



*Asesorías y Tutorías para la Investigación Científica en la Educación Puig-Salabarría S.C.  
José María Pino Suárez 400-2 esq a Lerdo de Tejada, Toluca, Estado de México. 7223898475*

RFC: ATI120618V12

**Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.**

<http://www.dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/>

**Año: XI Número: 1. Artículo no.:98 Período: 1ro de septiembre al 31 de diciembre del 2023**

**TÍTULO:** Gestión turística y turismo rural comunitario en la serranía peruana.

**AUTORES:**

1. Lic. Yireh Sofia Murga Tacsá.
2. Dr. Néstor Cuba Carbajal.

**RESUMEN:** El propósito de la indagación fue determinar la relación que existía entre la gestión turística y el turismo rural comunitario en el distrito de Tanta en Yauyos, Perú, ubicada en la sierra central del Perú en la cuenca alta del río Yauyos, Cañete. Se empleó un enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo correlacional con el método hipotético-deductivo, por medio de un diseño no experimental de corte transversal, obteniendo resultados basados en la prueba de correlación de Spearman con un coeficiente de relación de 0,650, concluyéndose que existe una relación significativa con un nivel positivo y bueno de correlación entre la gestión turística y el turismo rural comunitario.

**PALABRAS CLAVES:** gestión, turismo rural comunitario, competitividad, destino turístico, sostenibilidad.

**TITLE:** Tourism management and rural community tourism in the Peruvian highlands.

**AUTHORS:**

1. Bach. Yireh Sofia Murga Tacsá.
2. PhD. Néstor Cuba Carbajal.

**ABSTRACT:** The purpose of the investigation was to determine the relationship that existed between tourism management and rural community tourism in the district of Tanta in Yauyos, Peru, located in the central highlands of Peru in the upper basin of the Yauyos river, Cañete. A quantitative approach was used, at a descriptive correlational level with the hypothetical-deductive method, through a non-experimental cross-sectional design, obtaining results based on the Spearman correlation test with a relationship coefficient of 0.650, concluding that there is a significant relationship with a positive and good level of correlation between tourism management and rural community tourism.

**KEY WORDS:** management, rural community tourism, competitiveness, tourist destination, sustainability.

## **INTRODUCCIÓN.**

El turismo es una actividad en constante crecimiento que juega un papel fundamental en el desarrollo económico de muchas regiones del mundo y donde el turismo rural comunitario se ha convertido en una opción atractiva para aquellos viajeros que buscan experiencias auténticas y sostenibles. De ahí que la gestión turística, en este contexto, es crucial para garantizar su propuesta y éxito, al ayudar a las comunidades locales a crear oportunidades económicas, preservar su patrimonio cultural y natural, y mejorar la calidad de vida de sus habitantes; de ahí, que es importante estudiar la gestión turística y el turismo rural comunitario, en la medida en que estos pueden ser una herramienta para el desarrollo sostenible. Se analizó la relación que existe entre estas variables, así como las mejores prácticas y estrategias para garantizar su sostenibilidad y éxito, para garantizar la prosperidad sostenible del sector turístico, bajo el análisis de tres elementos fundamentales: competitividad turística, la comercialización sostenible y las asociaciones público-privadas comunitarias.

La teoría de la gestión turística surge como consecuencia del aporte de conocimientos trascendentes de los precursores del *management*, quienes juegan un rol muy importante para la base de su aparición y desarrollo como una especialización de la organización. Tal como las aportaciones de Frederick

Taylor padre de la administración científica junto a su ideología basada a que un mayor desempeño es igual a una mayor remuneración; por su lado, Henry Fayol insertando la teoría clásica administrativa, enfatizó la estructura organizacional para alcanzar los objetivos basándose en la eficiencia colectiva.

Al respecto, Max Weber con su percepción burocrática de la administración, contribuyó significativamente al desarrollo de la teoría clásica, planteando que la organización puede sobrevivir de forma duradera únicamente bajo sólidos métodos y reglas escritas que contribuyan al crecimiento y productividad organizacional (Reyes, 2020), lo cual actualmente, vemos plasmado en los reglamentos y estatutos de las organizaciones.

El posterior paso de la evolución del pensamiento administrativo ocurrió en 1950, con la escuela neoclásica expuesta por Peter Drucker considerado el padre de la gestión moderna; quien defendió una posición de carácter unificador al analizar principios de otras teorías y considerarla como una técnica social que dirige hacia el logro de los objetivos, con relación de eficiencia y compromiso de los empleados (Sánchez, 2006).

Para Salgueiro (2001) citado por Rojas (2019), “la gestión es el conjunto de decisiones y acciones que llevan al logro de objetivos previamente establecidos” (2019, p. 16). Por su parte, Chambilla (2018) afirma, que “se refiere al conocimiento complejo, interdisciplinario de diseño, sistemas de dirección, información y control en las organizaciones y sus proyectos en relación con su entorno social caracterizado por la incertidumbre”, considerando que la gestión debe ser holística y realista con las problemáticas y necesidades de su entorno para la realización de proyectos viables, “de modo general, en la gestión, el conocimiento de lo que posee la organización es un factor básico, recursos como capital humano, social, natural y cultural” (Citado por Vilema, 2019, p. 46).

El capital humano y el conocimiento del entorno empresarial, público y social con una adecuada gestión generará el desarrollo y crecimiento económico; por otro lado, Alcibar et al. (1997) afirma, que la “gestión pública es sustantivamente gestión, entendida como el conjunto de decisiones dirigidas a

motivar y coordinar a las personas para alcanzar metas individuales y colectivas, en el marco de las restricciones jurídico-políticas de la actividad estatal” (Citado en Gonzales, 2020, p. 138).

### **La gestión turística.**

El turismo es multidisciplinario; por ende, se aborda la gestión turística desde dos tipos: pública y privada, que dan forma a la cadena de valor del producto turístico (Bayas, 2019); por otro lado, Manente (2008) afirma, que “la gestión de destinos tiene el papel de administrar y apoyar la integración de diferentes recursos, actividades y agentes involucrados a través de políticas y medidas apropiadas” (Citado por Vilema, 2019, p. 30).

