la reducción de la pobreza, la satisfacción de las necesidades básicas y las relaciones entre personas. (Pizarro, 2016)

### **1.2.1. Importancia de la actividad turística**

En la Carta Cultural Iberoamericana (2006), promovida por la Organización de Estados Iberoamericanos (OEA) afirma: “La excelente práctica de preservar una cultura representa una forma de vida original y única en la diversidad del planeta, ya que significa el desarrollo de una comunidad a partir de una referencia básica a su identidad. En este sentido, el concepto de “patrimonio cultural” no es solo una definición, es un sujeto simbólico que permanece abierto a diferentes conceptos a lo largo del tiempo, “una situación no es para nada negativa porque sostiene y enriquece el proceso”. (Perez, 2012)

### **1.2.2. Atractivo Turístico**

De acuerdo a (Navarro, 2010) los atractivos turísticos son el conjunto de recursos del turismo que a través del tiempo se han construido o inventado y que permiten tener diferentes experiencias de entretenimiento, o por algún tema de negocio. Generándose de esta manera, la división entre atractivos creados como las festividades folclóricas y atractivos construidos: los lugares arqueológicos.

De acuerdo al Ministerio de Economía y Finanzas, la clasificación de los atractivos turísticos varía según el nivel de atracción del recurso turístico, así también, establece el impacto que puede generar en el turismo externo como el turismo nacional, la clasificación brinda una valorización

al atractivo con el objetivo de atraer nuevos visitantes. Así se tiene, los atractivos de jerarquía IV, son aquellos que atraen por su cuenta a los turistas; es decir, turismo receptivo; atractivos de jerarquía III, aquellos que atraen en menor medida a los turistas; atractivos de jerarquía II, aquellos que poseen características que pueden incentivar a nuevos turistas a conocer mencionados atractivos y; finalmente, los atractivos de jerarquía I, aquellos que no satisfacen los requisitos necesarios para fomentar las visitas, pero que están comprendidos en el Patrimonio. (MEF, 2011)

### **1.2.3. Servicios Turísticos**

De acuerdo a la (OMT, 2016), los servicios turísticos son aquellas actividades que se orientan a las prestaciones individuales con el objetivo de cubrir las necesidades del turista y aportando al logro de la facilitación, la utilización y el goce de los recursos turísticos,

Asimismo, la OMT señala que los servicios turísticos comprenden a los servicios y bienes brindados por las empresas pertenecientes al sector turístico, que se orientan a cubrir las necesidades de los turistas nacionales y extranjeros, tomando en cuenta el goce del mismo por medio de empresas intermedias de alimentación, alojamiento, transporte, etc.

Por otro lado, (Navarro, 2010) sostiene que las empresas intermediarias se orientan a la prestación de servicios mediante los

servicios de alimentación, servicios de transporte, servicios de alojamiento, servicios de agencias de viaje, entre otros.

#### **1.2.4. Impacto de la actividad turística**

Ante ello, (Tanaka, 2001), adiciona que “el turismo es una de las formas más importantes de generar PIB en los países receptores” (p. 23). Los flujos de divisas o generados por el turismo hacia la zona de destino no solo constituyen una importante fuente de ingresos y benefician a otros sectores de la economía a través del denominado "Efecto Multiplicador". Al analizar el impacto del turismo en los espacios naturales, se determina qué se debe hacer para evaluar el impacto de las actividades turísticas, considerando no solo los aspectos económicos sino también los otros ámbitos del desarrollo social, analizados en su lado positivo. y el impacto negativo, directo, indirecto o causado, tangible o intangible.

- **Impacto socio-cultural**

Esto se evidencia a mediano y largo plazo, especialmente para la población receptora, en términos de cambios demográficos, cambios en las formas y tipos de trabajo, cambios en los valores e impactos en la vida tradicional, la forma de consumir. Por otro lado, también manifiesta y acelera la tendencia del cambio cultural, perdiendo los elementos significativos de la cultura y convirtiéndolos en una mercancía más. (Tanaka, 2001)

- **Impacto Económico**

Según (Cordero, 2006), Mencionó que a nivel local y regional, el mayor impacto del turismo es la generación de empleo, directa o indirectamente, a través de la demanda laboral (técnica y profesional).

- **Efectos directos:** Estos son puestos de trabajo creados por empresas que proporcionan bienes y servicios directamente a los turistas. Cabe señalar que estos trabajos son en muchos casos estacionales y no calificados, y, además, la modernización de partes de la infraestructura turística en muchos casos no se corresponde con el desarrollo de la industria turística desarrollo endógeno en equilibrio con otro tipo de actividades productivas. (Esteban & Esteban, 2012)
- **Efectos indirectos “multiplicadores”:** Estas cosas suceden cuando las actividades de una agencia de viajes en particular promueven el desarrollo de otras empresas en el sistema económico. (Esteban & Esteban, 2012)

- **Impacto en el ambiente**

En cuanto a (Cordero, 2006), Refiriéndose al impacto ambiental del turismo, escribió: “Dependiendo de las necesidades o características de los recursos naturales, el turismo ha generado una amplia gama de infraestructura y ha mejorado los estilos de

vida en muchas regiones de un paisaje que hasta ahora ha sido olvidado.” (p. 38); se puede observar:

- **Efecto positivo:** Mejorar y crear vías de comunicación, valoración de algunos espacios naturales como recursos, creación de empleo.
- **Efecto negativo:** El paisaje está cambiando irreversiblemente como resultado de la expansión de la infraestructura y la construcción, desde las rutas de transporte hasta las diversas instalaciones turísticas, la invasión de áreas naturales, los impactos sobre plantas y animales, la acumulación y disposición de desechos sólidos y líquidos en el exterior y en los cuerpos de agua corriente. Actualmente, antes de cualquier intervención en el ecosistema, se examinan sus consecuencias y su impacto en el medio ambiente. Este estudio de impacto ambiental evalúa los cambios del proyecto en el entorno natural y social. Dependiendo del resultado, el diseño puede modificarse para minimizar el impacto. (p.65)

### **1.3 Turismo rural**

El turismo rural es una de las actividades prácticas que involucran a las personas, ya que juega un papel importante a nivel económico al generar empleos, ingresos y desarrollar mercados para los servicios relacionados, a nivel social, en lo que respecta al desarrollo artístico, la recreación, el reconocimiento y la conservación de la Cultura; hacia el medio ambiente, comprometidos con la gestión equitativa de los ecosistemas y la protección de la biodiversidad. (Riveros, 2014)

El alcance de la importancia del turismo rural se puede atribuir inicialmente al tratamiento de este tema por parte de la Comisión de las Comunidades Europeas en 1990, que intentó proporcionar a todos los países de la Comunidad un concepto de restricción, para definir el agroturismo de acuerdo con tres factores:

- Existe un concepto importante de turismo rural, no sólo para el agroturismo, sino también para cualquier otra actividad turística en el medio rural.
- El turismo rural incluye también todo tipo de actividades turísticas en el campo.
- El turismo rural es un concepto que engloba todas las actividades turísticas endógenas apoyadas por las personas y el medio ambiente.

- El turismo rural basado en este enfoque de la Comisión Europea se define, por tanto, como “cualquier actividad turística realizada en zonas rurales”

### **1.3.1. Turismo rural comunitario**

Sería beneficioso diversificar las actividades de los habitantes de la comuna, principalmente mujeres y jóvenes. Estas actividades deben tener un impacto positivo en las familias locales, incluidas las comunidades locales, en todas las etapas del desarrollo del producto turístico. (Herrera, 2012)

Según el MINCETUR, todas las actividades turísticas, recreativas y complementarias se desarrollan de manera sostenible en las zonas rurales, con la participación preferencial de los campesinos y/o comunidades indígenas. Esta actividad tiene como objetivo promover la participación comunitaria en el manejo responsable de sus recursos culturales, naturales y humanos. (Mincetur, 2006)

### **1.3.2. Lineamientos para el desarrollo del turismo rural comunitario en el Perú**

El MINCETUR (2008) sostiene que, en el contexto de los desafíos que enfrenta la humanidad, se puede afirmar que el turismo rural es una actividad que puede cooperar y ayudar a paliar los problemas que enfrenta el país como región en las últimas décadas, constituido por una población rural socialmente empobrecida afectada por la exclusión económica, la persistente destrucción ambiental, la sobreexplotación de los recursos

naturales de la naturaleza y la pérdida frecuente de identidad cultural. Por ello, en el Perú, reconociendo la responsabilidad de lograr la prosperidad y el desarrollo social, y al mismo tiempo, el principal objetivo del turismo rural comunitario en nuestro país es contribuir al desarrollo del turismo sostenible desde el campo, una herramienta para el desarrollo económico, desarrollo social en el Perú; por lo tanto también con objetivos específicos, como fortalecer las capacidades de planificación y gestión de los gobiernos locales, promover y fomentar su propio desarrollo, crear capacidades locales para desarrollar el turismo en las comunidades rurales, y la buena gestión empresarial turística, promoviendo constantemente la participación de la población local en las zonas rurales, promoviendo el papel de la juventud y la mujer en el turismo, creando oportunidades de trabajo para aumentar los ingresos de la comunidad, a través de fines benéficos y recursos naturales. Por las razones anteriores, el turismo comunitario es una actividad turística que trae muchos beneficios a la comunidad. (Mincetur, 2008)

Según (Mincetur, 2008), identificó cinco intereses importantes: económico, ambiental, social, cultural y educativo. La TRC tiene como objetivo promover la economía local y diversas actividades productivas en las zonas rurales. Por lo que se convierte en una actividad que generará ingresos, empleo y oportunidades de crecimiento. Ambientalmente, TRC promueve el uso sostenible y la conservación de los recursos turísticos.

