



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO

FACULTAD DE CIENCIAS HISTÓRICO

SOCIALES Y EDUCACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE SOCIOLOGÍA



**“Estrategia social para fortalecer el turismo en la reserva
forestal montes de la virgen del Distrito de Lambayeque, 2019.”**

TESIS

**Para optar el Título Profesional de
Licenciada en Sociología**

Autora:

Bach. Musayon Herrera, Rosario Del Pilar

Asesor:

Dr. Ravines Zapatel, Carlos Edmundo

Lambayeque – Perú

2021

**Estrategia Social para Fortalecer el Turismo en la Reserva Forestal
Montes de la Virgen del Distrito de Lambayeque, 2019.**

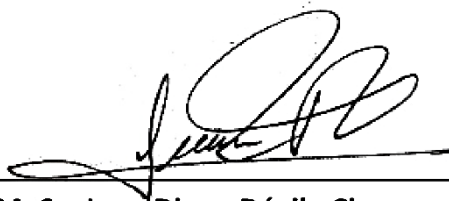
Tesis presentada para obtener el Título Profesional de Licenciada en Sociología



Bach. Rosario del pilar Musayón Herrera
Autora



Dr. César Augusto Cardoso Montoya
PRESIDENTE



M. Sc. Juan Diego Dávila Cisneros
SECRETARIO



M. Sc. Segundo Enrique Vásquez Zuloeta
VOCAL



Dr. Carlos Edmundo Ravines Zapatel
Asesor

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO FACULTAD DE CIENCIAS HISTÓRICO SOCIALES Y EDUCACIÓN UNIDAD DE INVESTIGACIÓN



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

N° 0064-VIRTUAL

Siendo las **08:00 horas**, del día **Viernes 16 de julio de 2021**; se reunieron vía online mediante la plataforma virtual Google Meet, <https://meet.google.com/mhh-nxpa-hzx>, los miembros del jurado designados mediante **Decreto N° 194-2019-U.I-FACHSE**, de fecha **13 de setiembre de 2019**, integrado por:

Presidente	: Dr. César Augusto Cardoso Montoya.
Secretario	: M. Sc. Juan Diego Dávila Cisneros
Vocal	: M. Sc. Segundo Enrique Vásquez Zuloeta
Asesor	: Dr. Carlos Edmundo Ravines Zapatel



La finalidad es evaluar la Tesis titulada: **"ESTRATEGIA SOCIAL PARA FORTALECER EL TURISMO EN LA RESERVA FORESTAL MONTES DE LA VIRGEN DEL DISTRITO DE LAMBAYEQUE, 2019."**; presentada por la bachiller **MUSAYON HERRERA ROSARIO DEL PILAR** para obtener el Título profesional de **Licenciada en Sociología**.

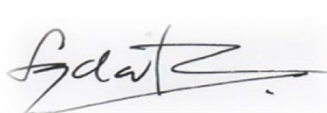
Producido y concluido el acto de sustentación, de conformidad con los artículos 131 al 140 del Reglamento General del Vicerrectorado de Investigación (aprobado con Resolución N° 018-2020-CU de fecha 10 de febrero del 2020); los miembros del jurado procedieron a la evaluación respectiva, haciendo las preguntas, observaciones y recomendaciones al(los) sustentante(s), quien(es) procedió(eron) a dar respuesta a las interrogantes planteadas.

Con la deliberación correspondiente por parte del jurado, se procedió a la calificación de la Tesis, obteniendo un calificativo de **(18) (DIECIOCHO)** en la escala vigesimal, que equivale a la mención de **MUY BUENO**

Siendo las **09:00 horas** del mismo día, se dio por concluido el acto académico online, con la lectura del acta y la firma de los miembros del jurado.


Dr. César Augusto Cardoso Montoya
PRESIDENTE


M. Sc. Juan Diego Dávila Cisneros
SECRETARIO


M. Sc. Segundo Enrique Vásquez Zuloeta
VOCAL

OBSERVACIONES:.....
.....
.....
.....

El presente acto académico se sustenta en los artículos del 39 al 41 del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo (aprobado con Resolución N° 270-2019-CU de fecha 4 de setiembre del 2019); la Resolución N° 407-2020-R de fecha 12 de mayo del 2020 que ratifica la Resolución N° 004-2020-VIRTUAL-VRINV del 07 de mayo del 2020 que aprueba la tramitación virtualizada para la presentación, aprobación de los proyectos de los trabajos de investigación y de sus informes de investigación en cada Unidad de Investigación de las Facultades y Escuela de Posgrado; la Resolución N° 0372-2020-V-D-NG-FACHSE de fecha 21 de mayo del 2020 y su modificatoria Resolución N° 0380-2020-V-D-NG-FACHSE del 27 de mayo del 2020 que aprueba el INSTRUCTIVO PARA LA SUSTENTACIÓN DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN Y TESIS VIRTUALES.

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, **Rosario del Pilar Musayon Herrera**, autora principal y el **Dr. Carlos Edmundo Ravines Zapatel**, asesor del trabajo de investigación “**Estrategia social para fortalecer el turismo en la Reserva Forestal Montes de la Virgen del Distrito de Lambayeque, 2019**” declaro bajo juramento que este trabajo no ha sido plagiado, ni contiene datos falsos. En caso se demostrara lo contrario, asumimos responsablemente la anulación de este informe y por ende el proceso administrativo a que hubiere lugar. Que puede conducir a la anulación de título o grado emitido como consecuencia de este informe.

Lambayeque, 16 de julio de 2021.



Bach. Rosario del pilar Musayón Herrera
Autora



Dr. Carlos Edmundo Ravines Zapatel
Asesor

DEDICATORIA

Dedico este trabajo investigativo a mi madre Blanca, por su apoyo incondicional y sincero; a mi padre Próspero, que, aunque ya no esté con nosotros, sigue siendo el pilar de la familia; a mis hermanos Anyelo y Cristopher, por su ayuda incondicional; a mis hijos, Rodrigo, Martín y Alexander, por su inmenso amor y cariño. A todos ellos decirles que los amo.

A todas las personas que de una u otra manera me acompañaron y brindaron su apoyo desinteresado en este proceso de mi desarrollo personal y profesional.

AGRADECIMIENTOS

Agradecer a DIOS, en primer lugar, por ser mi sustento y fortaleza en este hermoso sendero, llamado Vida, a mi Familia, por ser el soporte y motivo de mi superación.

A todos mis docentes universitarios, a mis compañeros de aula por la acogida y el apoyo que me brindaron, A mi asesor Dr. Carlos Ravines Zapatel, por aceptar la asesoría de la presente.

Sobre todo, un agradecimiento póstumo a un gran amigo, excelente persona, gran ser humano y notable profesional. Hasta el cielo un “¡Gracias profesor Isidoro, lo logré!”. *“Recuerda siempre: las cometas vuelan más alto y se ven más lindas, cuando tienen más viento en contra... y lo que dice la canción, el río sigue su cauce a pesar de las piedras...”* IBM

ÍNDICE

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS	iii
DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTOS.....	vi
ÍNDICE.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
RESÚMEN	xii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN	14
CAPÍTULO I: DISEÑO TEÓRICO	19
1.1. Antecedentes.....	19
1.2. Bases Teóricas	21
1.2.1. Teorías Generales	21
1.2.1.1. Teoría General de Sistemas.....	22
1.2.1.2. Teoría de la Acción Comunicativa	25
1.3. Categorías o conceptos Generales	27
1.3.1. De la actividad turística	27
1.3.1.1. Turismo.....	27
1.3.1.2. Elementos del Turismo.....	30
1.3.1.3. Clases de Turismo.	35
1.3.2. De la Estrategia Social.....	40
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	46
2.1. Tipo de Investigación	46
2.2 Técnicas e Instrumentos	46
2.3 Calculo de la Muestra	46
2.4. Confiabilidad de la Encuesta	47
CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	49
3.1. Diagnóstico.....	49
3.1.1. Aspectos Generales.....	49
3.1.1.1. Ubicación.....	49
3.1.2. Reserva Forestal Montes de la Virgen.....	51

3.1.2.1. Acceso a la Reserva.....	52
3.1.2.2. Flora y fauna de la Reserva.	53
3.1.2.3. Ingreso a las instalaciones de la Reserva.....	54
3.1.2.4. Sobre la Oferta Turística.	56
3.1.3. Características Socioeconómicas del Centro Poblado “Zancudito”	56
3.1.3.1. De la edad y sexo de los pobladores.....	56
3.1.3.2. Del nivel de instrucción.....	57
3.1.3.3. De la ocupación de los pobladores	59
3.1.3.4. De los ingresos y condición de pobreza de los pobladores	60
3.1.3.5. De la Expectativa de la Población con el Potencial Turístico de la Reserva.....	62
3.1.4. Percepción de los Ciudadanos sobre la Reserva Forestal Montes de la Virgen como Destino Turístico	63
3.1.4.1. Percepción según sexo.....	63
3.1.4.2. Percepción según edad	65
3.1.4.3. Percepción según ocupación.....	66
3.1.4.4. Percepción según nivel de instrucción.	68
3.1.5. Participación de los Pobladores en la Actividad Turística	69
3.1.5.1. ¿En qué actividades les gustaría participar o desarrollar?.....	69
3.1.5.2. ¿Qué Actividades de Recreación se Podría Promover el Desarrollo del Ecoturismo?	70
3.1.5.3. ¿Cuánto invertiría en el turismo de su localidad?	72
3.1.5.4. Según la edad ¿Cuánto invertiría en el turismo de su localidad?	73
3.1.5.5. Si se implementa el ecoturismo en la reserva forestal ¿cómo le gustaría participar?	75
3.1.5.6. ¿Se agruparía en asociaciones para el desarrollo del turismo?.....	76
3.1.5.7. ¿Participaría activamente en el acopio de basura en Montes de la Virgen?.....	78
3.2. Estrategia Social para Fomentar el Turismo en Montes de la Virgen.....	80
3.2.1. Fundamentos.....	80
3.2.1.1. Fundamentos Teóricos Generales.....	80
3.2.1.2. Principios.....	81
3.2.2. Modelo de la Estrategia Social: Componentes y Relaciones.....	82
3.2.2.1. Modelo gráfico de la Estrategia Social.....	82

3.2 2.2. Análisis de las relaciones entre componentes del modelo.....	83
3.2.2.3. Características Básicas de la Estrategia social.	85
3.3. Opinión de expertos.....	86
CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES	92
CAPÍTULO V: RECOMENDACIONES	94
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	95
ANEXOS.....	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Edad de los pobladores del Centro poblado (CP) “Zancudito”	56
Tabla 2: Población según sexo	57
Tabla 3: Grado de Instrucción de los pobladores del CP “Zancudito”	58
Tabla 4: Ocupación de los pobladores encuestados del CP “Zancudito”	59
Tabla 5: Ingreso familiar según línea de pobreza.....	61
Tabla 6: Percepción del poblador del destino turístico Montes de la Virgen según sexo ...	64
Tabla 7: Edad de los pobladores y la percepción del turismo en Montes de la Virgen.....	65
Tabla 8: Ocupación o profesión de los pobladores percepción turismo.....	67
Tabla 9: Grado de Instrucción y su percepción turismo en MV.....	68
Tabla 10: Sexo y actividades a desarrollar en la que participaría	69
Tabla 11: Sexo y actividades de recreación que se podría promover en el desarrollo del turismo	71
Tabla 12: Ingreso familiar y monto potencial de inversión en turismo.....	72
Tabla 13: Edad de los pobladores y su monto de inversión	74
Tabla 14: Roles o funciones en las que participaría el poblador	75
Tabla 15: Interés por ser promotor turístico y posibilidades de asociarse para el desarrollo del turismo	77
Tabla 16: Grado de Instrucción y su participación en el acopio de basura en Montes de la Virgen.....	78

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Mapa del Departamento de Lambayeque.....	49
Figura 2: Ubicación de la Reserva Forestal Montes de la Virgen en Lambayeque y su relación con otras reservas forestales de la región.	50
Figura 3: Ubicación del centro poblado Zancudito.	51
Figura 4: Ingreso a la Reserva Forestal Montes de la Virgen.	52
Figura 5: Acceso a la Reserva Forestal Montes de la Virgen.....	53
Figura 6: Flora y Fauna de la Reserva Forestal Montes de la Virgen.	54
Figura 7: Interior de la Reserva Forestal Montes de la Virgen.	55
Figura 8: Edad de los pobladores.	57
Figura 9: Grado de instrucción de los pobladores	58
Figura 10: Ocupación o Profesión de los pobladores	59
Figura 11: Medición de la pobreza monetaria (año 2019).....	60
Figura 12: Se visualiza el porcentaje de familias según su ingreso familiar	61
Figura 13: Percepción del turismo según sexo	64
Figura 14: Relación Edad y percepción del turismo.....	66
Figura 15: Ocupación o profesión de los pobladores y percepción del turismo en Montes de la Virgen.....	67
Figura 16: Grado de Instrucción y su percepción turismo en MV	68
Figura 17: Sexo y actividades a desarrollar en las que participaría.....	70
Figura 18: Sexo y actividades de recreación	72
Figura 19: Ingreso familiar y monto potencial de inversión en turismo	73
Figura 20: Edad y capacidad de inversión en turismo del poblador.....	74
Figura 21: Rol o modo de participación laboral del poblador si se implementara el turismo	76
Figura 22: Interés del poblador por ser promotor turístico y su posibilidad para agruparse en asociaciones.....	76
Figura 23: Grado de instrucción y su participación en el acopio de basura	79
Figura 24: Componentes y relaciones de la estrategia social	82
Figura 25: Características básicas de la estrategia social	85

RESUMEN

La pregunta que guió la investigación fue ¿La aplicación de la estrategia social turística sustentada en la teoría general de sistemas y, la teoría de la acción comunicativa, contribuirá a fortalecer el turismo en la Reserva Forestal Montes de la Virgen del Distrito de Lambayeque? El objetivo de la investigación es el de “Validar la estrategia social turística, sustentada en la teoría general de sistemas y, la teoría de la acción comunicativa, para fortalecer el turismo en la Reserva Forestal Montes de la Virgen a través del juicio de expertos. La población del Centro Poblado el Zancudito está compuesto por 100 familias se entrevistaron a 25 familias. Los resultados más importantes son: Los pobladores son mayoritariamente jóvenes con un 52 % (edad 26 a 50 años), tienen un aceptable grado de instrucción (el 64% tiene instrucción secundaria y superior), el 72% percibe el turismo rural como una opción de desarrollo, y en ese mismo porcentaje aproximadamente estarían prestos a participar en las actividades turísticas. El 64% de las familias quisieran invertir en turismo, y el 50% desea ser socio o asociarse con otros inversionistas; las personas entrevistadas fluctúan entre 26 a 50 años de edad. La estrategia social planteada para fortalecer el turismo tiene una visión holística, y como fundamentos teóricos la Teoría de sistemas y la teoría de la acción comunicativa, y su esencia está en la participación y compromiso de los pobladores del CP “Zancudito”.

Palabras claves: estrategia social, turismo

ABSTRACT

The question that guided the research was. Will the application of the tourist social strategy based on the general theory of systems and the theory of communicative action contribute to strengthening tourism in the Montes de la Virgen Forest Reserve of the District of Lambayeque? The objective of the research is to “Validate the tourism social strategy, supported by the general theory of systems and the theory of communicative action, to strengthen tourism in the Montes de la Virgen Forest Reserve through the judgment of experts. The population of the Centro Poblado el Zancudito is made up of 100 families, 25 families were interviewed. The most important results are: the inhabitants are mostly young with 52% (age 26 to 50 years), they have an acceptable degree of education (64% have education secondary and higher), 72% perceive rural tourism as a development option, and approximately the same percentage would be ready to participate in tourism activities. 64% of families would like to invest in tourism, and 50% want to be a partner or associate with other investors, these people fluctuate between 26 to 50 years of age. The social strategy proposed to strengthen tourism has a holistic vision, and as theoretical foundations the Theory of Systems and the theory of communicative action, and its essence is in the participation and commitment of the residents of the CP "Zancudito".

Keywords: social strategy, tourism

INTRODUCCIÓN

Una de las actividades económicas en esta era moderna, que representa el empuje económico, social y cultural de una nación es el turismo, en cualquiera de sus versiones: turismo cultural, turismo rural, turismo de aventura, turismo de sol y playa, turismo ecológico, etc.; los cuales se han desarrollado de tal manera, que, a mediados del siglo XX, se ha convertido en uno de los principales sectores de la economía mundial, no solo por su contribución al producto bruto interno, variable en cada país, sino además por la cantidad de empleos que genera.

Esta actividad fue abordada por la sociología en la década de los sesenta, por tanto, es en los últimos 50 años en donde se estudia el turismo en todas sus dimensiones; ya no solo como actividad económica, sino además como una actividad social, política etc. Los estudios más recientes abordan el impacto del turismo en los países en vía de desarrollo, como el nuestro, debido al impacto positivo en la economía que generó en los países del primer mundo.

Al turismo se le ha considerado como una “industria sin chimenea”. En Europa muchos puntos de su Producto Bruto Interno se deben a la promoción del turismo. Sin embargo, no todos tienen una opinión favorable, por ejemplo, Cañada, E. y Gascón J. (2006, p. 8) sostienen que “El turismo muchas veces es presentado como una de las principales vías para generar crecimiento económico. Pero la experiencia nos indica que este sector no siempre ni necesariamente comporta desarrollo, y que los impactos de su crecimiento pueden resultar desfavorables para determinados sectores de población, especialmente la más desfavorecida, o para el medio ambiente”. “Como cualquier otro sector que genera beneficios económicos, el turismo está sujeto a múltiples contradicciones entre los diferentes grupos sociales implicados. De este modo, la relación entre el turismo y desarrollo resulta más compleja de lo que habitualmente se sostiene. Para analizarlo es necesario tener en cuenta la dimensión de conflicto social que supone. Existen muchos tipos de conflictos asociados al turismo: por el acceso y uso de los recursos, por la distribución de los beneficios, por las condiciones laborales o por quien controla este crecimiento, entre otros”

Aunque esta crítica tiene algún fundamento, ya que las riquezas generadas en esta actividad están mal distribuidas, y generalmente se queda una ínfima parte en el lugar de origen; lo que no niega es que el turismo genera crecimiento económico, y el desarrollo social estaría a un paso de conseguirse, si la participación de los sectores sociales más desfavorecidos

fuera más dinámica y asertiva.

Lambayeque, es una región con gran potencial de turismo cultural a través de haber puesto en valor los restos arqueológicos de sus diferentes culturas: Lambayeque, Mochica, Sipán etc. La pregunta que podríamos formular sería: ¿es posible complementar el turismo cultural con otros tipos de turismo? ¿es posible beneficiar a los sectores sociales más desfavorecidos si están dispuestos a involucrarse en la actividad del turismo? Además del turismo cultural, cuenta con un potencial para implementar un turismo rural, ambiental o vivencial, con su Reserva Forestal Montes de la Virgen.

De la capacidad potencial en ecoturismo y de la depredación de la Reserva, dio cuenta el Semanario Expresión (2016), quienes dijeron que la región Lambayeque cuenta con gran cantidad de recursos naturales, culturales que generan un gran potencial turístico, que debería ser puesto en valor por nuestras autoridades en todos

los niveles. Por tal razón, el Gobierno Regional de Lambayeque inauguró una obra de infraestructura de la reserva forestal Montes de la Virgen para instalar la Gerencia Regional de Recursos Naturales, cuyo objetivo debería ser el conseguir que esta reserva sea un gran centro turístico de conservación natural, vía la conservación y recuperación del ecosistema depredado por la extracción de los arenales y la tala indiscriminada de los algarrobos existentes en ese lugar.

En el mismo Semanario Expresión (2016), la ex Gerente Regional de Recursos Naturales y Gestión Ambiental Ing. Shirley Bernabé, manifestó que el propósito más importante de su gerencia fue la de “recuperar el servicio ambiental” suelo, que ha sido depredado por la tala indiscriminada del algarrobo y de las especies forestales que se desarrollan en este, además de las invasiones realizadas en dicho terreno y la extracción ilícita de arenas para construcción”. Luego indicó “Esta reserva se convertirá en un punto turístico para la región [...] Después, está la visión de implementar en los alrededores restaurantes como también cabañas, para las personas que deseen hospedarse en la zona”.

Por eso surge la pregunta de investigación ¿Aplicar la estrategia social turística sustentada en la teoría general de sistemas y, la teoría de la acción comunicativa, contribuirá a fortalecer el turismo en la Reserva Forestal Montes de la Virgen del Distrito de Lambayeque?

La hipótesis a esta pregunta de investigación es: “La aplicación de la estrategia social

turística; sustentada en la teoría general de sistemas y, la teoría de la acción comunicativa, contribuirá a fortalecer el turismo en Lambayeque a través del uso de la Reserva Forestal Montes de la Virgen”.

El objetivo General es “Validar la estrategia social turística; sustentada en la teoría general de sistemas y, la teoría de la acción comunicativa, para fortalecer el turismo en la Reserva Forestal Montes de la Virgen a través del juicio de expertos”, y sus objetivos Específicos son: 1. Diagnosticar la situación de conservación, estado y mantenimiento de la Reserva Montes de la Virgen. 2. Diagnosticar la percepción de los ciudadanos sobre la Reserva Forestal Montes de la Virgen como destino turístico. 3. Proponer la estrategia social para lograr fortalecer el turismo en la Reserva Forestal Montes de la Virgen Lambayeque.

La presente investigación se ha realizado con el propósito de plantear una estrategia social en turismo, como una nueva oportunidad económica, para los moradores del centro poblado Zancudito, poniendo en valor la Reserva Forestal Montes de la Virgen, con la finalidad de que mejoren su nivel de vida. Dicho centro poblado se encuentra ubicado en la parte sur de la ciudad de Lambayeque, provincia de Lambayeque, departamento de Lambayeque. La estrategia social va a permitir generar un mayor reconocimiento y aprobación por parte de los excursionistas, turistas nacionales y extranjeros, aprovechando los diferentes atributos y bondades que posee la reserva forestal Montes de la Virgen. Pero, además, va a promover la conservación de esta reserva natural, que han sido depredada y desvalorada por los pobladores y que está privando a la región Lambayeque de uno de sus pocos recursos naturales.

Un punto de consideración, a tomar en cuenta, es que este trabajo de investigación se planteó y desarrolló antes de la aparición de la pandemia generada por el COVID 19, de modo que sus planteamientos y propuestas no tomaron en cuenta las limitaciones generadas por esta enfermedad, que paralizó el turismo a nivel mundial. Esto no significa que el turismo es una actividad económica que terminará para siempre, pues cuando se recupere la normalidad, que se logrará por la vacunación de las personas o cuando se alcance la inmunidad de rebaño o colectiva, las personas estarán deseosas de hacer turismo. Por tanto, los conceptos y procedimientos detallados en el presente estudio podrían aplicarse cuando se regrese a una normalidad donde el COVID 19 (y sus mutaciones), no sean una limitación para hacer turismo.