La gestión turística es flexible y se llevará a cabo de acuerdo con las necesidades y realidad de la estructura turística del territorio. Su importancia radica en que sin actividades a implementarse no se lograría el objetivo de generar beneficios del turismo en un destino, siendo un instrumento de crecimiento y desarrollo local, nacional e internacional, además de ser una de las industrias que genera poca contaminación; por lo que se debe apuntar siempre a ser un destino competitivo, con la permanente innovación y adaptación a las tendencias (Chan, 2005); para ello, se ha hecho necesario crear nuevos paradigmas (valores, metodologías y técnicas) para permitir un desarrollo más adecuado del turismo en función de las necesidades actuales de los propios destinos turísticos (Sánchez, 2016).

### **Elementos del sistema turístico.**

Para Calvopiña (2017), “los sistemas turísticos son el conjunto de atractivos turísticos, comodidades, accesibilidad, imagen y precio, en donde el estudio de los mercados principales, la acomodación, la promoción, la infraestructura y el transporte forman el sistema turístico” (p.36). Considerando que el sistema turístico se desarrolla en un escenario geográfico, por lo que el espacio turístico está conformado por zonas, áreas, unidades empresariales, corredores turísticos; todo en un conjunto (Bayas, 2019). Estos componentes se interrelacionan y están en cambios constantes, debido a la influencia del ámbito externo, como los gustos y preferencias de las nuevas generaciones, el avance de

la tecnología y las nuevas exigencias de los turistas. El sistema turístico bien estructurado e implementado, da como resultado la calidad y competitividad del territorio turístico, a la hora de desarrollarse en el mercado.

En el modelo de gestión turística, se aprecia cómo funciona la actividad turística de manera eficiente; en el centro se encuentra la superestructura compuesta por instituciones de gestión, cuyo fin es asegurar el progreso de las jurisdicciones que tienen a su cargo; ésta se alinea con la oferta y demanda turística (Rauda, 2017). La superestructura, también se alinea con el producto turístico quien detalla una estructura productiva. Es preciso resaltar, que el producto está diseñado para las necesidades de la demanda y engloba al patrimonio turístico.

La planta turística se compone por seis elementos, atractivos turísticos en sus dos clasificaciones: naturales y culturales, que conforman el producto turístico; equipamientos e instalaciones de prestadores de servicio dentro de la planta; buena infraestructura conformada por las necesidades básicas y complementarias tales como seguridad, salud, descanso y disfrute de la estadía con la ampliación de actividades. Este modelo es adaptable para el análisis de las necesidades de la comunidad de Tanta, donde la gestión deberá enfocarse en el cuello de botella para fortalecer y brindar una oferta diversificada de calidad que supere las expectativas de quienes la visitan.

Del recurso a atractivo turístico, el Perú es un país beneficiado, cuenta con una riqueza natural y cultural, impresionando al mundo por su biodiversidad, gastronomía e historia de culturas que contaban con conocimientos y fuerza para realizar grandes construcciones arquitectónicas únicas y formar civilizaciones poderosas.

La materia prima del turismo son todas las atracciones como los paisajes naturales, etc., por ello, el Perú tiene mucho potencial para su posicionamiento y sustento de la economía turística; como tal, el recurso turístico es todo aquello con lo que se cuenta para aprovecharlo en el turismo de manera sostenible; a su vez, pasan a dividirse en dos categorías; recursos naturales conformados por toda la

naturaleza y en el que el hombre no haya intervenido en su creación propiamente dicha, como lagos, lagunas, cascadas, nevados, cañones; y los recursos culturales, divididos en patrimonio tangible conformado por catedrales, complejos arqueológicos, museos, cerámicas, petroglifos, que guardan historia y cultura de nuestros legados, así como patrimonio intangible en donde destacan cultura viva tales como las danzas, músicas, costumbres.

Cabe precisar, que siendo un recurso turístico, aún no se encuentra apto para practicar el turismo, ya con la existencia de una planta turística e implementación de servicios básicos se convierte en un atractivo turístico en condición de recibir visitantes y/o turistas. Cuando existen todos los componentes mencionados en conjunto, en una zona geográfica, esta pasa a conformar un destino turístico que “puede ser considerado como un producto conformado por atractivos, facilidades y accesibilidad” (Cárdenas, 1991 citado por Calvopiña, 2017).

### **Planificación del destino.**

El turismo como todas las actividades generadoras de ingresos, trae consecuencias benévolas y malas en el territorio donde se aplique. Con un crecimiento incontrolable es capaz de suscitar daños al medio ambiente, quitarles la identidad a los habitantes y alterar la base del turismo (Dunets et al., 2019). Para evitarlo, se aplica la planificación del destino que garantizará el desarrollo turístico y satisfacción de los involucrados, tratándose de un proceso de debate previo para decidir los pilares sobre los que se va a sustentar el desarrollo de la oferta turística del destino.

Para Zapata (2004), es un proceso racional y ordenado que busca la prevención de problemáticas y el logro de los objetivos de la comunidad; además, tiene bajo su responsabilidad alcanzar la competitividad. Da prioridad a la interrelación de los objetivos locales con los regionales, nacionales e internacionales. Va a consistir en desarrollar planes para identificar el estado futuro de los destinos turísticos, así como los métodos y medios para lograrlo en el contexto con limitaciones de recursos (Dunets et al., 2019).

La planificación es fundamental para alcanzar el éxito en la gestión del destino y manejo de la actividad turística, por lo que es importante tener en cuenta los factores externos e internos como las particularidades del territorio al momento de su elaboración, fomentando el desarrollo de una visión integradora y holística que tenga criterios de innovación. Es necesario la continua investigación en la planificación del destino para conocer nuevos significados, y a pesar de ello, conservar lo que nos hace auténticos (Rauda, 2017).