Socialmente, asociado a desarrollar el turismo rural, creando infraestructura y servicios, es una forma de mejorar la calidad de vida de la comunidad. Para el campo de la cultura y la educación, juega un papel importante porque conserva y reproduce los elementos que conforman la identidad local: el folclore, la artesanía, la gastronomía y las costumbres, de manera consistente y perdurable en el tiempo. Ante esa situación, el turismo rural comunitario del país atrae a turistas que cultivan un comportamiento responsable en todos sus viajes, pero que inicialmente deben complementar las formas tradicionales de oferta para sobrevivir en el mercado y poco a poco orientarse.

El desarrollo de TRC tiene ciertas condiciones que le permiten desarrollarse, por lo general debe tener factores relacionados con las zonas rurales como los recursos naturales y culturales que son de interés para los turistas, la complementariedad económica con las actividades existentes en las zonas rurales, el liderazgo, la participación activa, la participación de las personas. La preparación y comprensión del desarrollo turístico ser consciente de las oportunidades y amenazas que presenta esta acción y los procedimientos para reducirlas, la infraestructura que existe a nivel macro y micro, la presencia de restaurantes, alojamiento, actividades acciones complementarias apropiadas al entorno local, tanto cultural como natural. (Mincetur, 2008)

- **Del territorio y sus actores:** Un área se define como el espacio donde se realizarán las actividades, en este caso sería una zona rural. La gestión, elemento esencial del emprendimiento comunitario rural. La participación de la comunidad local en la gobernanza y las operaciones debe considerarse directamente con las propias organizaciones de la comunidad o indirectamente a través de ONG, gobiernos locales, empresas privadas e instituciones públicas, etc. (Mincetur, 2008)
- **De la oferta:** Se utiliza para identificar los elementos clave del producto ofrecido. Interactuar para comprender el grado de participación e interacción de anfitriones y visitantes en actividades en beneficio del medio rural. Comportamiento, es básicamente el análisis del comportamiento responsable de los actores, ya que forma la base para el desarrollo sostenible de la comunidad en la que existen las empresas de TRC.
- **De la demanda:** El valor de la experiencia, que está determinado por las necesidades y expectativas del visitante y la compatibilidad de los productos ofrecidos. Este valor hace que cuando las expectativas del cliente y la realidad del producto coincidan, surgirán espontáneamente las llamadas experiencias, nutridas de muchos factores naturales y culturales auténticos y de la autenticidad de la experiencia del huésped. (Mincetur, 2008)

### **1.3.3. Aspectos dentro del Turismo rural**

#### **Recursos naturales y culturales**

Los recursos naturales y culturales son muy importantes para que la comunidad desarrolle actividades turísticas en la modalidad de turismo rural, como lo señala el MINCETUR (2008), las zonas rurales deben tener características naturales, sin embargo, los sitios arqueológicos, históricos y folclóricos y los visitantes deben ser fácilmente accesibles. (Mincetur, 2008)

Cebrián menciona que los recursos naturales y culturales existentes en el área protegida deben ser la base para cualquier otro uso y valor que no afecte el sitio y su gestión, al mismo tiempo que dichos recursos no deben verse amenazados. El TRC en las reservas naturales depende del mantenimiento de las condiciones ambientales y culturales de alta calidad necesarias para mantener los beneficios económicos y mejorar la calidad del turismo. (Cebrian, 2008)

- **Sitios naturales**

El MINCETUR declara que son lugares naturales todos aquellos lugares que no intervino el hombre, son productos de la propia naturaleza y tienen valor potencial, en esta categoría tenemos: montañas, llanuras y valles, donde se realizan actividades turísticas y

cuenta con flora y fauna. Reservas naturales o valiosas fuentes, arroyos, embalses, manantiales, cascadas y aguas termales mineromedicinales. Finalmente, existen cuevas naturales, áreas naturales protegidas y cinturones paisajísticos con flora y fauna de interés o en peligro de extinción. (Mincetur, 2008)

- **Sitios arqueológicos**

El MINCETUR afirma que los sitios arqueológicos son sitios de valor cultural construidos por el hombre debido a los vestigios de herramientas, artesanía, metalurgia, actividades y/o eventos importantes realizados por nuestros antepasados. Esta categoría incluye parques arqueológicos, sitios arqueológicos, castillos, santuarios, áreas ceremoniales, templos, fortalezas, plazas, cementerios, cuevas, pinturas rupestres, petroglifos, posiblemente patrimonio cultural, patrimonio de la humanidad o monumento. Reconocido por el Ministerio de Cultura o la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (Mincetur, 2008)

- **Lugares históricos**

El MINCETUR establece que los sitios históricos son elementos y bienes hechos por el hombre, tangibles o intangibles, que han sobrevivido en el tiempo hasta nuestros días. Se consideran bienes históricos: palacios, castillos, edificios históricos, pazos, pazos,

conjuntos arqueológicos, cascos históricos, barrios históricos, murallas, campos de batalla, etc. (Mincetur, 2008)

- **Folklore**

El MINCETUR define el folklore como un conjunto de costumbres, tradiciones, mitos, arte, gastronomía y poesía que definen a una determinada ciudad, región o país. El folklore se refiere a elementos, componentes u objetos culturales intangibles o intangibles que se han desarrollado desde tiempos inmemoriales y que todavía son populares en la actualidad. (Mincetur, 2008)

- **Participación de la población**

Según Abdellh, la participación de las personas o comunidades puede funcionar a tres niveles: Primero, facilitando la información, la toma de decisiones y la acción de todos los que forman la comunidad, es decir, la comunidad debe involucrar plenamente al visitante. En segundo lugar, las personas pueden controlar las decisiones de actuar, en otras palabras, las comunidades locales pueden planificar, controlar y llevar a cabo lo planificado. En tercer lugar, pero no menos importante, la gestión de la población es participativa. Esto ha llevado a la creación de empresas y asociaciones para que la comunidad explote sus recursos turísticos y así lograr la igualdad social. (Abdellah, 2017)

De otro lado, Rivera y Rodríguez mencionan que la participación activa de las personas y modelos de gestión adecuados en las actividades

turísticas de las comunidades rurales pueden mejorar la calidad de vida, preservando los valores de la cultura local, generando oportunidades de trabajo y otros beneficios. (Rivera & Rodriguez, 2012)

#### **1.3.4. Actividades rurales**

El visitante puede realizar diversas actividades típicas del campo para vivir una experiencia fuera de lo común, algunas de las cuales menciona Salcicia, como: (Salcicia, 2001)

- Las actividades agrícolas como por ejemplo las cosechas, las siembras y los deshierbes.
- Las actividades pecuarias como las visitas a establos, pasteo de ganado, el ordeño de vacas y esquila de ovejas.
- La observación o la participación en las actividades tradicionales o costumbres como por ejemplo fiestas patronales, cortes de pelo, entre otras.
- Los tratamientos de salud por medio de chamanes y/o curanderos.
- Las danzas folclóricas y la elaboración de platos, dulces y licores típicos de la zona.
- Las caminatas, trekking, camping, noches de fogata.
- Conocimientos de plantas medicinales ancestrales.
- La participación en ferias y en la elaboración de artesanías.

- La observación y aprendizaje de flora, fauna, sitios históricos, sitios arqueológicos, así mismo tomar fotografías de flora y fauna y paisajes naturales.
- Practicar el nado en ríos y lagunas y/o participar en la pesca y casa.
- Montar a caballo y/o en mulas.

### **1.3.5. Perfil de turista rural comunitario**

PromPerú indica que los turistas de las comunidades rurales estarán buscando puramente experiencias que despierten el deseo de descubrirse a sí mismos y las costumbres ancestrales y/o tradiciones locales de una forma de vida diferente. Además de participar, interactuar e intercambiar experiencias con los habitantes de las comunidades rurales y/o locales. Otro factor que no se puede pasar por alto es el entorno natural y la vista a la comunidad aledaña que te dará la sensación de vivir en un entorno rural natural. Por otro lado, para este tipo de turismo, los turistas prefieren utilizar instalaciones de alojamiento en el campo, en las casas de los pobladores que previamente esta acondicionado para brindar este tipo de servicio turístico; para experimentar una nueva forma de vida. (PromPeru, 2008)

La principal motivación de un turista cuando viaja a una comunidad rural es que quiere conocer las costumbres y realidades de otra vida, es decir, vivir una experiencia muy diferente a la de su día a día, en otras

palabras, experimentar las tradiciones y costumbres locales. Estilo de vida, trajes típicos, religión, forma de pensar y folklore de la población rural.

Los turistas buscan esta forma de aprendizaje, no solo a través de la observación, sino a través de la interacción, el diálogo y/o la participación en el medio rural con los pobladores, donde la interacción con los pobladores será un factor más que promueva el desarrollo comunitario en el turismo rural. Cuando se trata de las actitudes o comportamientos de los turistas hacia TRC, es importante que busquen un alojamiento rústico que pueda convivir con la comunidad sin sacrificar la comodidad y el confort, pero si eso es sacrificar el confort y la comodidad por el orden y la integridad para utilizar la conexión con la comunidad.

