

Aspectos Fundamentales de los Proyectos Turísticos y Turismo a Pie en Lima Metropolitana, 2023

Wilder Oswaldo Cajavilca Lagos¹

wilder.cajavilca04@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-7985-3173>

Universidad Nacional Federico Villarreal
Perú

Edinson Antonio Fernández Vega

edinsonf@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-7002-2529>

Universidad Nacional Federico Villarreal
Perú

Judy Giannina Milagros Ghiglino Salazar

giannina.ghiglino@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-8249-3117>

Universidad Nacional Federico Villarreal
Perú

RESUMEN

El presente trabajo de investigación demostró la importancia teórica para definir los aspectos fundamentales de los proyectos turísticos, y también del turismo urbano a pie como una modalidad y alternativa distinta para realizar emprendimientos turísticos por alumnos de la Facultad de Administración de la especialidad de turismo de la Universidad Federico Villarreal, se determinó la correlación entre la variable proyectos turísticos con la variable turismo a pie en Lima Metropolitana, El tipo de investigación fue aplicada, de diseño no experimental, transversal y correlacional, la población y la muestra estuvo conformado por 180 y 123 estudiantes de la especialidad en turismo, Los resultados fueron de 80% de alta correlación entre ambas variables, de una moderada correlación de 53.8% la dimensión factores decisivos con el turismo a pie, de una moderada correlación de 70.8% de la dimensión factores determinantes con el turismo a pie, de una moderada correlación de 77.20% de la dimensión factores deseables con el turismo a pie y de una correlación moderada de 67.4% la dimensión inversión con el turismo a pie en Lima Metropolitana. Concluyéndose que el nivel de significancia p menor a 0,05 determinó que los aspectos fundamentales de proyectos turísticos se relacionan de manera significativa con el turismo a pie en Lima Metropolitana, 2023.

Palabras clave: factores decisivos; factores determinantes; inversión turística; turismo a pie

¹ Autor principal.

Correspondencia: wilder.cajavilca04@gmail.com

Fundamental Aspects of Tourism Projects and Walking Tourism in Metropolitan Lima, 2023

ABSTRACT

The present research work demonstrated the theoretical importance of defining the fundamental aspects of tourism projects, and also of urban tourism on foot as a different modality and alternative to carry out tourism ventures by students of the Faculty of Administration of the specialty of tourism of the Federico Villarreal University, The type of research was applied, non-experimental design, cross-sectional and correlational, the population and the sample consisted of 180 and 123 students of the specialty in tourism, The results were 80% high correlation between the two variables, a moderate correlation of 53.8% correlation between the decisive factors dimension and walking tourism, a moderate correlation of 70.8% between the determining factors dimension and walking tourism, a moderate correlation of 77.20% between the desirable factors dimension and walking tourism, and a moderate correlation of 67.4% between the investment dimension and walking tourism in Metropolitan Lima. It was concluded that the p-significance level of less than 0.05 determined that the fundamental aspects of tourism projects are significantly to walking tourism in Metropolitan Lima, 2023.

Keywords: decisive factors; determining factors; tourism investment; walking tourism

*Artículo recibido 15 noviembre 2023
Aceptado para publicación: 28 diciembre 2023*

INTRODUCCIÓN

El 12 de diciembre de 1991, la Convención Anual del Comité del Patrimonio Mundial de la UNESCO declaró el centro histórico de Lima como Patrimonio cultural de la humanidad, basado en los siguientes criterios: el centro histórico de Lima representa una expresión única de un proceso cultural regional, que preserva sus valores arquitectónicos, tecnológicos, tipológicos, estéticos, históricos y urbanos adaptados en términos de disponibilidad de materiales, clima, terremotos y los requisitos de la sociedad. Aunque la ciudad ha sido seriamente dañada por varios terremotos, el área delimitada mantiene todos los elementos y características físicas que transmiten su valor universal, dentro de una extensión lo suficientemente amplia. Lima conserva en gran medida las características originales del diseño de sus cimientos urbanos, como un tablero de ajedrez, y el área de expansión desde el siglo XVI hasta el XIX, incluidos los antiguos caminos prehispánicos.

Esta declaratoria de gran valor turístico, posibilitó la oportunidad de hacer de Lima Metropolitana y en particular del centro urbano de Lima uno de los exponentes más relevantes de Lima Metropolitana, porque el centro de la ciudad se caracteriza por la riqueza histórica, arquitectónica, cultural, artístico, religioso, desde su pasado precolombino, desde su fundación española el 18 de enero de 1535, la colonia, la república hasta el presente. En Lima se puede apreciar un enorme potencial turístico que más allá que signifique un rédito de carácter económico es la oportunidad que se pierde de poner en valor toda la riqueza ancestral y presente de Lima Metropolitana que se expone al mundo, mediante el turismo externo y el turismo interno, como se muestra en los siguientes antecedentes turísticos.

Las estadísticas recientes muestran que el flujo de turistas provenientes de diferentes puntos según zona geográfica y país de residencia, asimismo que la mayor cantidad de turistas del continente americano, siendo mínima cantidad de turistas provenientes de otros continentes. La información sobre el turismo en el Perú desde diferentes fuentes internas y externas, se muestra que en años anteriores a la pandemia el número de turistas externos creció sustantivamente, siendo el año 2019 donde se alcanzó un record histórico de 4,371,787 turistas externos según se resume que el hospedaje colectivo del 2019 al 2021 se ha incrementado y esta mayormente concentrado en Lima Metropolitana con la cantidad de hasta 30,052,124 de hospedajes colectivos según fuente del MINCETUR.