El presente informe contiene los siguientes capítulos: Capítulo I, que contiene las teorías que sostienen la presente investigación. El capítulo II, describe los procedimientos e instrumentos utilizados para ejecutar la investigación. El capítulo III detalla un diagnóstico socio-económico de los pobladores del CP “Zancudito” y de la reserva forestal “Montes de la Virgen”, la percepción de los pobladores sobre el turismo y su participación y la Estrategia social propuesta. Además de la validación de la propuesta por el juicio de expertos. En el capítulo IV y V se presenta las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I:

DISEÑO TEÓRICO

CAPÍTULO I: DISEÑO TEÓRICO

1.1. Antecedentes

Los trabajos de investigación realizados en el Perú, especialmente los que tuvieron el mismo tema y parecidos enfoques con el propuesto en este trabajo, se presentan a continuación siguiendo un orden cronológico.

Barrantes N.G, Labrin H.E (2019), en su trabajo de investigación *“Infraestructura turística cultural como alternativa de solución para fomentar el turismo y contribuir al desarrollo socioeconómico en el distrito de Incahuasi”* de tipo descriptiva realizada para descubrir el potencial turístico de Incahuasi, y habiendo encuestado a 364 personas, encontró que un 85.44% de los pobladores manifestaron que el problema principal de la baja afluencia turística era el desaprovechamiento de todo el potencial turístico y cultural que se presentaba en el distrito de Incahuasi de la región Lambayeque. Sin embargo, solo el 50.27 % mencionaba que la infraestructura de salubridad y la carencia de mobiliario era sumamente deficiente. Por esta razón, el estudio concluye que una infraestructura turística cultural construida adecuadamente sería la alternativa de solución para fomentar el turismo y contribuir al desarrollo socioeconómico en el Distrito de Incahuasi.

Mego F.L. (2018), en su trabajo de investigación *“Modelo estratégico de turismo sostenible como motor de crecimiento económico de la provincia de Bagua-región Amazonas en el periodo 2019-2023”*, que partió desde la realidad económica de la provincia de Bagua, considerando especialmente la actividad agrícola por ser la base de su producción económica, y teniendo como referencia lo que se ha hecho en términos de turismo en la región norte del Perú plantearon poner en perspectiva el turismo sostenible como una posibilidad para su crecimiento económico. Para resolver el problema de bajos ingresos en los pobladores de esa localidad, proponen un modelo estratégico de turismo como mecanismo de desarrollo. Su conclusión teórica es dicho Modelo proporciona acciones estratégicas para poder estimular el crecimiento económico de la provincia de Bagua. Tal como se confirma mediante la validación del Modelo estratégico.

Noriega P. V (2018) realizó su investigación *“Análisis de la situación desde la perspectiva de la oferta para el desarrollo turístico sostenible en la reserva forestal*

montes de la virgen, distrito de Lambayeque”, en el mismo espacio geográfico donde se realiza nuestra investigación, pero teniendo un punto de vista económico-administrativo con la posibilidad de desarrollar un circuito turístico en la reserva forestal Montes de la Virgen-Lambayeque. Sus conclusiones más importantes fueron:

1. Que existe una gran depredación de los recursos naturales, especialmente la arena, que se realiza en la reserva forestal por desconocimiento, intereses económicos etc.,
2. La Reserva Natural Forestal “Montes de la Virgen” tiene un gran potencial turístico, por la presencia de los arenales, la fauna silvestre y flora existente muy característicos del lugar de estudio.
3. Que los pobladores de la zona tenían expectativas y actitudes favorables al desarrollo del turismo; y no solo eso, sino que además mostraron su proactividad a participar en las probables actividades ecoturísticas que favorezcan el desarrollo del turismo y también la protección y conservación del arenal, la flora y fauna.
4. Que es muy importante la participación de las instituciones públicas y organizaciones privadas, si se pretende lograr que el turismo participe en el crecimiento económico de la zona de estudio.

Cieza, Z.; Uriarte, R. y Vela, L. (2017), en su trabajo de investigación “*Modelo de turismo sostenible que contribuya al desarrollo económico local: una propuesta para la provincia de Ferreñafe-Lambayeque-Perú, 2016-2021*”, en la provincia de Ferreñafe, donde también considera el turismo sostenible para impulsar el desarrollo económico de la localidad, propusieron un modelo holístico que sustente el fortalecimiento social, y llegaron a la conclusión, que un modelo de turismo sostenible no solo lograría mejorar la actividad turística, sino también reduciría la contaminación del medio ambiente, pero que, además, incrementarían el producto bruto interno de Ferreñafe al promover la creación de empresas o fortalecimiento de las existentes, que se incrementaría el número de empleos y el nivel de ingresos de los pobladores de toda la provincia.

García, O. y Silva, C. (2016), en su trabajo de investigación “*Promoción turística y desarrollo del turismo en la comunidad de Padre Cocha, distrito de Punchana, año 2016*”, realizado en la Comunidad de Padre Cocha-distrito de Punchana, que es una zona más alejada de nuestro espacio geográfico de investigación, utilizaron en su

metodología estadística una encuesta al 95% de confianza, aplicada a los pobladores de esa comunidad. Ellos llegaron a la conclusión de que en dicha comunidad (Padre Cocha del distrito Punchana), si existía un gran potencial turístico, y por tanto era posible impulsar el desarrollo turístico de su comunidad; pusieron para tal condición el que previamente debería realizarse una fuerte promoción turística para visitantes nacionales y extranjeros, un programa de marketing masivo.

Menéndez, F. (2011) en su estudio realizado en el país de Ecuador, en el Cantón Atacames, provincia Esmeraldas, llegó a la conclusión que en dicho Cantón, los habitantes y el sector empresarial no están preparados para practicar el turismo sostenible, que les falta desarrollar la actitud más proactiva para participar en esta actividad económica, y que son ineficientes las competencias para el turismo. Establece que existen dos causas importantes para tal conclusión, una es la ausencia de un plan integral que permita la socialización y capacitación de las condiciones, compromisos que desarrollar la actividad turística exige. La segunda causa es la ausencia de las obras de infraestructura que se necesitan para que pueda proveerse de los servicios adecuados a los turistas que puedan llegar a gozar de las bondades del Cantón.

1.2. Bases Teóricas

En el marco teórico de esta investigación indicaremos en primer lugar las teorías generales que nos permiten entender el abordaje general de este estudio, por ello plantearemos las características más importantes de cada teoría que orientaron el presente trabajo. Luego, se describirá cada variable de estudio que permitirá comprender la manera en que se ha desarrollado.

1.2.1. Teorías Generales

La presente investigación utilizará teorías de carácter general para establecer un marco teórico que permita comprender el porque se planteará la estrategia social en el Centro Poblado “Zancudito”

1.2.1.1. Teoría General de Sistemas.

Hablar de teorías de sistemas o enfoque de sistemas, es bastante complicado, en la medida que existen diferentes perspectivas y modelos, que pueden ir desde los enfoques organísmicos (influencia de la biología) y pasar por enfoque mecanicistas (influencia de la cibernética); Ante esta dificultad, tendría más trascendencia abordar la Teoría General de Sistemas con un mayor nivel de generalidad, que permita entender la totalidad, la organización, la teleología etc., de un sistema, especialmente un sistema socio-cultural (la comunidad el “Zancudito”), que es materia de la investigación. Desde esa perspectiva se desarrolla esta descripción.

En la nota a la versión castellana, Luhmann Niklas (1998, p.17), escribió “la teoría en sistemas, en sociología, consiste en una técnica, un instrumento, un modo de proceder. Decidirse en favor del empleo de la teoría de sistemas para observar la sociedad, lleva implícito un momento de arbitrariedad”. Esta percepción de la teoría de sistemas, afirma dos cosas importantes, la primera, es que en Sociología es una herramienta, una técnica que puede ser de uso universal especialmente en los fenómenos sociales; la segunda, es que, aunque tiene un carácter “universal”, no pretende reclamar exclusividad.

Von Bertalanffy L. (1989, p.6) señaló “del vasto espectro, la extendida confusión y las contradicciones de las teorías sociológicas contemporáneas emerge una conclusión segura: que los fenómenos sociales deben ser considerados en términos de ‘sistemas’ –por difícil y hoy en día fluctuante que sea la definición de entidades socioculturales”. En la página 8, sigue diciendo existe una concordancia con la ciencia moderna, entre ellas la Sociología, de estudiar cualquier fenómeno (social) como un todo (entidades), más que como un conjunto de partes, con la finalidad de no separar a los fenómenos estudiados con sus contextos determinados, preocupándose de aperturar las interacciones para ser estudiadas, es decir, realizarlo que obliga el sistema: estudio de los componentes, las relaciones, todo ello dentro de

su contexto.

Como biólogo de profesión, el austriaco Von Bertalanffy L. (1989), tuvo una concepción organísmica de la teoría de sistemas, señaló que en un sistema “Es necesario estudiar no solo sus partes y procesos aislados, sino también resolver los problemas decisivos hallados en la organización y el orden que los unifican, resultantes de la interacción dinámica de partes y que hacen el diferente comportamiento de éstas cuando se estudian aisladas o dentro de todo” (p.31). Este punto es uno de los más importantes en la teoría de sistemas, indicar que los objetos o fenómenos deben ser estudiados holísticamente, deben ser estudiados los componentes o partes no solo aisladamente, sino en sus interacciones, y, además, debemos hacerlo considerando su contexto o el suprasistema.

¿Qué es un sistema? Considerando el documento de la Enciclopedia Cubana (2020” se responde, un sistema es un conglomerado de componentes o elementos que están dinámicamente relacionados entre ellos con la finalidad de cumplir una función, alcanzar un objetivo. Esto implica que se tendrá que actuar en aquellos componentes o subsistemas sean estos datos, energía, materia con la finalidad de generar información, materia, energía, etc., útiles para explicar o comprender o transformar una realidad.

Existen algunas características básicas que la teoría general de sistemas nos aporta como herramientas cognitivas para ayudarnos a explicar cualquier fenómeno real o conceptual. Entre ellas:

Totalidad: es un concepto relacionado a la organización, se refiere a aquellos fenómenos que no deben descomponerse, que no deben aislarse en su estudio o investigación, porque si no su comprensión o entendimiento podrían verse distorsionadas. Se entiende que cada componente tiene una conducta individual, pero un fenómeno no se entiende por estudiar un elemento del mismo, sino en su interacción con los demás, y eso implica estudiarlo sistémicamente (Von Bertalanffy L.

1989, p.37). Todo organismo viviente, todo sistema social siempre será abierto, al que en su estudio debe considerarse su entorno.

Sistemas cerrados y abiertos: Los sistemas cerrados, son aquellos aislados del medio circundantes, aquellos que no reciben estímulos del entorno; generalmente estos sistemas son ideales. Los sistemas abiertos, son los que abundan en la realidad, y son aquellos que comparten datos, energía y materia con ambiente que lo rodea, que puede percibirse entrada y salidas de diferentes estímulos (Von Bertalanffy L. 1989, p.146). La teoría general de sistema ayuda en primera instancia porque nos ofrece la distinción entre cualquier sistema y su entorno. Los sistemas sociales son generalmente abiertos.

Retroalimentación: Von Bertalanffy L. (1989, pp.43-45) manifiesta que este concepto es central en la teoría de la comunicación y en la cibernética, y que muchos fenómenos biológicos expresan esta función del sistema. La retroalimentación es una actividad regulatoria del sistema que busca hacerla más eficiente, por el mecanismo impuesto al sistema de utilizar las cadenas causales circulares.

Sinergia: “Los objetos presentan una característica de sinergia cuando la suma de sus partes es diferente del todo, o bien cuando el examen de algunas de ellas no explica la conducta del todo.” (Johansen B.O. 2004, p.43). En cierta medida la sinergia es producto de la interacción de los componentes, solo ello explica el comportamiento general o global del fenómeno. Este conocimiento permitiría la predicción del comportamiento de un fenómeno si se pudiera formalizar (matematizar) las relaciones que existen entre los diferentes componentes del sistema. De modo que, si aplicamos este concepto a un sistema, nos obliga a tener en cuenta la interrelación de las partes para poder comprender el comportamiento final del fenómeno de estudio.

1.2.1.2. Teoría de la Acción Comunicativa

En la exposición de la teoría “Acción Comunicativa” de Jürgen Habermas se fijará la atención exclusivamente en aquellas partes que puedan ayudarnos a comprender a la comunidad del Centro Poblado “Zancudito” y desarrollar la estrategia social para fortalecer el turismo. En el prefacio de su obra “La teoría de la acción comunicativa” traducida al español en 1987, Habermas nos da a conocer lo que es su percepción sobre este tema, dice “La teoría de la acción comunicativa no es una meta teoría, sino el principio de una teoría de la sociedad que se esfuerza por dar razón de los cánones críticos de que hace uso” (p. 9), en esta obra de dos tomos desarrolla la complejidad de su teoría, pero que básicamente da cuenta de lo importante de que esta es producto de la interacción simbólica entre las personas, cuya utilidad se basa en fundamentar la ética y la política deliberativa, con el afán de evitar la opresión social, y construir una sociedad que se desarrolle por la acción conjunta y voluntaria de sus miembros.

De acuerdo con Guerra P. M (2015, p. 57), Habermas “retará a los positivistas y teóricos del sistema que, con su pretendido objetivismo y su tentación tecnocrática, son para él enemigos de la democracia en cuanto que afirman que el automatismo sistémico de los social –pura funcionalidad instrumental- inhabilita la posibilidad del autogobierno de los asuntos humanos, la misma idea de democracia”. En el siglo pasado el desafío con los positivistas fue muy intenso, ya que ellos enfatizaban la “cosificación” del hombre, dándole el rol social de ser un recurso, un objeto instrumental de la productividad.

Habermas, al ser un pensador humanista, ante la racionalidad técnica-instrumental de los positivistas, establece un predominio de la racionalidad práctico-moral, buscando resaltar la importancia de la base de validez del habla. El habla que implica un diálogo intersubjetivo entre los miembros de una comunidad, donde se expresan intereses, expectativas individuales que buscan consensuar para que en el dominio de la esfera pública se logren consensos, se vaya construyendo una

sociedad convencida de su desarrollo social.

En torno, a la interacción de los seres humanos en una comunidad específica, Habermas (1987, p. 39) señala “Una persona es una personalidad por pertenecer a una comunidad, porque incorpora las instituciones de esa comunidad a su propia conducta. Adopta el lenguaje de esa comunidad como un medio con cuya ayuda desarrolla su personalidad y después, a través de un proceso de adopción de los diferentes puntos de vista que le proporcionan todos los otros miembros, acaba adoptando la actitud de los miembros de la comunidad” Esta declaración es sumamente importante, debido a que nos enseña que el individuo no se forma por y en sí mismo, sino se forma a través de su interacción. Para ser SÍ mismo es necesario que se constituya en un miembro de un colectivo.

Según Guerra P. M (2015, p. 73), Habermas “establece la distinción entre vigencia fáctica y validez normativa racionalmente motivada. Solo se puede legitimar un orden normativo sometiéndolo a un examen interno por medio de razones que apelen a la voluntad de todos.” De esta manera el orden normativo se constituye en postconvencional, siempre y cuando se discuta si pretende constituirse en legítima. Por tanto, se vuelve imperativo el uso de la racionalidad comunicativa como el mecanismo de un buen uso de la racionalidad para establecer normas legítimas, consensuadas que puedan constituirse en la plataforma que permita una sana convivencia entre los ciudadanos.

De acuerdo con Velasco J.C (2013, p. 63), explicando la posición de Habermas señala, que, si la racionalidad comunicativa sea exitosa, funcione de manera exitosa en la legitimación del orden normativo, es vital que los participantes en este proceso deben considerar las experiencias, intereses, vivencias pre reflexivas’ de sus interlocutores, para que lo que se dialogue tenga sentido para todos.

Como se observa, Habermas resalta que la comunicación es una gran herramienta para la socialización, y a la integración social; en este

proceso interactivo integra expectativas, motivaciones, intereses, creándose a partir de la subjetividad, sistemas supra subjetivos a través de las instituciones sociales que se conjugan. De modo que en Wikipedia (revisado en julio 2020), indica respecto a este punto: “Un hablante no puede dejar de pretender, si es que quiere alcanzar un consenso comunicativamente:

1. **Inteligibilidad** de lo que expresa. El dialogo resulta inútil, si lo que se dicen no tiene sentido para los interlocutores
2. **Verdad** en lo que se expresa. Para los participantes de un dialogo, el contenido de lo expresado debe tener concordancia con el hecho o con las condiciones de existencia de lo que se expresa.
3. **Rectitud** para su acto de comunicación. Es decir, considerar si tiene la facultad o autoridad administrativa o moral para participar o expresar lo que comenta en el proceso comunicacional.
4. **Veracidad** cuando expresa su pensamiento. El comunicador debe ser coherente con su forma de ser, pensar, de lo contrario sus dichos se sienten sosos, vacíos y, por tanto, pierde credibilidad.

Estos cuatro supuestos: **inteligibilidad, verdad, rectitud y veracidad**, forman la base de validez del habla. Para Habermas, el uso primario del lenguaje sería el orientar su empleo al entendimiento. El lenguaje busca ayudarnos a comunicarnos, y para poder comunicarnos son precisos esos cuatro supuestos, y el lenguaje nos “obliga” a cumplirlos”.

1.3. Categorías o conceptos Generales

1.3.1. De la actividad turística

1.3.1.1. Turismo

Álvarez Sousa (s/a, p.23) señala que “El turismo viene a representar el espacio de ocio por excelencia” Es bien sabido que el ocio de todos los

días que tenemos y vivimos en el lugar donde vivimos o pernoctamos, la actividad recreativa o descanso es una fuente de desahogo y autorreflexión. Es la oportunidad de alejarse de la muchedumbre y todas sus implicancias, de ‘separarse del sistema, de dejar a un lado la conciencia colectiva, para dedicarse a la contemplación del mundo interno y externo del yo. El turismo es la oportunidad para dedicarse a ellos mismos, a realizar algo que han deseado, que han soñado; de modo que realizar esta actividad, en realidad no están cometiendo un error, antes bien, están dándose la libertad de escoger algo que redundará en su paz interna. El turismo adecuadamente diseñado, planificado, resulta en bienestar personal, pero además trae como consecuencia una interacción responsable para con las otras personas, la fauna y la flora donde el turista pernocta. En fin, el turismo es una actividad de bienestar para el individuo, la sociedad y el mundo.

En esa misma línea, López y Curiel (2010, p. 110) sostienen que “Nos encontramos ante una importante actividad económica, que ha confirmado su carácter transversal en el espectro económico, y se manifiesta como una oportunidad estratégica de primera magnitud para el ámbito local.” Dado el carácter transversal y multidisciplinario del turismo, es obligatorio que su abordaje sea profundo, amplio y holístico. Las variables que participan van desde lo administrativo, lo económico, lo cultural, lo sociológico etc., y exige articular estos factores dispares, de modo, que el turismo se constituya en una actividad que sea un fundamento para lograr el tan ansiado desarrollo sostenible de los pueblos. A renglón seguido los mismos autores en la página 111 señalan “Quizás más que cualquier otra actividad económica, combina dinámicamente recursos endógenos, y exógenos, que correctamente vertebrados, proponen todo un catálogo de beneficios sociales, económicos, ambientales y culturales”. Como puede observarse, todos los que participan directamente o indirectamente, o los que se sientan impactados por el turismo, deben preocuparse de que esta actividad debe ser convenientemente planificada, no hacerlo implica someterse a ciertos riesgos trayendo como consecuencia, resultados inadecuados y

peligrosos para el desarrollo territorial.

Es importante señalar que, en los últimos años, se ha acuñado el término turismo sostenible, cuyo contenido implica “que además de abarcar las perspectivas del ocio y del tiempo libre para los visitantes, contempla una serie de postulados socioeconómicos, medioambientales y culturales referentes al destino turístico” (López y Curiel. 2010, p111). El concepto de sostenible, especialmente en turismo, se ha convertido en un elemento fundamental si pretende mejorar el nivel de vida de los pobladores en un espacio donde se pretende impulsar el turismo.

Aunque existe mucho debate académico sobre la conceptualización del turismo, en esta investigación se considera lo que indica la Organización Mundial de Turismo (2005), quien define al turismo como “fenómeno socio cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual”, reconociendo las características sociales, culturales y económicas del individuo que toma la decisión de trasladarse a algún otro lugar, cuyas motivaciones pueden ser de múltiples índole como ocio, negocio, etc. El turismo se caracteriza por presentar la dimensión social, económica, política, cultural y la dimensión técnica/infraestructura; en su entorno evolutivo, transformacional y expansivo. El turismo como elemento de desarrollo, es una de las premisas más importantes para la OMT. El turismo genera ingresos y puestos de trabajo y por lo tanto sería un factor capaz de reducir la pobreza y facilitaría el desarrollo local, promoviendo y desarrollando las capacidades de los lugareños.

Por tal razón, Buades, J (2014, p.30) señala que “El turismo se ha convertido en la primera industria legal del capitalismo global. Los impactos indirectos (como la construcción) son mucho mayores que los directos, pero el empleo que genera es de baja calidad y mal pagado. Su potencial de sinergia con sectores líderes de la economía criminal es incomparable”.

Como es conocido el turismo es una industria sin chimenea con pocos años de vigencia en comparación con la industria automotriz, por ejemplo. Sin embargo, más allá de la pandemia del covid 19, el turismo siempre será una actividad de grandes perspectivas de crecimiento y expansión, por la sencilla razón explicada por la naturaleza del hombre; el hombre necesita disponer de su ocio para su bienestar. Sin ignorar que el turismo de lujo (ejemplo el turismo de sol y playa en hoteles todo incluido), está dirigida para personas de la clase alta y media alta, también es necesario recalcar que existe un turismo de menores exigencias económicas que la mayoría de las personas puede acceder.

1.3.1.2. Elementos del Turismo

Ahora bien, ¿Cuáles son los elementos más importantes del turismo?, de acuerdo con Sancho, A. (1998, p. 47). existen cuatro (04) componentes fundamentales en el turismo:

1. Los demandantes del turismo.
2. Los ofertantes de servicios o productos relacionadas con el turismo.
3. El espacio geográfico (en este lugar los residentes o pobladores del lugar cumplen un papel importantísimo, diría Sancho A. ‘un importante factor de cohesión o disgregación’),
4. Los operadores del mercado turístico. Es necesario resaltar que en este último grupo los residentes del lugar pueden ejercer muchos roles.

El turismo como actividad social se expresa en múltiples interrelaciones sociales; donde las personas son protagonistas en un determinado colectivo y no actos sin sentido de un individuo. El turismo es, por tanto, una actividad multidimensional y holístico, producto de las relaciones e interrelaciones de las personas que participan en todo el proceso a través de sus acciones.

Uno de los componentes más importantes de la actividad turística es el demandante. Vinasco, Martha (2017, p. 99) nos ilustra la característica resaltante del turista, al decir que “El turista actual es un consumidor activo, autónomo, que solicita productos turísticos a su medida, novedosos sostenibles y amigables con el ambiente”. Este consumidor pretende obtener un ambiente bello y agradable, un lugar tranquilo y placentero, y un ambiente ecoamigable. En el caso de turismo ecoturístico exige la presencia de la biodiversidad autóctona y recursos naturales bien conservados, cuando el turista observa un deterioro ambiental o social del espacio turístico, difícilmente sugerirá que sus familiares o amigos visiten esa zona. El demandante turístico, generalmente es un consumidor informado, es un visitante asiduo a las redes sociales, internet que le permitirá tener una amplia gama para elegir respecto al tipo de turismo, lugares turísticos, y servicios turísticos. El demandante es un consumidor libre, activo y exigente, que va en busca de calidad- precio en función de lo que puede pagar, de sus intereses y motivaciones, valorando exhaustivamente las experiencias que le ofrecen.