## **1.4 Oferta turística**

“Una oferta turística es un conjunto de bienes y servicios turísticos que los productores de la industria están dispuestos a ofrecer a un precio y por tanto debe reflejar un capital que pueda ser utilizado directamente con fines turísticos.” (Cabarcos, 2006)

Además (Quesada, 2010) recuerda: “Lo que brindan los turistas es una combinación de transporte, comodidades y servicios que les permiten moverse, permanecer y hacer lo que quieran en el destino de acuerdo a sus necesidades y motivos”, pág. 136.

### **1.4.1. Elementos de la oferta turística**

- **Atractivos Naturales:** Deben de existir programas de conservación ambiental e infraestructura para vincular el atractivo a las actividades turísticas.
- **Atractivos Culturales:** Se debe de realizar investigación, y sistematización de la riqueza cultural local.
- **Atractivos Recreacionales:** Estos atractivos tienen que ver con el rescate de juegos tradicionales. Planificación con el fin de insertarlo en la actividad turística.

Según Quesada, un atractivo turístico es algo que atrae a las personas a un lugar y se considera la materia prima para el turismo. (Quesada, 2007)

### **1.4.2. Categorías de la Oferta turística**

Existe una tendencia general a identificar como proveedores a las agencias de viajes, las empresas de transporte y las agencias de promoción turística, pero según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, se las denominará agencias de viajes que operan porque no producen bienes, sino que se encargan de crear mano de obra turística. mercado. El marketing turístico, forman parte del sistema turístico, pero no son productores de bienes o servicios para los turistas, por lo que no se incluyen en el consumo turístico, es decir, son todos los gastos de consumo a cargo del viajero o por cuenta del viajero durante su viaje y estancia en el destino.

En este sentido agrupamos la oferta en diferentes categorías: (Luza, 2015)

- Alojamientos
- Alimentación
- Transporte
- Ocio, cultura y actividades deportiva
- Compras

Todas estas actividades tienen lugar en el destino. Los operadores turísticos son la fuente de turistas, por lo que técnicamente median entre la oferta y la demanda, desempeñando un papel en la comercialización de

la oferta mediante la distribución, difusión y distribución de productos turísticos.

Cuando las agencias de viajes (mayormente TTOO), diseñan y elaboran su producto, éste siempre cuenta con al menos uno de los elementos anteriormente descritos. (Luza, 2015)

#### **1.4.3. Dimensiones de la oferta turística**

- **Producto turístico**

Baca 1995 nos menciona que la publicidad es el uso de medios apropiados para promocionar y evaluar un producto turístico, ya sea una imagen general o aspectos específicos del mismo, de manera objetiva y general captar la atención e interés de los clientes potenciales, más que una relación personal. (Baca, 1995)

- **Promoción turística**

La gente piensa que el marketing es promoción, ¿por qué? La promoción es el aspecto más visible del marketing. Sin embargo, la promoción es solo una parte del marketing y es una de las cuatro "P" o variables de marketing controladas. Esta es la punta del iceberg que todos pueden ver, pero solo unas pocas personas pueden ver el iceberg completo. Hoy en día, la promoción se considera parte del proceso. Eso no es todo y eso no es todo, porque según el marketing moderno, es solo una pequeña parte. Es una forma de convencer,

comunicar y convencer a los consumidores de nosotros, porque no hay ninguno que no esté disponible en el mercado. (Villena, 2005)

## **1.5 Satisfacción**

El autor (Sancho, Introducción al Turismo, 2008), conceptualiza a la satisfacción como “Un concepto psicológico que básicamente significa el sentimiento deseado y esperado de felicidad y disfrute en un producto o servicio. Por lo tanto, la satisfacción del cliente es una medida directa de la conformidad con las expectativas, necesidades y deseos del usuario. “De lo anterior, se puede ver que la calidad del servicio y la satisfacción del cliente están estrechamente relacionadas.

Cada uno de los elementos que forma parte de la actividad turística tiene que satisfacer las expectativas del turista, por ende, al adquirir cualquier bien o servicio el operador en turismo debe comprometerse a brindar un bien o servicio de calidad.

Para Kotler y Lane (2006) la satisfacción del cliente se define como “la sensación de placer o decepción resultante de comparar la experiencia del producto (o el resultado esperado) con las expectativas de beneficios anteriores”. Los autores mencionados dan a conocer las siguientes conclusiones:

- Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho.

- Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho.
- Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado

Al analizar las definiciones antes mencionadas se concluye que la satisfacción es el sentimiento o la actitud del cliente hacia un producto, un bien o servicio prestado por una empresa. La satisfacción aparece cuando las necesidades o expectativas del cliente se han cumplido. Al brindar un servicio o bien turístico de cualquier tipo se tiene que tener cuidado en el momento en que se ofrece y se presta los bienes/servicios, ya que los turistas al no recibir el servicio/bien ofrecido no se sienten satisfechos, el cual genera la poca fidelidad del turista. (Sancho, Introducción al Turismo, 2008)

#### **1.5.1. Satisfacción del turista**

De acuerdo a (Pizam & Ellis, 1999) la satisfacción de los turistas derivado de los servicios no se define por la suma de componentes de la prestación debido a que cada servicio tiene distintos pesos. En este caso, la satisfacción se evalúa en el desempeño de cada elemento del servicio. En este sentido, es importante considerar que la satisfacción no solo responde a factores internos, sino también, a factores externos del establecimiento como el ambiente paisajístico o el acceso a bienes complementarios.

### 1.5.2. Dimensiones que afectan en la satisfacción del turista

Para el desarrollo de la investigación se considera los cinco aspectos que intervienen en la atención del servicio de acuerdo a (Parasuraman, 1988):

- **Elementos tangibles:** Consiste en la imagen física de las instalaciones de los servicios y del personal, está compuesto por el conjunto de instalaciones, el equipamiento, los materiales del personal o de comunicación.
- **Fiabilidad:** Se refiere a la entrega del servicio propuesto y está conformado por el conjunto de cumplimientos en la hora de entrega, la eliminación o reducción de errores en la atención, el desempeño de la atención, la respuesta ante situaciones problemáticas y su solución inmediata.
- **Seguridad:** Consiste en la sensación de seguridad al momento de la prestación de servicio por parte del personal, está compuesto por la muestra de confiabilidad del personal, la seguridad de las instalaciones, la sensación de tranquilidad dentro del establecimiento.
- **Empatía:** Se refiere a la relación con el cliente a través de la comprensión, la comunicación y la accesibilidad. Dentro de esta dimensión se incluye la actitud del personal, la sensación de seguridad en la adquisición de los servicios, la amabilidad en la

atención y el conocimiento del personal ante las dudas de los consumidores.

- **Capacidad de respuesta:** La capacidad de respuesta está asociado a la atención del servicio en tiempo oportuno. Aquí se encuentra componentes como la atención personalizada, la programación de horarios acorde a las necesidades de los clientes. (Parasuraman, 1988)

## 1.6 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 que ha sido 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 mejorar la calidad. El método toma en cuenta el desarrollo de la comprensión de las necesidades que el consumidor de un elegido servicio que se manifieste. (Panosso & Lohmann, 2012, p.45).

De este modo el punto de vista se confronta con una organización que se tiene por mejor , la discrepancia con los valores muestra que los objetivos que la organización debe lograr para obtener mejores resultados y los servicios tomando en cuenta que SERVQUAL toma en cuenta el punto de vista del consumidor en relación con la importancia relativa de los muchos atributos de los servicios, y esto permite a las organizaciones dar 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, y de esta forma comienza a mostrar diferentes incomodidades por parte del consumidor, que esperaba un servicio donde la dieron la palabra y nunca recibió el servicio esperado, de esta forma se relaciona con el problema de estudio ya que de esta forma siempre es esencial que los turistas tengan una comodidad y calidad absoluta de los servicios asignados para poder tener un nivel mejor a futuro, también es necesario que una empresa sepa que los consumidores (turistas) quieren 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 explique la relación entre calidad del servicio que brinda una empresa y calidad del servicio, es así que en el turismo se utilizó 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, lo cual permite a las empresas u organizaciones que brindan servicios poder identificar los atributos de sus servicios que brindan y poner mayor atención 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 que esperaba del servicio, donde recibió la palabra de que podría recibir un servicio de buena calidad, cuando nunca pudo recibir tal servicio esperado. 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. Es así que 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 y que estos a su vez pueda recomendar a otros de la calidad del

servicio y la satisfacción que recibió de acuerdo a sus necesidades. (Panosso & Lohmann, 2012, p.45).

### **1.6.1. Fases del sistema de calidad en turismo**

Un sistema de calidad en turismo debe comprender 5 fases principales (Sancho, Introduccion al Turismo, 1998, p.11):

#### **Investigación de mercado.**

La primera fase es la investigación de mercado, en el proceso el cual es objetivo ponerse en contacto con los clientes, empleados, propietarios, etc., para poder regularizar cuáles son sus carencias o necesidades, deseos y puntos de vista de los servicios ofrecidos por las empresas u otras asociaciones. Por medio de encuestas, entrevistas o la observación directa de su comportamiento, se pueden obtener datos muy significativos respecto a los factores que se tienen en cuenta o la importancia que se le da a cada uno de ellos. (Sancho, Introduccion al Turismo, 1998, p.11)

Una de las mejores formas de poder identificar las necesidades del consumidor es haciendo un estudio de mercado y así determinar el comportamiento del consumidor y de los competidores o utilizando instrumentos como entrevistas, encuestas y observación a los turistas para saber de qué manera mejorar el servicio de calidad y cosas se pueden implementar para

mejorar los servicios que ofrece. (Sancho, Introduccion al Turismo, 1998, p.11)

### **1.7 Definición del servicio**

De otro lado una vez obtenido el perfil de calidad, se debe de formar una definición del servicio que proponga sus objetivos, desarrollando y estandarizando las características de las prestaciones de los servicios, cabe decir, debe de enfatizar precisamente que se ofrece y la manera en la que se va a ofrecer para evitar desviaciones en el proceso realizado. Formalmente, la definición del servicio se lleva por medio de las normas de calidad, el manual de calidad y el manual de procedimientos.