La identificación de productos y servicios turísticos hace referencia al producto Turístico, haciendo alusión a lo tangible e intangible: lo tangible es todo aquel producto que podemos percibir, como la alimentación, el transporte turístico, y el establecimiento de hospedaje; mientras que lo intangible son los servicios otorgados; así es que se transforman los bienes y servicios para ofrecer experiencias memorables con un principio general de calidad. La calidad es la evaluación que le asignan los turistas a la prestación de servicio de una empresa, a través de la observación (Azhar & Sari, 2018).

La oferta turística de un destino la conforman los productos y/o servicios turísticos, por lo que su identificación y disposición es muy importante para una buena acogida y el desarrollo de la actividad, iniciando así existencia del flujo turístico; además, su importancia radica en la identificación de productos y servicios turísticos como base para las herramientas de planeación mediante la gestión de información con fines de ordenamiento y uso eficiente del territorio. Estos deben atender a diseños compatibles con la preferencia actual del mercado; con el objetivo de brindar una experiencia sublime (Rojas, 2019).

Utilizar un producto o servicio potenciado aumenta la confianza del cliente; por ende, la satisfacción y lealtad por parte del cliente asegura la rentabilidad de lo ofertado (Olya & Al-ansi, 2018). Cabe recalcar, que en los últimos años las zonas rurales, y sobre todo, las montañosas, en la medida de cómo son aprovechadas están proporcionando grandes oportunidades para el desarrollo del turismo, debido

al aumento de interés por los visitantes y turistas para disfrutar sus vacaciones en estos lugares (Ciolac et al., 2017).

### **Promoción y comunicación del destino.**

Una vez que se obtiene el producto y se analiza un nicho de mercado, es indispensable difundir el producto turístico a través de estrategias de promoción, la cual implica tres elementos fundamentales; la publicidad mediante anuncios, periódicos o redes sociales; los materiales de apoyo tales como folletos, carteles en físico o digital; y las relaciones públicas presentes en las ferias, exposiciones turísticas y oficinas de turismo (Bravo, 2017); a su vez, se destaca la integración de contenidos en las etapas de preparación y participación (Gutiérrez et al., 2018). La promoción tiene como base una eficiente comunicación; por ejemplo, encontramos a la comunicación de boca a boca, venta personal y directa como también parte del marketing (Amin & Priansah, 2019).

Es importante que se ponga en conocimiento la oferta del destino con la disposición de una gran cantidad de información para su propagación, ya que la particularidad del turismo dependerá de la disponibilidad y gestión de información (Moreno, 2018). Sería en vano, si los atractivos turísticos están disponibles con un acceso adecuado y precios tentativos, si no se maneja la comunicación con el consumidor; no olvidando contar con una identificación frente a un mercado turístico tan competitivo mediante la creación de una marca turística que difunda la vocación turística del destino. Gonzales (2020) indica, que se debe evitar, que debido a la falta o mala gestión se generen percepciones falsas del destino, se debe detallar minuciosamente cuál es el mensaje que queremos comunicar al cliente; por lo que la promoción turística juega un rol muy importante dentro de la comercialización de productos y servicios turísticas.

### **Turismo rural comunitario.**

En los últimos años, fuimos testigos del incremento descontrolado del turismo convencional, lo cual propiciaba visitas en masa y exclusión de las comunidades más vulnerables, deteriorando los recursos

naturales y culturales; por ello, que a partir de esa problemática surge una nueva alternativa de solución frente a las consecuencias negativas del turismo de masa, denominado turismo rural comunitario.

El origen de turismo rural comunitario se da en el continente europeo en los años 60 a causa del riesgo en la agricultura, esto ocasionó que los agricultores hagan una emigración masiva grave hacia las ciudades, por lo que se buscó una actividad para reactivar la economía rural. En los años 80, la coordinación de diferentes políticas agrícolas de la Unión Europea, a través del programa Leader de desarrollo rural, en donde el 90% de los recursos de la política de impuestos, se puso en práctica para proyectos de Turismo Rural, lo cual trajo significativos aportes a la recuperación y revalorización de la calidad de vida rural (Solsona, 2006).

En el Perú surgieron programas sociales y estrategias nacionales de turismo rural comunitario por parte del estado para fortalecer este modelo de turismo en las zonas rurales con potencial turístico y vulnerabilidad, y a raíz de ello, se da los primeros emprendimientos rurales en el departamento de Puno, como en la Isla Amantani, Taquile, Uros y otros. En el 2012, se realiza la inclusión del Turismo Rural Comunitario en el presupuesto del MINCETUR, es así como hasta la actualidad se busca un proceso continuo de mejora en el TRC. Cabe recalcar, que la sierra central del Perú reúne las condiciones para ser líder en este modelo turístico, gracias a su riqueza pluricultural.

La comunidad de Tanta cuenta con una Asociación de Turismo Rural Comunitario creada el 12 de enero del 2012 con el apoyo del SERNANP de la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas, con miras de generar mayores oportunidades para los locales. En el 2019, la Asociación de Turismo Rural Comunitario de Tanta es considerada como uno de los 76 emprendimientos dentro de la Estrategia Nacional de Turismo Comunitario, una línea de intervención del rubro turístico liderado por el Ministerio de comercio exterior y turismo (MINCETUR, 2019).

El turismo comunitario se constituye en una alternativa de desarrollo económico en las comunidades rurales puesto que pretende fortalecer el trabajo en conjunto de la población a través de la cohesión

producida por el desarrollo de actividades turísticas (Félix et al., 2017); por otro lado, esta tipología logra comprender la realidad de las comunidades anfitrionas a través de la convivencia espontánea y auténtica con los pobladores locales, generando activación en la economía para los prestadores de servicio de la comunidad, además de generar conciencia por la sostenibilidad para que las futuras generaciones puedan disfrutar de sus bondades.