Sobre la oferta, Zimmer P. y Grassmann S. (1996), indica que “el análisis de la Oferta Turística Local debe permitir, en primer lugar, hacer un inventario de los siguientes elementos:

Factores naturales:

1. Situación geográfica y tamaño del territorio
2. Situación geológica y condiciones climáticas
3. Hidrografía (mares, ríos, lagos, etc.)
4. Paisajes, fauna y flora b)

Factores socioeconómicos:

1. Estructura económica (relevancia de los diferentes campos de actividad, etc.)

2. Estructura socio-demográfica (pirámide de edad, emigración, distribución socio profesional, etc.)
3. Estructura político-administrativa
4. Infraestructuras y servicios disponibles: a. equipamientos (agua, gas, electricidad, tratamiento b. de residuos, etc.) c. transportes (red de carreteras, red ferroviaria, d. transportes públicos, etc.) e. servicios (comercios, servicios de salud, etc.)

Factores culturales:

1. Historia
2. Costumbres/productos artesanales locales
3. Configuración de los lugares
4. Monumentos y curiosidades
5. Lugares para visitar, visitas guiadas
6. Atracciones, manifestaciones culturales, etc.

Oferta: deportes y ocio:

1. Deportes náuticos, natación
2. Equitación
3. Senderismo y ciclismo
4. Deportes de invierno
5. Otras actividades deportivas y de ocio

Oferta: salud y curas:

1. Termalismo y Curas de salud
2. Descanso

3. Terapias diversas, etc.

Oferta de alojamiento, criterios a tener en cuenta

1. Capacidad total
2. Distribución de la oferta de camas y de los establecimientos de alojamiento según el tamaño
3. Distribución de la oferta de camas y de los establecimientos de alojamiento según el tipo de alojamiento
4. Distribución local de los establecimientos de alojamiento
5. Calidad y precios
6. Locales que ofrezcan salas para seminarios y los equipamientos técnicos correspondientes.

Oferta alimentación, criterios a tener en cuenta:

1. Capacidad total
2. Distribución local de los restaurantes
3. Calidad y precios

Otro componente importante del desarrollo de la actividad turística, es el lugar o ambiente físico donde se desarrolla, Sancho A. (1998, p. 272) destaca que “la mayoría de los destinos turísticos en la actualidad dependen de un ambiente limpio, medio ambiente protegido y una cultura específica.” Indudablemente que, los destinos turísticos que no ofrecen calidad en su infraestructura, instalaciones, servicios etc., no van a tener receptores. Por tal razón aquellas instituciones, organizaciones o personas que planean desarrollar la actividad turística deben considerar estos factores, además deben tener en cuenta al ecosistema y la población local, por la interrelación cercana entre la conservación y preservación del medio ambiente y la población local. Los ingresos económicos generados por la actividad turística deberían

considerar distribuirlos de manera directa o indirecta con los pobladores locales, para que exista el compromiso de trabajo por la mejora del ambiente local.

Sin embargo, a partir de la pandemia generada por el COVID 19, el turismo se está enfrentando en la actualidad a la resolución de una difícil ecuación: crecimiento sostenible en el corto y medio plazo, pensándose que en largo plazo se deba optimizar los recursos para que esta actividad económica pueda generar los efectos directos e inmediatos que tanto se considerado en la vida y economía de las personas. Antes de la pandemia los conceptos evolución, transformación y expansión eran conceptos inherentes al turismo, ahora, las cosas están visualizándose con más dificultad, y se constituye en un gran problema para abrir nuevos horizontes en su quehacer y se implante en territorios distintos a los tradicionales.

Dado que la investigación se desarrolla en la ciencia sociológica, es necesario enfatizar en la parte social del turismo, entendiéndose por tanto la perspectiva del turismo como una construcción social, cuya realidad contiene tanto elementos objetivos y elementos subjetivos, y como interaccionan. Por ello es vital considerar la descripción Gonzales Alfonso (2009, p.110) quien detalla “La parte social del turismo se construye a partir de interacciones entre personas, de lo cual pueden desprenderse algunas afirmaciones: un único individuo no forma una sociedad”. Es muy cierta esta afirmación, una sola persona no planea, organiza, desarrolla y ejecuta una actividad turística, se requieren muchas personas, varios grupos de personas, debido a que ello implica una ingente cantidad de recursos económicos, un conocimiento de actividades, servicios, marketing, transportación etc, relacionadas con el turismo; aún más, si se pretende que el turismo sea una actividad económica rentable, sostenible con el medio ambiente y permanente en el tiempo.

El mismo Gonzales Alfonso (2009, p. 110) señala que “El turismo de la actualidad es un fenómeno social que se reconoce con el desempeño

de dos roles fundamentales, el de anfitrión y el de turista”. Estos dos conceptos son construcciones sociales, ya que cada pauta establecida que van desde el comportamiento social, pasando por los códigos hasta las actividades sociales que se asignan convenientemente, son compartidos y aceptados socialmente en las distintas comunidades que desarrollan el turismo. En ese sentido, los papeles asignados trascienden al individuo, se formulan independientemente del sujeto que los va ejecutar. Por ejemplo, un individuo que va a tipificarse como turista no se le típica simultáneamente como anfitrión, podemos decir con certeza que el viceversa es semejante, aunque en ambos casos el cumplimiento de su papel de cada uno depende de la existencia del otro.

Álvarez Sousa (2005, p. 58), manifestó “En estos momentos se están llevando a cabo multitud de programas de desarrollo turístico en distintas partes del mundo. La finalidad de estos programas, a nuestro juicio, es el *desarrollo del nivel de vida de la población que vive en las zonas receptoras y al disfrute de los turistas.*” Es interesante lo manifestado por Álvarez, al manifestar una finalidad social al turismo que antes solo se consideró como actividad eminentemente económica. Sin embargo, es bueno resaltar que los dos propósitos enunciados deben cumplirse conjuntamente con la sostenibilidad del lugar, es decir, con respeto y conservación del medio ambiente. Debido a que Álvarez considera al turismo como una actividad de uso ingente de capitales y de gran impacto sobre dichos capitales; pero no solo de aquellos capitales conocidos popularmente: capital económico, financiero, infraestructural, patrimonial o humano; sino que además deben considerarse el capital, social, cultural, medioambiental, simbólico. De modo que analizar esta propuesta, implica estudiar como contribuye el turismo al crecimiento o desarrollo en los distintos capitales.

1.3.1.3. Clases de Turismo.

El Blog “Entorno Turístico”, desarrollado en Guadalajara, cuya página

se visitó el 12 de marzo del 2020 señala las siguientes clases de turismo:

1. Turismo de sol y playa, es un turismo masivo.

2. Turismo de Reuniones, o de negocios.

3. Turismo de Naturaleza, este tipo de turismo tiene tres variantes: El ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo rural.

4. Turismo de salud

5. Turismo cultural: tiene dos variantes el turismo religioso y turismo gastronómico.

6. Turismo sexual

Dada las características del lugar donde se pretende fortalecer el turismo; el tipo de turismo a promover, se describe lo que en la misma página del Blog indica sobre EL TURISMO DE NATURALEZA, dice “busca delimitar a un tipo de viajero más exigente, cuya principal motivación es estar en contacto con la naturaleza. Principalmente desarrollado por turistas jóvenes con inquietudes por el deterioro del medio ambiente y preocupados por temas como el calentamiento global, el desarrollo social y el enriquecimiento cultural. Este tipo de turismo tiene 3 grandes derivaciones:

1. El ecoturismo que se desarrolla en áreas naturales y que tiene como fin la apreciación y conocimiento de la naturaleza;
2. El turismo de aventura, tiene como principal motivo, realizar actividades recreativas que representen un esfuerzo emocional y físico; y por último
3. El turismo rural donde se busca la convivencia e interacción con la gente propia del lugar, conociendo su cultura y formas de vida”.

Sin embargo, para el profesor argentino de Turismo Miguel Ledhesma (2018, p.6) a raíz de un diplomado de turismo, propone la siguiente

tipología

Tipos de turismo según el objetivo del turista

1	Corporal	De Salud	Médico
			De bienestar
		De gestación	De parto
			Abortivo
		Sexual	
		Activo	De aventura
			Deportivo
2	Intelectual	Religioso	
		Educativo	Artístico/patrimonial
			Congresos y ferias
			Idiomático
			Científico
		Gastronómico	
3	Material	Virtual	
		De transferencia	De compras
			De venta
			De canje
		De negocios	
		Empresarial	
4	Ambiental	De lujo	
		De naturaleza	Responsable
			Recreativo
			Negativo
		Social	Etnográfico
			Solidario
			Rural
			De celebración
		De la muerte	Del dolor
			Del terror
			Suicida
		Del universo	astronómico
			espacial

De acuerdo a la clasificación del blog “Entorno Turístico” el tipo de turismo que se pretende fortalecer en el presente estudio es el TURISMO DE NATURALEZA, en sus matices de turismo rural combinado con el ecoturismo. En esa misma lógica, utilizando la clasificación de Ledhesma, el Turismo a fortalecer sería el TURISMO

AMBIENTAL, en su categoría social y en su variante etnográfico y rural. De los diferentes tipos indicados en este trabajo la denominación que se pretende promover en la presente investigación coincide con el brindado por “Entorno Turístico”, por las siguientes razones: Primero, promueve la interacción con la naturaleza (Reserva Natural Montes de la Virgen) de conocimiento y preservación de la naturaleza, y también por la interacción con las costumbres y cultura de los lugareños. El turismo rural es una actividad relativamente joven; en donde el ocio y la recreación está ligada al disfrute de los recursos naturales y socio culturales; con la finalidad de lograr el desarrollo endógeno del lugar en donde se promociona el turismo.

Aunque se escogió la denominación de turismo rural antes que el turismo social, es importante considerar lo que Erica Schenkel (2019) señaló sobre el turismo social, que “El turismo social puede convertirse tanto en un instrumento democratizador del acceso, como en una genuina alternativa para diversificar las frágiles economías locales” (p.9). Considerando que la idea de fomentar o fortalecer el turismo en la reserva natural forestal con la participación de los pobladores, para su beneficio personal, familiar y comunal, el concepto social resulta pertinente; Sin embargo, esto no es fácil y exigirá multiplicar esfuerzo de todos los actores para consolidar este tipo de turismo. Dado que el turismo social incorpora muchas actividades en las que los pobladores pueden participar, el uso de los recursos naturales, culturales del lugar etc., entonces podemos comprender por qué Schenkel E. (2019, p. 15) señaló refiriéndose al turismo social: “El turismo social (en sentido específico) comienza entonces a compartir el campo de actuación con otras modalidades, como el turismo comunitario, el turismo responsable y el ecoturismo”.

Específicamente respecto al turismo rural, Carlos Morera (2006, p. 4) sostiene que la mayoría de investigadores de los países europeos definen al turismo rural como “aquellas actividades compuestas por una oferta integrada de ocio y recreación dirigida a una demanda cuya motivación principal es el contacto con el entorno autóctono y que

potencia la interrelación con la sociedad local”. Es decir, el turismo rural debe combinar todos los atractivos posibles de la zona turística, que pueden ir desde los atractivos naturales, la riqueza cultural, e incluso el uso de productos pecuarios y agrícolas. Esta buena combinación debe servir para generar el desarrollo autóctono, propio de los pobladores para generar o fortalecer empresas locales, de modo que se logre el desarrollo sostenible de la localidad.

En buena cuenta, describir al turismo rural, es describir una actividad que la diferencie del turismo de sol y playa, o del exclusivamente turismo cultural, por ejemplo. Ya que en este tipo de turismo va ofrecer ciertos servicios comunes alojamientos, alimentación etc, pero con la condición que sus raíces u origen sean formas y productos autóctonos y los atractivos sean también del lugar. Este tipo de turismo privilegia la participación de los pobladores en el ofrecimiento de una gran mayoría de servicios ofertados. Morera C. (2006 p.6) reitera que el turismo rural “Procura el manejo sustentable de los atractivos turísticos: dentro del turismo rural se implementa un manejo sustentable de los atractivos que se utilizan, especialmente los naturales y culturales, además de prácticas agrícolas con valor

histórico o biológico. Potencia el desarrollo endógeno y facilita la cohesión local: el desarrollo del turismo endógeno de las comunidades en función de intereses colectivos.

En la misma línea de Morera, Leila Solano (2006, p. 10) sostiene que “el turismo rural permite integrar las riquezas naturales, la vida cotidiana de la comunidad rural y la dinámica de las actividades agropecuarias de un producto atractivo para el mercado turístico nacional e internacional”. Por tanto, el marketing de este turismo es promover en turista un aprecio por la naturaleza, por las vivencias rurales, experiencias no citadinas como, por ejemplo, caminatas, cabalgatas, consumo de productos pecuarios y agrícolas frescos y a bajo costo, participación en festividades y folclor local etc. Además, se debe promocionar otras actividades propias del ámbito rural o campestre

aprovechando cada recurso natural como ríos, campos deportivos etc, diversificando las oportunidades de deleite, indicando con transparencia la oportunidad de compartir experiencias con personas sencillas, honestas y solidarias, para gozar del entorno natural y humano.

Ahora bien, no siempre el turismo es visto positivamente, Cañada, E. y Gascón J. (2006, p.8, es una cita presentada en la introducción) sostienen que se debe tener cuidado, ya que el turismo, aunque puede lograr un crecimiento económico no siempre genera desarrollo para la población, e incluso puede perjudicar el medio ambiente.

El marco teórico desarrollado, nos presenta al turismo en general como una actividad en crecimiento, hoy todavía en pausa por la pandemia, pero con potencialidades rápidas de despegue. También nos invita a reflexionar en el turismo rural como una actividad social y económica que puede beneficiar directamente a los pobladores locales, si se utilizan adecuadamente los atractivos naturales, culturales etc. del lugar. Sin embargo, como cualquier actividad económica es menester tener mucho cuidado por las contradicciones, conflictos de intereses entre todos aquellos que participan directa o indirectamente en dicha actividad. La dimensión social es muy vital a considerar, no solo para lograr la participación efectiva y el compromiso de las personas, sino por los conflictos sociales y económicos que vienen, cuando el hombre participa.

1.3.2. De la Estrategia Social

Es importante iniciar este ítem describiendo el significado de estrategia, según Álvarez A. (2003) “La estrategia es uno de los fenómenos que no sólo se circunscribe a la guerra, la economía y el deporte, sino que se manifiesta constantemente en cualquier contexto social”. Aunque el origen de la expresión ESTRATEGIA es militar, ha tenido tanta repercusión en la sociedad que hoy se aplica en todos los campos de la vida humana.

Rodríguez Tania (2009, p. 2,4) la describe de la siguiente manera: “el arte de la estrategia para unos y otros estará asignado por la capacidad de un actor de percibir en cada momento las oportunidades en función de los recursos disponibles y de valorar las acciones de sus contrincantes y los resultados de su propia acción correctamente.” Parafraseando a la autora en su escrito en la misma página, el concepto de ESTRATEGIA lo configura como un arte (muy cercano a la técnica griega) y no como una ciencia, y se basa para esta aseveración los campos donde se aplicó históricamente: la política y la guerra. Ella consideró dos puntos relacionados con estos asuntos: 1. Que la política y las guerras no son ciencias exactas, y 2. Que la estrategia es un acto de elección y que su diseño o formulación es circunstancial, ya que obedecen a las condiciones donde se realiza la estrategia.

Según Wilkis Ariel (2004, p. 126) manifiesta que la noción de estrategia para Pierre Bourdieu, se expresa “en el sentido preciso de que ésta informa sobre la existencia de una sistematicidad a lo largo del tiempo en un conjunto de prácticas que tienen una dirección o intencionalidad objetiva sin ser necesariamente conscientemente asumida”. Esta noción tiene una implicancia más sociológica, no solo por la formación del autor de la frase, sino por la incidencia de las categorías intencionalidad, conciencia. Sigue mencionando “la complicidad ontológica entre el habitus y el mundo social posibilita que el éxito de las estrategias esté dado por el ajuste entre el sentido práctico y el sentido objetivo, entre las exigencias de las posiciones sociales y las disposiciones adquiridas para actuar conforme a ellas. Lo “posible” e “imposible” inscripto en las condiciones objetivas e incorporadas por el habitus guían las expectativas subjetivas de los agentes que reconocen de inmediato –sin necesidad de una toma de conciencia– “lo que se debe hacer” o “lo que se debe decir”. Este ajuste, si bien es regular – a lo largo del tiempo– y regularizado – por las condiciones que impone el habitus– no significa que excluya la inventiva de los agentes, siempre capaces de improvisar limitadamente ante coyunturas nuevas”. En este sentido, la estrategia se constituye en un acto voluntarista y circunstancial.

Husted, B. W.; Salazar J. de J. (2005, pp. 9, 10) en su estudio exploratorio sobre la estrategia social de empresas grandes ubicadas en México, señala que “La estrategia social de la empresa es un plan diseñado por ésta para asignar recursos

que le permitan alcanzar objetivos sociales de largo plazo y crear una ventaja competitiva”. Salazar saca el concepto de la política y lo militar para aplicarlo a las empresas, pero manteniendo las características propias de la estrategia: objetivos (económicos, sociales, productivos etc.). Lo importante del estudio es la explicación de la necesidad de incorporar los objetivos sociales, que por supuesto va más allá de sus propios intereses capitalistas y las exigencias de la ley. De esta manera, los autores consideran que la estrategia social contribuye a resolver las grandes diferencias y tensiones que existen entre la rentabilidad y los objetivos sociales.

Para Porter M. E. y Kramer M. R. (2006, p.8), “Ninguna empresa puede resolver todos los problemas de la sociedad ni asumir el costo de hacerlo. Más bien, cada empresa debe seleccionar problemas que convergen con su propio negocio”. Estos autores señalan que cada empresa debe evaluar sus capacidades, para que por libre elección seleccionen que objetivos sociales expresadas en proyectos o actividades sociales pueden eficientemente cumplir, sin que menoscabe su rentabilidad, por ello sugieren que si se puede dejar algún tipo de proyectos o actividades sociales a otras empresas o instituciones mejor posicionadas debería hacerlo. Siguen detallando que “Los problemas sociales genéricos pueden ser importantes para la sociedad, pero no se ven significativamente influidos por las operaciones de la empresa ni influyen sobre su competitividad a largo plazo. Los impactos sociales de la cadena de valor se ven altamente influidos por las actividades de la empresa en el transcurso corriente de los negocios. Las dimensiones sociales del contexto competitivo son factores del ambiente externo que afectan significativamente a los impulsores subyacentes de competitividad en aquellos lugares donde opera una empresa.

En un análisis psicológico y político, Moguel R. V., y Moreno A. S. (2005, p. 140) señala que “la mayoría de los estudiosos que ha aplicado el concepto de ‘estrategias sociales’ se ha dedicado a explicar las formas en que los marginados — en su mayoría urbanos— enfrentan económicamente la pobreza”. Es interesante analizar estas construcciones sociales ‘marginados’, ‘pobreza’, etc., que se combina con otros conceptos desarrollados por el autor que tienen connotaciones de la psicología social como ‘comportamientos’, o ‘esfuerzos’ manifestando un manejo teórico ecléctico, sin valorar que esto es positivo o

negativo. Haciendo evidente que construir una estrategia social, es posible utilizar la conjugación de diversas disciplinas e inclusive distintas teorías dentro de una disciplina, solo como ejemplo ¿Cómo entender o tratar el adjetivo ‘pobreza’? Concluyendo con su investigación Moguel R. V., y Moreno A. S. (2005, p.155), señalan “De la revisión teórica realizada, podemos asegurar que las estrategias sociales son acciones sociales contingentes frente al mercado, al Estado y al deterioro ambiental.” Es interesante como presentan los autores esta definición, al señalar el carácter contingente de la estrategia social, al ser un acto posible (que puede darse o no) frente a las acciones del mercado y el Estado. Dado que la naturaleza propia del mercado no es preocuparse por los pobres o marginados, debería ser el Estado quien acuda a su socorro; pero sucede que a veces cada quien actúa en contrariedad, empujados cada quien, por la inercia de las fuerzas sociales, que no es concebido ni por la perspectiva marxista y neoliberal. Dado que la naturaleza de la empresa (ganar y ganar) o la del Estado (servir al pueblo), pueden ser alteradas por las fuerzas sociales o económicas presente ‘en la esfera pública’ (concepto habermesiano donde las personas interactúan en dialogo colectivo en temas que afectan a la sociedad), en concordancia con lo propuesto por Habermas, es posible, a través del dialogo, impactar positivamente en empresarios y funcionarios en ese proceso de negociación comunitaria.

No es tan sencillo aplicar una estrategia social, Husted, B. W.; Salazar J. de J. (2005, p. 20), especialmente de grupos corporativos empresariales concluyeron que “Otro resultado es que la existencia de estrategia social en las empresas es poca. Sólo cinco de las cuarenta y cinco firmas que llevan a cabo algún tipo de programa social cuentan con una estrategia social de empresa. Al considerar las variables de rentabilidad (para medir estas variables se usaron los cocientes de resultado a ventas, resultado a activo total y resultado a capital contable) y su correlación con la existencia de una estrategia social de la empresa no se encontraron relaciones estadísticamente significantes”. Aún con todo, si fue posible pasar de cero a cinco, es posible ir de cinco a más. Por lo que es necesario realizar el esfuerzo para lograr la participación de la población en beneficio de ellos mismos.

Más allá de toda connotación política o económica las Estrategias Sociales se

caracterizan por enfatizar la participación social, de modo que ellos coadyuven a identificar nuevas opciones para lograr una mejora en el bienestar de los ciudadanos. Otra característica de las estrategias sociales, es la de promover la distribución equitativa de los recursos cuyo propósito principal es aumentar la calidad de vida de la población. Además, se impulsa la gestión local para dar protagonismo a los lugareños, de modo que se propugne el compromiso de la mayoría en la consecución de los objetivos.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1. Tipo de Investigación

La presente investigación es de tipo propositiva y aplicativa en el plano teórico. Propositiva, en la medida que se presenta un modelo que explica la estrategia social que permitan fomentar o desarrollar el turismo en la Reserva Forestal Montes de la Virgen. Y aplicativa en el plano teórico, ya que se someterá la contrastación de hipótesis a una contrastación laxa o teórica, que se realiza a través del juicio de expertos. Hashimoto E. (2010, pág. 226) describe “La contrastación blanda, implica someter los resultados teóricos de la investigación indicada en la hipótesis, a un ‘juicio de expertos’”. Generalmente se acepta este tipo de contrastación cuando es muy difícil ejecutar la contrastación dura.”