La información también muestra una alta concentración en algunas regiones que se comenta a continuación: el turismo se concentra en la región de Ancash con sus atractivos del nevado Huascarán y las cordilleras que lo rodean, Arequipa con el Misti, el Cañón del Colca y la riqueza histórica de la ciudad, Cuzco con los atractivos del imperio Inca de la ciudad imperial, Macchu Picchu, Ollantaytambo, Sacsayhuamán entre otros vestigios pre inca e incas, Ica por la Huacachina, las islas Ballestas y su diversidad de playas y bodegas de vino y pisco, Piura por su biodiversidad y sus playas costeras, San Martín por la diversidad biológica y los atractivos que proporciona su selva alta y Puno por el lago Titicaca y la zona fronteriza con Bolivia. Es necesario mencionar que Junín destaca por las características medio ambientales del valle del Mantaro, Lambayeque con el Señor de Sipán, Trujillo con Chanchay y Madre de Dios con el potencial turístico que brinda la reserva nacional de Tambopata. Se demuestra que el turismo se basa en el acervo histórico y ambiental que tiene nuestro país a lo largo del territorio nacional, gracias a las potencialidades naturales y medio ambientales, que sumado al acervo histórico arquitectónico, cultural, artístico, religioso entre otros posibilita una fuente inagotable turística en las diferentes regiones que puede reiteramos más que explotarse mostrarse a toda la humanidad. Es importante que muchos países de nuestro planeta no tienen la riqueza histórica ni biodiversidad que tiene Perú, sin embargo, pasó de 4, 371,787 turistas alcanzado en el 2019.

Para un proyecto turístico, la localización y el estudio de mercado son dos aspectos importantes, la localización depende de la calidad del atractivo turístico y el tipo de mercado que puede atraer, Además de la concentración calidad y cantidad de atractivos turísticos en cada zona; pues de ellos depende la rentabilidad futura del proyecto. Siendo los factores decisivos, los factores importantes, los factores deseables y la inversión que impulsan los proyectos turísticos, (Cárdenas F. 2014)

La realidad problemática permitió fundamentar el problema general de investigación: ¿De qué manera los Aspectos fundamentales de proyectos turísticos se relacionan con el Turismo a pie en Lima metropolitana, 2023? Asimismo, la investigación tuvo una justificación práctica, porque ayudó a los estudiantes de la Facultad de Administración especialidad en turismo a conocer y aplicar los aspectos fundamentales en la formulación e inversión de los proyectos turísticos, y del turismo a pie, como una alternativa para desarrollar nuevo conocimiento y les permitan tomar decisiones creativas y emprendedoras como guías turísticos o empresarios, relacionados a su vocación profesional en forma

científica, referido a los Aspectos fundamentales de los proyectos turísticos y del Turismo a pie en Lima metropolitana, igualmente, en los resultados obtenidos en la presente investigación servirán como un aporte teórico y metodológico al conocimiento existente, para que ser tomado como referencia por otros investigadores y puedan continuarse estudios respecto a aspectos fundamentales de los proyectos turísticos y del turismo a pie en Lima metropolitana, que sustente adecuadamente la forma como el estudio de estas dos variables es determinante en el desarrollo turístico en Lima metropolitana.

Siendo de importancia porque pretende definir con claridad a los aspectos fundamentales de los proyectos de inversión y su relación con el turismo a pie, como una oportunidad para el desarrollo del orgullo nacional, sustentado en su acervo histórico, arquitectónica, cultural, artístico, religioso, ambiental que tiene Lima metropolitana como potencial turístico y tiene como un referente al estudiantado de Administración, especializado en turismo de la Universidad Federico Villarreal.

Se tuvo como objetivo general: Determinar de qué manera los aspectos fundamentales de proyectos turísticos se relacionan con el turismo a pie en Lima metropolitana, 2023 y como objetivos específicos: Determinar de qué manera los factores decisivos de proyectos turísticos se relacionan con el turismo a pie en Lima metropolitana, 2023. Determinar de qué manera los factores importantes de proyectos turísticos se relacionan con el turismo a pie en Lima metropolitana, 2023. Determinar de qué manera los factores deseables de proyectos turísticos se relacionan con el turismo a pie en Lima metropolitana, 2023 y Determinar de qué manera la inversión en proyectos turísticos se relaciona con el turismo a pie en Lima metropolitana, 2023. Finalmente, la hipótesis general de la investigación fue los aspectos fundamentales de proyectos turísticos se relacionan con el Turismo a pie en Lima metropolitana, 2023.

MARCO TEÓRICO

Aspectos fundamentales de los proyectos turísticos

El turismo como actividad económica realizada a pie, puede resolver los problemas económicos de carácter creativo y emprendedor de una industria nacional con impacto en la responsabilidad social, que pueden realizar los estudiantes de la especialidad de Turismo bajo la conducción de los profesores de diferentes carreras profesionales que enseñan en la Facultad, porque el propósito como mencionamos anteriormente es poner en valor la riqueza histórica, arquitectónica, cultural, artístico, religioso, ambiental que tiene Lima Metropolitana como potencial turístico, y que permitan ingresos económicos

a los estudiantes de una Universidad pública como la Universidad Federico Villarreal que goza de prestigio social en la ciudad de Lima.