### **Competitividad turística.**

Explica que los fundamentos primordiales de la génesis de la competitividad turística son la conciencia, el conocimiento y la experiencia local (Cheng, 2013 citado por Calvopiña, 2017). Para que haya indicios de un desarrollo del turismo, se necesita conciencia acerca de la conservación del patrimonio natural y cultural, además de las consecuencias negativas que trae consigo el accionar de la comunidad, conocimiento por parte de la población, mediante el fortalecimiento de capacidades administrativas y operativas sobre el desempeño del turismo rural comunitario, para que conforme se ofrezcan productos y servicios competitivos y de calidad, fortaleciéndose la conciencia por el cuidado de sus recursos locales, que es su materia prima. Con lo dicho, se sabe, que si no eres competitivo en el mercado, lamentablemente obtienes resultados desfavorables.

### **Comercialización Sostenible.**

Genera valor económico, reduce la pobreza y la desigualdad, y regenera recursos ambientales (...) siendo un nexo entre el consumo y producción sostenible (Zequeira & Carrillo, 2007); por su parte, los turistas cada vez obtienen más información sobre los impactos que generan sus decisiones en el mercado, tanto ambiental como social, mientras que la comunidad anfitriona apuesta en la posibilidad del ahorro y aumento de sus ganancias mediante el uso de tecnologías limpias. Lo referido anteriormente, se convierte en un valor agregado el incluir la sostenibilidad en los emprendimientos comunitarios, lo cual aporta a comercializarse como un destino responsable y competitivo.

**Asociaciones público-privadas comunitarias.**

Las asociaciones y alianzas estratégicas pactadas son relaciones de negocio e institucionales establecidas entre los emprendimientos de turismo rural comunitario y actores públicos – privados locales para lograr una mayor afluencia turística en las comunidades (Fundación CODESPA, 2011); para ello, es que se identifica a los posibles aliados, teniendo en claro nuestra oferta turística con la que se trabajará en conjunto con objetivos comunes o colectivos. Es importante contar con la participación de las comunidades durante las alianzas estratégicas para que sean parte formalmente y realicen el seguimiento correspondiente.

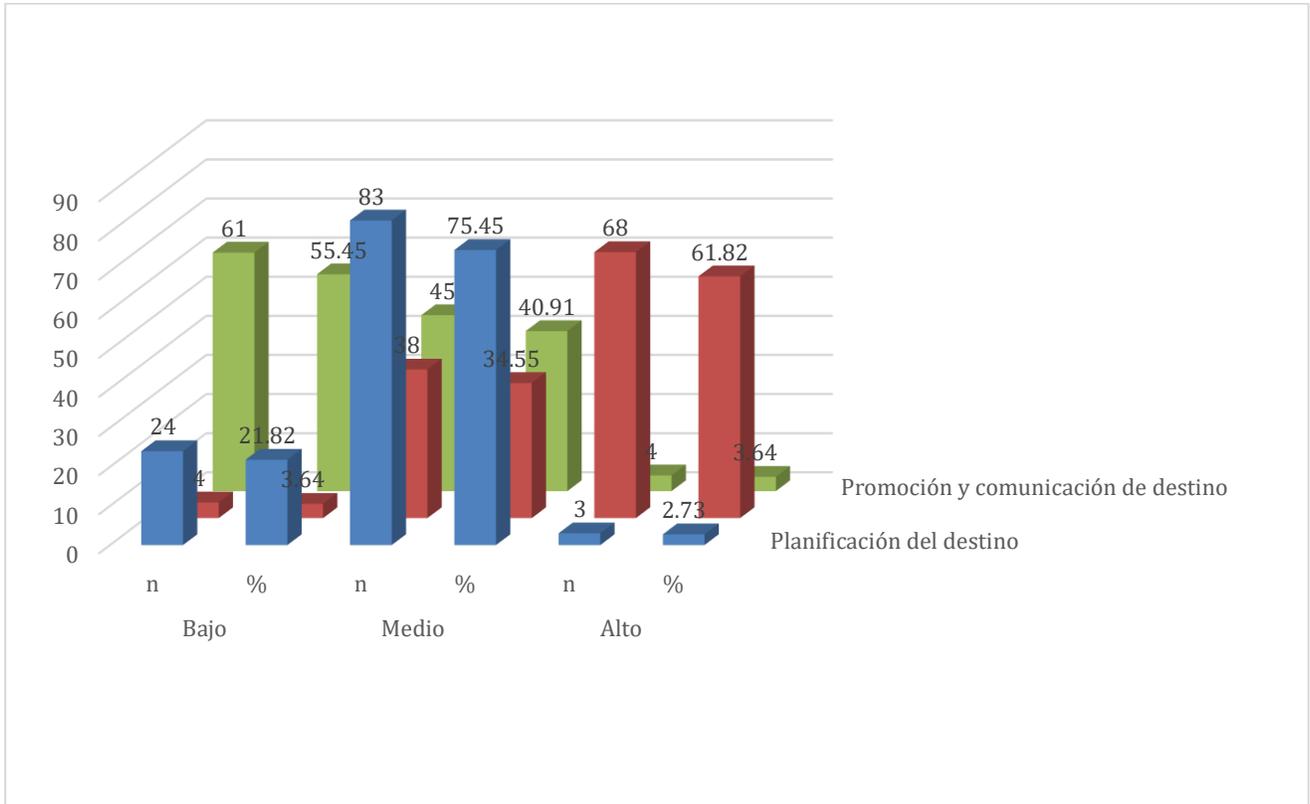
**Metodología.**

La investigación es de enfoque cuantitativo debido a que prueba la hipótesis con la recolección de datos por medio de métodos y análisis estadísticos (Bringas & Ledesma, 2021), empleando un nivel descriptivo correlacional, cuyo propósito es describir los datos obtenidos de la población y escudriñar la relación entre las dos variables (Arispe et al., 2020). Con el método hipotético-deductivo, investiga comprobar o contradecir la hipótesis planteada, de modo que se darán conclusiones confrontadas a los hechos. El diseño aplicado es el no experimental, donde no se manipula deliberadamente las variables sino solo se analizan los problemas tal como se dan en su contexto natural (Hernández et al., 2014). Con un corte transversal, ya que los datos fueron recolectados por única vez. Para la recolección de datos se utilizó el instrumento de cuestionario con la técnica de la encuesta, aplicada a 110 pobladores establecidos por el muestreo no probabilístico por conveniencia, debido a la coyuntura sanitaria internacional y caracterización de la comunidad como zona rural.