A partir de esta fase según (Sancho, Introduccion al Turismo, 1998, p.11) se puede explicar uno de los objetivos que se desea cumplir que es saber cómo nos vamos a presentar frente a nuestros clientes y que se les va a ofrecer.

El brindar un servicio está sujeto a normas de calidad, manual de calidad; y se debe poner mucho énfasis en el servicio que ofrece y como ofrecer de manera adecuada sin caer en descarríos a la hora de brindar un servicio de calidad y que se debe cumplir con los clientes. Es así que las normas de calidad están directamente relacionadas con el perfil de calidad de servicio, debido a que las normas son como parámetros de la calidad del servicio que se brinda, al igual que el manual de calidad que sirve como regla que no puede ser romper. (Sancho, Introduccion al Turismo, 1998, p.11)

- **Autodiagnóstico**

Con el perfil de calidad del servicio y las normas de calidad en la mano, las organizaciones deben de hacer un autodiagnóstico para investigar cual es el perfil verdadero de su servicio y notar posibles problemas, por ejemplo, un hotel puede obtener un estatus de calidad que diga que sus clientes consideran importante la rapidez de servicio: la norma correspondiente puede ser “los clientes no deben esperar más de 5 min. en recepción”; sin embargo, el tiempo real de espera es de 10 min. (Sancho, Introduccion al Turismo, 1998, p.11)

Es importante realizar un autodiagnóstico para poder identificar los errores que se comete a la hora de brindar un servicio y poder mejorar aquellas observaciones en cuanto a tiempo, atención, dotación y brindar los servicios adecuados e importantes en el momento que se requiera. Saber atender a los clientes desde el inicio hasta el final, de esta manera se puede reducir los defectos que presenta la empresa al brindar su servicio al consumidor. (Sancho, Introduccion al Turismo, 1998, p.11)

- **Mejora de la calidad del servicio turístico**

De otro lado la mejora de la calidad del servicio turístico se da como primer paso estabilizar algunos objetivos claros y realistas,

en medio de las prioridades dichas por los clientes. De esta forma de poco serviría empezar mejoras netamente internas que nos hayan sido observadas desde fuera, ya que el nivel de calidad no se elevaría perdiendo tiempo, esfuerzo y dinero de la mano con los objetivos, la dirección tiene que establecer las cabezas , de manera que cada uno tenga claro su rol, de otra manera, los programas de mejora serán desarrollados por los grupos de mejora, elaborados por personas de los muchos departamentos que están dentro y cuyo rol es el obtener sus metas en el plazo asignado. (Sancho, Introduccion al Turismo, 1998, p.11)

Es importante mejorar la calidad del servicio turístico, ya que de esta manera la empresa puede cumplir sus objetivos planteados lo cual incluye desde el gerente hasta el último personal de la empresa y el rol que tiene cada uno de ellos, por ello para mejorar la calidad del servicio de debe partir de puntos importantes desde escuchar al cliente, inspirar confianza y trabajar en equipo. Se pueden implantar programas de mejora que son elaborados por personas de otros departamentos que están dentro de la empresa y que tiene metas a largo plazo que deben ser cumplidas. (Sancho, Introduccion al Turismo, 1998, p.11)

- **Enfoque para el logro de la calidad turística**

De otro lado todos los métodos que integran la experiencia turística deben de ser considerados, ya que el cliente no pone limite a sus compras a la habitación en un hotel o la merienda en un local, sino que busca una serie de servicios, productos que se encuentren, por ende deben buscar algo que satisfaga sus necesidades, tanto como la infraestructura, como este equipado, los servicios logísticos, y de todas formas los recursos humanos que están dentro de la experiencia turística. (Sancho, Introduccion al Turismo, 1998, p.11).

Las empresas desde mucho antes siempre buscaron la calidad en sus servicios, es así que sus objetivos están plasmados en la combinación eficiente de todos aquellos elementos con los que cuenta la empresa y sacar beneficios de las virtudes que posee y poder plasmarlos en los servicios que ofrece haciéndole autentico y dueños del servicio que brindan, por lo que sus servicios deben estar plasmados en las necesidades del cliente y observando los defectos de otras empresas que brindan un similar servicio, por lo que se debe llegar a gran parte de las personas que visitan el país. (Sancho, Introduccion al Turismo, 1998, p.11)

- **Estrategias de calidad**

El propósito del concepto de calidad es lograr una calidad perfecta. Sin embargo, al hablar de calidad, podemos hablar desde dos aspectos: producto y operativo o de gestión. En el primer caso, la gerencia pretende desarrollar un bien o servicio que cumpla con ciertas especificaciones para satisfacer las necesidades de los clientes que los utilizan. Por otro lado, al estudiar la calidad desde la gestión, consideramos la implementación de un sistema de calidad mediante el cual se produce un producto o servicio que satisface las necesidades de un grupo de clientes a un bajo costo empresarial. En cualquier caso, ya sea un producto o un sistema de calidad, una empresa puede recibir un certificado de calidad en reconocimiento a sus esfuerzos para lograr este objetivo. En este sentido, las diferentes estrategias que las empresas pueden utilizar para la calidad serían:

- Centrarse en la calidad del bien o servicio.
- Implantar un sistema de calidad.
- La certificación de productos y/o sistemas de calidad.

## **1.8 Teoría de la Percepción**

Según la percepción (Carterette & Friedman, 1982), es parte fundamental de la conciencia ya que está integrada por casos intratables y es así que visualiza la realidad como es experimentada, esta actividad de la percepción es dependiente de la actividad de los receptores los cuales sufren las consecuencia por procesos generados del mundo físico, es así que la percepción puede tener como finalidad el resultado del procedimiento de información la cual se basa en una actividad de estimulación de los receptores en medidas que a cada caso se prestan de manera gradual a la actividad propia del sujeto.

Es así que la percepción según lo referido por (Barthey, 1982), es que dicha palabra no forma parte única de la psicología y que su definición tiene diversos significados y variados como centrados en el lenguaje habitual, de esta forma Barthey según el diccionario; menciona que primero la percepción es cualquier acto o procedimiento de conocimiento de objetos resumida en la palabra de un punto de vista de las experiencias como un real conocimiento de algo, como segundo punto la percepción es aquella referencia de una sensación realizada por un objeto externo y como tercer punto se menciona que es como un conocimiento intuitivo e inmediato con un discernimiento análogo a una percepción sensorial con referencia a su inmediatez y a la sensación de

incertidumbre, de manera sutil se realiza una observación o discriminación de manera agradable y sutil.

Desde el punto de vista de (Barthey, 1982), en los términos los significados son diferentes al término, ya que la percepción es como un modo de pensamiento y una conducta de forma inmediata, es así que la definición vuelve a la percepción en un sinónimo de la conciencia, como segundo punto se comprende que la percepción es una problemática sensorial y tiene la sensación de la naturaleza psíquica, teniendo como especie de proceso la realidad de manera externa, de otro lado como tercer punto esta toma a la percepción como un juicio que se otorga a partir de los datos sensoriales.

Es así que la percepción tiene como referencia dos procesos según (Cols, 1958), en primer lugar la recodificación o la selección arduo de los datos esenciales emitidos del exterior los cuales minimizan la complejidad y dan más facilidad al almacenamiento y una adecuada recuperación dentro de la memoria, como segundo punto el intento de conocer más allá de la información real con la finalidad de predecir acontecimientos futuros y de esta manera evitar las sorpresas.