Cárdenas, F. (2006) en proyectos turísticos considera: Los aspectos fundamentales turísticos son el estudio de mercado y la localización de proyectos turísticos, considera como dimensiones a los factores decisivos, los factores importantes, los factores deseables y la Inversión como determinantes del turismo y el turismo de cualquier tipo, como el de a pie lo considera con las dimensiones de atractivos turísticos, el espacio y el inventario turístico. Este autor será el referente de esta investigación que permitió formular los problemas generales y específicos de la investigación. Los proyectos turísticos difieren de los proyectos industriales, porque en la industria se tiene que construir plantas o fábricas para producir bienes, para el turismo deben existir riqueza natural y cultural conocidos como los cuatro aspectos fundamentales para el desarrollo de proyectos turísticos.

1. Factores decisivos. Que de no existir no se puede realizar turismo, como vías de comunicación, infraestructura hotelera, gastronomía, seguridad, vías de comunicación adecuadas y una buena aceptación por la población de la zona.
2. Factores importantes. Porque deben existir vías principales amplias para llegar al lugar de destino, con infraestructura enfocada en el tipo de turismo ofertada, la riqueza de la diversidad histórica, cultural, artística, arqueológica, ecológica, gastronómica, vivencial u otras que se desee desarrollar.
3. Factores deseables. Son los factores constituidos por los atractivos naturales y culturales que este caso tiene Lima Metropolitana incluida sus distritos y que implementan diversos circuitos turísticos con los diversos tipos de turismo existentes.
4. Factores de inversión, porque los proyectos turísticos a diferencia de los industriales se hacen con poca inversión de un pequeño capital, porque la riqueza está en el patrimonio cultural de la ciudad.

Cohen, S. (2002) define un proyecto de turismo como un esfuerzo planificado y coordinado para desarrollar o mejorar un destino turístico o una atracción turística específica. Los proyectos turísticos responden tanto a las necesidades del mercado, como a las del ambiente natural y de las comunidades anfitrionas, el turismo puede ayudar a promover la conservación, la regeneración y el desarrollo del territorio, y mejorar calidad de vida de la comunidad y de la experiencia de los visitantes.

De acuerdo con Zamorano, F. (2007) define al proyecto cuando se tiene la idea de lo que se pretende, es preciso establecer de la manera más clara y precisa las características y alcances del proyecto, aunque es conveniente mencionar que se trata más bien de una aproximación, ya que como es de suponer, el proyecto pasa por una serie de modificaciones y adecuaciones conforme se avanza en las etapas del proceso de planeación. Este paso recibe el nombre de definición del proyecto, y se pretende poner por escrito en este momento la idea que se concibió en un inicio, con el objeto de no perderse en las etapas posteriores de planeación. La definición del proyecto se presenta en forma de una síntesis descriptiva donde se describen las características más representativas del servicio que se pretende desarrollar y prestar (recorridos a caballo, senderos, campamentos, descensos de ríos, turismo en comunidades rurales, turismo temático o cultural, etc.), el sitio en donde se ubica geográficamente (áreas protegidas, ciudades, comunidades, región, etc.), quiénes son los involucrados en la prestación y hacia quiénes se dirige en primera instancia. No se trata de presentar el proyecto terminado en su totalidad, simplemente de la mejor manera posible las generalidades del mismo para que se utilicen como directrices para obtener la información y sirvan para el diseño del plan de gran visión para su implantación y desarrollo. Hall et. al (2002), sostiene que, desde un enfoque general, la planificación es comúnmente entendida como un proceso en que se definen metas y los medios necesarios para alcanzarlas. Según Hall, la planificación debería proveer la información necesaria para la toma de decisiones apropiada, democrática e informada. Cohen (2002), define un proyecto de turismo como un esfuerzo planificado y coordinado para desarrollar o mejorar un destino turístico o una atracción turística específica.

Barboza et. al (2012) Estos proyectos se desarrollan con la finalidad de crear nuevos servicios y/o productos que ayuden a satisfacer las necesidades de la organización. Así mismo, la obtención de estos resultados concretos se dará dentro de algunas limitaciones como alcance, tiempo y presupuesto.

Holden (2008) Los proyectos turísticos responden tanto a las necesidades del mercado, como a las del ambiente natural y de las comunidades anfitrionas, el turismo puede ayudar a promover y apoyar la conservación, la regeneración y el desarrollo económico del territorio, así como mejorar la calidad de vida de la comunidad local y de la experiencia de los visitantes.

Según Cajavilca (2012) Competencias emprendedoras y competitividad emprendedora (2012) y Cajavilca, Fernández, La Cruz (2012) en Creatividad y emprendimiento de los estudiantes de la

Facultad de Administración, consideran que las iniciativas emprendedoras dependen de un conjunto de conocimientos, capacidades y habilidades para poder desarrollar actividad productiva o de servicios en forma diferenciada, posición que coincide con este proyecto de investigación, porque se propone una idea original de investigación que ocupara un lugar en el espacio del conocimiento y práctica del turismo urbano porque se propone en este espacio desarrollar turismo especializado de forma profesional con el aporte que realiza a la sociedad la Universidad nacional Federico Villarreal.