**Resultados.**

En la figura 1 se detallan las distribuciones de las dimensiones de la variable gestión turística.

Figura 1. Niveles de distribución de las dimensiones de la gestión turística.



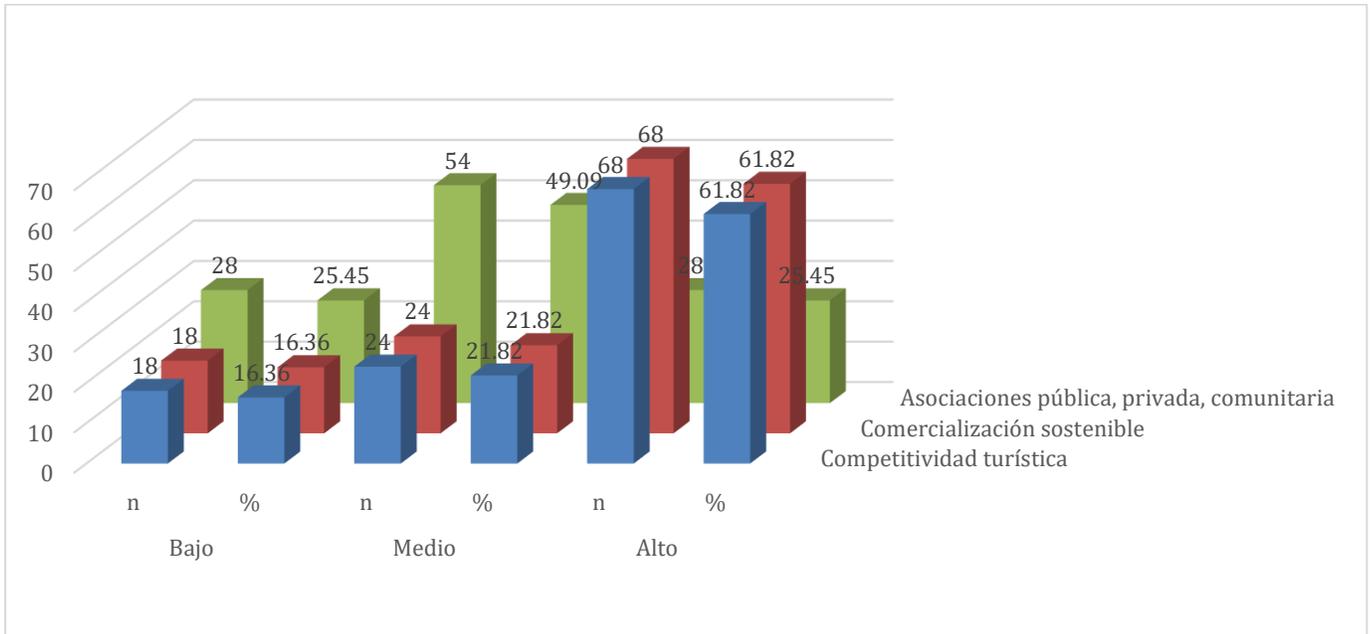
Fuente: Elaboración propia.

En la figura 1, se observa que del total de 110 encuestados del distrito de Tanta, Yauyos - 2022, el 21,82% sostiene que la gestión turística en su dimensión planificación del destino es de nivel bajo, 75,45% piensan que es media, mientras que 2,73% piensan que es alta.

En cuanto a la segunda dimensión correspondiente a la identificación de productos y servicios turísticos el 3,64% manifiestan que es de nivel bajo; el 34,55% piensan que es medio, mientras que 61,82% piensan que es de alto nivel.

En cuanto a la tercera dimensión correspondiente a la promoción y comunicación de destino, el 55,45% manifiestan que es baja; el 40,91% piensan que es media; y el 3,64% piensan que es alta.

Figura 2. Niveles de distribución de las dimensiones del turismo rural comunitario.



Fuente: Elaboración propia

En el estudio sí existe una relación significativa entre la gestión turística y el turismo rural comunitario en el distrito de Tanta, Yauyos – 2022. Con un coeficiente de correlación de Spearman es 0,650 lo cual indica una relación buena y positiva entre las variables, lo expresado manifiesta que si la gestión turística es buena entonces el turismo rural comunitario tendrá el mismo impacto debido al grado de relación en ambas variables.

Tabla 8. Prueba de hipótesis general.

			Gestión turística	Turismo rural comunitario
Rho de Spearman	Gestión turística	Coefficiente de correlación	1,000	,650**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	110	110
	Turismo rural comunitario	Coefficiente de correlación	,650**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	110	110

En la tabla 1 se observa, que el valor de la significancia es  $0,000 < 0,05$ ; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

### **Discusión.**

Según la prueba de correlación de Spearman, la significancia es  $0.00 < 0.05$ ; donde se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna; es decir, existe relación significativa entre las variables gestión turística y turismo rural comunitario en el distrito de Tanta en Yauyos, Perú; por consiguiente, el coeficiente de correlación de Spearman entre dichas variables es de 0,650, indicándonos que, sí existe una relación positiva, con un nivel de correlación buena. Se encuentra similitud con Plumed et al. (2018), quienes afirman, que los gobiernos de cada destino deberían tener en cuenta a la sostenibilidad en la planificación de políticas turísticas, debido a que hoy en día es un aspecto muy importante en la gestión del turismo.

Rojas (2019) concluyó que existe una influencia significativa entre la gestión y el desarrollo de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, Ecuador; lo que reafirma, que la actividad turística sin una correcta gestión se vería afectada. Similitud que se encuentra con la investigación de Robayo (2020), quien además resalta que es necesaria una correcta planificación para una gestión exitosa del turismo rural comunitario; por otro lado, si esta no logra la participación de la comunidad, sería ineficaz, poniendo a priori el involucramiento de los miembros locales, principales actores del TRC.