2.2 Técnicas e Instrumentos

Las técnicas utilizadas han sido la encuesta y la entrevista. Los instrumentos son los cuestionarios (ver anexo N°1). La encuesta se aplicó a los pobladores del CP “Zancudito”, en la primera semana de los meses de marzo y la segunda semana de junio del 2020. Las entrevistas se realizaron por teléfono a la ex Gerente de Recursos Naturales del Gobierno Regional, y a la Gerente de Promoción de la Municipalidad de Lambayeque en el mes de mayo.

2.3. Cálculo de la Muestra

Se realizó el muestreo estadístico, que tuvo como característica la aleatoriedad. Considerando, que la totalidad de población del Asentamiento humano “Zancudito” son 100 familias. El margen de error es 5 %, significando que en la investigación se esperó que las respuestas de los pobladores encuestados puedan dar opiniones erróneas en ese nivel. Por tanto, el nivel de confianza utilizado es del 95%, significando que las respuestas de los encuestados se encuentren dentro de lo correcto en el 95 % de los casos (Hernandez C., Fernandez R., y Baptista P. 2006, p. 244-245)

Para ello se utilizó la siguiente formula: Donde:

$$N \text{ (población del asentamiento "Zancudito")} = 100 \text{ familias.}$$

$$e \text{ (margen de error)} = 5 \% = 0.05$$

$$z \text{ (puntuación } z) = 1.96 \text{ (al 95\% del nivel de confianza, ver tabla en el anexo N° 2)}$$

$$p \text{ (proporción estimada del parámetro poblacional)} = 0.5 \text{ (no pudo determinarse } p, \text{ se asumió ese valor, porque garantiza el mayor tamaño de muestra)}$$

Luego, de calcularse n , se aplicará la siguiente fórmula: $fc = (1 - n/N)$, que es el factor de corrección por finitud de la población.

Para obtener la muestra corregida (nc) = $n(fc)$. La muestra corregida es el número representativo de los encuestados.

Aunque aplicando la fórmula la muestra salió diecisiete, sin embargo, para lograr mayor representatividad se encuestó a 25 personas, 1 por cada hogar. La aleatoriedad se logró, definiendo a los hogares de cada cuadra del número 1 al 4,

y se encuestaron todos los hogares asignados con el número 2. Solo se encuestó al padre o madre de familia que se encontraba en el momento de la encuesta y quiso participar de la misma.

2.4. Confiabilidad de la Encuesta

Para determinar la confiabilidad del instrumento aplicada en la encuesta, se realizó una prueba piloto a 10 personas antes de la aplicación de la encuesta (15 de febrero del 2020; individuos de la misma población no sujetos a la aleatoriedad). Fueron las primeras 10 personas que se encontró en el Centro Poblado. Luego de la aplicación del cuestionario, los resultados fueron considerados para calcular el coeficiente Alfa de Crowbach, cuyo valor fue de 0.8032, mostrando que el cuestionario tenía suficiente confiabilidad para ser utilizado en el estudio. La forma como se calculó el Alfa de Crowabch se muestra en el anexo N°3

CAPÍTULO III:

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Diagnóstico

En este capítulo se presentan los resultados del estudio de la geografía de la zona; el análisis socio-económico de los pobladores del Centro Poblado Zancudito y la percepción que ellos tienen sobre el turismo alrededor de la Reserva Forestal Montes de la Virgen; además se presentará la estrategia social que permitirá el fortalecimiento del turismo teniendo como eje la Reserva Forestal.

3.1.1. Aspectos Generales

3.1.1.1. Ubicación

De acuerdo con información brindada por la Municipalidad Provincial de Lambayeque (Plan de acondicionamiento territorial de Lambayeque), la ciudad de Lambayeque se encuentra aproximadamente entre las coordenadas geográficas 5 28'36" y 7 14'37" de latitud Sur y 79 41'30" y 80 37'23" de longitud oeste del Meridiano de Greenwich, a una altura de 18 m.s.n. y a 11,4 Km. de la ciudad de Chiclayo.



Figura 1: Mapa del Departamento de Lambayeque

Fuente: <https://www.chiclayo.net.pe/2009/07/ubicacion-geografica-de-la-ciudad-de.html>

El clima en la ciudad de Lambayeque es muy benigno, según los reportes del SENAMHI, las temperaturas promedio más bajas en invierno es de 16 °C, y la temperatura promedio más altas en verano oscila en 33 °C, y la temperatura media anual es de 22.1 °C. La precipitación pluvial promedio anual es de 13 mm, centrándose en los meses de enero a marzo. La humedad relativa es muy variable (va de 90% aprox. en febrero a 1 % aprox. en octubre) teniendo un promedio del resto del año de 23%, brindando una sensación de comodidad para vivir.

La zona de estudio, la reserva Forestal “Montes de la Virgen”, y el Centro Poblado “Zancudito”, se encuentra ubicado en la zona suroeste del distrito de Lambayeque. El distrito de Lambayeque limita en el Norte con Morrope y Mochumí, al Sur con Chiclayo y San José, al Este con Ferreñafe y al Oeste con el Océano Pacífico. Su ubicación en Lambayeque y su relación con las otras reservas naturales de la región se visualiza en la figura 2.

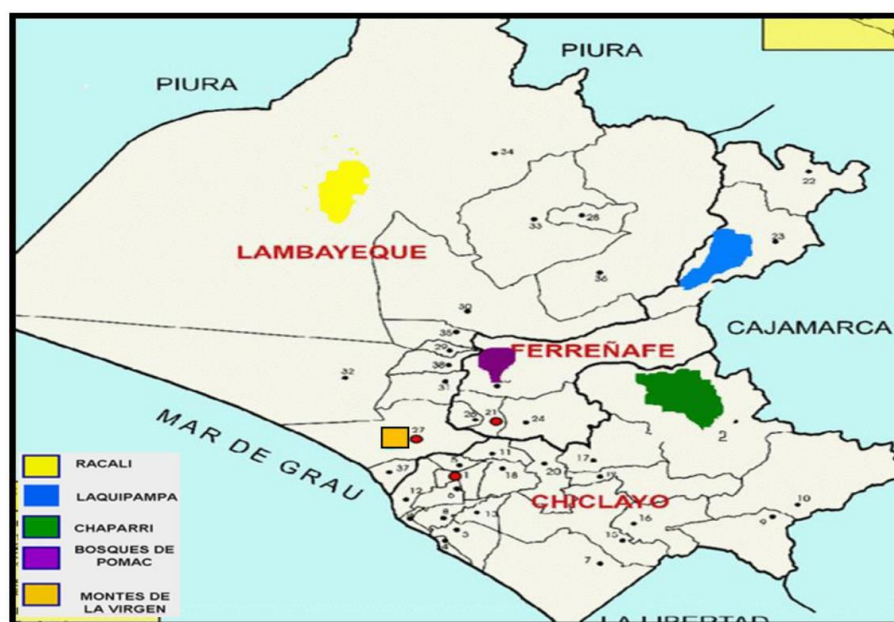


Figura 2: Ubicación de la Reserva Forestal Montes de la Virgen en Lambayeque y su relación con otras reservas forestales de la región.

Fuente: <https://www.monografias.com/trabajos54/flora-fauna-lambayecana/flora-fauna>

En la zona noroeste de la Reserva Forestal Montes de la Virgen se encuentra el Centro Poblado “Zancudito”, producto de una invasión ocurrida alrededor de 15 años (figura 3). En esa época los pobladores hicieron mal uso de los recursos naturales: algarrobos y arena especialmente (vendiendo la arena a los constructores y utilizando el algarrobo para leña). Hoy, consciente de la importancia de esta zona, en armonía con la meta del gobierno regional de hacer de esta zona un eje turístico, están cuidándola para evitar su depredación por parte de comerciantes inescrupulosos.

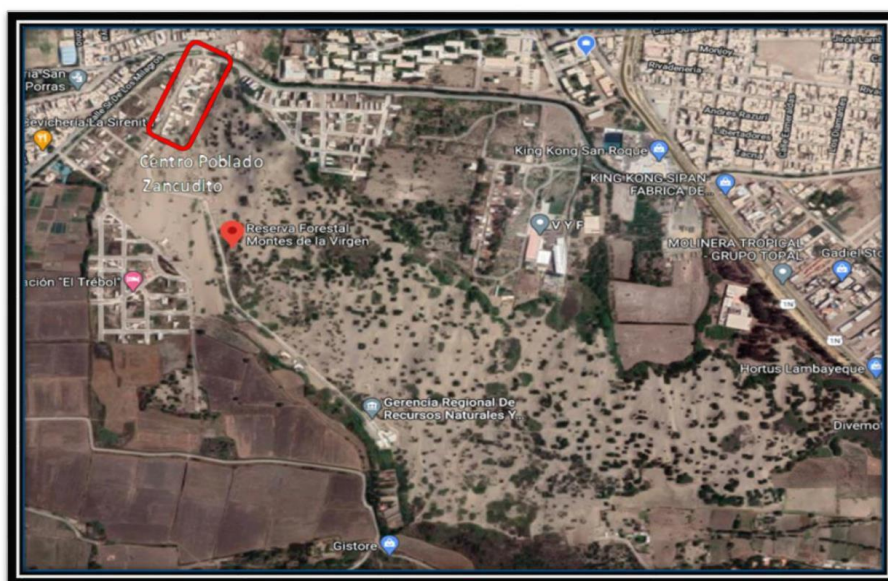


Figura 3: Ubicación del centro poblado Zancudito.

Fuente: Google Maps

3.1.2. Reserva Forestal Montes de la Virgen

La Reserva Forestal Montes de la Virgen está ubicado en el kilómetro 780 de la Panamericana Norte, su ingreso se encuentra en la parte nor-oeste de la reserva y cuya portada se visualiza en la figura 4.



Figura 4: Ingreso a la Reserva Forestal Montes de la Virgen.

Fuente:<https://www.google.es/maps/place/Reserva+Forestal+Montes+de+la+Virgen>

3.1.2.1. Acceso a la Reserva

De acuerdo con la observación realizada por la investigadora el gran problema que existe es el inadecuado acceso a esta reserva forestal, es un camino de herradura con muchos baches y de ancho irregular, tal como consta en la

figura 5. Aunque la carretera de acceso está en malas condiciones, es posible llegar, utilizando todos los medios de transporte, inclusive a pie, dada la corta distancia entre la ciudad y la reserva (aproximadamente 2 a 3 km, dependiendo del punto de la ciudad de Lambayeque que se tome como referencia)



Figura 5: Acceso a la Reserva Forestal Montes de la Virgen.

3.1.2.2. Flora y fauna de la Reserva.

La reserva forestal presenta un ecosistema desértico de dunas frágiles. Lo llaman el monte seco porque son arenales y habitan animales propios de este clima: lagartijas, búhos, halcones y todo tipo de vegetación de zonas secas.

Tiene 75 hectáreas de extensión, compuesta generalmente por arenales, cuyo ecosistema contiene una variedad de flora y fauna. Entre la fauna más importantes están: las iguanas, el huerequeque, los chiscos, el zorro de la costa, búhos y las lechuzas. En la flora se observan los algarrobos, el cuncuno y el zapote como especies dominantes (Dirección de Recursos Naturales y Áreas Protegidas. 2014). La flora y fauna podemos visualizar en la figura 6

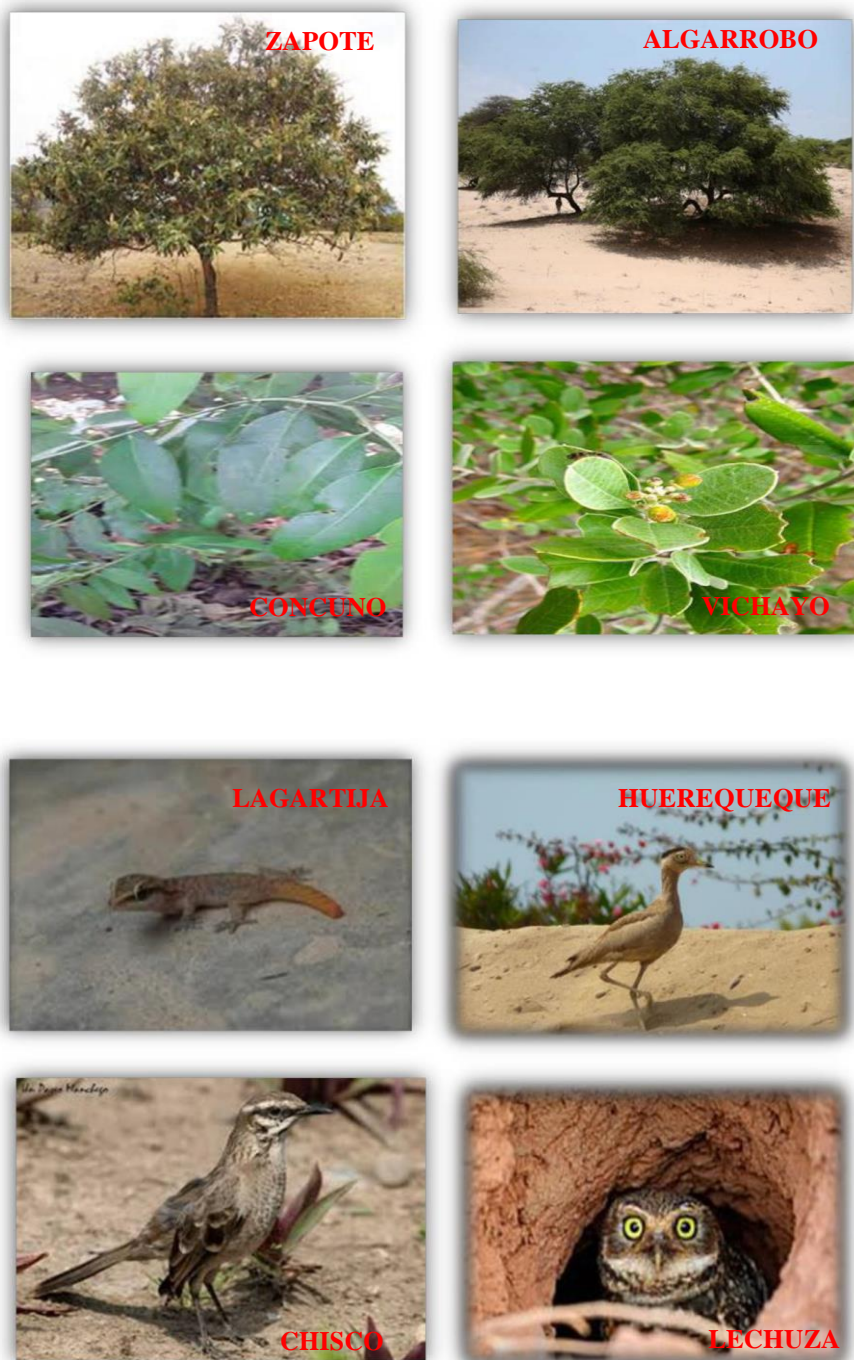


Figura 6: Flora y Fauna de la Reserva Forestal Montes de la Virgen.

3.1.2.3. Ingreso a las instalaciones de la Reserva

El ingreso a esas instalaciones hasta el momento se requiere el permiso de la Gerencia Regional Recursos Naturales y Gestión Ambiental, basta

con indicar el motivo de la visita. La reserva Forestal Montes de la Virgen cuenta con un edificio compuesto de dos salas de interpretación (museo de sitio) e instalaciones complementarias como áreas administrativas, vestidores, cafetín y servicios múltiples que facilitarán la atención al público y playa de estacionamiento, tiene en el interior de su terreno senderos para la adecuada circulación de los visitantes, (ver figura 7). En los edificios administrativos de la reserva, se cuenta con todos los servicios básicos y de telecomunicaciones que permite al visitante iniciar con una idea muy detallada de lo que piensa encontrar en la reserva.

Esta infraestructura construida en el interior de la reserva forestal, fue inaugurada el año 2016 por el señor Humberto Acuña Peralta, gobernador regional de Lambayeque, con el objetivo fundamental de recuperar y conservar la reserva natural, estableciendo las oficinas principales de la Gerencia Regional de Recursos Naturales, pero hasta la actualidad no ha avanzado mucho en el cumplimiento de sus fines. La inversión realizada fue de 5 millones 108 mil 537 soles.



Figura 7: Interior de la Reserva Forestal Montes de la Virgen.

Fuente: <https://www.google.es/maps/place/Reserva+Forestal+Montes+de+la+Virgen>

3.1.2.4. Sobre la Oferta Turística.

Dadas las condiciones climáticas de Lambayeque (ver ítem 3.1.1.1), todos los meses son propicios para recibir a los turistas. Respecto a servicios como hospedajes, restaurantes, divertimentos etc., en el Centro Poblado no se cuenta con ningún tipo de servicios. Sin embargo, todos estos pueden encontrarse en la ciudad de Lambayeque. La intención es que algunos de estos servicios sean brindados por los pobladores del CP “Zancudito”, aprovechando las propias actividades que actualmente se brindan en la reserva como la observación de la fauna y de la flora, y de aquellas que se podrían implementar como caminatas, paseos a caballo etc.

3.1.3. Características Socioeconómicas del Centro Poblado “Zancudito”

La cantidad de familias asentadas permanentemente son 100 familias, con un promedio de 4 personas por familia (contabilidad constatada en la conversación sostenida con la Teniente Gobernadora del Centro Poblado el 6 de junio).

3.1.3.1. De la edad y sexo de los pobladores

La primera característica a describir es la edad de los padres de familia del Centro Poblado. En el cuadro 1 y en la figura 8, se muestran la distribución de la población (padre o madre de familia que respondió las encuestas) según la edad.

Tabla 1: Edad de los pobladores del Centro poblado (CP) “Zancudito”

Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
18 hasta 25 años	7	28,0	28,0
26 hasta 50 años	13	52,0	80,0
mayores de 50	5	20,0	100,0
Total	25	100,0	

Fuente: Encuesta realizada entre marzo y junio 2019

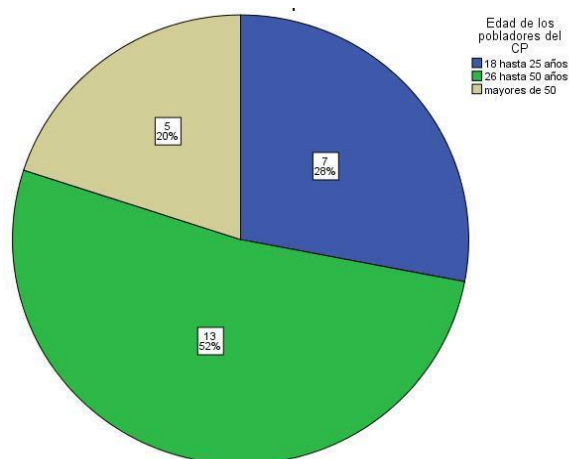


Figura 8: Edad de los pobladores.

Como se observa en la figura, las edades con mayor predominio fluctúan entre los 26 a 50 años; significando que son familias relativamente jóvenes; lo cual puede convertirse en una fortaleza para el desarrollo del turismo.

La segunda característica a describir es la distribución de la población según sexo. En el cuadro 2 se detalla esta información

Tabla 2: Población según sexo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
femenino	16	64,0	64,0
masculino	9	36,0	100,0
Total	25	100,0	

Fuente: Encuesta realizada entre marzo y junio 2019

El mayor porcentaje de la población entrevistada fueron mujeres (64 %), referencia de las esposas, porque los varones se encontraban en sus trabajos o realizando otra actividad familiar (como, compras, encargos familiares etc.).

3.1.3.2. Del nivel de instrucción

Otra característica importante que se consideró debía conocerse es el grado de instrucción de los jefes de familia en el centro poblado. En el

cuadro 3 y en la figura 9 se detallan el grado de instrucción de los encuestados.

Tabla 3: Grado de Instrucción de los pobladores del CP “Zancudito”

Grado de Instrucción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje
Primaria	9	36,0	36,0
Secundaria	10	40,0	76,0
Universitaria o técnica	6	24,0	100,0
Total	25	100,0	

Fuente: Encuesta realizada entre marzo y junio 2019

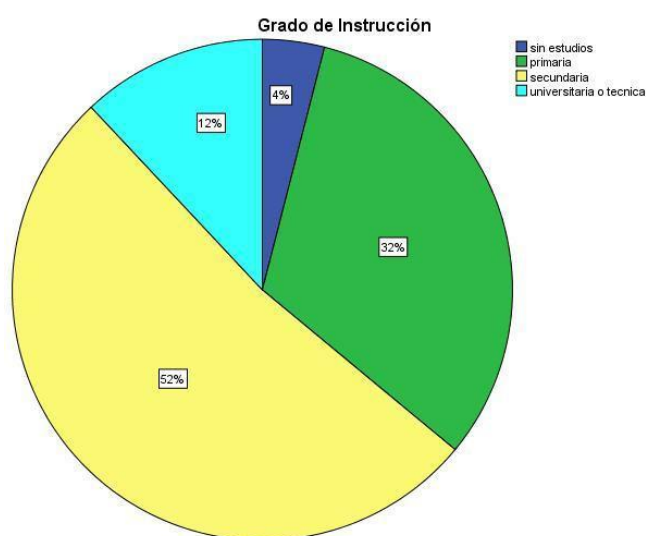


Figura 9: Grado de instrucción de los pobladores

De acuerdo a los resultados de la figura 9, se encuentra que la mayor parte de la población encuestada (52 %) cuenta con educación secundaria, que, si se suma el 12 % de los que tienen educación superior, el resultado final sería 64 %; esta cantidad de padres de familia, puede convertirse en una fortaleza para el desarrollo de la propuesta, ya que facilitaría el trabajo al tratar con personas que pueden comprender y comprometerse con la propuesta. Es muy poca la presencia de padres de familia sin instrucción académica (solo el 4%, en números absolutos sería una sola persona)

3.1.3.3. De la ocupación de los pobladores

En el cuadro 4 se presenta una característica socioeconómica vital, su ocupación.

Tabla 4: Ocupación de los pobladores encuestados del CP “Zancudito”

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
independiente	9	36,0	36,0
obrero	6	24,0	60,0
empleado	3	12,0	72,0
ama de casa	7	28,0	100,0
Total	25	100,0	

Fuente: Encuesta realizada entre marzo y junio 2019

Tal como se describe en el cuadro existe 9 pobladores de los 25 entrevistados que trabajan en forma independiente, en cierta medida expresan un nivel de emprendedurismo. También existen 7 personas que son amas de casa, pero que manifiestan (al relacionarlas con otros ítems) esa capacidad emprendedora. En la figura 10 se detallan esta característica en cantidades relativas.

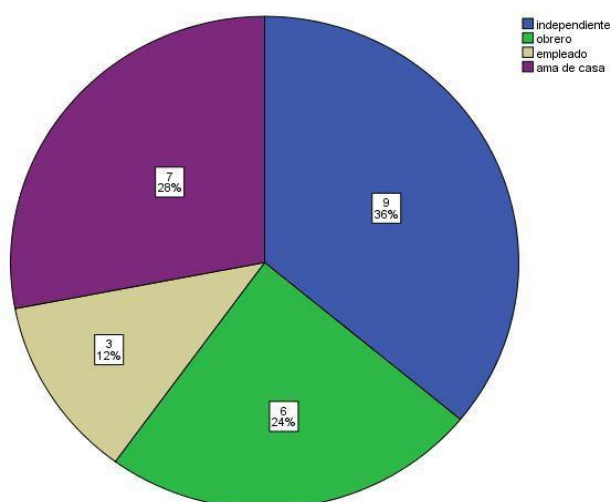


Figura 10: Ocupación o Profesión de los pobladores

Esta figura nos muestra que el predominio de las ocupaciones son los independientes (36 %); ello nos confirma que son gente emprendedora y con ganas de querer emprender o incursionar en algo nuevo para ellos.