Dentro de las definiciones que se conciben sobre la percepción social también entra en controversia la psicología social ya que estos dos fueron perdieron su relevancia durante los años 70 y 60 ya que estas ramas buscaron maneras de solucionar los problemas sociales, es así que las definiciones de su objetivo de análisis también variaron de acuerdo a las orientaciones críticas, la

percepción social tiene una diferencia notable con la percepción sensorial debido a su objetivo de estudio, es así que la percepción sensorial como la sensación toman auge en definiciones, información como técnica de numero de campos científicos, de manera especial en la rama física y biológica los cuales constituyeron el campo de estudio de la información que se tenía del mundo externo tomando énfasis hacia el análisis de los sentidos, lo que facilitaba la percepción del mundo de afuera. De forma resumida se busca responder las preguntas básicas de la existencia cotidiana. (Lara & Ocampo, 2002)

### **1.8.1. Percepción del turista**

#### **El turismo**

De otro lado, el turismo es un aspecto que es tomado muy en cuenta para poder ayudar a una población y reducir los niveles de pobreza evidenciados, ya que este turismo tiene fines económicos, la reducción de la pobreza como el beneficio económico se da de forma general con la cooperación de manera directa de las comunidades, es así que bastantes proyectos fueron formulados en la línea de provisión de servicio turísticos de manera principal los que están relacionados con el disfrute de las atracciones naturales que se encuentren dentro de la localidad, el turismo es reconocido y desarrollado a nivel mundial y da espacio a que otras personas puedan participar en ella de manera diferentes por medio de los distintos rubros. (Urbano, 2012)

#### **Percepción**

De esta manera la percepción es aquel proceso activo donde hace función el cerebro para poder procesar analizar la información que se tiene volviéndolo como objeto presentado, esta actividad ocurre de forma directa con los parámetros presentados dentro del contexto en los cuales son evidenciados, de esta forma se puede ver que estos son variantes entre ellas se encuentra las experiencias pasadas con la finalidad y las valoraciones que conllevan a un mismo significado. De otro lado, también se pueden percibir la selección de series de un grupo de características de los objetos los que dependen de los valores que se otorgan con la persona, las normas como funciones trascienden en la situación teniendo un mismo objetivo. (Rodríguez, Requena, & Muñoz, 2009)

### **1.8.2. Factores que influyen en la percepción**

Según lo referido por (García, 2003) las relaciones que se dan en el acto perceptivo es la selección de variantes estímulos y las sensaciones que se generan de forma diaria, es así que las que se tienen son:

- **Factores externos:**

Se tiene conocimiento de la variedad de factores de manera externa que actúan sobre el punto de vista de la persona.

- **Intensidad:** Mayor grado de la intensidad de un estímulo genera una elevada posibilidad de ser percibido.
- **Contraste:** Aquel estímulo distinto a los demás, teniendo la posibilidad de ser registrado como percibido.

- **Movimiento y cambio:** Porque despiertan mayor atención que los estímulos fijos y estables.
- **Frecuencia:** Cuando el estímulo se presenta en una mayor cantidad de veces.
- **Número:** Cantidad en que se presentan los estímulos ayuda a la selección que realiza el individuo. (García, 2003)

- **Factores internos:**

Estos dependen de la persona y de la forma de interpretar la información sensorial entre ellos tenemos:

- **Capacidad:** No todas las personas tienen la misma capacidad de percibir los estímulos, tanto en calidad como en cantidad.
- **Experiencia:** Las experiencias pasadas crean expectativas las cuales afectan las percepciones actuales.
- **Motivación:** Se da de acuerdo con la satisfacción e insatisfacción de las necesidades de cada persona en cierto momento dado.
- **Emociones:** Nuestras emociones condicionan la forma en la que se percibe la realidad (García, 2003)

### 1.8.3. Características de la percepción

Según el autor (García, 2003) la percepción del individuo puede ser los siguientes:

- **Inmediata:** La percepción se da en forma veloz, sin esfuerzo para interpretar. Solo se da mediante la sensación física de oír, ver o tocar algo.
  - **Estructurada:** Se basa en ordenar datos sensoriales y sin sentido, tomando en cuenta nuestra experiencia.
  - **Estable:** A pesar que el entorno está en constante transformación, los individuos cuentan con una percepción estable y limitada, la cual no admite modificaciones y toma tiempo adecuarse a la realidad.
  - **Significativa:** La percepción busca ordenar los estímulos que se perciben de acuerdo con ciertos aspectos como características del perceptor, del objeto percibido y de la situación en la cual se produce y asignar un grado de importancia o determinada clasificación a los estímulos registrados.
  - **Selectiva:** Las personas no pueden percibir mucha información al mismo tiempo y están obligados a registrar, ordenar y almacenar cierta información, la cual se relaciona con las necesidades/motivos, valores, experiencia y capacidad.
- (García, 2003)

## **1.9 Justificación.**

El presente trabajo de investigación, es importante porque dará a conocer cuál es la situación actual para el desarrollo de una propuesta de turismo rural en el distrito de Ccorca, provincia de Cusco, el cual se logrará a través del trabajo de investigación.

El presente trabajo de investigación, facilitara la información completa a las autoridades competentes y agencias de turismo en la localidad como fuente importante de investigación respecto a la importancia de realizar una propuesta sobre el turismo rural en el distrito de Ccorca.

Asimismo, el presente trabajo de investigación, estudio será de utilidad para todas las agencias de turismo, así mismo promover este tipo de turismo, así como los interesados en el turismo rural; porque es un tipo de turismo no tradicional y sostenible.

## **1.10 Ubicación**

Ccorca es un distrito perteneciente a la provincia y región del Cusco. A 27 km de la ciudad imperial. Ccorca ha sido el escenario de la evolución del hombre andino desde sus primeros vestigios, de culturas pre-incas, de la cultura inca misma, de la colonia y de un pueblo que conserva hasta hoy su tradición.

A lo largo y ancho de su extensión, es también el refugio de la fauna y flora de la provincia. Ccorca es también la despensa de los cusqueños, pues

aquí se cultivan orgánicamente los productos que irán a los principales mercados de la ciudad.

El distrito de Ccorca es uno de los ocho distritos que conforman la Provincia del Cusco, ubicada en el Departamento del Cuzco, bajo la administración del Gobierno regional del Cusco, Perú. (EnPerú, 2021)

### **1.11 Descripción del lugar**

Es en Ccorca el lugar donde se aposentaron posiblemente los primeros asentamientos humanos que conformaron los primeros grupos étnicos de la región, prueba de esto existen en el sector denominado Tecsecocha bajo el farallón de torreq'asa entre las cornizas rocosas areniscas que sirvieron de refugio a los primeros pobladores del sitio las primeras manifestaciones de dactilografía que pertenecen a los primeros asentamientos humanos (Los Hombres de Ccorca) que corresponde al periodo del pre cerámico, y fue descubierto por el Dr. Luis Barreda Murillo, conjuntamente con una delegación de estudiantes de la Carrera Profesional de Antropología, a poca distancia del Centro Poblado del Distrito de Ccorca.

Posterior a la invasión del tawantinsuyo por parte de los españoles los terrenos pertenecientes a los incas fueron distribuidos por los españoles formando las primeras haciendas, donde los verdaderos dueños de las tierras que fueron los incas llegan a ser marginados y utilizados como peones que trabajaban los campos de cultivo para el beneficio del hacendado.

La reforma agraria impuesta bajo el gobierno del presidente Velasco Alvarado ordena que los que trabajan las tierras sean propietarios de las mismas, logrando que los campesinos sean los dueños, y de esta manera se conforman las primeras comunidades campesinas que mantienen los nombres originales de las antiguas haciendas coloniales.

En 1,920 el anexo de Ccorca perteneciente al distrito de Huanquite de la provincia de Paruro, es incorporado al cercado del Cusco, el 14 de enero de 1942, mediante ley N° 9549, que crea el distrito de Ccorca, cuya capital es el Centro Poblado de Ccorca, siendo presidente de la república, Don Miguel Pardo Ugarteche. (EnPerú, 2021)

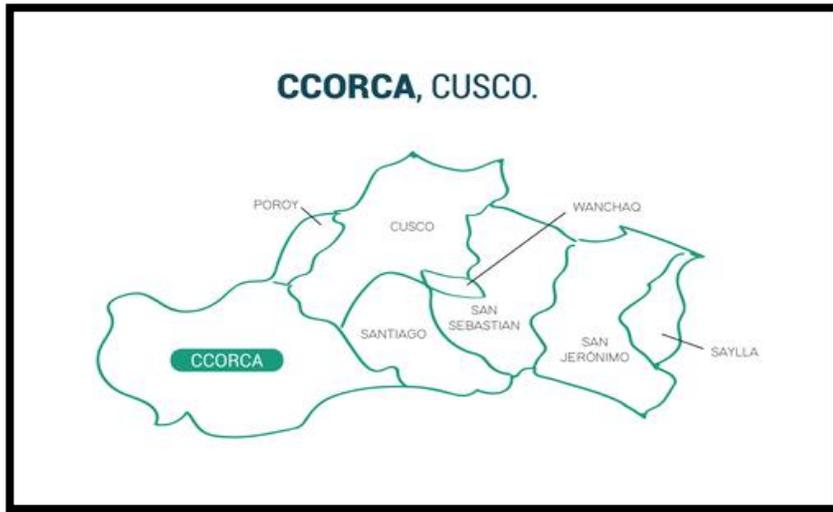
#### **1.11.1. Actividad económica**

La población del distrito de Ccorca, debido a la configuración del terreno que brinda extensas áreas cultivables tiene como principales actividades económicas a la agricultura y la ganadería, centrándose en una producción ecológica y orgánica teniendo a la papa nativa como principal producto con sus más de 350 variedades además de otros tubérculos andinos.

Ccorca además innova la producción alimentaria con la producción de hongos comestibles y con la masificación de galpones cuyeros a lo largo de todo el distrito

**Figura 1**

*Mapa de la Provincia del Cusco.*



Nota-. En la presente figura se observa a la provincia del cusco con sus ocho distritos en el cual está dividida. (C, 2005)

**Figura 2**

*Mapa del Distrito de Ccorca*



Nota-. En la presente figura se observa al distrito sus ocho comunidades. (Ccorca, 2017)

## **1.12 Descripción de la problemática**

El presente trabajo de investigación, se situó en la realidad actual de los servicios turísticos que se brindan en el distrito de Ccorca, específicamente en el turismo rural, ya que se observó que hoy en día esta localidad está recibiendo visitantes de todo ámbito y de todo tipo de turista, el cual tiene distintas experiencias y expectativas sobre el servicio que recibe, es por ello que se debe enfocar en la calidad de servicio que se ofrece para poder distinguirse de otros destinos turísticos, para ello se debe realizar un estudio de las falencias que se tienen.