Shigui (2022) refuta que la gestión no incide en el desarrollo del turismo comunitario de la parroquia Belisario Quevedo, puesto que no se está manejando una adecuada gestión, guardando semejanza con Villegas (2021), dejando ver que se debe trabajar con estas dos variables para que el servicio de la comunidad mejore. A partir de estas investigaciones, se afirma que la gestión es indispensable para la eficacia del turismo rural comunitario.

Según la prueba de correlación de Spearman, la significancia es de  $0.00 < 0.05$ ; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna; es decir, existe una relación significativa entre la gestión y la

competitividad turísticas en el distrito de Tanta en Yauyos, con un grado de correlación de 0.591, lo cual indica un nivel de correlación positiva y moderada, que hace alusión a que cuando aumenta o disminuye el valor otorgado a la gestión turística también se podrá predecir si el turismo rural comunitario lo hará, debido al nivel de correlación que existe entre la variable y la dimensión respectivamente en la comunidad de Tanta.

Ivars-Baidal & Vera (2019) llegaron a la conclusión, que la construcción de la planificación a futuro con determinaciones del presente son fomentadores y reformadores del desarrollo local, así mismo guarda semejanza, asegurando que mejora los valores de sostenibilidad y competitividad, a través de la innovación activa. Las autoridades, cumpliendo su papel de reguladoras de servicio en el ámbito, prestadores de servicios buscando la calidad y la población dando iniciativas, lograría consolidar un desarrollo sostenible en los proyectos comunitarios (Chambilla, 2018). El estudio de Mendoza (2018) guarda semejanza al declarar que existe relación directa y significativa entre la Gestión del turismo rural comunitario y la satisfacción de turistas, el cual forma parte de la medición de la competitividad del territorio, a través de la calidad de los productos y servicios demandados.

La prueba de correlación de Spearman indica que la significancia es  $0.00 < 0.05$ ; por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, afirmando que existe una relación significativa entre la variable gestión turística y la dimensión de comercialización sostenible, siendo el coeficiente de Spearman 0,415; esto indica, que el grado de correlación es moderada y positiva; es decir, si se ponen los esfuerzos por asegurar un mejor nivel de la gestión turística; por ende, el turismo rural comunitario también se verá afectado de manera directa y moderada en el distrito de Tanta.

Lo expuesto en la tesis de Cardet et al. (2018) guarda semejanza al mencionar que los productos turísticos prevalecen por la calidad de lo que ofrecen, por la innovación cultural y comercial, predispuestos a satisfacer las necesidades del público objetivo, además de ser pertinentes, sostenibles y competitivos, comprendiendo sus patrimonios tangibles e intangibles. Leonardo (2017) concluye,

que los productos puestos en el mercado del distrito de Huánuco son moderados y poseen una estructura pasable, por lo que es poco satisfactorio para quienes lo visitan; dichos resultados manifestaron la importancia de tener presente a la sostenibilidad en actividades turísticas. A su vez, el estudio de Inga (2019) guarda similitud al mencionar que el modelo de turismo rural comunitario influyó significativamente en mejorar su dimensión económica, social y ambiental, respecto al antes y después de implementarlo en los negocios en turismo de los pobladores de la comunidad.

De acuerdo con la prueba de correlación de Spearman, la significancia es  $0.000 < 0.05$ ; por lo tanto, se aprueba la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, asegurando que existe relación significativa entre dicha variable y dimensión con un 0,422 respectivamente, indicándonos que el grado de correlación entre ambas es moderada y positiva; esto quiere decir, que cuando aumenta o disminuye el nivel de la gestión turística también sucederá con el fortalecimiento de la relación con las asociaciones públicas, privadas y comunitarias.

Condori (2021) guarda similitud al precisar que cuando las asociaciones y agencias turísticas se concentran en llevar a cabo una buena gestión y mejorar la calidad de servicios, se generan efectos provechosos para el desarrollo de la comunidad. Ante lo mencionado, confirmo que las alianzas que se concretan son claves para el progreso continuo de un destino turístico. Zambrano (2018) defiende que los habitantes y dirigentes de la comuna afirman que la práctica del turismo comunitario mejorará sus condiciones socioeconómicas, lo cual no guarda semejanza puesto que es de gran impacto la visión del turismo como uno de los principales ejes al medio ambiente y la cultura, para beneficio de la comuna. Todo ello se debe ver plasmado en un modelo de gestión que busque mejorar el desarrollo turístico local.

## **CONCLUSIONES.**

La gestión turística y el turismo rural comunitario comprenden una relación positiva y buena en el distrito de Tanta en Yauyos, asegurando que la gestión es una herramienta activa para lograr los

objetivos trazados; por esta razón, su relación con los principios del turismo rural comunitario para su ejecución hará que no haya carencias de la comunidad. Según la concepción de los pobladores de Tanta, no se aplica una planificación científica y organización para fomentar la actividad turística comunitaria sino solo manejan conocimientos empíricos, muchos de ellos desconocen de las acciones ejecutadas en el sector por parte del gobierno local, provincial y regional a favor de promoverlo, evidenciando que aún no es de prioridad como se declara en la Ley general del turismo 29408; no obstante, se requiere de un trabajo articulado entre el sector público, privado y la comunidad, para aportar al desarrollo local a través del turismo comunitario.

Existe relación significativa de manera positiva y moderada entre la gestión y competitividad turísticas en el distrito de Tanta, Yauyos, haciendo hincapié que la comunidad ha venido desarrollando el turismo rural comunitario con déficits, puesto que para ser competitivos se hace necesidad la calidad en productos y servicios, lo cual se logra con el empoderamiento y enriquecimiento de capacidades de cada participante local, cuestión que falta fortalecer en la comunidad.