Hay un 28 % de encuestadas dedicadas a ser amas de casa.

4.1.3.4. De los ingresos y condición de pobreza de los pobladores

La característica socio-económica importante para ir definiendo la estrategia social que permita fortalecer el turismo es el ingreso mensual de las familias. En esta característica se han realizado bajo el concepto de pobreza monetaria. Para ello se tomó como referencia la presentación del Jefe del INEI sobre los resultados de la pobreza monetaria el año 2020, donde brinda el costo de la canasta básica familiar por persona que es de S/. 352 soles por persona, como se observa en la figura 11.

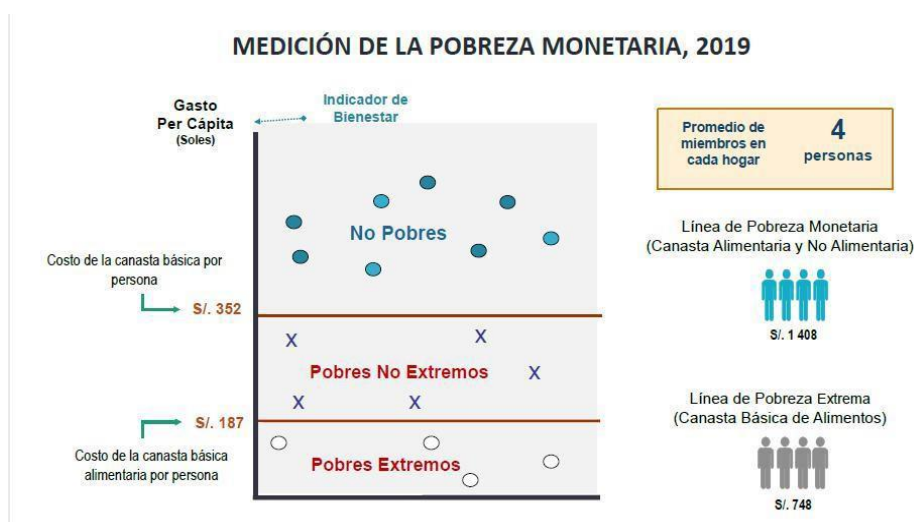


Figura 11: Medición de la pobreza monetaria (año 2019)

Dada que una familia por lo menos son dos personas se tomó como punto de referencia S/. 750.00 soles por familia como un primer dato a considerar, pero como el promedio de las familias en el CP “zancudito” son 4 personas (2 padres y dos hijos) el siguiente intervalo de referencia fue de S/. 1500.00 soles, y considerando la posibilidad de que puedan tener para participar monetariamente en el proyecto el tercer intervalo fue de S/. 2000.00, los siguientes intervalos considerados siguieron el mismo criterio. A continuación, se presenta el cuadro N 5

Tabla 5: Ingreso familiar según línea de pobreza

Ingreso Familiar	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Menor de 705 soles	0	0	0
705 a 1408 soles	1	4,0	4,0
1409 a 2000 soles	18	72,0	76,0
2001 a 4000 soles	6	24,0	100,0
Mayor de 4000 soles	0	0	
Total	25	100,0	

Fuente: Encuesta realizada entre marzo y junio 2019

Como se observa en el cuadro no existe ninguna familia que tenga menor de S/. 704.00 soles. Solo existe una familia que está en rango de pobreza (si consideramos que en dicha familia existieran cuatro miembros), la mayor cantidad 18 familias tienen una pequeña capacidad de ahorro, si consideramos que para una familia de cuatro miembros la línea de pobreza se pasa cuando tienen un ingreso familiar de S/. 1408.00 soles, comparando las cifras del cuadro encontramos que el 96 % de las familias son considerado no pobres, versus el 4% que podrían ser considerados pobres. Sin embargo, también existe un 24 % de familias que tienen un ingreso que les permite vivir con cierta solvencia económica, con un ingreso familiar mayor de S/2000.00 soles.

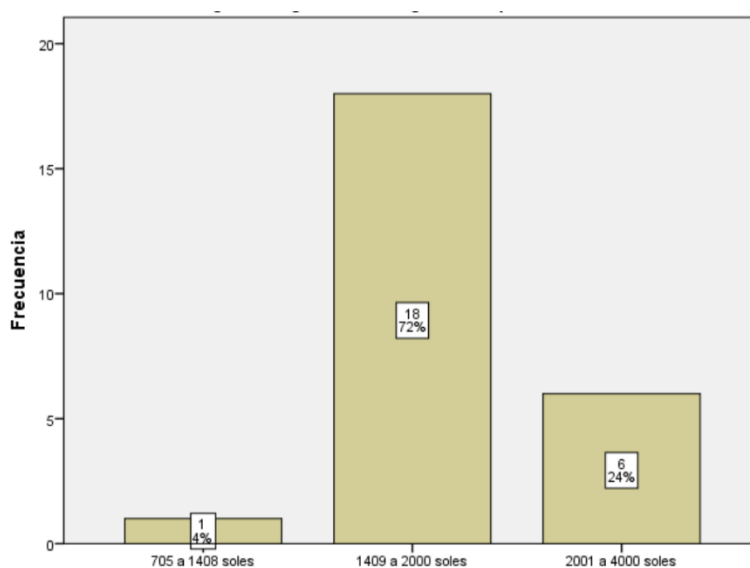


Figura 12: Se visualiza el porcentaje de familias según su ingreso familiar

En la figura encontramos que el 96 % de las familias entrevistadas su ingreso mensual es mayor a la línea de pobreza; esta realidad puede analizarse como un punto a favor ya que las personas desean aumentar sus ingresos mensuales.

3.1.3.5. De la Expectativa de la Población con el Potencial Turístico de la Reserva.

Por otro lado, los encuestados en su totalidad expresaron que la Municipalidad Provincial de Lambayeque, no ha mostrado con acciones ningún interés en desarrollar el turismo utilizando el importante complejo de la Reserva Natural Montes de la Virgen. Sin embargo, entendieron que el Gobierno Regional al poner como sede de la Gerencia de Recursos Naturales en la Reserva, si mostró por lo menos el interés de conservar y desarrollar el potencial de esta zona. Además, al incorporar en el complejo el proyecto de Parque Temático de la Reserva Natural.

De acuerdo con las entrevistas realizadas: La sub Gerente de promoción y desarrollo turístico de la Municipalidad Provincial de Lambayeque (MPL); manifestó que la Reserva Forestal Montes de la Virgen se encuentra a cargo del GORE; específicamente de la Gerencia Regional de Recursos Naturales y Gestión Ambiental; por lo tanto, la MPL no puede realizar acciones directas y se tendrían que realizar acciones coordinadas. Desde la Sub Gerencia de Promoción y Desarrollo Turístico, han intentado realizar un acercamiento con la Gerencia Regional de Recursos Naturales y Gestión Ambiental del Gobierno Regional; acción que no se ha podido lograr debido a la coyuntura que estamos viviendo actualmente. Y por problemas institucionales.

Para Lambayeque esta es una zona muy importante y por lo tanto como MPL, se tienen propuestas para articular este espacio turístico que es de suma importancia para la provincia y ciudad de Lambayeque. Se tiene conocimiento del potencial turístico, natural y biológico que existe en

esta zona.

La Reserva Forestal es un atractivo turístico en potencia; ya que aún no se ha destinado para el turismo porque no se tienen las condiciones indispensables para el desarrollo de esta actividad, ejm seguridad, servicios básicos etc ; pero como MPL estamos dispuestos a apoyar el desarrollo turístico ya que es un área que está muy cerca de la ciudad en donde se tendrá distracción al aire libre y la conexión con Huaca Chotuna y Chornancap; generando un circuito turístico que sea de beneficio para la población de Lambayeque. Es importante que el GORE cumpla con la disposición del SERNAMP para la conservación de este Recurso Natural y a partir de allí se deberían destinar espacios para el turismo y espacios de conservación. Definitivamente la Reserva forestal es un espacio donde se debe desarrollar la actividad turística; ya que hay empresas que están interesadas en ello.

Como MPL estamos pendientes en tomar acciones para articular esta zona tanto dentro de las diferentes Sub Gerencias de la MPL. Una buena medida que se ha tomado es la delimitación y el cercado de esta área y la MPL está encargada de sancionar a todo ciudadano que trate de depredar esta zona ya sea con la extracción de arena o alguna otra acción que atente contra la conservación de Montes de la Virgen.

3.1.4. Percepción de los Ciudadanos sobre la Reserva Forestal Montes de la Virgen como Destino Turístico

3.1.4.1. Percepción según sexo

Después de conocer las características socioeconómicas más importantes, se determinó que era importante conocer la percepción de los pobladores respecto al turismo como actividad económica – productiva, según las distintas características socioeconómicas desarrolladas en el sub capítulo anterior.

En el siguiente cuadro se presenta lo que piensan los pobladores del

centro poblado del Monte de la virgen como destino turístico en función de su sexo.

Tabla 6: Percepción del poblador del destino turístico Montes de la Virgen según sexo

		Potencial turístico				Total	
		si	%	no	%	cantidad	%
sexo de los pobladores	femenino	12	48	4	16	16	64
	masculino	6	24	3	12	9	36
Total		18	72	7	28	25	100

Fuente: Encuesta realizada entre marzo y junio 2019

El cuadro nos muestra el número absoluto de 18 pobladores (hombres y mujeres) que tienen la percepción de que la Reserva Natural si sería un buen destino turístico. Se percibe mucho optimismo para entender que el turismo puede ser desarrollado en la zona. Esto se puede visualizar mejor en la figura 13, que presenta la misma información, pero con los números relativos, es decir con porcentajes.

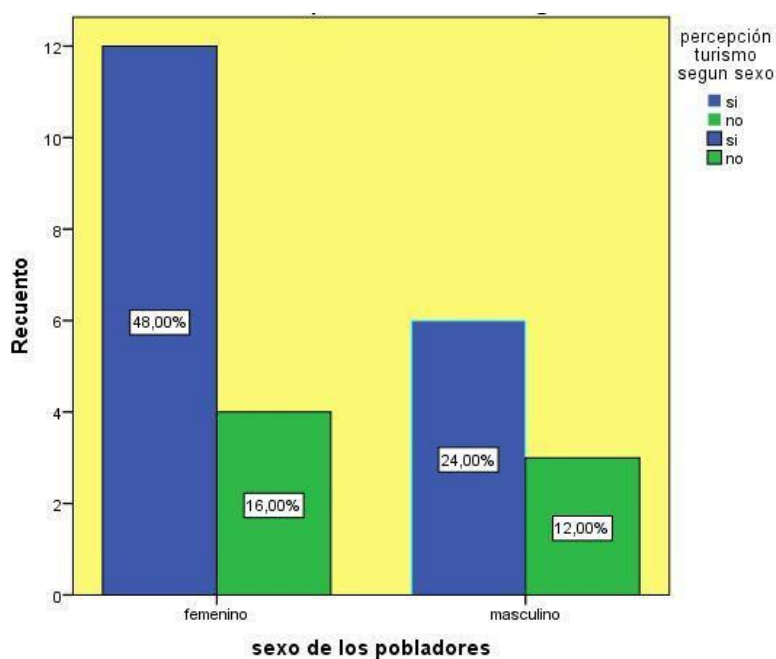


Figura 13: Percepción del turismo según sexo

En la figura 13 nos muestra que son las personas del sexo femenino (48 %) las más optimistas, respecto al potencial turístico de la Reserva Forestal Montes de la Virgen, su relación es que de tres mujeres que dicen sí, solo hay una que dice no. En los varones la relación es menor, de dos varones que dicen que sí, hay uno que dice no.

3.1.4.2. Percepción según edad

Ahora bien, siendo la edad una variable importante que nos permitiría dar continuidad a un proyecto, el cuadro 7, nos describe cual es el potencial turístico de la Reserva Natural según la edad de los pobladores encuestados del Centro Poblado “Zancudito

Tabla 7: Edad de los pobladores y la percepción del turismo en Montes de la Virgen

Edad de los pobladores	Potencial turístico				Total	
	Si	%	No	%	Cantidad	%
18 hasta 25 años	5	20	2	8	7	28
26 hasta 50 años	10	40	3	12	13	52
mayores de 50	3	12	2	8	5	20
Total	18	72	7	28	25	100

Fuente: Encuesta realizada entre marzo y junio 2019

Dado que el cuadro expresa la respuesta de los pobladores en números absolutos se encontró que diez (10) personas entre 26 y 50 años, son gente generalmente madura mental y emocionalmente, y resulta positivo que ello perciba un buen potencial turístico de la zona, ya que serían protagonistas del proceso de desarrollo, y porque pueden acompañar a los padres de familia más jóvenes, quienes ven con buena perspectiva el desarrollo turístico de la Reserva Natural.

En la figura 14 se puede visualizar que en todos los grupos etarios existe

una buena percepción para el desarrollo del turismo, y la proporción entre los que opinan favorablemente y desfavorablemente es mucho mayor entre la edad de 26 a 50 años; y en menor proporción en las personas de mayor edad.

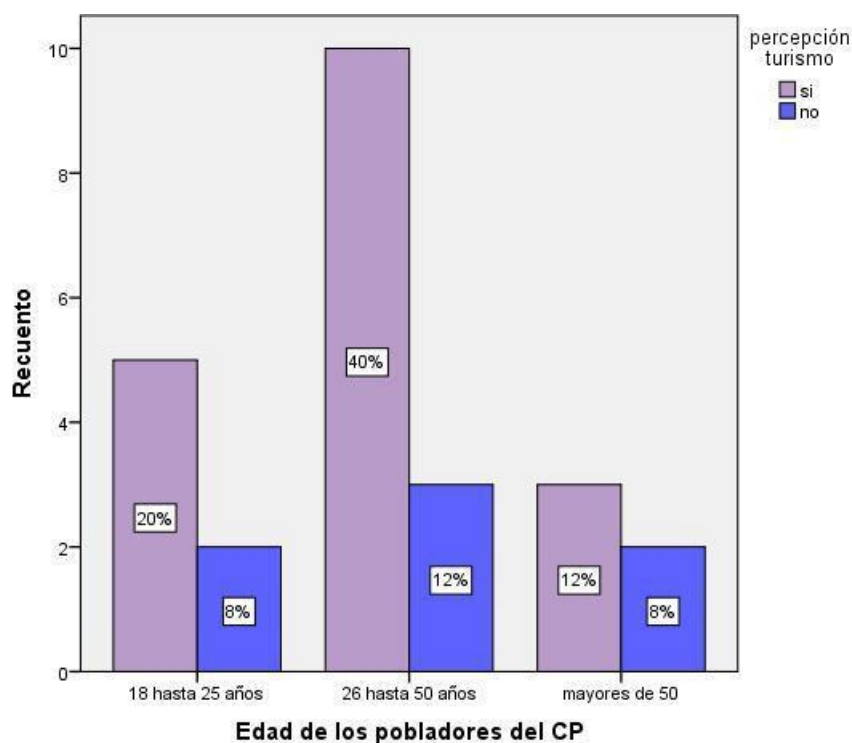


Figura 14: Relación Edad y percepción del turismo

3.1.4.3. Percepción según ocupación

En el cuadro 8, podemos observar una relación interesante entre las actuales ocupaciones de los encuestados y su percepción sobre el potencial desarrollo turístico de la Reserva Natural Montes de la Virgen, donde se refleja que los trabajadores independientes y las amas de casa, las actividades dominantes de los pobladores de “Zancudito”, representan casi dos tercios de la población. Resulta alentador que los trabajadores empleados, ninguno de ellos considero inapropiado, ni se cerró al desarrollo turístico en su zona.

Tabla 8: Ocupación o profesión de los pobladores percepción turismo

Ocupación o profesión de los pobladores	Potencial turístico				Total	
	si	%	no	%	cantidad	%
independiente	6	24	3	12	9	36
obrero	4	16	2	8	6	24
empleado	3	12	0	0	3	12
ama de casa	5	20	2	8	7	28
Total	18	72	7	28	25	100

Fuente: Encuesta realizada entre marzo y junio 2019

En la figura 15 se observa que las amas de casa tienen mucho entusiasmo para percibir la posibilidad del desarrollo turístico. Resaltamos que dos de los tres empleados encuestados trabajan como servidores administrativos en la UNPRG. Y como se observa en la figura, ninguno puso reserva para indicar las posibilidades de desarrollar el turismo.

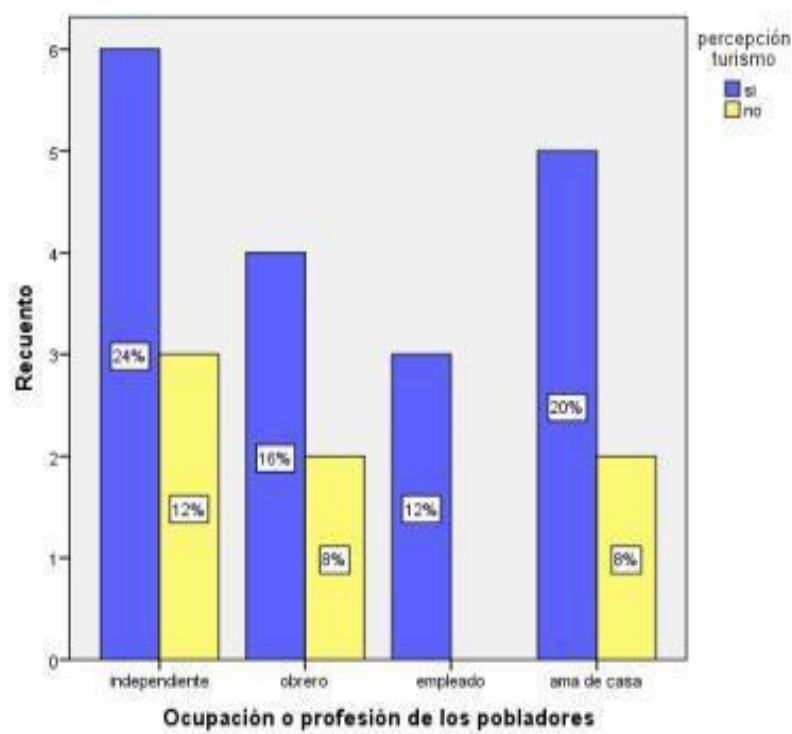


Figura 15: Ocupación o profesión de los pobladores y percepción del turismo en Montes de la Virgen

3.1.4.4. Percepción según nivel de instrucción.

El cuadro 9 completa una visión interesante favorable a la propuesta que se pretende desarrollar. En este cuadro se presenta la relación grado de instrucción con su percepción del potencial turístico de la zona. Encontramos que tres encuestados tienen instrucción técnica o universitaria, ellos coinciden en ser empleados o servidores administrativos de instituciones del Estado que señalan el potencial turístico del lugar.

Tabla 9: Grado de Instrucción y su percepción turismo en MV

Grado de Instrucción	Potencial turístico				Total	
	si	%	no	%	cantidad	%
sin estudios	0	0	1	4	1	4
primaria	6	24	2	8	8	32
secundaria	9	36	4	16	13	52
universitaria o técnica	3	12	0	0	3	12
Total		72	7	28	25	100

Fuente: Encuesta realizada entre marzo y junio 2019

Observando detenidamente la figura 16 se puede inferir que existe una relación directa entre el nivel o grado de instrucción de las personas y su percepción positiva sobre el desarrollo del turismo. A mayor grado de instrucción mayor percepción del potencial turístico.

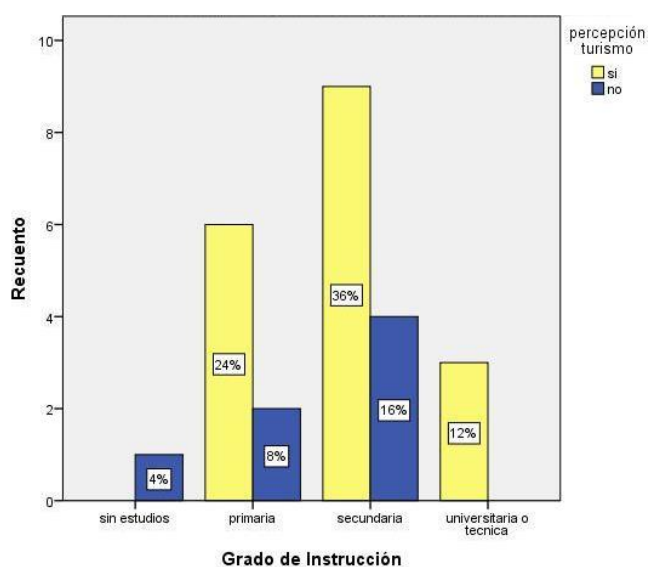


Figura 16: Grado de Instrucción y su percepción turismo en MV

3.1.5. Participación de los Pobladores en la Actividad Turística

Las preguntas anteriores solo reflejaban teóricamente la comprensión del potencial turístico de la Reserva Natural. En las siguientes preguntas se busca trasuntar su compromiso para poder desarrollar el turismo.

3.1.5.1. ¿En qué actividades les gustaría participar o desarrollar?

Es muy interesante observar la respuesta a estas preguntas, donde se nota claramente voluntad participativa de las mujeres, tal como consta en el cuadro 10

Tabla 10: Sexo y actividades a desarrollar en la que participaría

sexo de los pobladores	venta de comida		artesanía		paseo en caballo o bicicleta		alojamiento		ninguna		Total	
	Cant	%	cant	%	cant	%	cant	%	cant	%	cantidad	%
femenino	4	16	3	12	6	24	3	12	0	0	16	64
masculino	6	24	0	0	0	0	0	0	3	12	9	36
Total	10	40	3	12	6	24	3	12	3	12	25	100

Fuente: Encuesta realizada entre marzo y junio 2019

Se encuentra que existe una casi natural expresión en lo que proponen. El 16 % de las señoras que desean participar en venta de comida están pensando en su calidad “chef”, en preparar comidas para vender. Sin embargo, el 24 % de varones que pensaron en esta actividad manifestaron su visión de emprendedores, poner un restaurante para la venta de comidas. En la figura 17, nos muestra otros detalles de las actividades que se podrían desarrollar en el turismo de la zona según el sexo

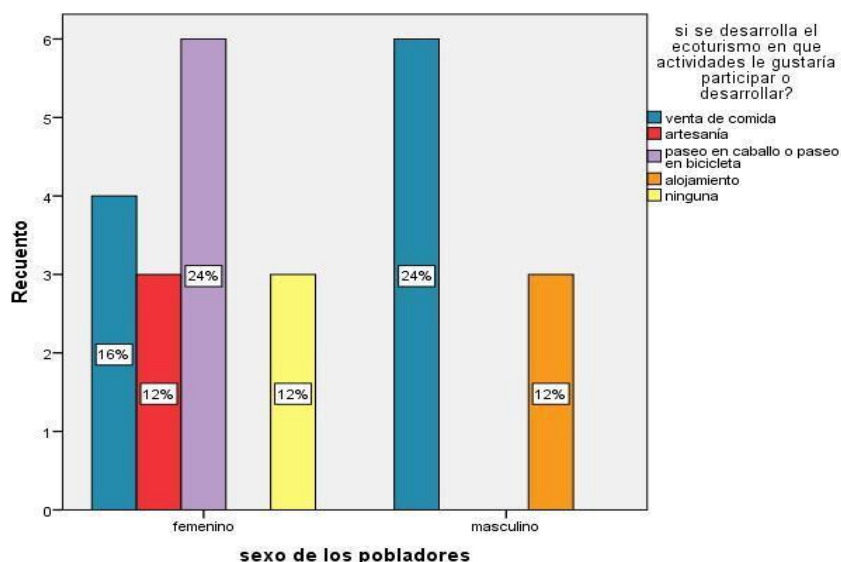


Figura 17: Sexo y actividades a desarrollar en las que participaría

Lo que llamó la atención es que ningún varón seleccionó la actividad de paseo de caballos y bicicleta, pero el 24 % de mujeres lo seleccionaron, pensando en que ellas desde su hogar podían alquilar los animales o las maquinas. El 12 % de mujeres que seleccionó la artesanía, tiene esa tradición familiar (algunos de sus padres eran artesanos), ellas cultivaron la orfebrería y los tejidos. Solo el 12 % de los encuestados indicó que les gustaría emprender en la pequeña industria hotelera a través de alojamientos para participar en las actividades que desarrollan el turismo. Se debe indicar que hubo personas muy reacias a participar (12%), por tanto, manifestaron su disconformidad indicando que no seleccionaban ninguna y no dieron alternativas.