## **1.13 Problemática.**

### **1.13.1. Problema general:**

¿Cuál es la percepción de calidad de servicio del turismo rural en el distrito de Ccorca, provincia del Cusco 2022?

### **1.13.2. Problemas específicos:**

- ¿Cuál es la calidad de servicio del turismo rural en el distrito de Ccorca, provincia del Cusco 2022?
- ¿Cómo es el turismo rural en el distrito de Ccorca, provincia del Cusco 2022?
- ¿Cuál es la propuesta de turismo rural en el distrito de Ccorca, provincia del Cusco 2022?

## **1.14 Objetivos.**

### **1.14.1. Objetivo general:**

Identificar la percepción de calidad de servicio del turismo rural en el distrito de Ccorca, provincia del Cusco 2022.

### **1.14.2. Objetivo específico:**

- Identificar la calidad de servicio del turismo rural en el distrito de Ccorca, provincia del Cusco 2022.
- Identificar el turismo rural en el distrito de Ccorca, provincia del Cusco 2022.
- Formular una propuesta de turismo rural en el distrito de Ccorca, provincia del Cusco 2022.

## **1.15 Análisis de factibilidad:**

### **1.15.1. Factibilidad operativa:**

El presente trabajo de investigación, se muestra factible, debido a que cuenta con las instrucciones necesarias para la ejecución del dicho tema, de esa manera también se cuenta con el apoyo de las bases teóricas y trabajos previos en el contexto actual, será beneficioso tal para los pobladores del distrito de Ccorca que están involucrados en la actividad turística, así mismo las agencias de viajes involucrados en el tema del turismo rural, de la misma manera también se pretende solicitar el apoyo de las entidades públicas.

### **1.15.2. Factibilidad organizacional:**

Las autoridades del distrito de Ccorca, provincia del Cusco y los pobladores tendrán el compromiso de socializar y distribuir a su población en general, principalmente aquellos que están involucrados en la actividad turística los resultados que se obtendrán en el presente trabajo de investigación, de manera que sea considerable y más conveniente para ellos.

### **1.16 Administración de la propuesta:**

- **Autor:** Es aquella persona quien se encarga de elaborar, diseñar y planificar la propuesta, mediante de las observaciones dentro del contexto de la problemática actual, investigando las características y necesidades del perfil del visitante para aportar al desarrollo de la economía de dichas municipalidades.
- **Tutor:** La principal función consiste en orientar al autor quien da la propuesta, de esa manera garantizar en cumplimiento de las metas y objetivos que se plantea, dando las respectivas correcciones para el buen desarrollo acorde a la propuesta dada

- **Usuarios:** Esta propuesta será a disposición de las personas dedicadas al turismo rural y demás personas involucradas dentro de la actividad turística, sin embargo, quienes tomen las decisiones serán los usuarios de esa manera sea en beneficio de la comunidad.

## **CAPITULO II:**

### **Propuesta para mejorar la percepción de calidad de servicio del turismo rural en el distrito de Ccorca, provincia del Cusco 2022.**

#### **2.1 Introducción**

El turismo rural hace referencia a la actividad de más rápido crecimiento en América Latina, porque brinda alternativas de desarrollo en las zonas rurales, ayuda a diversificar los ingresos económicos, genera nuevos empleos y fomenta la promoción cultural.

El Perú, que es un país diverso, tiene condiciones ideales para el desarrollo sustentable de esta actividad. Sin embargo, en algunas provincias se puede observar la degradación del medio natural - el medio rural, la migración y la pérdida de la identidad cultural, por lo que en las zonas rurales es necesario tomar medidas para preservar la identidad cultural. Tratar y utilizar el medio natural de forma responsable. Entorno rural principalmente promoviendo la participación de la población local.

Esta tipología de turismo tiene la capacidad de hacer conexiones con otras actividades como preparar platos especiales, participar en talleres de artesanía, patrocinar festivales, explorar el paisaje, tomar fotos y el campo. Su principal objetivo es contribuir a la creación de nuevos puestos de trabajo asegurando una fuente alternativa de ingresos económicos, así como reevaluar

cada una de las artes, tradiciones y costumbres, de esta forma se puede mejorar la autoestima y la calidad de vida de la gente local.

Para mejorar el análisis del siguiente estudio, se revela el contexto actual del turismo rural en el distrito de Ccorca, lo que permite mejorar temas existentes como la información turística, la valoración y revaloración del patrimonio, Identidad cultural, posibilitando la participación de los visitantes en actividades que generen nuevas alternativas al empleo, incentivando la participación ciudadana, mejorando la calidad de vida frenando la inmigración. Por otro lado, aumentar el número de turistas para que la zona tenga más ingresos económicos.

## **2.2 Objetivos de la propuesta**

- ❖ Potenciar el desarrollo de turismo rural en el distrito de Ccorca, provincia del Cusco.
- ❖ Fortalecimiento de la identidad cultural y promoción del patrimonio a través de la participación activa en ceremonias patriarcales, danzas distintivos y talleres de artesanía.
- ❖ Diversificar las actividades relacionadas con el turismo rural y aumentar la participación de los turistas en los festivales.
- ❖ Crear nuevos puestos de trabajo promoviendo la participación de la población local en el desarrollo de actividades específicas.

### 2.3 Diagnostico

El distrito de Ccorca, en la provincia de Cusco, a 27 km de distancia, posee una gran belleza natural y diversidad cultural, además de una gran cantidad de especies vegetales nativas, la mayoría de las cuales son cultivables. Las especies nativas que habitan esta zona son principalmente aves. Desde el punto de vista arqueológico, las características más destacadas del área de Ccorca son los dibujos rupestres, los nómadas que buscan cazar y recolectar frutos en la mitad de la montaña, y muchas tumbas o complejos funerarios para los hombres de Ccorca. Estas condiciones pueden resultar familiares para el desarrollo de la industria del turismo, especialmente el turismo de experiencias rurales, que reducirá la marginación social y económica de la gente de esta región.

Entre los atractivos de Ccorca destacan un tramo del Qhapaq Ñan (Camino Inca) bastante bien conservado, los farallones de Tecsecocha, los bosquejos rupestres del hombre de Ccorca, el Apu Mama Simona (Apu con un rostro en la cima), paisajes ecológicos y lugares para el turismo vivencial sobre los 3,625 metros sobre el nivel del mar.

Los esfuerzos de promoción turística en Cusco se enfocan más en incrementar el número de turistas que visitan Machupicchu, Ollantaytambo, Pisac, Maras, Moray, entre otros, considerándolos como los destinos más prometedores; No toma en cuenta barrios y/o pequeñas comunidades en las

que no necesariamente es posible realizar turismo por el simple hecho de disfrutar o simplemente conocer los sitios históricos, sino por interactuar con los habitantes de este lugar.

El turismo rural experimental es un concepto poco promovido en Cusco, hogar de increíbles atractivos naturales. Existe muy poca popularidad sobre el concepto de turismo vivencial, y existe la necesidad de su difusión y adopción principalmente en las zonas rurales donde se desea desarrollar estrategias para combatir la pobreza y mejorar la calidad de vida de las personas, como Ccorca.

En Cusco, el turismo rural y vivencial ciertamente se aplica en algunas ciudades como: Raqchi, Chinchero, Chahuaytire, Willoc; Teniendo en cuenta que estos lugares son mejor fomentados y nutridos por el estado y no por sus gobiernos locales, especialmente los condados y municipios directamente subordinados al condado, ejerciendo sus poderes en la provisión de bienes públicos esenciales, planificación regional, planificación local y construcción de un entorno adecuado para el desarrollo de negocios locales, entre otras funciones específicamente relacionadas con el desarrollo turístico. Turismo rural experimental, como, por ejemplo, la división de sitios turísticos, la planificación del desarrollo turístico o la gestión de residuos.

## **2.4 Justificación**

Al presente, surgen nuevas tendencias en todo el mundo, aparece un nuevo tipo de turista que busca un tipo de experiencia diferente y un mejor conocimiento de la comunidad rural.

Con el paso de los años, la región del Cusco se ha expandido para ofrecer atractivos de una manera que hoy suma a la arqueología y la cultura. Desde el sur de los Andes a través de su historia, a través de la convivencia, el intercambio y el conocimiento de prácticas agrícolas ancestrales, religiones, rituales y artesanías con especial valor, especialmente textiles.

Las comunidades están comenzando a tomar la iniciativa de sumarse a los círculos más integrados del turismo en Cusco que cuentan con una gran alternativa económica para el desarrollo y para generación de beneficios sociales, y el turismo rural comunitario puede convertirse en uno de los medios más efectivos para mejorar la calidad y el bienestar del ser. La vida de las personas más excluidas del Perú.

No obstante, aún quedan retos importantes por afrontar, pues la planificación estratégica debe ser una prioridad, para que nuestras sociedades ofrezcan un producto competitivo e innovador con participación directa de la ciudadanía. basados en la estrecha relación entre cultura y naturaleza.

Finalmente, promover el turismo en las zonas rurales nos permite potenciar nuestra identidad cultural, y utilizar los recursos de manera responsable para que los

visitantes también valoren el patrimonio, por otro lado, con el aumento de los flujos turísticos, la economía mejorará.

