

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA ACADEMICA PROFESIONAL DE SOCIOLOGIA



TESIS

**“VIABILIDAD TÉCNICA Y FINANCIERA PARA GENERAR
VALOR SOCIO-ECONOMICO EN RECURSOS TURÍSTICOS DE
LA ZONA MONUMENTAL DEL CENTRO HISTÓRICO DE
CAJAMARCA”**

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN SOCIOLOGIA

Presentado por el Bachiller

Huaccha Sánchez, Dennis Antonio

Asesor:

MCs. Pedro Yañes alvarado

Cajamarca - Perú

2019

DEDICATORIA

A mi querido padre Segundo Antonio Huaccha Sánchez:

Digno ejemplo a seguir, quien me inculcó lo importante de valorar el estudio, el trabajo, el respeto hacia los demás; por su comprensión y gran amor que tiene hacia mí y mis hermanos, y poder sacarnos adelante sin pedir nada a cambio; demostrándonos que el esfuerzo tiene sus recompensas, gracias por no solo ser padre, sino también; el mejor amigo que puedo tener.

A mi adorada madre María Susana Sánchez LL.:

Por apoyarme en todo momento y mostrar su gran amor y comprensión, enseñándome a valorar lo poco o mucho que uno puede tener, por su gran corazón que no escatima esfuerzo para vernos progresar y prepararnos para afrontar la vida.

“PARA ELLOS MI ETERNA GRATITUD”

A mi Esposa e hijos:

Alexandra, Antonio, Eimy, Gabriel y Leonela por brindarme su apoyo moral, comprensión, confianza y ser el motivo que me impulsa a seguir adelante y así cumplir mis objetivos y metas. Gracias por ser el pilar que me sostiene para no rendirme, por ser la

inspiración que me dio la vida para seguir creciendo
como padre, esposo y amigo.

A mis Hermanos:

Jaqueline, Milagros, Danni y Gabi, por el apoyo,
cariño, consejos y comprensión que no dudaron en
brindarme. Gracias por enseñarme lo importante que es el
amor entre hermanos y por no dejarme flaquear en este
arduo camino.

A la memoria de mi querida madre Petronila Sánchez Jara:

Quien en todo momento me apoyo y brindo fuerzas para
poder lograr mis metas y objetivos. Siempre serás parte
importante de nuestras vidas y seguirás viviendo en nuestros
corazones, para ti mi eterna gratitud.

AGRADECIMIENTO

Al MCs. Pedro Yáñez Alvarado, Asesor

de la presente Tesis, por la colaboración desinteresada,

con la culminación de este trabajo de investigación.

El cual sirva para aportar al desarrollo de nuestra ciudad

Buscando siempre que nuestra labor como sociólogos

Sirva en beneficio de nuestros hermanos ciudadanos.

RESUMEN

Cajamarca, es una de las ciudades con una gran riqueza histórica y cultural, puesto que en ella se han suscitado diferentes hechos históricos resaltantes en la historia del Perú y del mundo; Sin embargo, no han tomado en cuenta dicho valor histórico, existiendo descuido de parte de autoridades y población sobre la importancia del majestuoso patrimonio de Cajamarca.

En la presente investigación con el propósito de potenciar estas riquezas se plantea el objetivo: Determinar la viabilidad técnica, y financiera para generar valor socioeconómico en el turístico de la zona monumental del Centro Histórico de Cajamarca.

Con el fin de determinar el objetivo propuesto se planteó el problema ¿Cómo viabilizar técnica y financiera para generar valor socio – económico en recursos turísticos de la zona monumental del centro histórico de Cajamarca?

De acuerdo al valor socioeconómico que representa su estudio se pudo determinar un TIR de 11% de tasa de descuento, por lo consiguiente el estudio se considera rentable aduciendo una tasa esperada de un TIR del 10%, mayor al propuesto.

Se concluye en una aceptación favorable la viabilidad, técnica y financiera para generar valor socio-económico en recursos turísticos de la zona monumental del Centro Histórico de Cajamarca, considerando que lo obtenido es superior a las tasas mínimas propuestas aun en la financiación mínima de rentabilidad exigida por la inversión.