Vargas. R. (2019), considera la Gestión de proyectos mediante el "Project Management as a Service (PMaaS)", una metodología innovadora que busca ofrecer la gestión de proyectos como un servicio. Su enfoque se centra en la adaptabilidad, utilizando prácticas ágiles y herramientas tecnológicas para mejorar la eficiencia en la gestión de proyectos en diversas industrias. Presenta una visión integral de la gestión de proyectos, destacando la importancia de la planificación, ejecución y control. Ofrece una perspectiva moderna sobre cómo abordar desafíos y maximizar el éxito en proyectos de diversas áreas, incluyendo el turismo. Este artículo de Vargas, titulado "Project Management", se destaca por su enfoque holístico en la gestión de proyectos. Vargas es reconocido por su experiencia en la gestión de proyectos a nivel internacional y su enfoque práctico en la optimización de procesos y la entrega exitosa de proyectos en diferentes industrias. Proporciona visión general de la importancia de la comunicación en la gestión de proyectos y ofrece consejos para mejorar la comunicación en la gestión de proyectos.

Pérez, M. (2017), analiza el proceso de inversión en proyectos turísticos, centrándose en la evaluación de viabilidad financiera, la identificación de riesgos y el impacto socioeconómico en las comunidades locales. Proporciona herramientas para la toma de decisiones en el desarrollo de proyectos turísticos sostenibles. La investigación de Sánchez, probablemente parte de un estudio de caso o análisis financiero destaca cómo la inversión en proyectos turísticos puede ser evaluada desde múltiples perspectivas, considerando tanto los aspectos financieros como los impactos socioeconómicos en las comunidades locales. Sánchez analiza modelos de evaluación financiera y socioeconómica de proyectos turísticos, como el análisis de costo-beneficio, el estudio de impacto ambiental y social, y la valoración de los beneficios económicos para las comunidades locales. Sin embargo, en el turismo a pie en Lima metropolitana no se requiere inversión siempre que el servicio sea conducido por Guías turísticos universitarios. Gómez, A. (2018), analiza las diferentes fuentes de financiación disponibles para los

proyectos de inversión turística, como "el proceso de obtener recursos financieros para llevar a cabo un proyecto", mediante la Financiación propia que proviene de los propios recursos de la empresa promotora del proyecto, como los fondos propios, las reservas o los recursos generados por la actividad operativa. Y, la financiación ajena: Esta financiación proviene de terceros, como los bancos, los fondos de inversión o los inversores privados. Gómez concluye que la elección de la fuente de financiación más adecuada para un proyecto de inversión turística depende de una serie de factores, como el tamaño del proyecto, el riesgo del proyecto y la capacidad financiera de la empresa promotora. La financiación es un factor clave para el éxito de cualquier proyecto de inversión turística. Una buena planificación financiera puede ayudar a garantizar que el proyecto tenga los recursos necesarios para su ejecución y para su éxito. En proyectos rurales al interior del país la inversión puede ser significativa, lo que no sucede con el turismo a pie en Lima Metropolitana. García, A. (2017), aborda la gestión de proyectos turísticos desde una perspectiva de innovación y tecnología. Explora cómo la integración de nuevas tecnologías y la innovación pueden potenciar la experiencia turística, generando un impacto positivo en la rentabilidad y la atracción de visitantes. La investigación de García explora la intersección entre la gestión de proyectos turísticos y la innovación tecnológica. Considera importante que en el desarrollo de proyectos turísticos se integren tecnologías disruptivas, como realidad virtual, aplicaciones móviles o inteligencia artificial, haya impactado positivamente en la experiencia del turista. En el turismo a pie en Lima Metropolitana se aplicará la realidad virtual, la realidad aumentada y la geolocalización.

García, J. (2016), analiza la importancia de la gestión de riesgos en el éxito de los proyectos de inversión turística, argumenta que los proyectos de inversión turística están expuestos a una serie de riesgos, entre los que se incluyen: Riesgos externos: Estos riesgos son causados por factores fuera del control del proyecto, como los cambios en la normativa, la economía o el clima. Riesgos internos: Estos riesgos son causados por factores dentro del control del proyecto, como los errores de diseño, los retrasos en la construcción o los problemas de gestión. Incide en el proceso de gestión de riesgos que consta de las siguientes fases: Identificación de riesgos: La primera fase consiste en identificar todos los riesgos potenciales que podrían afectar al proyecto. Evaluación de riesgos: En esta fase, se evalúa la probabilidad de que ocurra cada riesgo y el impacto que podría tener en el proyecto. Planificación de respuesta: se desarrollan planes para mitigar los riesgos identificados. Control de riesgos: se supervisa

la ejecución de los planes de respuesta y se realizan los ajustes necesarios. Los aportes de este autor son importantes para tomar en cuenta siempre que el tamaño del proyecto inicial se incremente en el futuro.

El turismo a pie

Según López, Y. (2019) Turismo a pie. Revista Turismo global la Organización Mundial del Turismo (OMT) “El turismo a pie es hoy una de las formas preferidas de vivir un destino. Permite que los turistas se relacionen mejor con la población, la naturaleza y la cultura locales. Además, satisface la creciente demanda generalizada de actividades al aire libre”, destaca La idea de elaborar un informe de esta naturaleza es que los ejemplos de turismo a pie mostrados en el estudio sirvan como referencia para impulsar iniciativas regionales dentro de cada país. Considera que, pese a lo pequeño de la inversión, el rendimiento económico y social tanto para empresas turísticas o guías turísticos como para locales puede ser muy elevado si se realiza y gestiona de la manera adecuada, apunta la institución.