Cabe recalcar, que el turismo rural comunitario es competitivo cuando hay legitimidad y una gestión sostenible aplicada de acuerdo con sus características y realidad de la comunidad receptora. Se concluye, que existe una relación positiva y moderada entre la gestión turística y comercialización sostenible, determinándose la relación que existe entre ambas en el distrito de Tanta, Yauyos.

Se expone, que la comunidad no desarrolla una eficaz comercialización de sus productos y servicios turísticos, en ella no se aplican los principios de la sostenibilidad para un mayor alcance y aceptación de los turistas, así como la baja calidad de sus productos, debido a la falta de organización y el apoyo de las autoridades locales y regionales para la aplicación de proyectos, puesto que tampoco cuentan con un inventario de recursos turísticos; el interés que se otorgue en la gestión, se verá reflejado en cómo avance la comercialización sostenible del distrito de Tanta.

Se concluye que existe relación positiva y moderada entre la gestión turística y las asociaciones pública, privada y comunitaria; esto quiere decir, que cuando aumenta o disminuye el nivel de la gestión turística también sucederá con el fortalecimiento de la relación con las asociaciones pública, privada comunitaria.

En el distrito de Tanta no se cuenta con alianzas estratégicas con el sector público y privado, existe apoyo de la SERNANP del área natural protegida, más no es suficiente para notar mejoras en la gestión; por ello, es imprescindible fortalecer la comunicación entre la comunidad y promotores turísticos con el fin de trabajar articuladamente, atendiendo a priori las necesidades de los locales y turistas.

### **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.**

1. Amin, M., & Priansah, P. (2019). Marketing Communication Strategy to improve Tourism Potential. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 2(4), 160–166. <https://doi.org/10.33258/birci.v2i4.575>
2. Arispe Alburqueque, C.M, Yangali Vicente, JS; Guerrero Bejarano, MA; Lozada de Bonilla, O; Acuña Gamboa, LA; Arellano Sacramento, C. (2020). La investigación científica. UIDE. Guayaquil. <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/4310>
3. Azhar, M., & Sari, M. (2018). The role of marketing mix and service quality on tourist satisfaction and loyalty at Samosir. *Revista de Turism - Studii Si Cercetari in Turism*, 0(26). <http://revistadeturism.ro/rdt/article/view/412>
4. Bayas, J. (2019). La gestión turística y el desarrollo rural sostenible de la zona administrativa cuatro del Ecuador, periodo 2016-2017. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. In Repositorio. <https://hdl.handle.net/20.500.12672/10624>
5. Bernal, C. A. (2010). Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales (Tercera edición). Pearson educación. <https://fhcevirtual.umsa.bo/btecavirtual/?q=node/601>

6. Bravo, E. R. (2017). Importancia del plan estratégico para promover el desarrollo del turismo interno hacia el distrito de San Mateo, provincia de Huarochirí [Tesis de licenciatura, Universidad de San Martín de Porres]. In Repositorio USMP. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/4086>
7. Bringas, E. del R., & Ledesma, M. J. (2021). Retroalimentación asertiva en un contexto de enseñanza a distancia como producto de la COVID-19. *Llamkasun*, 2(3), 64–79. <https://doi.org/10.47797/llamkasun.v2i3.55>
8. Calvopiña, D. (2017). Modelo de gestión de la calidad de los servicios turísticos de Riobamba orientado a la competitividad y al desarrollo sostenible del Ecuador [Tesis de doctorado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. In Repositorio institucional de UNMSM. <https://hdl.handle.net/20.500.12672/7135>
9. Cardet, E., Palao, R., & González, Y. (2018). Procedimiento para el diseño de productos turísticos basados en el patrimonio de un municipio. *Retos de La Dirección*, 12(1), 1–16. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2306-91552018000100001&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552018000100001&lng=es&nrm=iso&tlng=es)
10. Chambilla, H. (2018). Análisis de la gestión turística municipal y su influencia en el desarrollo del turismo sostenible en la ciudad de puno – 2018. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Altiplano]. In Universidad Nacional del Altiplano. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/11604>
11. Chan, N. (2005). Circuitos turísticos: Programación y cotización (Tercera edición). Fundación Proturismo - Ediciones Turísticas. <http://www.bajalibros.com/PE/Circuitos-Turisticos-programacion-y-cotizacion-Nelida-Chan-eBook-1006122>
12. Ciolac, R., Rujescu, C., Constantinescu, S., Adamov, T., Dragoi, M. C., & Lile, R. (2017). Management of a Tourist Village Establishment in Mountainous Area through Analysis of Costs

and Incomes. *Sustainability*, 9(6), 875. <https://doi.org/10.3390/SU9060875>

13. Condori, L. (2021). Turismo Rural Comunitario como Estrategia de Desarrollo Sostenible de La Región Puno, 2018. *Revista Científica Investigación Andina*, 20(2). <https://doi.org/10.35306/REV>
14. Dunets, A. N., Vakhrushev, I. B., Sukhova, M. G., Sokolov, M. S., Utkina, K. M., & Shichiyakh, R. A. (2019). Selection of strategic priorities for sustainable development of tourism in a mountain region: concentration of tourist infrastructure or nature-oriented tourism. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(2), 1217–1229. [https://doi.org/10.9770/JESI.2019.7.2\(29\)](https://doi.org/10.9770/JESI.2019.7.2(29))
15. Félix, A., Doumet, N., & Huerta, J. (2017). Marketing strategies for a tourism community center. *Kalpana Revista de Investigación*, 15.
16. Fundación CODESPA. (2011). Modelo de gestión del turismo rural comunitario de CODESPA. (Primera edición). <https://www.codespa.org/app/uploads/modelo-gestion-turismo-rural-comunitario.pdf>
17. Gonzales, P. (2020). Gestión turística y turismo de naturaleza en operadores turísticos del distrito de Tarapoto, 2019 [Tesis en maestría, Universidad Cesar Vallejo]. In Repositorio Institucional - UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/44283>
18. Gutiérrez, G. A., Sánchez, M. Á., & Galiano, A. (2018). Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos. *Retos*, 8(15), 135–150. <https://doi.org/10.17163/RET.N15.2018.09>
19. Hernández, R., Batista, P., & Fernández, C. (2014). Metodología de la investigación (6 edit). McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
20. Inga, C. A. (2019). El turismo rural comunitario como estrategia de desarrollo sostenible de la comunidad de Canchacucho del Distrito de Huayllay - Pasco, periodo 2014 - 2015 [Tesis de maestría, Universidad Nacional Hermilio Valdizán]. In Repositorio Institucional UNHEVAL. <http://repositorio.unheval.edu.pe/handle/20.500.13080/4850>