Palabras Claves: Producto turístico, Zona Monumental, Viabilidad, Valor socioeconómico

ABSTRACT

Cajamarca is one of the cities with a great historical and cultural richness, since in it different historical facts have been raised in the history of Peru and the world; However, they have not taken into account this historical value, there being negligence on the part of the authorities and citizens on the importance of the majestic heritage of Cajamarca.

In the present investigation with the purpose of exploiting these riches, the objective is set: Determine the technical, and financial feasibility to generate socio - economic value in tourist resources of the monumental zone of the Historic Center of Cajamarca.

In order to determine the proposed objective, the problem was posed. How can technical and financial feasibility be achieved to generate socio - economic value in tourist resources of the monumental zone of the historic center of Cajamarca?

According to the socioeconomic value represented by their study, an IRR of 11% discount rate could be determined, therefore the study is considered profitable, citing an expected rate of IRR of 10%, higher than the one proposed.

The feasibility, technical and financial viability to generate socio-economic value in tourist resources of the monumental zone of the Historic Center of Cajamarca is concluded in a favorable acceptance, considering that the obtained is higher than the minimum rates proposed even in the minimum financing of profitability required for the investment.

Keywords: Tourist product, Monumental Zone, Viability, Socioeconomic Value

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables.....	6
Tabla 2. Casonas y Monumentos Turísticos Culturales de Cajamarca	7
Tabla 3. Vacacionista Nacional.....	20
Tabla 4. Regiones visitadas por Vacacionista Nacional.....	20
Tabla 5. Traslados por vacaciones desde las ciudades	21
Tabla 6. Tabla de Actividades turísticas realizadas por vacacionistas nacionales	22
Tabla 7. Viajes a otras Regiones del Perú	23
Tabla 8. Viajes a otras Regiones del Perú	24
Tabla 9. Viajes a otras Regiones del Perú	25
Tabla 10. Viajes a otras Regiones del Perú	26
Tabla 11. Viajes a otras Regiones del Perú	28
Tabla 12. Viajes a otras Regiones del Perú	29
Tabla 13. Vacacionista Nacional	30
Tabla 14. Regiones visitadas por negocio	30
Tabla 15. Regiones visitadas por negocio	31
Tabla 16. Llegadas Internacionales a los países competidores, en millones.....	32
Tabla 17. Países emisores de Turistas	32
Tabla 18. Principal motivo de viaje.....	33
Tabla 19. Regiones que visita.....	34
Tabla 20. El gasto que realiza por cuenta propia.....	35
Tabla 21. Regiones que visita el Turista Extranjero por vacaciones.....	36
Tabla 22. Regiones que visita el Turista Extranjero por negocios	37
Tabla 23. Ciudades nacionales emisoras de turistas a Cajamarca.....	43
Tabla 24. Ciudades nacionales emisoras de turistas a Cajamarca.....	44
Tabla 25. Gasto del vacacionista nacional en Cajamarca.....	44
Tabla 26. Gasto del vacacionista nacional en Cajamarca.....	45
Tabla 27. Presupuesto en publicidad	68
Tabla 28. Presupuesto en promoción.....	69
Tabla 29. Presupuesto para plataformas tecnológicas	69
Tabla 30. Presupuesto para tecnologías emergentes	70
Tabla 31. Presupuesto para tecnologías emergentes	70
Tabla 32. Inversión en Museos Históricos de Cajamarca	71

Tabla 33. Gastos en bienes y servicios de centro de interpretación	72
Tabla 34. Servicios básicos por Centro de Interpretación	73
Tabla 35. Gastos de Personal en Centro de Interpretación.....	73
Tabla 36. Gastos de Personal en Centro de Interpretación.....	74
Tabla 37. Gasto total por los Centros de Interpretación	74
Tabla 38. Proyección del gasto del Vacacionista en Cajamarca, 2011-2028	77
Tabla 39. Caracterización del proyecto de Centros de Interpretación.....	78
Tabla 40. Costes Totales.....	78
Tabla 41. Periodos de Amortización	78
Tabla 42. Necesidades de Financiación.....	79
Tabla 43. Condiciones del préstamo.....	79
Tabla 44. Cuadro de Amortizaciones	80
Tabla 45. Cuadro de Amortizaciones	80
Tabla 46. Cuenta de resultados.....	81
Tabla 47. Cuenta de resultados (Depreciación, VAN, y otros)	82
Tabla 48. TI R, VAN	82