3.1.5.2. ¿Qué Actividades de Recreación se Podría Promover el Desarrollo del Ecoturismo?

Después de plantearse la pregunta en que actividades ellos podrían participar, se les preguntó sobre otras actividades sugeridas relacionadas con la recreación y cultura, ellos y ellas se inclinaron por las siguientes actividades, cuyos resultados se muestra en el cuadro N 11 y la figura 18.

Tabla 11: Sexo y actividades de recreación que se podría promover en el desarrollo del turismo

	Caminatas		senderismo		estudio de flora y fauna		otros		Total	
	Cant	%	Cant	%	Cant	%	Cant	%	Cant	%
femenino	6	24	1	4	3	12	6	24	16	64
masculino	4	16	3	12	2	8	0	0	9	36
Total	10	40	4	16	5	20	6	24	25	100

Fuente: Encuesta realizada entre marzo y junio 2019

Lo que puede percibirse en el cuadro es que los pobladores del centro poblado “Zancudito” no han valorado la importancia que tiene la flora y fauna de la Reserva Natural Montes de la Virgen, pues solo el 20% (5 pobladores) indican la necesidad de realizar esta actividad. La fauna de la reserva es casi singular, ya que se constituye en unas de las pocas zonas de la región Lambayeque donde habitan esas especies: las iguanas, el Huerequeque, los chiscos, el zorro de la costa, y las lechuzas (solo el 20 % indica que podría ser una buena actividad recreacional). En otros lugares del mundo, el turismo de naturaleza o ecoturismo o turismo ecológico tiene mucha acogida. Lo importante es saber cómo poner en valor las bondades de la flora y fauna natural de la zona. La figura 18 nos detalla más resultados

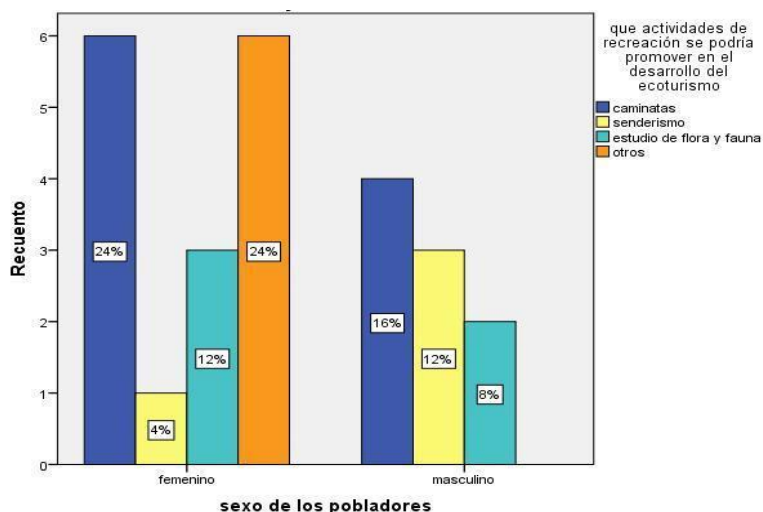


Figura 18: Sexo y actividades de recreación

La figura muestra que las caminatas por la Reserva Natural, puede ser un excelente pasatiempo para fomentar el turismo, ya que el 40 % (entre varones y mujeres) se inclinaron por esta actividad. Y si se homologa el senderismo (caminata con ruta e itinerario establecido), con la simple caminata, esta actividad alcanzaría una aprobación del 56 %.

3.1.5.3. ¿Cuánto invertiría en el turismo de su localidad?

El cuadro 12 presenta la voluntad del poblador encuestado a invertir en turismo según el ingreso familiar, el mismo que se relacionó con la línea de pobreza.

Tabla 12: Ingreso familiar y monto potencial de inversión en turismo

		S/ 00 -499		S/ 500 – 2000		S/ 2001 -5000		Total	
		Cant	%	Cant	%	Cant	%	Cant	%
ingreso familiar según pobreza	705 a 1408 soles	1	4	0	0	0	0	1	4
	1409 a 2000	6	24	9	36	3	12	18	72
	2001 a 4000	2	8	1	4	3	12	6	24
	Total	9	36	10	40	6	24	25	100

Fuente: Encuesta realizada entre marzo y junio 2019

Como se observa en el cuadro, los pobladores con un ingreso familiar

menos de dos mil soles mensuales, el 24 % indica que no invertiría ningún sol, el 40% si invertiría, y lo haría con montos que oscilan entre quinientos y dos mil soles (la

gran mayoría se inclinó por S/. 500.00 soles). En la figura 19 se muestran la disposición de los pobladores por invertir en turismo, según su nivel de ingreso familiar.

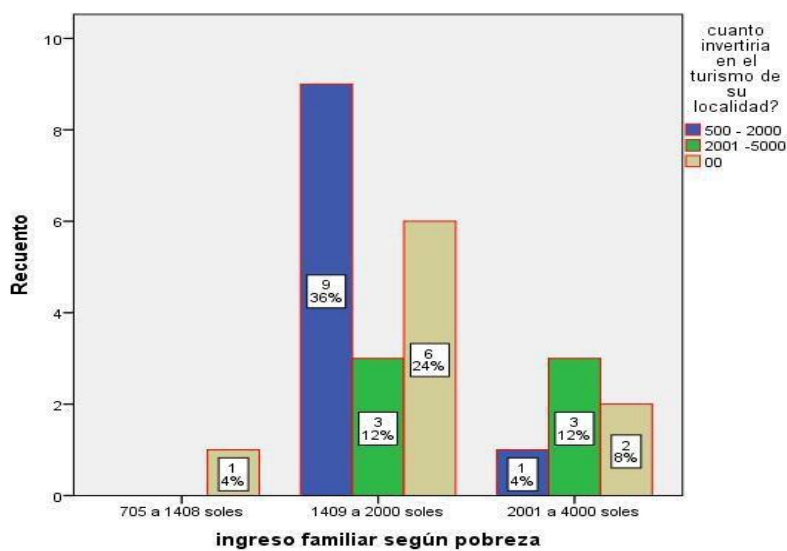


Figura 19: Ingreso familiar y monto potencial de inversión en turismo

También se observa que el 8 % de los pobladores que tienen un ingreso familiar entre dos mil y cuatro mil soles no invertiría ningún sol. Estas cifras (36 % en total de los que no quieren invertir) denotan la poca disposición de arriesgar su pequeño capital de ahorro en actividades que resultan para ellos todavía desconocidos. Pero pensando positivamente, existe un 64 % que, si arriesgarían su capital, denotando emprendedurismo, y deseos de conseguir nuevos ingresos para mejorar su nivel de vida familiar.

3.1.5.4. Según la edad ¿Cuánto invertiría en el turismo de su localidad?

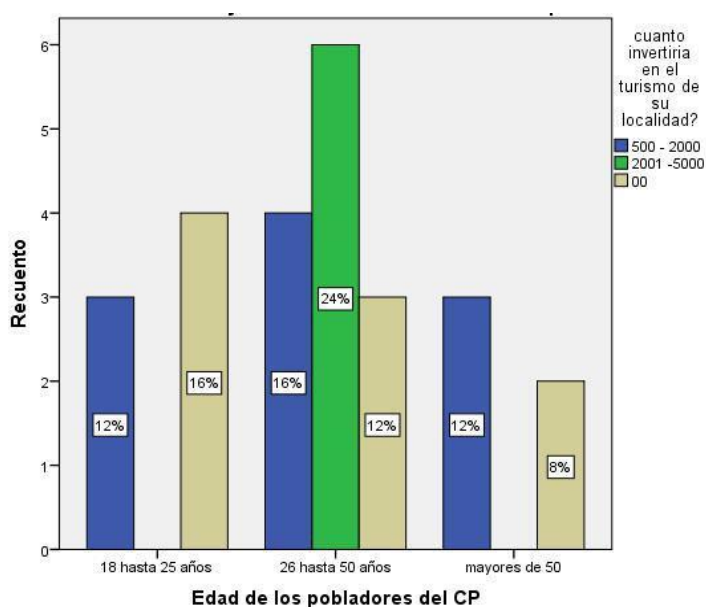
Para analizar la respuesta de los pobladores se muestran el cuadro 13 y la figura 20.

Tabla 13: Edad de los pobladores y su monto de inversión

	S/ 00 - 499		S/ 500 - 2000		S/2001 -5000		Total	
	Cant	%	Cant	%	Cant	%	Cant	%
18 hasta 25 años	4	16	3	12	0	0	7	28
26 hasta 50 años	3	12	4	16	6	24	13	52
mayores de 50	2	8	3	12	0	0	5	20
Total	9	36	10	40	6	24	25	100

Fuente: Encuesta realizada entre marzo y junio 2019

De siete pobladores comprendidos entre los 18 y 25 años, cuatro no quisieron invertir. La mayor cantidad de personas propensas a invertir se encuentran en el grupo etario de 26 a 50 años. En la figura 20 se visualiza mejor este fenómeno

**Figura 20: Edad y capacidad de inversión en turismo del poblador**

Se visualiza claramente en la figura 20 que el grupo más joven es más renuente a invertir (el 16 % manifestó no querer invertir), su incredulidad define sus pocos deseos de arriesgarse. El 24 % del total, que se encuentra en el grupo etario de 26 a 50 son los únicos que se arriesgarían a invertir más de dos mil soles.

3.1.5.5. Si se implementa el ecoturismo en la reserva forestal ¿cómo le gustaría participar?

En el cuadro 14 se muestra la manera los distintos roles o papeles que los pobladores podrían participar al momento en que se implementaría el turismo en la zona, en la modalidad de ecoturismo, o turismo rural etc.

Tabla 14: Roles o funciones en las que participaría el poblador

Roles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Empleado u obrero de la reserva	6	24,0	24,0
Empleado u obrero de los inversionistas	6	24,0	48,0
Socio inversor	10	40,0	88,0
Promotor	3	12,0	100,0
Total	25	100,0	

Fuente: Encuesta realizada entre marzo y junio 2019

El cuadro muestra una consistencia interesante, existe un porcentaje 52% (40 más 12), que busca su propio negocio, que desearía arriesgarse en participar en una actividad económica. También se observa que existe un 48 % que le gustaría ser un trabajador dependiente, mostrando la dificultad para asumir riesgo en un nuevo emprendedurismo.

La figura 21 nos describe la actitud emprendedora del 40% de los pobladores, al querer ser socio de alguna institución o persona natural, o inversores independientes. Pero también el 48 % desean depender básicamente de alguien, como lo expresan “siendo empleado; no chorrea, pero gotea seguro”.

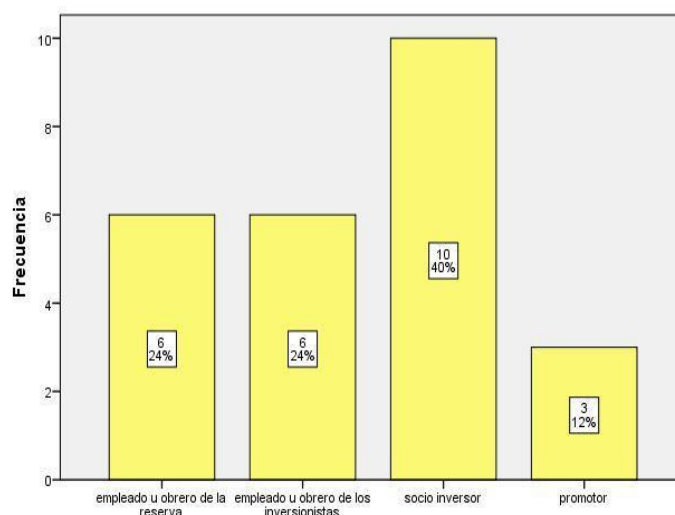


Figura 21: Rol o modo de participación laboral del poblador si se implementara el turismo

3.1.5.6 ¿Se agruparía en asociaciones para el desarrollo del turismo?

Otra pregunta que se propuso para manifestar su compromiso con el desarrollo del turismo, fue la predisposición para utilizar su inversión. Se les propuso, a todas las personas hubieran manifestado interés o tuvieran dudas en ser promotores, y los que dijeron que no les interesaba ser promotores turísticos, que consideraran la posibilidad de asociarse con otras personas o entre ellos para desarrollar una actividad productiva. La respuesta se observa en la figura 22

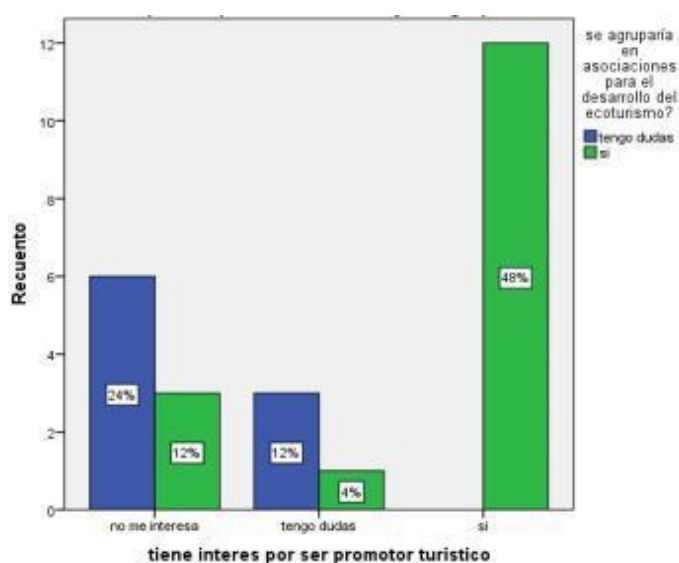


Figura 22: Interés del poblador por ser promotor turístico y su posibilidad para agruparse en asociaciones

La respuesta mostrada en la figura 22 nos indica que el 48 % de los pobladores (que representa el 100 % de los que dijeron que si querían ser promotores) están dispuesto a tener algún tipo de asociatividad. Resulta interesante que de los que indicaron que no les interesaba ser promotores el 12 % (que representa un tercio del 100% de ese grupo) si podría considerar la posibilidad de asociarse, ello indica que a veces las dificultades económicas u otra razón resulta en freno para emprender otras actividades, solo el 24 % resultó consistente en su posición de no querer nada con el turismo.

En el cuadro 15 se puede visualizar mejor la relación de indicadores “interés en ser promotor turístico” y la posibilidad de lograr asociatividad para desarrollar actividades turísticas. El primer indicador tuvo tres probables respuestas, estas se relacionaron con las dos probables respuestas del segundo indicador. Como cosa interesante es que de 4 personas que tenían dudas en ser promotores turísticos, tres continuaron con sus dudas, pero una modificó su punto de vista cuando se le presentó la oportunidad de compartir el esfuerzo, de asociarse en ese emprendimiento. Los tres restantes expresan convincentemente que no desearía ser un promotor turístico, que no les interesa participar.

Tabla 15: Interés por ser promotor turístico y posibilidades de asociarse para el desarrollo del turismo

		Posibilidad para asociarse		Total
		Tengo dudas	si	
Interés por ser promotor turístico	No me interesa	6	3	9
	Tengo dudas	3	1	4
	Si	0	12	12
Total		9	16	25

Fuente: Encuesta realizada entre marzo y junio 2019

3.1.5.7. ¿Participaría activamente en el acopio de basura en Montes de la Virgen?

Dado lo descuidado que se encuentra la periferia de la reserva natural Montes de la Virgen, y pensando en la función de la preservación de la reserva natural, se les preguntó si ellos estarían dispuestos a apoyar con la limpieza y su mantenimiento. De acuerdo con el cuadro 16 las respuestas expresan una agradable sorpresa, se encontró que en todos los niveles de instrucción existe una buena predisposición de las personas a cooperar, porque entienden que esta limpieza más allá de desarrollar el turismo, representa para ellos bienestar, decoro y conservación.

Tabla 16: Grado de Instrucción y su participación en el acopio de basura en Montes de la Virgen

Grado de Instrucción	no		depende		si		Total	
	Cant	%	Cant	%	Cant	%	Cant	%
sin estudios	0	0	0	0	1	4	1	4
primaria	0	0	3	12	5	20	8	32
secundaria	3	12	3	12	7	28	13	52
universitaria o técnica	0	0	0	0	3	12	3	12
Total	3	12	6	24	16	64	25	100

Fuente: Encuesta realizada entre marzo y junio 2019

En la figura 23 se muestra con mayor claridad la predisposición de los pobladores para apoyar con la limpieza de la reserva natural según el grado de instrucción.

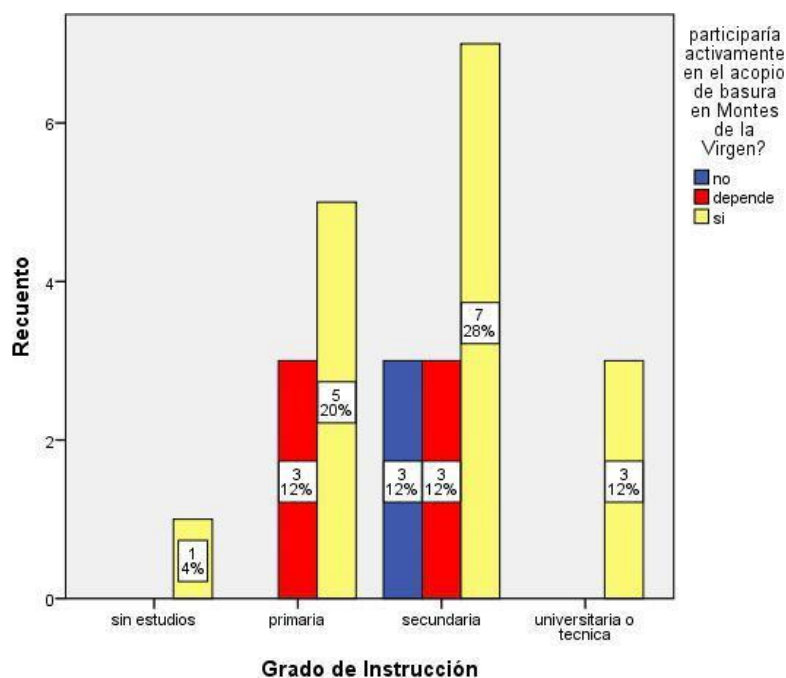


Figura 23: Grado de instrucción y su participación en el acopio de basura

El 64 % de la población al margen de su instrucción no tendría reparos en apoyar con la limpieza y mantenimiento de la periferia de la reserva natural, solo el 12 % de la población declaro abiertamente que no cooperaria. Sin embargo, se puede inferir que no interesa el grado de instrucción para entender la importancia de la limpieza, que se traduce en bienestar social para comprometerse en participar. Desde la persona sin estudios hasta los que estudiaron en universidad o institutos, respondieron que si apoyarían con la limpieza y mantenimiento. El 24 % que condiciono su participación arguyeron varias razones, por ejemplo, que todos participan, si había algún incentivo económico, etc.

En cierta medida, se puede inferir una conclusión sobre la actitud de los pobladores encuestados: existe una excelente predisposición de compromiso y participación de una gran mayoría de las personas, sea que pertenezcan a diferentes estratos educativos o de ingreso familiar.

3.2. Estrategia Social para Fomentar el Turismo en Montes de la Virgen

3.2.1. Fundamentos

Al considerar la teoría de sistemas y la teoría de la acción comunicativa como fundamentos generales de la estrategia a proponer, y habiéndose desarrollado en el marco teórico de la presente tesis, se indicará en este ítem, el COMO estas teorías ayudan a la investigación.

3.2.1.1. Fundamentos Teóricos Generales.

La teoría de sistemas, nos brindará un punto de vista integra u holístico, ya que obliga a considerar los múltiples subsistemas que se interrelacionan y se interesa por la diversidad de relaciones dentro de un sistema, especialmente, los numerosos aspectos del mundo social, que es la razón de nuestra disciplina: la Sociología. Por lo tanto, la compleja relación de las partes no puede analizarse fuera del contexto del todo; no es posible que los hechos sociales y sus componentes sean analizados como hechos sociales unificados; sino por el contrario, todo sistema está relacionado dentro de una red; causa por la cual cada componente está relacionado uno con otro. Además, nos ayuda a entender que ninguna propuesta, explicación o comportamiento de los sistemas es estático, sino que es dinámico, dado por el principio de RETROALIMENTACIÓN. Por tal razón, nada es acabado, todo tiene posibilidades de ser mejorado, incluido esta propuesta o esta explicación.

La teoría de la acción comunicativa, aunque es una teoría desarrollada por un filósofo, tiene un fuerte componente sociológico, pues resalta un punto que es vital en el desarrollo y ejecución de la propuesta, al explicarnos que el mundo social está basado en las relaciones interpersonales y estas se fundamentan en el dialogo, aunque serán reguladas por la economía, política y el estado. Al ser la realidad un conjunto de realidades objetivas y subjetivas, y configurado

predominante por el mundo subjetivo, es imperativo considerar las vivencias de las personas, las relaciones intersubjetivas que se manifiestan mediante el lenguaje y los símbolos que expresan lo que piensan y sienten las personas. La acción comunicativa implica conocer la realidad a través de la comprensión; la cual desarrolla la inteligencia cultural a través de la interacción en la que los sujetos entablan relaciones interpersonales a través de medios verbales y no verbales. La propuesta debe considerar estos puntos para organizar a los pobladores.

3.2.1.2. Principios

Pertinencia: Este principio es vital para la formulación de la estrategia, dado que lo que se proponga debe ser adecuado, oportuno y conveniente, para ello se debe considerar la pertinencia social (exige que se considere las características y relaciones sociales de los pobladores de “Zancudito”), y la pertinencia física (que debe considerarse las características geológicas, y medioambientales de la zona).