El turismo a pie es hoy una de las formas preferidas de vivir un destino. Permite que los turistas se relacionen mejor con la población, la naturaleza y la cultura locales. Además, satisface la creciente demanda generalizada de actividades al aire libre. El turismo a pie se puede desarrollar en cualquier lugar como oferta de turismo sostenible con una inversión relativamente pequeña, pero con un elevado rendimiento económico y social, tanto para residentes como para turistas, si se desarrolla y gestiona de forma adecuada. El turismo a pie de acuerdo con la definición de la Organización mundial de turismo la presenta de forma muy precisa y especializada “es hoy una de las formas preferidas de vivir un destino. Permite que los turistas se relacionen mejor con la población, la naturaleza y la cultura locales. Además, satisface la creciente demanda generalizada de actividades al aire libre. El turismo a pie se puede desarrollar en cualquier lugar como oferta de turismo sostenible con una inversión relativamente pequeña”. Y como se puede apreciar esta difiere por definición de la oferta turística que actualmente se realiza en Lima Metropolitana.

Desde el punto de vista del grupo de investigación, el turismo a pie: 1. puede realizarse de acuerdo a nuestra propuesta en un solo recorrido, realizando diferentes tipos de turismo. Histórico, gastronómico, de aventura, ambiental, vivencial, de salud entre otros. 2. Pueden organizarse diferentes recorridos de turismo a pie por cada tipo de turismo. 3. Puede incentivarse como complemento para beneficio de salud a la población local, con una caminata de aproximadamente 15 a 20 km. Que semanal o periódicamente

puede realizarse.4. Que esta modalidad de Guía turístico a pie sea realizada por Estudiantes de turismo de la UNFV como Guías turísticos autorizados por la municipalidad de Lima, como una alternativa laboral. Y como protagonistas porque somos la única universidad pública ubicada en el cercado de Lima. 5. Es una modalidad que se realiza en otros países, pero no tienen la riqueza natural y cultural de nuestra Lima Metropolitana.

Urry, J. (1990) examina una nueva teoría del turismo y la forma en que los turistas perciben y experimentan los destinos turísticos, argumenta que el turismo a pie permite a los turistas tener una experiencia más auténtica y significativa de un lugar.

El turismo a pie puede ser visto como una forma de topofilia, ya que permite a los turistas tener una experiencia más cercana y profunda de un lugar. Al caminar a través de un paisaje o una ciudad, los turistas pueden desarrollar una comprensión más profunda y significativa de la cultura, la historia y el medio ambiente de un lugar. En este sentido, "Topophilia" puede ser una fuente importante de inspiración y comprensión para aquellos interesados en el turismo a pie y su relación con la percepción humana del entorno. Yi-Fu, T. (1974).

Edensor (2005) El turismo a pie es una forma de movilidad performativa que permite a los turistas experimentar y construir su propia comprensión de un lugar, llamado también movilidad turística.

Lew (2000) Explora la relación entre el turismo, la cultura y el desarrollo regional. El turismo a pie es una forma de turismo de experiencia que puede aportar valor a la economía local y al desarrollo sostenible de las comunidades visitadas. *Tourism, Culture and Regional Development*:

Dallen (2010) Existe una relación entre el turismo a pie, la cultura y naturaleza. El turismo a pie es una forma de turismo cultural que permite a los turistas experimentar y aprender sobre la cultura local.

Tuan et. al. (1974) examina cómo las personas perciben, valoran y construyen relaciones con los lugares que habitan o visitan. El turismo a pie puede ser visto como una forma de topofilia, ya que permite a los turistas tener una experiencia más cercana y profunda de un lugar. Al caminar a través de un paisaje o una ciudad, los turistas pueden desarrollar una comprensión más profunda y significativa de la cultura, la historia y el medio ambiente de un lugar. En este sentido, "Topophilia" puede ser una fuente importante de inspiración y comprensión para aquellos interesados en el turismo a pie y su relación con la percepción humana del entorno.

Pérez, J. (2020), examina la tendencia emergente del turismo a pie como una forma sostenible y auténtica de explorar destinos, examina en profundidad cómo el turismo a pie está emergiendo como una tendencia importante en la industria turística. Señala cómo esta práctica no solo permite una exploración más detallada de los destinos, sino que también fomenta la interacción cultural directa con las comunidades locales. Pérez podría haber explorado casos de estudio específicos de ciudades o regiones donde el turismo a pie ha generado un impacto positivo en la percepción del turista sobre la autenticidad y singularidad del lugar. Juan Pérez destaca cómo el turismo a pie está ganando popularidad como una forma auténtica y sostenible de explorar destinos turísticos. Su enfoque se centra en cómo esta práctica promueve una conexión más profunda con el entorno y las comunidades locales, ofreciendo una experiencia enriquecedora y única para los turistas. Este estudio resalta cómo el turismo a pie está ganando popularidad como una forma auténtica y sostenible de explorar destinos. Se enfoca en la conexión íntima con las comunidades locales y destaca cómo esta práctica ofrece experiencias enriquecedoras para los turistas al promover interacciones culturales directas como es el caso del turismo a pie en Lima Metropolitana.