21. Ivars-Baidal, J. A., & Vera Rebollo, J. F. (2019). Tourism planning in Spain. From traditional paradigms to new approaches: smart tourism planning. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, 82. <https://doi.org/10.21138/bage.2765>
22. Leonardo, C. (2017). La gestión turística municipal y el desarrollo turístico del distrito de Huánuco – 2016 [Tesis de maestría, Universidad de Huanuco, tesis de maestría]. In Repositorio Institucional de la Universidad de Huánuco. <https://core.ac.uk/reader/132349160>
23. Mendoza, E. C. (2018). Gestión del turismo rural comunitario y la satisfacción del turista en la comunidad de Janac Chuquibamba distrito de Lamay provincia de Calca, 2018 [Tesis de maestría, Universidad de San Martín de Porres]. In Repositorio académico USMP. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/4593>
24. MINCETUR. (2019). Resolución ministerial N° 402-2019-MINCETUR “Lineamientos para el desarrollo de turismo comunitario en el Perú.” Resolución ministerial. [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/425542/R.\\_M.\\_N\\_\\_402\\_-\\_2019.pdf?v=1574374216](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/425542/R._M._N__402_-_2019.pdf?v=1574374216)
25. Moreno, D. (2018). Tecnologías de información y comunicación para el turismo inclusivo. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 26(1), 125–146. <https://doi.org/10.18359/rfce.3142>
26. Olya, H. G. T., & Al-ansi, A. (2018). Risk assessment of halal products and services: Implication for tourism industry. *Tourism Management*, 65, 279–291. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2017.10.015>
27. Oseda, D., Flores, J., Sangama, J., Cosme, L., Mendivel, R., & Zacarias, C. (2017). Investigación científica (primera). Soluciones Gráficas S.A.C. <http://isbn.bnpp.gov.pe/catalogo.php?mode=detalle&nt=92402>
28. Plumed, M., Gómez, D., & Martín, C. (2018). Planificación turística, promoción y sostenibilidad

ambiental: el caso de España. . Retos Revista de Ciencias de La Administración y Economía, 8(15).

29. Rauda, W. (2017, February 6). Planificación estratégica del turismo. Entorno Turístico .  
<https://www.entornoturistico.com/que-es-la-planificacion-estrategica-del-turismo/>
30. Reyes Verónica Johana (2020) Vigencia de la Teoría Burocrática de Max Weber y su relación con la satisfacción laboral en una institución pública.  
<https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/7786>
31. Robayo, M. (2020). La gestión turística como elemento para el desarrollo del turismo comunitario [Tesis de maestría, Universidad Técnica de Ambato]. In Repositorio UTA.  
<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/32242>
32. Rojas, M. (2019). Gestión y desarrollo turístico en la comunidad san francisco de Cunuguachay, Parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo. [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Chimborazo]. In Repositorio Digital UNACH. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/5826>
33. Sánchez, A. (2006). Peter Drucker, innovador maestro de la administración de empresas. . Cuadernos Latinoamericanos de Administración, 2(2), 69–89.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409634344005>
34. Sánchez, A. (2016). Estrategia de gestión del desarrollo turístico sostenible para la prestación de servicios en el centro poblado de Sipán. [Tesis de maestría, Universidad Señor de Sipán]. In Repositorio Institucional - USS. <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/2676>
35. Shigui, F. B. (2022). Gestión y turismo comunitario en la Parroquia Belisario Quevedo, Cantón Latacunga. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Chimborazo]. In Repositorio Digital UNACH. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/9216>
36. Solsona, J. (2006). El turismo rural en Europa. Aportes y Transferencias, 10(2), 25–35.  
<http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/320/>
37. Vilema, K. E. (2019). Modelo de gestión de turismo rural para la comunidad Cerrito de Los

Morreños, Isla Chupadores del Golfo de Guayaquil [Tesis de Licenciatura, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. In Repositorio Universidad Estatal Península de Santa Elena. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5126>

38. Villegas, D. E. (2021). Gestión y turismo comunitario en la comunidad Chimborazo, parroquia San Juan, cantón Riobamba [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Chimborazo]. In Repositorio Digital UNACH. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/7484>
39. Zambrano, P. B. (2018). Modelo de gestión para potenciar el turismo comunitario en la comuna 23 de Noviembre [Tesis de maestría, Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil]. In Repositorio DSpace. <http://biblioteca.uteg.edu.ec/xmlui/handle/123456789/169>
40. Zapata, T. (2004). Turismo vivencial y comunitario en América Latina. Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 2(3), 273-282. <https://doi.org/10.29166/siembra.v5i1.1433>
41. Zequeira, M., & Carrillo, S. (2007). La comercialización sostenible en el refugio de fauna Río Máximo de Camagüey. Revista Teoría y Praxis, 3. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456145111009>

#### **DATOS DE LOS AUTORES.**

**1. Yireh Sofia Murga Tacsá.** Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería. Trabaja en servicios Turísticos en Perú. ORCID 0000-0002-9901-1433. Correo electrónico: [ymurga@undc.edu.pe](mailto:ymurga@undc.edu.pe)

**2. Néstor Cuba Carbajal.** Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad, docente en la Universidad Nacional de Cañete. Perú. ORCID 0000-0002 - 7767-3751. Correo electrónico: [ncuba@undc.edu.pe](mailto:ncuba@undc.edu.pe)

**RECIBIDO:** 8 de mayo del 2023.

**APROBADO:** 10 de junio del 2023.