Desarrollo Social: la propuesta debe pensarse no solo en términos de crecimiento económico de los pobladores, o progreso social sino en términos de desarrollo social, esto implica la búsqueda del bienestar, satisfacción de cada persona como individuo, y además, como mejora de la comunidad en términos de infraestructura, relaciones comunitaria, propósitos comunes etc.

Emprendedurismo: Estimular el emprendedurismo en los pobladores de “Zancudito”, debe contribuir a salir de su conformismo en términos de incrementar sus ingresos económicos, de relanzar nuevas metas y propósitos de vida, de visualizar a sus coterráneos como potenciales socios de un negocio.

Conciencia de la necesidad de hacer y producir un poco más para crecer como familia y dar valor agregado al lugar o zona donde se vive.

3.2.2. Modelo de la Estrategia Social: Componentes y Relaciones.

3.2.2.1. Modelo gráfico de la Estrategia Social.

Este modelo tiene la influencia del modelo turístico de Leiper, por ser un modelo simple que contempla cinco grandes factores (tres de tipo geográfico: zona de origen del turista, la zona de tránsito, y los otros dos son el turista y la industria turística que tiene que ver con información, mercadeo, alojamiento, centros de alimentación etc.), que además son influidos por agentes externos, en una interacción con los sistemas cultural, económico etc. (Leiper N. 1979).

Ello no significa que se ha trasladado el modelo total a esta propuesta, solo se ha considerado algunos elementos importantes del sistema para desarrollar la propia estrategia, por ejemplo: considerar la zona de origen de los visitantes, información útil para el marketing; también el definir la zona generadora de ese turismo, que no es el CP “Zancudito” o la reserva, sino que tienen que ver con la ubicación de los operadores (agentes de viaje, marketing, reservas etc), en contraste con la zona receptora del turismo donde si deben estar comprometidos los pobladores del CP, Zancudito para brindar los servicios correspondientes. La estrategia social que se plantea, se visualiza en la figura 24:

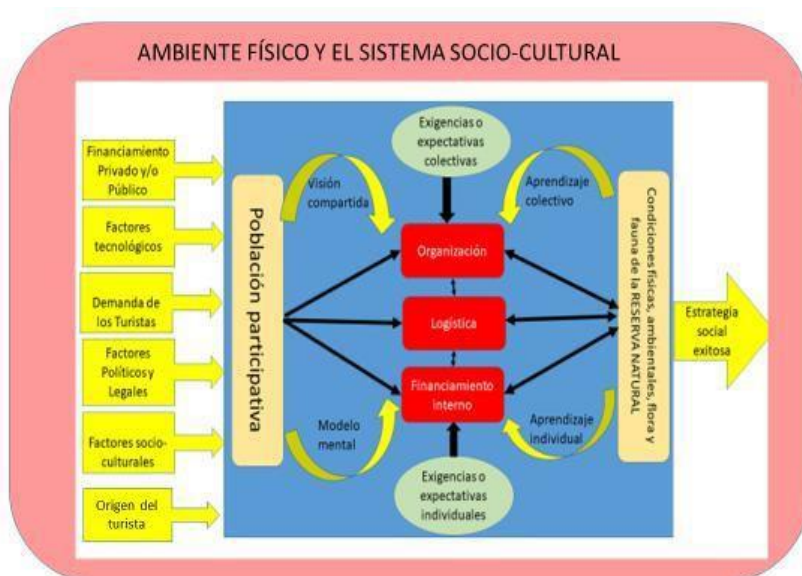


Figura 24: Componentes y relaciones de la estrategia social

3.2 2.2. Análisis de las relaciones entre componentes del modelo

En la figura 24, no se ha consignado la zona o región generadora de turismo, se ha dado por sentado que existirán operadores turísticos que faciliten el proceso de recepción de turismo, pero dado la existencia de otros factores no consignados por Leiper, se ha querido trasladar estos elementos que también impactan el sistema social y económico, en la estrategia planteada. La figura muestra los componentes de la estrategia social propuesta, donde la población con una característica especial, ser muy participativa, se constituye en el fundamento de la estrategia; teniendo como referente esencial las características físicas, ambientales, de flora y fauna de la Reserva Natural del Monte de la Virgen; En la interacción población-Reserva Natural, se van definiendo la organización social y la organización de las actividades que tendrán que configurarse para llevar a cabo todas acciones de la estrategia.

La logística, es otro componente importante del modelo. Esta debe tener en cuenta la forma como se han organizado los pobladores, para poder brindar una integración funcional a cada uno de los componentes, procesos y acciones que debe realizarse.

Una logística que permita integrar a los diferentes emprendedores, de modo que puedan ahorrarse costos tanto en la compra de insumos, como para la ejecución de sus actividades. Además, responder con rapidez a las diversas y exigentes demandas de los turistas.

Indudablemente, que el modelo muestra que la estrategia social debe considerar las exigencias o expectativas de la comunidad, y debe coexistir con las exigencias y expectativas individuales sobre el negocio que van a desarrollar, ya que pondrán en riesgo su pequeño capital y el esfuerzo y tiempo que le quitarán a sus familias. El componente integrador, debe ser la visión compartida que ellos tengan del negocio o de la actividad turística, ello exigirá que todos los actores sociales que deseen participar en el proceso deben ser capacitados previamente, ya que cada uno parte de un modelo mental diferente producto de sus

vivencias previas, de su formación académica etc., y que puede ser un componente facilitador u obstaculizador en la aplicación de la estrategia. Por ello, se espera que a través de la capacitación cada actor social aprenda como individuo y como parte de un equipo para ejecutar las actividades con eficiencia.

En esta estrategia social, es vital que los pobladores estén preparados previamente a cualquier actividad de organización, inversión etc. Es necesario que ellos aprendan los conceptos básicos de su nueva actividad empresarial o de participar como trabajador en los servicios turísticos. Luego, deberán decidir la forma de organizarse para realizar este emprendimiento – como empresarios individuales, empresarios individuales formando “clúster”, o como empresas asociadas (cooperativas, asociaciones, etc.). Finalmente, deberían normalizar en reglamentos, estatutos, algún otro mecanismo que permita fijar las reglas de juego para desarrollar este emprendimiento. La estrategia se basa en el conocimiento previo que deben adquirir los pobladores, dado que el conocimiento bien utilizado ayuda a reducir riesgos y fracasos. Es importante que ellos se sientan protagonistas de sus propios cambios, de participar a través de la acción comunicativa tal como lo expresó Habermas.

Por esa razón es importante tomar en cuenta los modelos mentales de los pobladores, recordando que estas estructuras cognitivas les facilitan percibir el mundo, la sociedad y sus relaciones, a través de sus prejuicios, intereses y conocimientos; ya que ello incide en sus comportamientos personales. Tomar en consideración los modelos mentales individuales, la estrategia social debe propiciar la construcción de modelo mental específico para esta actividad turística, reforzando las cosas positivas de sus modelos individuales a través de la sensibilización o buscando opacar las cosas que obstaculicen o perjudiquen el logro de los objetivos.

De modo que, en los programas de capacitación se logre construir un modelo mental consensuado, vía la acción comunicativa. Este proceso

de construcción debe hacerse en función de una visión conjunta que todos deben compartir. Una visión de futuro común, unos objetivos y metas que lo sientan propio, para lograr sentido de PERTENENCIA Y COMPROMISO. Comprendiendo que conceptualmente, el enfoque de sistema ayuda a desarrollar el pensamiento sistémico, permitiría que los pobladores de “Zancudito”, miren las actividades desde un punto de vista holístico, desde un punto de vista integral e integrado, es decir, “mirar mi actividad individual, enmarcada dentro y en relación de todas las actividades a desarrollar”.

El modelo admite que, como un sistema, su comportamiento va a estar influenciado por variados factores, entre ellos los legales, económicos (financiamiento público o de organizaciones privadas), políticos etc., formando un entorno complejo que van a influir en el desarrollo de la estrategia; por tanto, son elementos que necesariamente deben tomarse en cuenta para el diseño de la estrategia.

3.2.2.3. Características Básicas de la Estrategia social.

Las características básicas de la estrategia social propuesta se observan en la figura 25



Figura 25: Características básicas de la estrategia social

Elaborar los objetivos de cada actividad en la propuesta, organizar cada grupo que desee participar según los intereses económicos de cada individuo, ejecutar y gestionar los servicios o actividades que se pretenden brindar al turismo etc., requerirá permanente sesiones individuales y de grupo para poder concretarlas. Esto implica DIALOGAR, conocer los mundos subjetivos de los pobladores y de aquellos agentes externos que podrían participar en la ejecución de esta propuesta.

3.3. Opinión de expertos

Para validar la estrategia social (que fue enunciado en la hipótesis), se consultó a tres sociólogos expertos de la región Lambayeque, para que opinaran sobre la estrategia social que se ha propuesto, que tiene como objetivo, fortalecer el turismo en la reserva natural “Montes de la Virgen” de la ciudad de Lambayeque. Los expertos son.

- Dra. Mirian Vargas Saavedra: licenciada en Sociología, Maestra en Ciencias Sociales, con mención en Gestión Pública y Gerencia Social, Doctora en gestión Pública y Gobernabilidad, Docente Contratada en la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas de la UNPRG.
- Lic. Manuel Vidaurre Yerrén: Vice Decano del Colegio de Sociólogos de Lambayeque, Regidor de la Municipalidad de Lambayeque, Candidato a Maestro en Docencia Universitaria e Investigación Educativa.
- Lic. Ángel Manuel Sandoval De la Cruz. Licenciado en Sociología, Director (E) en el Museo de Sitio Túcume Setiembre-2019, Director (E) en el Museo de sitio Túcume octubre 2018, Gestor comunitario, Administrativo en el Museo de Sitio Túcume.

A cada uno de los evaluadores expertos se les envió la siguiente carta “Lambayeque 20 de mayo de 2021

Sr. Lic.

La presente tiene por finalidad solicitar su colaboración para conocer su punto de vista

experto en la validación de la ESTRATEGIA SOCIAL presentada para FORTALECER el turismo en la reserva forestal, y que forma parte de la investigación para optar el título profesional de licenciado en Sociología denominado “Estrategia Social para fortalecer el turismo en la Reserva Forestal Montes de la Virgen, 2021” Adjunto, la Introducción, parte de los resultados y la Estrategia Social para que le sirva como insumo para obtener su valiosa ayuda de experto que me permitirá validar la hipótesis planteada. Un apoyo en torno a las siguientes interrogantes planteadas a continuación:

1. Desde el punto de vista teórico ¿la estrategia social desarrollada tiene una visión sociológica?
2. Que añadiría usted desde el punto de vista teórico a la estrategia social planteada, para darle una visión sociológica.
3. Qué opina usted sobre la concreción de la Estrategia Social, cuya finalidad es el fortalecimiento del turismo en la Reserva Forestal Montes de la Virgen.
4. Que recomendación propone para mejorar la concreción de la estrategia social que tiene como finalidad, el fortalecimiento del turismo en la Reserva Forestal Montes de la Virgen.
5. En términos generales que otra recomendación podía alcanzar.
6. Se podría concluir que la estrategia social planteada fortalece o desarrolla el turismo en la Reserva forestal Montes de la Virgen.

Ruego a usted enviarme sus apreciaciones al siguiente

correo: rmusayonh@unprg.edu.pe

Agradezco de antemano su valiosa colaboración; me despido de usted.” Por lo que agradezco a cada uno de los expertos por sus comentarios que ha sido valorada conjuntamente con el Dr. Carlos Ravines Zapatel, asesor de la tesis. De modo que pudo aprovecharse para enriquecer la tesis. Sin embargo, incorporamos algunas apreciaciones generales de los expertos y comentarios de la investigadora al respecto, a las preguntas planteadas (Sus respuestas detalladas se encuentran en el anexo 5). Debo indicar que el Lic. Ángel Manuel Sandoval De la Cruz hasta el 03 de junio del presente año, no

respondió a la carta enviada, aun cuando se comprometió a hacerlo.

A la primera pregunta. Desde el punto de vista teórico ¿la estrategia social desarrollada tiene una visión sociológica? El licenciado Vidaurre, nos ilustró indicando la definición de una estrategia social que coincide con la propuesta realizada en el trabajo de investigación, interpretándose, por tanto, como un común acuerdo con el concepto de la estrategia planteada. Lo mismo sucedió con el caso de la Dra. Vargas, añadiendo ella para esta pregunta que para “su aplicación [...] era necesario contar con un método o marco lógico”. Creemos que esa apreciación es correcta, y por tanto debería considerársele en la etapa recomendada, es decir cuando se aplique o ejecute la estrategia. Por ahora solo estamos proponiendo la estrategia social.

Respecto a la segunda pregunta ¿Que añadiría usted desde el punto de vista teórico a la estrategia social planteada, para darle una visión sociológica? La Dra. Vargas indicó que debería incorporarse “La teoría de las organizaciones”, que es una teoría del campo de la administración o gerencia, y que seguiremos su sugerencia indicándolo en el ítem recomendaciones para que sea considerado en futuras investigaciones. El Lic. Vidaurre sugirió que debería añadirse la “Teoría de la acción comunicativa o de la acción social”; sugerencia que entendemos confirma el fundamento teórico propuesto para esta investigación desde el proyecto de investigación. Esta teoría ha sido desarrollada en el marco teórico y considerada en el desarrollo del modelo de la estrategia social planteada.

La tercera pregunta, que consideramos muy importante, para efectos del trabajo de investigación, dice ¿Qué opina usted sobre la concreción de la Estrategia Social, cuya finalidad es el fortalecimiento del turismo en la Reserva Forestal Montes de la Virgen? Textualmente la Dra. Vargas indica “Es necesario sustentar en base al marco de las políticas públicas, articular con el planeamiento estratégico del territorio, complementar con responsables de las acciones estratégicas para la aplicación de la estrategia.” En la misma línea lo plantea el Lic. Vidaurre. Esta apreciación es vital en la visión planificadora de ARRIBA HACIA ABAJO, y en el diagnóstico nos encontramos que a nivel del gobierno regional y del gobierno municipal no existen esas políticas o planes de desarrollo del turismo en la reserva “Montes de la Virgen”: Por ello ante esa carencia, la academia a través de las investigaciones de sus estudiantes, plantea contribuir con el desarrollo social y turístico de ese espacio, haciendo un giro en el proceso de planificación, yendo de ABAJO HACIA ARRIBA, que refleja la posición de esta

investigación. Ante la ausencia de propuestas de los niveles políticos y administrativos correspondientes, se busca suplir con las investigaciones universitarias.

Ante la pregunta ¿Que recomendación propone para mejorar la concreción de la estrategia social que tiene como finalidad, el fortalecimiento del turismo en la Reserva Forestal Montes de la Virgen? La Dra. Vargas señala con acierto que debería incorporarse los “los tiempos de implementación de la estrategia”. Para esta investigación esto resulta no solo complicado sino hasta imposible debido a la incertidumbre para el desarrollo regional generado por la pandemia, y la desidia de las autoridades para el desarrollo específico del sector “Montes de la Virgen”, tal como fue expuesto en el diario la Industria del 22 de mayo del 2021 con el artículo “Montes de la Virgen en total abandono”. El Lic. Vidaurre en términos generales indica textualmente que haya “la participación más activa de las instituciones comprometidas con el trabajo turístico”; planteamiento que también es nuestro anhelo pero que escapa a las características e influencia de esta investigación, en la medida en la investigadora no puede influir en la conducta de los funcionarios municipales o regionales.

En la quinta pregunta ¿En términos generales que otra recomendación podría alcanzar? La Dra. Vargas señala la necesidad de una “La articulación institucional con la municipalidad provincial de Lambayeque y por tanto con su unidad orgánica de desarrollo económico local, entre otras asociatividades o instituciones que fomenten el desarrollo económico local”. Y el Lic. Vidaurre da su apreciación o recomendación adicional tomando en consideración una visión interna del proyecto, al sugerir la modificación de los objetivos, tanto el objetivo general y los específicos. Recomendación que resulta difícil de cumplir, en la medida que el proyecto de investigación ha sido aprobado con esos objetivos por un jurado y el asesor de la tesis. Esto equivaldría a rehacer el proyecto para iniciar un nuevo proceso de investigación.

Respecto a la última pregunta ¿Se podría concluir que la estrategia social planteada fortalece o desarrolla el turismo en la Reserva forestal Montes de la Virgen? Como se ha observado a la luz de las respuestas de los expertos, la estrategia social planteada en la presente investigación, que como todas las cosas humanas es perfectible, si puede cumplir con el fortalecimiento del turismo en la zona “Montes de la Virgen”. Textualmente el Lic. Vidaurre da su siguiente apreciación “La estrategia social bien estructurada, planificada y dirigida al fin determinado se concluiría que si se logra

fortalecer el turismo en dicha reserva natural”. Entendemos que con esta posición se cumple el objetivo de la estrategia planteada. Sin embargo, continúa comentando “Para la cual lo visualizaremos con el cumplimiento de los objetivos, buscando siempre la coherencia lógica de abajo hacia arriba. En la cual no he encontrado esta coherencia lógica en dicha investigación”. Creemos que en su coherencia discursiva hace alusión a la pregunta anterior, donde sugiere que debe modificarse los objetivos (general y específicos) sin precisar cuál de los objetivos y porque lo señala. Por lo que se expresó en el ítem anterior, seguir esa recomendación resulta en una imposibilidad académica, debido a que el jurado y asesor de la tesis aprobaron esos objetivos.

CAPÍTULO IV:

CONCLUSIONES

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES

- La Reserva Forestal Montes de la Virgen es un gran atractivo turístico reconocidos por pobladores del Centro Poblado “Zancudito” y organismos gubernamentales (Gerencia Regional de Recursos Naturales y Municipalidad de Lambayeque).
- Los pobladores son mayoritariamente jóvenes con un 52 % (edad 26 a 50 años), tienen un aceptable grado de instrucción (el 64% tiene instrucción secundaria y superior), el 72% percibe el turismo rural como una opción de desarrollo, y en ese mismo porcentaje aproximadamente estaría presto a participar en las actividades turísticas.
- El fortalecimiento del turismo en la reserva forestal Montes de la Virgen es muy factible dado el compromiso de los pobladores, ya que el 64% de las familias quisieran invertir en turismo con un promedio de S/ 3000.00 soles, y el 50% desea ser socio o asociarse con otros inversionistas, estas personas fluctúan entre 26 a 50 años de edad.
- La estrategia social planteada para fortalecer el turismo tiene una visión holística, y como fundamentos teóricos la Teoría de sistemas y la teoría de la acción comunicativa, y su esencia está en la participación y compromiso de los pobladores del CP “Zancudito”, y según los expertos, tiene el potencial de fortalecer el turismo en la reserva natural.

CAPÍTULO V:

RECOMENDACIONES

CAPÍTULO V: RECOMENDACIONES

- El desarrollo de la estrategia social presentada para fortalecer el turismo, es de suma importancia para incentivar a los pobladores en el desarrollo de sus capacidades para la formación de asociaciones que impulsen el desarrollo entre ellos mismos, y para futuras investigaciones debería considerarse “La teoría de las organizaciones”, que es una teoría del campo de la administración o gerencia, para las organizaciones de los pobladores del CP “Zancudito”.
- Debe desarrollarse un proceso de sensibilización a los funcionarios de los organismos públicos en los diferentes niveles de gobierno, y en los empresarios locales no solo para que inviertan, sino para que compartan sus experiencias de gestión empresarial con los pobladores del CP Zancudito.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez Sousa, A.(s/a). *Cambio social y ocio turístico en el siglo XXI*. Universidad da Coruña. Recuperado de: <http://turismo%20rural/documentos%20de%20estrategia,turismo%20rural%20y%20teorías/documentos%20de%20turismo%20rural/cambio%20social%20y%20ocio%20turistico%20en%20el%20siglo%20XXI.pdf>
- Álvarez Sousa, A. (2005). La contribución del turismo al desarrollo integral de las sociedades receptoras. Aspectos teórico- metodológicos. *Política y sociedad*, Vol., 42. Núm., 1. p.58
- Álvarez, A. (2003) Estrategia, táctica y técnica: definiciones, características y ejemplos de los controvertidos términos. *Revista digital-Buenos Aires- año 9- N° 60*
- Barrantes N.G, Labrin H.E (2019). *Infraestructura turística cultural como alternativa de solución para fomentar el turismo y contribuir al desarrollo socioeconómico en el distrito de Incahuasi*. Tesis para optar el título profesional de Arquitecto en la Universidad Señor de Sipán. Chiclayo. Perú
- Buades, J. (2014). Exportando paraísos la colonización turística del planeta. *Alba Sub Editorial*. Barcelona.
- Cañada, E. Gascón, J. (2006) Turismo y desarrollo. Herramientas para una mirada crítica. *Fundación luciérnaga- Acción por un turismo responsable*. 1º ed. Managua. Nicaragua. P,8.
- Cieza, Z.; Uriarte, R. y Vela, L. (2017) “*Modelo de turismo sostenible que contribuya al desarrollo económico local: una propuesta para la provincia de Ferreñafe- Lambayeque-Perú, 2016-2021*”. Tesis de licenciatura para optar el título de Economista en la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Lambayeque- Perú.
- Enciclopedia Cubana. (2020). Sistemas. Cuba. Obtenido de la <https://www.ecured.cu/Sistema>.
- Entornos Turísticos, Blog (2020). Clases de Turismo. Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/cuales-son-los-tipos-de-turismo-que-existen/>
- García, O. y Silva, C. (2016). *Promoción turística y desarrollo del turismo en la comunidad*

de Padre Cocha, distrito de Punchana, año 2016. Tesis de licenciatura en la Universidad Científica del Perú, Iquitos, Perú. Obtenido de <http://repositorio.ucp.edu.pe/handle/UCP/171>

Gonzales, A. (2009). El turismo desde un enfoque de sociología constructivista. *Teoría y praxis*. Universidad de Quintana Roo. México.

Guerra P. M. (2015). *Habermas. La apuesta por la democracia*. Editorial Bonallettera Alcompas S.L. España.

Habermas, J (1987). *La teoría de la acción comunicativa*. (tomo I: Racionalidad de la acción y racionalización social. Tomo II: La crítica de la razón funcionalista). Editorial Taurus. Madrid.

Hashimoto E. (2010). Como elaborar proyectos de investigación desde los tres paradigmas de la ciencia. Editorial de la Universidad Nacional de Cajamarca. Cajamarca-Perú.

Hernández C, Fernández R, Baptista P. (2006). Metodología de la investigación. Cuarta edición. Editorial Mcgraw-Hill. México.

Husted, B. W.; Salazar J. de J. (2005). *Un estudio exploratorio sobre la estrategia social de empresas grandes ubicadas en México*. Rev. Contaduría y Administración, núm. 215, enero-abril, 2005. Universidad Nacional Autónoma de México Distrito Federal, México

Johansen B.O. (2004). *Introducción a la Teoría General de Sistemas*. Editorial. Limusa. México

Ledhesma M (2018). *Tipos de turismo: nueva clasificación*. 1a ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Editorial OMPT. Libro digital, ISBN 978-987-42-6773-31.