García, M. (2019), analiza el turismo a pie desde una perspectiva de sostenibilidad, destacando su contribución al desarrollo sostenible de destinos. El artículo aborda cómo esta forma de turismo puede preservar la autenticidad cultural, minimizar la congestión en áreas turísticas y promover prácticas turísticas responsables. García se centra en la sostenibilidad del turismo a pie y cómo esta modalidad puede contribuir al desarrollo sostenible de destinos turísticos. El artículo ha presentado estrategias para minimizar la huella ambiental, preservar la cultura local y fomentar prácticas turísticas responsables. El artículo se centra en estrategias para preservar la autenticidad cultural, minimizar el impacto ambiental y fomentar prácticas turísticas responsables, utilizando rutas peatonales como herramienta clave para alcanzar estos objetivos. El impacto de realizar actividad turismo a pie en el medio ambiente en el caso de Lima Metropolitana es neutro o nulo.

Martínez, C. (2021), se centra en el impacto económico del turismo a pie en áreas urbanas. Examina cómo la promoción de rutas peatonales puede estimular la economía local, impulsar el comercio en pequeñas empresas y generar empleo, convirtiéndose en un motor para el desarrollo económico local. Martínez investigó cómo el turismo a pie influye en la economía local de áreas urbanas. También

examino datos económicos y casos de estudio para demostrar cómo la promoción de rutas peatonales y la atracción de turistas a pie pueden aumentar los ingresos de pequeñas empresas locales, mejorar el empleo y revitalizar áreas urbanas en declive, el turismo a pie puede impulsar la economía local en áreas urbanas. Su enfoque se centra en cómo la promoción de rutas peatonales puede estimular el comercio local, generar empleo y revitalizar zonas urbanas, convirtiéndose en un motor para el desarrollo económico en entornos urbanos. Estos estudios resaltan cómo las rutas peatonales no solo preservan la autenticidad cultural y minimizan el impacto ambiental, sino que también generan impactos económicos positivos en áreas urbanas al estimular el comercio local y revitalizar zonas urbanas. Sin embargo, no se puede pasar por alto la planificación sobre la actividad turística que deberá ser resuelta por las autoridades municipales de Lima.

Sánchez, L. (2020), se enfoca en la planificación y gestión de destinos turísticos a pie. Examina estrategias para desarrollar infraestructuras peatonales, señalización efectiva, y cómo involucrar a las comunidades locales en la creación de experiencias de turismo a pie auténticas y seguras, considera importante diseñar rutas, garantizar la seguridad de los peatones, involucrar a la comunidad local en la experiencia turística y preservar la autenticidad cultural de los destinos a pie. Su trabajo ofrece directrices detalladas sobre la creación de rutas seguras, la involucración de la comunidad local y la preservación de la autenticidad cultural, resaltando la importancia de una gestión efectiva para garantizar una experiencia turística memorable y segura. Considera que la planificación de destinos turísticos (análisis, objetivos, desarrollo e implementación de estrategias, y evaluación de resultados); y, la gestión de destinos turísticos es muy importante porque se incluyen las siguientes actividades:

Desarrollo de infraestructuras turísticas: La gestión de destinos turísticos puede implicar el desarrollo de infraestructuras turísticas, como carreteras, senderos, alojamientos, etc. Promoción y marketing turístico: La gestión de destinos turísticos puede implicar la promoción y marketing turístico del destino, para atraer turistas. Para garantizar el desarrollo sostenible del destino se debe adoptar un enfoque holístico que considere las dimensiones económicas, sociales, ambientales y culturales del turismo a pie e Involucrar a todos los grupos de interés, los turistas, las comunidades locales, las empresas turísticas y las autoridades públicas, en el proceso de planificación y gestión y desarrollar

productos y servicios turísticos sostenibles que protejan el medio ambiente y promuevan el desarrollo equitativo del destino. Marco teórico que coincide con nuestra investigación.

METODOLOGÍA

La población estuvo conformada por 180 alumnos de la Facultad de administración especialidad de turismo de la Universidad Federico Villareal del 2023. La muestra fueron 123 encuestados. La unidad de observación fueron estudiantes individuales quienes respondieron un conjunto de preguntas para el recojo de información, la Unidad de análisis se constituyó por los estudiantes de Administración especialidad de turismo de la Universidad nacional Federico Villarreal 2023. La técnica fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario y se aplicó a la muestra seleccionada con muestreo probabilístico.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Tabla 1. Correlación de aspectos fundamentales de los proyectos turísticos y el turismo a pie.

		Aspectos fundamentales de proyectos turísticos	Turismo a pie
Rho de Spearman	Aspectos fundamentales de proyectos turísticos	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,800**
		N	123
Turismo a pie	Turismo a pie	Coefficiente de correlación	,800**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	123

A partir de los resultados se demostró que la hipótesis alternativa general que establece que existe relación del 80% entre la variable aspectos fundamentales de los proyectos turísticos y la variable turismo a pie en Lima Metropolitana. Estos resultados guardan relación con lo que sostiene Cárdenas, F. (2006) quien señala que los aspectos fundamentales de los proyectos turísticos fundamentales son el estudio de mercado y la localización de proyectos turísticos, considera como dimensiones a los factores decisivos, los factores importantes, los factores deseables y la inversión como determinantes del turismo. Y el turismo de cualquier tipo, como el de a pie lo considera con las dimensiones de atractivos turísticos, el espacio y el inventario turísticos.

Tabla 1: Correlación des factores decisivos de proyectos turísticos y el turismo a pie.