## **2.5 Resultados esperados**

Mediante esta propuesta se desea crear una percepción positiva respecto a la calidad de servicio que se ofrece al desarrollo del turismo rural en esta localidad, de esta manera se podrá tener una mayor afluencia de turistas que quieran experimentar las vivencias propias de esta localidad, y mediante ello se podrá generar un dinamismo económico que generara una mejora en la calidad de vida de los pobladores

## **2.6 Impacto y resultado**

- **Fortalecer la identidad cultural:** Mediante el desarrollo del turismo rural en el distrito de Ccorca, se generará la difusión de la cultura que tiene esta localidad.
- **Potencializar la actividad del turismo rural mediante la difusión de este:** Mediante esta propuesta se desea generar una conciencia en los pobladores que realizan la actividad turística y que se deben enfocar en el tema de la calidad del servicio que es un factor predominante para tener mayor demanda turística.
- **Información de los atractivos turísticos:** Mediante esta propuesta se desea promocionar de manera eficiente la calidad de servicio turístico que

tiene esta localidad, de esta manera generar curiosidad por los atractivos y tener afluencia de turistas de manera masiva.

- **Economía local:** Mediante la afluencia de turistas a este sector, se tendrá un movimiento económico de manera directa e indirecta, que sumará a la mejora de calidad de vida de los pobladores.
- **Profesionalización del sector:** Al generar mayor movimiento económico en este sector, debido al turismo, los pobladores querrán dar un servicio más profesional y que pueda dar mayor calidad de servicio a los visitantes.
- **Seguridad ciudadana:** A la llegada de más visitantes a esta localidad se deberá colocar más dispositivos de seguridad que den la tranquilidad a los visitantes.

## 2.7 Plan de actividades

Actividad	Tareas	Requerimientos
<b>Desarrollo del turismo rural</b>		
<p>Establecimiento de un foro de información para el desarrollo del turismo rural. Foro de recopilación de información sobre desarrollo turístico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formación de un comité de turismo con residentes interesados.</li> <li>- Invitar a los pobladores a reunirse para presentar el proyecto.</li> <li>- Explicar los beneficios del desarrollo del turismo rural.</li> </ul>	<p>Solicitar oficialmente autorización al municipio mediante el envío de una carta. Diseñar materiales del proyecto (folletos, diapositivas, folletos, videos, testimonios y maquetas desarrollados en otros lugares)</p>
<p>Inventario de viajes. Permite el registro de las propiedades de los puntos de interés.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visita los lugares turísticos más importantes para recopilar información.</li> <li>- Participación en eventos culturales y costumbres</li> </ul>	<p>Disposición de los pobladores</p>
<p>Diversificación de las actividades de turismo rural. Crea otro tipo de actividades dentro del circuito turístico para que tu estancia en Ccorca se pueda alargar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se buscará un acuerdo con las personas para integrar sus formas organizativas, actividades tradicionales como la agricultura, la ganadería y las expresiones culturales en el marco de un circuito turístico.</li> </ul>	<p>Diseño de circuitos de viaje.                      Seleccione operadores para brindar servicios.                      Contratar un guía turístico.</p>

<p>Configure el portal del sitio web. Esto permitirá vincular con redes sociales para publicar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crear un sitio web como fuente de información para los turistas.</li> <li>- Donde hay una opción para compartir su experiencia con otros viajeros potenciales.</li> </ul>	<p>Diseño de sitios web interactivos.</p> <p>Conclusión de un convenio con el municipio para su implementación</p> <p>Configure un grupo de empleados para administrar el sitio.</p>
<p><b>Fortalecimiento de la identidad cultural y valoración de los patrimonios</b></p>		
<p>Reevaluación de la identidad cultural participando en fiestas fastuosas.</p> <p>Esto les permitirá aprender más y apreciar sus hábitos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fomentar la celebración de los santos patronos. Conservación del patrimonio histórico.</li> <li>- Fortalece su amor por su tierra de Ccorca mientras preserva las tradiciones.</li> <li>- Potenciar la docencia en las escuelas para que las costumbres y tradiciones se conviertan en parte esencial de los productos turísticos. Crear una cultura valiosa de patrimonio histórico y cultural. Organización de talleres de danza en las escuelas.</li> <li>- Organización de concursos entre escuelas. Firma de convenios con colegios</li> </ul>	<p>Enumere las tradiciones y costumbres que se celebran durante todo el año.</p> <p>Conoce las características de las danzas de Ccorca.</p> <p>Diseñar talleres interactivos, así como charlas con información relacionada con el patrimonio para animarlos a apreciar.</p>

	privados y privados para la organización de concursos de baile para niños.	
Educar a los niños a través de concursos de danza infantil típicos del distrito.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organización de talleres de danza en las escuelas.</li> <li>- Organización de concursos entre escuelas.</li> <li>- Firma de convenios con colegios privados y privados para la organización de concursos de baile para niños.</li> </ul>	<p>Marque días especiales en el calendario civil de este año para organizar concursos de baile ejemplares para niños.</p> <p>Contrata a un profesor de baile</p>
<b>Generar nuevos puestos de trabajos</b>		
<p>Alentar a las personas a brindar servicios de alojamiento en las zonas rurales.</p> <p>De esta forma, se beneficiarán económicamente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitar a los pobladores para restaurar sus hogares y brindar servicios de vivienda en el campo.</li> <li>- Estudio de diseño relacionado con el tema del servicio.</li> <li>- Educar a los pobladores para que sepan que los turistas se sienten cómodos en la sencillez y tienen garantizada una estadía placentera y segura.</li> </ul>	<p>Conseguir que la gente hable sobre la prestación de servicios de alojamiento rural.</p> <p>Elegir a los pobladores que deseen brindar este servicio para capacitarse en el servicio de vivienda rural. Pedir financiamiento a las cooperaciones internacionales y entidades del estado para la ejecución del proyecto.</p>

Fomentar la participación de las personas en las actividades turísticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reforzar la provisión de servicios de cabalgata y transporte en caso de incendio.</li> <li>- Integrando la agricultura y la ganadería en el departamento de turismo</li> <li>- Animar a los turistas a participar en la preparación de comidas típicas.</li> </ul>	<p>Una invitación a un encuentro para todos los pobladores interesados en brindar servicios.</p> <p>Determinar la temporada, es decir, los meses en los que se siembran las semillas y los meses en los que deben cosecharse como parte del ciclo de viaje.</p>
---	---	---

## 2.8 Viabilidad económica de la propuesta

Ccorca es un distrito con mucho potencial turístico, así mismos lugares para visitar, posee un comercio de artesanía y una cultura vibrante. Sin embargo, la gente no conoce las actividades de turismo rural.

Esta propuesta promoverá el turismo rural en Ccorca para convertirlo en un destino turístico sostenible. Esta propuesta beneficiará a los habitantes de Ccorca y sus alrededores al crear alternativas, de ingresos económicos y reevaluar la identidad cultural. Se mejorará el conocimiento de las zonas turísticas y del patrimonio, y se creará así mismo la apreciación de la cultura de esta localidad.

## **Conclusiones**

1-. Se concluye que la percepción de calidad de servicio del turismo rural en el distrito de Ccorca, provincia del Cusco, es baja, debido a que en la actualidad los entes gubernamentales de esta localidad no realizan esfuerzos por cambiar esta realidad, así como, no se preocupan por realizar charlas, capacitaciones constantes para cambiar la situación en el área turística que tiene este sector, que últimamente es visitado por turistas de todo ámbito.

2-. La calidad de servicio del turismo rural en el distrito de Ccorca, provincia del Cusco 2022, es regular, ya que solo algunos pobladores tienen mejoras en la calidad de servicio, así mismo se observa que la gran parte de los pobladores que prestan servicios turísticos no están bien capacitados en el desarrollo óptimo de un turismo rural, y esto hace que se tengan comentarios negativos del servicio que se brinda.

3-. El turismo rural que se desarrolla en el distrito de Ccorca, está en aumento, ya que en la actualidad hay pocos pobladores que se dedican a esta actividad, el aumento se debe a que en estos últimos años se tiene una afluencia gradual de turistas.

4-. La propuesta formulada para mejorar la percepción de la calidad de servicio del turismo rural en el distrito de Ccorca, provincia del Cusco, trata de dar alcances sobre las posibles recomendaciones que deben optar los pobladores para que puedan tener una mejor percepción de la calidad de servicio del

turismo rural en el distrito de Ccorca, y que de esta manera se promoció como un destino turístico en el cual se practica el turismo rural de manera correcta y dando calidad en el servicio turístico.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- 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](https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/41732/1/0746299_00000_0000.pdf)
- Baca, A. (1995). *Marketing Turístico*. HF Impresores SRL.
- Barthey, S. (1982). *Principios de percepción*. Mexico: Editorial Trillas.
- Bermejo, R. (2014). *Del desarrollo Sostenible según Brundtland a la sostenibilidad como biomimesis*. San Sebastian:. Mexico.
- Cabarcos, N. (2006). *Promoción y Ventas de Servicio Turístico*. Mexico: Ideaspropias.
- Carterette, E., & Friedman, M. (1982). *Manual de Percepción. Raíces Históricas y Filosóficas*. Mexico: Editorial Trillas.
- Cebrian, F. (2008). *Turismo rural y desarrollo local*. Sevilla.
- Cols, B. y. (1958). *Social Psychology and perception*. New York: Holt Rimerhart and Winston.
- Cordero, A. (2006). *Nuevo ejes de acumulación y naturaleza. El caso del turismo*. CLACSO. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Díaz, B. (2016). *El diseño de productos y servicios turísticos*. Madrid: Síntesis.
- EnPerú. (15 de Diciembre de 2021). Ccorca. Obtenido de <https://www.enperu.org/cusco/distrito-ccorca-provincia-cusco-region>
- Esteban, A., & Esteban, J. (2012). *Turismo y relaciones internacionales. Aspectos sociales culturales, económicos y ambientales*. Madrid: Dykinson, S.L.