Leiper Neil (1979). *The framework of tourism, Annals of tourism Research*. 6(4): 390-407

López, A. Curiel, J. (2010) El turismo sostenible como dinamizador local. *Observatorio medioambiental*. Vol.13.

Luhmann Niklas (1998). *Sistemas Sociales: Lineamientos para una teoría general*. Editorial Anthropos/Universidad Iberoamericana/CEJA, Pontificia Universidad javeriana.

México.

- Mego F.L. (2018). *Modelo estratégico de turismo sostenible como motor de crecimiento económico de la provincia de Bagua-región Amazonas en el periodo 2019-2023*". Tesis de licenciatura para optar el título de Economista en la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Lambayeque- Perú
- Menéndez, F. (2011). *El desarrollo de la economía local en base al turismo sostenible en el cantón de Atacames de la provincia de Esmeraldas*. Tesis de licenciatura., Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/2283>.
- Moguel R. V., y Moreno A. S. (2005). *Estrategias sociales: de la sobrevivencia a la contingencia*. Papeles de Población, octubre-diciembre, número 046 Universidad Autónoma del Estado de México. Toluca, México pp. 139-159
- Morera, C. (2006) *Concepto y realidad del turismo rural en Costa Rica*. Revista mensual sobre la actualidad ambiental. ISSN 1409-214X. N° 150. Marzo 2006. Recuperado de www.ambientico.una.ac.cr
- Noriega P. V. (2018). *Análisis de la situación desde la perspectiva de la oferta para el desarrollo turístico sostenible en la reserva forestal montes de la virgen, distrito de Lambayeque*. Tesis presentada para optar el Título de Licenciado en Administración Turística para la Universidad de Lambayeque. Lambayeque.
- OMT (2007). Ocho definiciones para entender que es el turismo. Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/8-definiciones-para-entender-que-es-el-turismo/>Para Porter M. E. y Kramer M. R. (2006). *Estrategia y sociedad* Harvard Business School Publishing Corporation - América Latina.
- Rodríguez, T. (2009) El concepto de estrategia. En el análisis de los actores políticos. *XXVII congreso de la asociación latinoamericana de sociología. VIII jornadas de sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación latinoamericana de sociología, Buenos Aires*.
- Sancho, A. (1998). *Introducción al turismo*, Madrid, Madrid: Organización Mundial del Turismo (OMT).

Schenkel, E. (2019). Turismo social en América Latina. Aprendizajes de las experiencias regionales. *Alba Sud editorial*. N 10. Barcelona.

Semanario Expresión (2016). *Reserva Montes de la Virgen: Gobierno Regional invirtió siete millones de soles en conservación y restaura*. Seminario Expresión. Edición N° 963. Semana del 26 de mayo al 2 de junio. Tomado de www.semanarioexpresion.com/presentacion/noticias2.php?noticias=433&categoria=regional/ediciónbuscada=963.

Solano, L. (2006). Turismo rural comunitario en Costa Rica. Revista mensual sobre la actualidad ambiental. ISSN 1409-214X. N° 150. Marzo 2006. Recuperado de www.ambientico.una.ac.cr

Velasco, J.C. (2013). *Habermas Jurgen. El uso público de la razón*. Editorial Alianza. Madrid.

Vinasco, M. (2017). Marco teórico para la construcción de una propuesta de turismo rural comunitario. *Revista de investigación agraria y ambiental*. Vol.8. N°

Von Bertalanffy L. (1989). *Teoría General de los Sistemas. Fundamentos, desarrollo, aplicaciones*. (séptima reimpresión). Fondo de Cultura Económica. México.

Wilkis, A. (2004). Apuntes sobre la noción de estrategia en Pierre Bourdieu. *Revista argentina de Sociología*.

Wikipedia (s/a). Acción Comunicativa. Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Acci%C3%B3n_comunicativa

Zimmer P. y Grassmann S. (1996): Seminario LEADER. Sierra de Gata – Extremadura, España.

ANEXOS

ANEXO I

Encuesta dirigida a los pobladores del Centro Poblado zancudito

Encuesta a los ciudadanos

Tenga un cordial saludo, con la presente encuesta se pretende diseñar una estrategia de gestión comunitaria para fortalecer el desarrollo turístico sostenible en la reserva forestal Montes de la Virgen del distrito de Lambayeque. Le pedimos su sinceridad, ya que la información brindada será confidencial con fines de la investigación. Muchas gracias por su colaboración.

1. INFORMACIÓN GENERAL

Edad: **Sexo:** femenino () masculino ()

Nivel de instrucción: s/e () primaria ()

secundaria() superior ()

Ocupación: independiente (.) obrero () empleado () profesional ().

Ingreso familiar mensual: menos de 2000 () entre 2000 y 4000 () más de 4000 ()

II PREGUNTAS SEGÚN DIMENSIONES

<i>Ítems</i>		<i>Respuestas</i>
	SOCIAL	

	¿Cree usted que la reserva Montes de la Virgen tiene potencial turístico?	No	SI		
	Tiene interés por ser promotor turístico	No	Depende	Si	
	Sabe si en su localidad existe inversión turística de fuera	No	Depende	Si	
	Conoce de alguna asociación turística en su localidad	No	Depende	Si	
	Le gustaría invertir en el sector turístico	No	Depende	Si	
	Económico				
	Cuanto invertiría en el turismo de su localidad	S/500 a 2000	2001 a 5000	5001 +	00
	¿si se desarrolla ecoturismo, que actividades le gustaría desarrollar o participar?	Venta de comida	Artesanía	Paseo en caballos/paseo en bicicleta	Alojamiento
	¿qué manualidades realiza su familia que podría venderse a los visitantes?	Artesanía	Bordado	Orfebrería	Otros

	Cultural				
	¿qué actividades de recreación se podría promover en el desarrollo del ecoturismo?	Caminatas	Senderismo	Estudio de flora y fauna	Otros
0	¿qué fiestas patronales o tradicionales se celebran en su Centro Poblado?	1. 2. 3.			
	Técnico/estructura				
0	Hace uso de las redes sociales	No uso	Poco uso	Mucho	
1	Estado de la vía de acceso a la Reserva Forestal Montes de la Virgen	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno
2	Servicio de informes sobre la reserva Forestal Montes de la Virgen	No existe	Deficiente	Eficiente	
3	¿Tiene conocimiento de servicio de guardianía y vigilancia	No existe	Deficiente	Eficiente	

	en la Reserva Forestal Montes de la Virgen?				
	Estrategia social				
	Participación ciudadana				
4	Si se implementa el ecoturismo en la Reserva forestal Montes de la Virgen. ¿cómo le gustaría participar?	Empleado/obrero de la reserva	Empleado u obrero de los inversionistas	Socio inversor	Promotor
5	¿Se agruparía en asociaciones para el desarrollo del ecoturismo en la Reserva Forestal Montes de la Virgen?	No	tengo dudas	Si	
	Acciones políticas				
6	Participación del gore en impulsar el turismo en la Reserva forestal Montes de la Virgen	No	Si		
7	Participación del municipio en impulsar el turismo en la Reserva Forestal Montes de la Virgen	No	Si		
	Acciones ecológicas -ambientales				

8	Se comprometería a cuidar gratuitamente la biodiversidad de la Reserva Forestal Montes de la Virgen	No	Depende	Si	
9	Participaría activamente en el acopio de basura en la Reserva Forestal Montes de la Virgen; si su organización promueve el turismo	No	Depende	Si	

ENTREVISTA A LOS FUNCIONARIOS DE LA MUNICIPALIDAD DE LA PROVINCIA DE LAMBAYEQUE

Dirigida a la Sub Gerencia de promoción y desarrollo turístico de la MPL

¿Qué medidas se ha tomado para conservar las zonas reservadas que impulsa el turismo en Lambayeque?

¿Tienen conocimiento de la Reserva Forestal Montes de la Virgen y en qué condiciones se encuentra actualmente?

¿Han tomado algunas medidas de seguridad para la conservación de la
Reserva Forestal Montes de la Virgen?

¿Qué expectativas se tiene de la Reserva Forestal Montes de la Virgen?

¿Es posible o cree usted que la Reserva Forestal Montes de la Virgen se mantenga en su conservación y si está en condiciones de ser un lugar turístico?

¿Tienen conocimiento de las actividades que se está realizando a los exteriores de la Reservada Forestal Montes de la Virgen? ¿Creen que algunas de estas actividades son informales y cuáles son?

¿Se otorgaron licencias de funcionamiento pobladores aledañas a la zona Reservada Forestal Montes de la Virgen y porque razón motivo o circunstancias se hizo?

¿Han aplicado multas y sanciones a los pobladores aledañas a la zona
Reservada Forestal Montes de la Virgen?

¿Han tomado las medidas correctas para mantener en buenas condiciones la flora y fauna en la zona Reservada Forestal Montes de la Virgen?

¿Qué estrategias están empleando para la conservación de la Reserva
Forestal Montes de la Virgen?

¿Han realizado algunas actividades económicas para potenciar el turismo en la Reserva Montes de la Virgen?

¿Hay algún plan publicitario que de énfasis para que la Reserva Montes de la Virgen logre desarrollar su potencial turístico?

¿Existe algún plan de promoción de ventas que potencie el turismo en la Reserva Montes de la Virgen?

¿Cuáles son sus actuales objetivos con la Reserva Montes de la Virgen?

¿Cuáles cree que son los logros más significativos que han tenido con reserva?

ANEXO II

La puntuación z es la cantidad de desviaciones estándar que una proporción determinada se aleja de la media. Para encontrar la puntuación z adecuada, consulta la tabla a continuación:

Nivel de confianza deseado	Puntuación z
80 %	1.28
85 %	1.44
90 %	1.65
95 %	1.96
99 %	2.58

ANEXO III

CALCULO DE LA CONFIABILIDAD DE LA ENCUESTA

Para ello se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach que se basa en la desviación o variación de los datos obtenidos

- ### 1. La fórmula estadística del Coeficiente de Alfa de Cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

K: El número de ítems
 S_i^2 : Sumatoria de Varianzas de los Ítems
 S_T^2 : Varianza de la suma de los Ítems
 α : Coeficiente de Alfa de Cronbach

Un ejemplo de cómo se calculó con Excel.

CÁLCULO CON EL EXCEL

[illegible]

RESULTADOS REALES

Encuesta dirigida a los pobladores del Centroblo de Zancudito INFORMACIÓN GENERAL

Edad: **Sexo:** femenino () masculino ()

Nivel de instrucción: s/e () primaria () secundaria () superior ()

Ocupación: independiente () obrero () empleado () profesional ()

Ingreso familiar mensual: menos de 2000 () entre 2000 y 4000 () más de 4000 ()

II PREGUNTAS SEGÚN DIMENSIONES

Ítems		Respuestas de los entrevistados								
SOCIAL		1	2	3	4	5	6	...	25	Si
1	¿Cree usted que la reserva Montes de la Virgen tiene potencial turístico?	11	11	22	11	11	11	...	11	00.2016
2	Tiene interés por ser promotor turístico	11	11	11	2	1	11	...	13	00.6816
3	Sabe si en su localidad existe inversión turística de fuera	22	12	12	2	2	11	...	22	00.0736
4	Conoce de alguna asociación turística en su localidad	22	12	12	2	2	11	...	22	00.1056
5	Le gustaría invertir en el sector turístico	11	11	11	2	1	11	33	6.6816
9	Participaría activamente en el acopio de basura en la Reserva Forestal Montes de la Virgen; si su organización promueve el turismo	1	1	2	1	1	3		1	0.6816

K= 19 preguntas o ítem

$$\sum Si = 13.035$$

$$\sum St = 64.78$$

El coeficiente Alfa de Cronbach es:

$$\alpha = 0.8032$$

ANEXO IV



ANEXO V

RESPUESTAS DE LOS EXPERTOS

Lambayeque 20 de mayo de 2021

Sr. Lic. Manuel Vidaurre Yerren.

La presente tiene por finalidad solicitar su colaboración para conocer su punto de vista experto en la validación de la ESTRATEGIA SOCIAL presentada para FORTALECER el turismo en la reserva forestal, y que forma parte de la investigación para optar el título profesional de licenciado en Sociología denominado “Estrategia Social para fortalecer el turismo en la Reserva Forestal Montes de la Virgen, 2021”

Adjunto, la Introducción, parte de los resultados y la Estrategia Social para que le sirva como insumo para obtener su valiosa ayuda de experto que me permitirá validar la hipótesis planteada. Un apoyo en torno a las siguientes interrogantes planteadas a continuación:

1. Desde el punto de vista teórico ¿la estrategia social desarrollada tiene una visión sociológica?

Desde el punto de vista teórico la estrategia social, partiendo de su definición como una serie de acciones dirigidas a lograr un fin determinado que es el fortalecimiento del turismo en la reserva forestal montes de la virgen, teniendo como visión sociológica la promoción y el mejoramiento de las condiciones sociales de la población que está en la zona de amortiguamiento de dicha reserva natural.

2. Que añadiría usted desde el punto de vista teórico a la estrategia social planteada, para darle una visión sociológica.

Desde el punto de vista teórico le añadiría a la teoría de la acción comunicativa o de la acción social que tiene que ver con la interrelación naturaleza y el hombre, vale decir es importante fortalecer esta reserva natural y así generar acciones que conlleven a un mejor manejo social de la reserva.

3. Qué opina usted sobre la concreción de la Estrategia Social, cuya finalidad es el fortalecimiento del turismo en la Reserva Forestal Montes de la Virgen. A través de la estrategia social se busca el fortalecimiento de dicha reserva natural y así darle un vínculo

naturaleza, sociedad y turismo, donde la participación de los actores sociales y turísticos se vea comprometida a darle una mejor promoción a dicha reserva natural.

4. Que recomendación propone para mejorar la concreción de la estrategia social que tiene como finalidad, el fortalecimiento del turismo en la Reserva Forestal Montes de la Virgen.

La participación más activa de las instituciones comprometidas con el trabajo turístico y tipo de investigaciones de esta naturaleza que conlleven a tomar acciones inmediatas en bien de esta reserva natural. Y la recomendación más subgerente es una buena elaboración de los objetivos general específicos y una mejor redacción del problema.

5. En términos generales que otra recomendación podía alcanzar. Una mejor elaboración de los objetivos tanto el objetivo general y específicos que busquen una coherencia lógica entre población, autoridades, y la elaboración de la estrategia con la participación de los actores recogidos durante el trabajo de campo.

6. Se podría concluir que la estrategia social planteada fortalece o desarrolla el turismo en la Reserva forestal Montes de la Virgen.

La estrategia social bien estructurada, planificada y dirigida al fin determinado se concluiría que si se lograra fortalecer el turismo en dicha reserva natural. Para la cual lo visualizaremos con el cumplimiento de los objetivos, buscando siempre la coherencia lógica de abajo hacia arriba. En la cual no encontrado esta coherencia lógica en dicha investigación.

Ruego a usted enviarme sus apreciaciones al siguiente correo: rmusayonh@unprg.edu.pe

Agradezco de antemano su valiosa colaboración; me despido de usted

Rosario Musayon Herrera

Bachiller en Sociología.

Lambayeque 17 de mayo de 2021

Srta. Lic. Mirian Vargas

La presente tiene por finalidad solicitar su colaboración para conocer su punto de vista experto en la validación de la ESTRATEGIA SOCIAL presentada para FORTALECER el turismo en la reserva forestal, y que forma parte de la investigación para optar el título profesional de licenciado en Sociología denominado “Estrategia Social para fortalecer el turismo en la Reserva Forestal Montes de la Virgen, 2021”

Adjunto, la Introducción, parte de los resultados y la Estrategia Social para que le sirva como insumo en para obtener su valiosa ayuda de experto que me permitirá validar la hipótesis planteada. Un apoyo en torno a las siguientes interrogantes planteadas a continuación:

1. Desde el punto de vista teórico ¿la estrategia social desarrollada tiene una visión sociológica?

Es necesario contar con un soporte metodológico para su aplicación y desarrollar la estrategia en base a un marco lógico o método que permita desarrollar una propuesta de fortalecimiento.

2. Que añadiría usted desde el punto de vista teórico a la estrategia social planteada, para darle una visión sociológica.

La teoría de las organizaciones, la teoría del cambio social ayudara a reconocer las acciones de acuerdo a objetivos claros.

3. Qué opina usted sobre la concreción de la Estrategia Social, cuya finalidad es el fortalecimiento del turismo en la Reserva Forestal Montes de la Virgen

Es necesario plantear en que consiste la estrategia, sustentar en base al marco de las políticas públicas, articular con el planeamiento estratégico del territorio, complementar con responsables de las acciones estratégicas para la aplicación de la estrategia.

4. Que recomendación propone para mejorar la concreción de la estrategia social que tiene como finalidad, el fortalecimiento del turismo en la Reserva Forestal Montes de la Virgen

Contar con una propuesta que establezca los componentes, los tiempos de implementación de la estrategia.

5. En términos generales que otra recomendación podía alcanzar

La articulación institucional con la municipalidad provincial de Lambayeque y por tanto con su unidad orgánica de desarrollo económico local, entre otras asociativades o instituciones que fomenten el desarrollo económico local.

6. Se podría concluir que la estrategia social planteada fortalece o desarrolla el turismo en la Reserva forestal Montes de la Virgen.

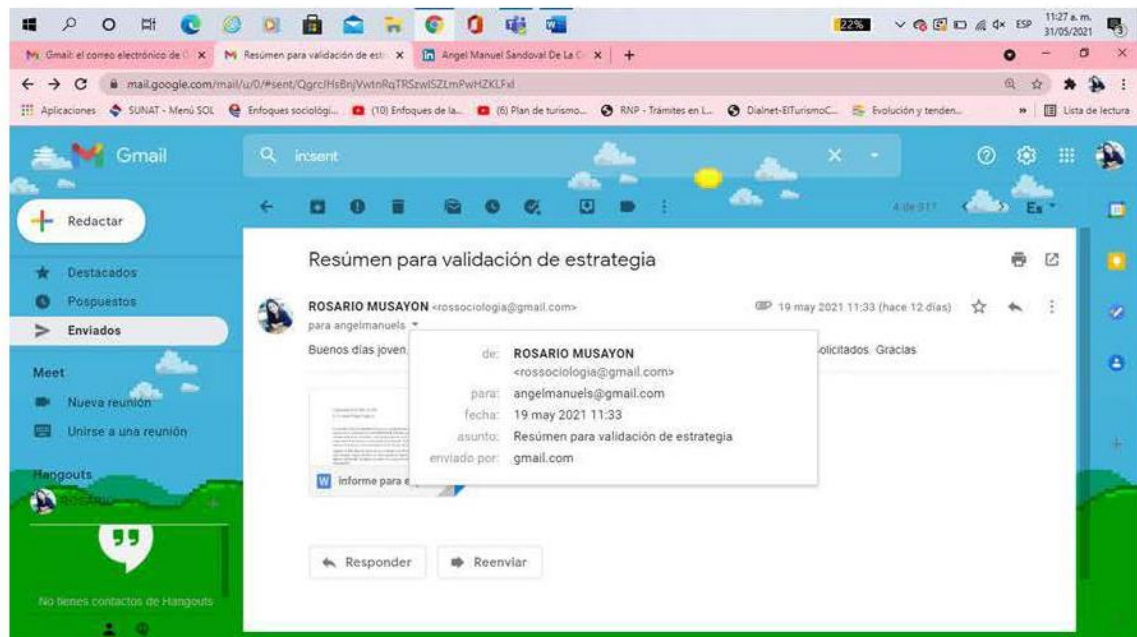
Ruego a usted enviarme sus apreciaciones al siguiente correo: rmusayonh@unprg.edu.pe

Agradezco de antemano su valiosa colaboración; me despido de usted

Rosario Musayon Herrera


Bachiller en Sociología

Lic. Ángel Manuel Sandoval de la Cruz. (No dio respuesta a lo solicitado)



ANEXOS V

INFORMES DE SIMILITUD DEL SOFTWARE TURNITIN




Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por **Turnitin**. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega:	Rosario M 7 Musayon
Título del ejercicio:	Rosario M 7
Título de la entrega:	Rosario Musayon 7
Nombre del archivo:	Rosario_Musayon_Final_7.pdf
Tamaño del archivo:	2.23M
Total páginas:	122
Total de palabras:	23,295
Total de caracteres:	126,789
Fecha de entrega:	06-jun-2021 08:51a.m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega...	1601368778

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS HISTÓRICAS SOCIALES Y
EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE SOCIOLOGÍA



1980

Escuela Social para Formar al Turbante en la Reserva Forestal Monte de
la Virgen del Hilar de Lambayeque, 2005.

Procedido por el Poder Judicial de Lambayeque en Sociología

Autor:


Esc. Mónica Marín, Rosalva Del Pilar

Asesor:

Dr. Ravines Zapata Carlos Eduardo

Lambayeque - Perú

2021



Derechos de autor 2021 Turnitin. Todos los derechos reservados.

Nota. Recibo digital turnitin firmado por el asesor Dr. Carlos E. Ravines Zapatel

Rosario Musayon 7

INFORME DE ORIGINALIDAD

11%

INDICE DE SIMILITUD

11%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

5%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.udl.edu.pe

Fuente de Internet

3%

2

Submitted to Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo

Trabajo del estudiante

1%

3

www.scribd.com

Fuente de Internet

<1%

4

www.iesac.unq.edu.ar

Fuente de Internet

<1%

5

www.semanarioexpresion.com

Fuente de Internet

<1%

6

repositorio.unprg.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

7

www.munilambayeque.gob.pe

Fuente de Internet

<1%

8

diorca2.blogspot.com

Fuente de Internet

<1%

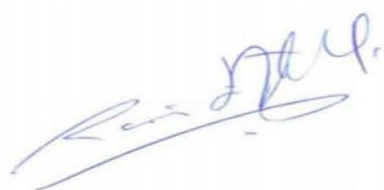
9

hdl.handle.net

Fuente de Internet

		<1 %
21	repositorio.udh.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
22	comejenny.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %
23	documentop.com Fuente de Internet	<1 %
24	www.facso.uchile.cl Fuente de Internet	<1 %
25	core.ac.uk Fuente de Internet	<1 %
26	Submitted to Universidad Anahuac México Sur Trabajo del estudiante	<1 %
27	Submitted to Universidad Nacional de Costa Rica Trabajo del estudiante	<1 %
28	qdoc.tips Fuente de Internet	<1 %
29	sodepaz.org Fuente de Internet	<1 %
30	Submitted to Universidad de San Martín de Porres Trabajo del estudiante	<1 %

31	gtci.com.br Fuente de Internet	<1 %
32	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
33	www.desenredando.org Fuente de Internet	<1 %
34	Submitted to Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) - Sede Ecuador Trabajo del estudiante	<1 %
35	repositorio.unc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
36	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
37	repositorio.unicordoba.edu.co Fuente de Internet	<1 %
38	Submitted to MCI Management Centre Innsbruck Trabajo del estudiante	<1 %
39	Submitted to Universidad Santiago de Cali Trabajo del estudiante	<1 %
40	moam.info Fuente de Internet	<1 %



Nota. Informe de similitud turnitin firmado por el asesor Dr. Carlos E. Ravines Zapatel