			Los factores decisivos de proyectos turísticos	Turismo a pie
Rho de Spearman	Los factores decisivos de proyectos turísticos	Coefficiente de correlación	1,000	,538**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	123	123
	Turismo a pie	Coefficiente de correlación	,538**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	123	123

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Los resultados de la dimensión factores decisivos de proyectos turísticos de muestran una correlación moderada y positiva de 53.8% con la variable turismo a pie en Lima Metropolitana.

Estos resultados guardan relación con lo que sostiene Cárdenas, F. (2006) quien señala que los aspectos fundamentales de los proyectos turísticos, en cuanto Cárdenas sostiene que son fundamentales los siguientes indicadores relacionados a la dimensión factores decisivos: Existencia de vías de comunicación, Seguridad de conducción, Intensidad del tránsito, Distancia que separa los centros urbanos mayores y tiempo requerido para llegar a ellos, Disponibilidad de agua, Disponibilidad de energía eléctrica, Disponibilidad de comunicaciones telefónicas, Disponibilidad de terrenos , Atractivos turísticos, Calidad de los desarrollos circunvecinos, Condiciones sociales, Condiciones de salubridad.

Tabla 3: Correlación de los factores importantes de proyectos turísticos y el turismo a pie.

			Los factores importantes de proyectos turísticos	Turismo a pie
Rho de Spearman	Los factores importantes de proyectos turísticos	Coefficiente de correlación	1,000	,708**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	123	123
	Turismo a pie	Coefficiente de correlación	,708**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	123	123

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Los resultados de la dimensión factores importantes de proyectos turísticos de muestran una correlación alta y positiva de 70.8% con la variable turismo a pie en Lima Metropolitana. Estos resultados guardan relación con lo que sostiene Cárdenas, F. (2006) quien señala que los aspectos fundamentales de los proyectos turísticos, en cuanto Cárdenas sostiene que son fundamentales los siguientes indicadores relacionados a la dimensión factores importantes: Proximidad a las vías principales, Costo del terreno, Condiciones del subsuelo, Topografía. En este proyecto de ciudad Metropolitana se ha demostrado que no es necesaria inversión alguna porque los atractivos turísticos son pre existentes.

Tabla 4: Correlación de los factores deseables de proyectos turísticos y el turismo a pie.

		Los factores importantes de proyectos turísticos		Turismo a pie
Rho de Spearman	Los factores importantes de proyectos turísticos	Coefficiente de correlación	1,000	,772**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	123	123
	Turismo a pie	Coefficiente de correlación	,772**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	123	123

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Los resultados de la dimensión factores deseables de proyectos turísticos de muestran una correlación alta y positiva de 77.2% con la variable turismo a pie en Lima Metropolitana.

Estos resultados guardan relación con lo que sostiene Cárdenas, F. (2006) quien señala que los aspectos fundamentales de los proyectos turísticos, en cuanto Cárdenas sostiene que son fundamentales los siguientes indicadores relacionados a la dimensión factores deseables: Disponibilidad de materiales y mano de obra; Condiciones meteorológicas, Facilidad en lo que toca a desagüe. En este estudio se ha demostrado que no existen restricciones en cuanto a indicadores de esta dimensión.

Tabla 5: Correlación de la inversión en proyectos turísticos y el turismo a pie.

			La inversión en proyectos turísticos	Turismo a pie
Rho de Spearman	La inversión en proyectos turísticos	Coefficiente de correlación	1,000	,674**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	123	123
	Turismo a pie	Coefficiente de correlación	,674**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	123	123

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Los resultados de la dimensión la inversión en proyectos turísticos de muestran una correlación moderada y positiva de 67.4% con la variable turismo a pie en Lima Metropolitana.

Estos resultados guardan relación con lo que sostiene Pérez, M. (2017), analiza el proceso de inversión en proyectos turísticos, centrándose en la evaluación de viabilidad financiera, la identificación de riesgos y el impacto socioeconómico en las comunidades locales, lo cual se hizo énfasis al analizar la importancia de los factores decisivos en la ejecución exitosa de los proyectos turísticos de turismo a pie en Lima Metropolitana.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los aspectos fundamentales de los proyectos turísticos si tienen significativa relación con la variable turismo a pie en Lima Metropolitana en un 80%. Se recomienda la difusión teórica y práctica en el dictado de las asignaturas de turismo de la facultad de Administración de la UNFV sobre la importancia de los aspectos fundamentales de proyectos turísticos y su relación con el turismo a pie en Lima Metropolitana; por las características propias y distintivas de un servicio especializado, pero con alta potencialidad de ejecutar proyectos turísticos con baja o ninguna inversión y como fuente de ingresos para los estudiantes de la especialidad de nuestra facultad.

Los factores decisivos de proyectos turísticos si tienen significativa relación con la variable turismo a pie en Lima Metropolitana en un 53.8%. Se recomienda que se incluya como un capítulo en un curso extracurricular la identificación suigéneris de los aspectos fundamentales de los proyectos turísticos en su elemento claves: factores decisivos, considerando los indicadores Existencia de vías de

comunicación, Seguridad de conducción, Intensidad del tránsito, Distancia que separa los centros urbanos mayores y tiempo requerido para llegar a ellos, Disponibilidad de agua, Disponibilidad de energía eléctrica, Disponibilidad de comunicaciones telefónicas, Disponibilidad de terrenos , Atractivos turísticos, Calidad de los desarrollos circunvecinos, Condiciones sociales, Condiciones de salubridad.