- Florez, D. (2008). *Modelo de Calgary de Crouch y Ritchie*.
- García, J. (2003). *El comportamiento humano en las organizaciones*. Lima: Universidad del Pacífico – Asociación Peruana de Editoriales.
- Herrera, R. (2012). *Estudio sobre turismo rural en Chile*. Chile: Valdivia.
- Lara, L., & Ocampo, L. (2002). *Psicología social y comunitaria. Cognición social*. Bogotá: Editorial Usta.
- 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.
- MEF. (2011). *Guía para la elaboración de proyectos turísticos*. Lima.
- 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.
- Navarro, D. (2010). *Cuadernos de Turismo*.
- OMT. (2008). *Términos básicos*.
- OMT. (2016). *Organización Mundial de Turismo: Calidad turística*. OMT.
- Panosso, A., & Lohmann, G. (2012, p.45). *Teoría del Turismo conceptos, modelos y sistemas*. Mexico D.F.: Trillas.
- Parasuraman, A. Z. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Perez, D. (2012). *Impacto ambiental y social generado por el desarrollo del turismo en la comunidad de Cochepata, estudio de caso: Parque arqueológico de*

*Tipon del distrito de Oropesa – región Cusco.* Cusco: Universidad Amazonica.

Pizam, A., & Ellis, T. (1999). Customer satisfaction and its measurement in hospitality enterprises. *International Journal of Hospitality Management* 12(2), 326-339.

Pizarro, L. (2016). *Percepción de los pobladores de la comunidad de Asunción para determinar si es posible implementar un programa de turismo rural comunitario como alternativa de desarrollo sostenible.* Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.

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](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., & Rodriguez, L. (2012). *Turismo responsable y desarrollo local comunitario.* Cordoba.

Riveros, A. (2014). *El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local.* Lima: Prodar.

Rodríguez, E., Requena, K., & Muñoz, J. (2009). La percepción turística del mercado español hacia Latinoamérica. *Revista de Artes y Humanidades UNICA*, 135.

Rodriguez, M. (2016). *Enciclopedia virtual.* Málaga: Universidad de Málaga.

Salcicia, D. (2001). *Ecoturismo rural y desarrollo sustentable del patrimonio Natural e Histórico Cultural.* Buenos Aires: Editorial CIET.

Sancho, A. (1998, p.11). *Introducción al Turismo.*

Sancho, A. (2008). *Introducción al Turismo.* Madrid: Organización Mundial del Turismo.

- Sancho, A. (2018). *Introducción al turismo de la OMT*. Mexico: OMT Organización Mundial del Turismo.
- Tanaka, M. (2001). *Participación popular en políticas sociales cuando puede ser democrática y eficiente y cuando todo lo contrario*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- Tarí, J. J. (2000, p.85). *Calidad total: fuente de ventaja competitiva*. Alicante.
- Urbano, H. (2012). *Turismo y patrimonio*. Lima - Perú: Universidad San Martín de Porras.
- Vega, R. (2017). *El turismo como motor de crecimiento económico*. Mexico: San Lorenzo del Escorial.
- Villena, L. (2005). *Marketing Turístico*. Lima: Villena, Carlos.



## Anexos

### Anexos 1 Fotografías

Imagen N° 2 Plaza Mayor del distrito de



Imagen N° 3 Pinturas Rupestres del hombre de Ccorca



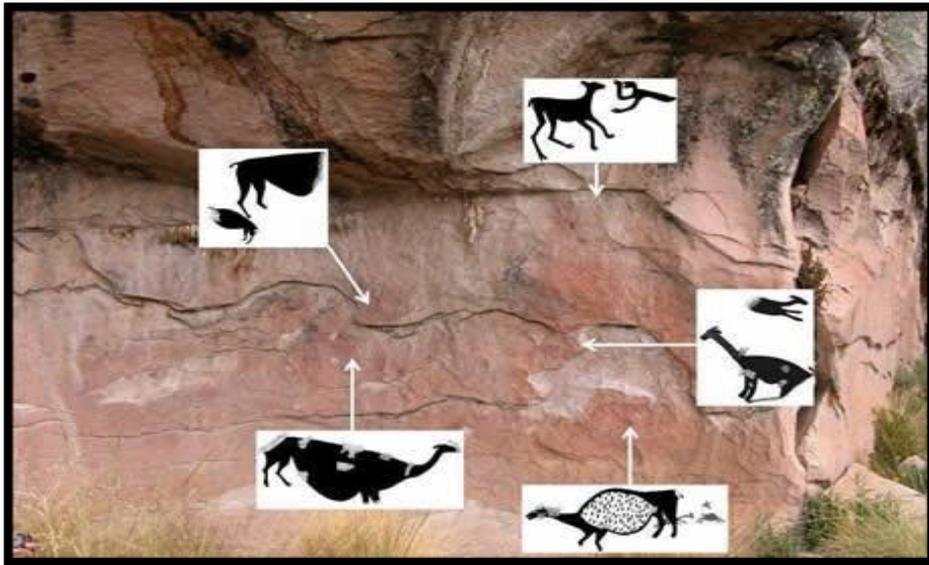
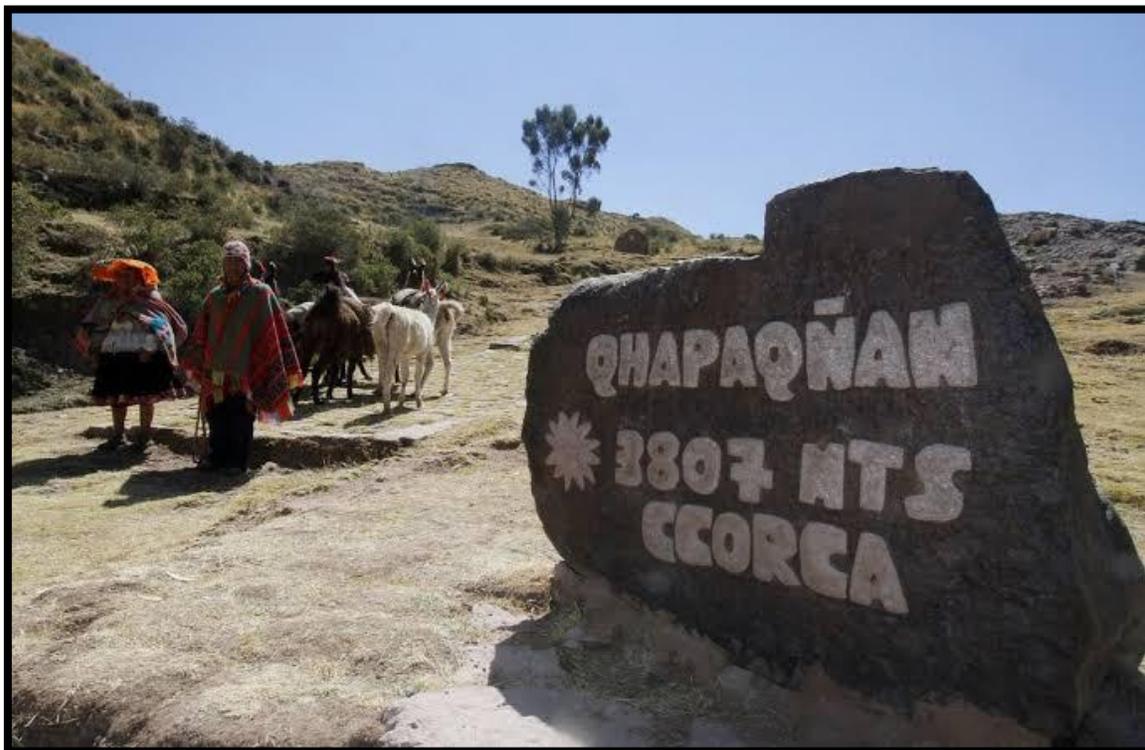


Imagen N° 5 Farallones de Tecsecocha



**Imagen N° 6 Red de camino del Qhapaqñan (al Contisuyo)**



**Imagen N° 7 Señalética en el atractivo de farallones de Tecsecocha**



**Imagen Nº 8 Apu Mama Simona**



**Imagen Nº 9 Haywaricuy al Apu Mama Simona**



**Imagen N° 10 Fiesta del patrón Santiago de Ccorca**



**Imagen N° 11 Capacitación a los pobladores del distrito de Ccorca**



**Imagen N° 12 Turistas tomándose una foto en la entrada del Distrito de Ccorca**



**Imagen N° 13 Turistas en el Circuito Turístico del distrito de Ccorca**



**Imagen N° 14 Turista comprando un manto**



**Imagen N° 15 Turistas degustando los platos típicos del distrito de Ccorca**



Imagen N° 16 Mujeres del distrito capacitándose en tejido



Imagen N°17 Mujer tejiendo Un poncho en su telar



Imagen N°18 Afiches Publicitario del Circuito Turístico



**Imagen N° 19 Escultura del hombre de Ccorca**



**Imagen N° 20**