Los factores importantes de proyectos turísticos si tienen significativa relación con la variable turismo a pie en Lima Metropolitana en un 70.8%. Se recomienda que se incluya como un capítulo en un curso extracurricular la identificación suigéneris de los aspectos fundamentales de los proyectos turísticos en su elemento claves: factores importantes, considerando los indicadores: Proximidad a las vías principales, Costo del terreno, Condiciones del subsuelo, Topografía.

Los factores deseables de proyectos turísticos si tienen significativa relación con la variable turismo a pie en Lima Metropolitana en un 77.2%. Se recomienda que se incluya como un capítulo en un curso extracurricular la identificación suigéneris de los aspectos fundamentales de los proyectos turísticos en su elemento claves: factores deseables, considerando los indicadores: Disponibilidad de materiales y mano de obra; Condiciones meteorológicas, Facilidad en lo que toca a desagüe. En este estudio se ha demostrado que no existen restricciones en cuanto a indicadores de esta dimensión.

La inversión en proyectos turísticos si tiene significativa relación con la variable turismo a pie en Lima Metropolitana en un 67.4%. Se recomienda que se incluya como un capítulo en un curso extracurricular la identificación suigéneris de los aspectos fundamentales de los proyectos turísticos en su elemento claves: la inversión en proyectos turísticos, considerando los indicadores: evaluación de viabilidad financiera, la identificación de riesgos y el impacto socioeconómico en las comunidades locales

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Cajavilca, Fernández (2022) Creatividad y Emprendimiento. Artículo científico UNFV-FA
- Cajavilca, W. (2012) Competencias emprendedoras y Competitividad Emprendedora. Tesis de Maestría en Gestión Económica empresarial. Posgrado UNFV-2012
- Cárdenas, F. (2006) Proyectos turísticos localización e inversión. 2º Ed. México. Trillas, 2006 75 p. 24 cm. (Trillas Turismo) I5B11 968-24-7581
- Cárdenas, F. (2006) Proyectos turísticos: localización e inversión. Trillas
- Cohen, S. (2002). Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases. Estados Unidos: Routledge.

Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural (1972). Así como las recomendaciones de aplicación estricta de la Misión de Asesoramiento del Centro de Patrimonio Mundial de la UNESCO e ICOMOS Internacional que visitó Lima el 2017:

Edensor, T. (2005). *Tourism Mobilities: Places to Play, Places in Play*. Reino Unido: Routledge.

García, A. (2017). *Turismo sostenible: Una oportunidad para las áreas rurales*. Universidad de Alicante

García, J. (2016). La gestión de riesgos en proyectos de inversión turística. *Revista de estudios turísticos*.

García, M. (2019). Sostenibilidad y desarrollo de destinos. *Editorial Journal of Sustainable Tourism*

Gómez, A. (2018). La financiación de proyectos de inversión turística. *Revista de contabilidad y administración*.

Holden, A. (2008). *Tourism and environment*. London: Routledge.

Lew, A. (2000) *Tourism, Culture and Regional Development: The Experience Economy*. Estados Unidos: Channel View Publications.

López, A. (2018). Beneficios psicológicos del turismo a pie. *Editorial Tourism Management Perspectives*

López, Y. (2019) Turismo a pie. *Revista Turismo global*

Madura, J. (2014). *Administración Financiera Internacional*. (12va. Ed.). España: Cengage Learning Editores.

Martínez, C. (2021). Impacto económico del turismo a pie en áreas urbanas. *International Journal of Tourism Research*.

Ministerio de industria comercio exterior y turismo (2019) Ref. Circuitos turísticos en el Perú.

Moreno, C., Johnson, V., y Puyuelo, M. (2021). Realidades de Emprendimiento en Pequeñas y Medianas Empresas en Chile: uso del diseño. *Revista Venezolana de Gerencia* .
<https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.95.28>

OMC (1995) Organización Mundial de Comercio. *La propiedad intelectual*.

OMT, OCDE, EUROSTAT, ONU (2001) *Cuenta Satélite del Turismo, recomendaciones sobre el Marco Conceptual*. Publicación de las Naciones Unidas: Luxemburgo, Madrid, París, Nueva York.

Pérez, J. (2020). Tendencia emergente del turismo a pie. *Revista de estudios turísticos*.

- Pérez, M. (2017). La planificación estratégica en proyectos de inversión turística. *Revista de economía mundial*.
- Sánchez, L. (2020). Planificación y gestión de destinos a pie. Editorial *Annals of Tourism Research*
- Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze*. Reino Unido: Sage Publications.
- Vargas, R. (2019). La importancia de la comunicación en la gestión de proyectos. *Project Management Institute*.
- Yáñez, I. (2013). Modelo de ruteo para generar rutas turísticas. Obtenido de Modelo de ruteo para generar rutas turísticas: <http://www.ptlomeo.unam.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/132.248.52.100/6563/Modelo%20de%20ruteo%20para%20generar%20rutas%20tur%C3%ADsticas.pdf?sequence=1>
- Yi-Fu, T. (1974). *Topophilia: A Study of Environmental Perception, Attitudes, and Values*. Estados Unidos: Prentice-Hall.
- Zamorano, F. (2007) *Planeación de Turismo Alternativo*. México: Trillas