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Circuito de Casonas y Monumentos Turísticos Culturales de Cajamarca	46
Figura 2. Mario Urteaga	49
Figura 3. Después de la Faena por Mario Urteaga	49
Figura 4. La Riña por Mario Urteaga...65	50
Figura 5. Fiesta Campesina por Mario Urteaga.....	50
Figura 6. Entierro de un hombre ilustre por Mario Urteaga	51
Figura 7. La Trilla por Mario Urteaga	51
Figura 8. Entierro de veterano por Mario Urteaga, Fuente: Goico (2017).....	52
Figura 9. Los adoberos por Mario Urteaga.....	53
Figura 10. La captura por Mario Urteaga. Fuente: Goico (2017).....	54
Figura 11. Pintado por Mario Urteaga.....	54
Figura 12. Primer corte de pelo por Mario Urteaga	55

INDICE GENERAL

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
INDICE DE TABLAS	vii
INDICE DE FIGURAS	ix
INDICE GENERAL	x
INTRODUCCION	1
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO METODOLOGICO	1
1.1. EL PROBLEMA	1
1.1.1. Situación problemática	1
1.1.2. Selección y delimitación del Problema	2
1.1.3. Planteamiento del problema	3
1.1.4. Justificación del estudio	3
1.1.5. Limitaciones de la Investigación	4
1.2. OBJETIVOS	5
1.2.1. Objetivo general	5
1.2.2. Objetivos específicos	5
1.3. HIPOTESIS	5
1.3.1. Hipótesis general	5
1.4. OPERACIONALIZACION DE VARIABLES	6
1.4.1. Variables operadas	6
1.5. METODOLOGIA	7
1.5.1. Tipo y diseño de investigación	7
1.5.5. Población y muestra	7
1.5.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	8
1.5.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	8
CAPITULO II: MARCO TEORICO	9
2.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	9
2.1.1 Antecedentes Internacionales	9
2.1.2 Antecedentes Nacionales	11

2.1.3 Antecedentes Regionales.....	12
2.2. BASES TEORICAS	14
2.2.1. Viabilidad.....	14
2.2.2. Perfil del Vacacionista Nacional.....	19
2.2.3. Perfil del Vacacionista Internacional	30
2.3. BASES CONCEPTUALES	38
2.3.1. Proyecto de inversión pública o social.....	38
2.3.2. Proyecto de inversión privado.....	39
2.3.3. Estudio de factibilidad.....	39
2.3.4. Financiamiento	39
2.3.5. Ingresos	39
2.3.6. Gastos de Inversión	39
2.3.7. Valor neto actualizado.....	40
2.3.8. Tasa Interna de Rendimiento del Capital o Taza Interna de Retorno (TIR) .	40
2.3.6. Ejecución.....	40
 CAPITULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	 43
3.2. Viabilidad Técnica.....	43
3.2.1. Turistas Nacionales en Cajamarca y las Ciudades emisoras.....	43
3.2.2. Turistas Extranjeros en Cajamarca.....	44
3.2.3. Gasto del Vacacionista Nacional en Cajamarca.....	44
3.2.4. Gasto del Vacacionista Internacional en Cajamarca	45
3.2.5. Circuito Casonas y monumentos turísticos culturales de Cajamarca.....	45
3.2.6. Presupuesto de Inversión Centros Interpretación Zona Monumental de Cajamarca	68
3.2.7. Gastos Administrativos, Centros de Interpretación.....	71
3.2.8. Demanda anual por Turismo en Cajamarca	75
3.3. Viabilidad Financiera.....	77
3.4. Viabilidad Económica Financiera.....	80
 CONCLUSIONES.....	 84
RECOMENDACIONES	85

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	86
ANEXOS	91

INTRODUCCION

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO METODOLOGICO

1.1. EL PROBLEMA

1.1.1. Situación problemática

La actividad turística nacional experimenta un continuo cambio y se ha convertido en uno de los sectores económicos que prospera con mayor rapidez en nuestro país, es por ellos que en el 2018 se realizaron 45,5 millones de viajes por turismo al interior de nuestro país, alcanzado el 91% del total de viajes por turismo dentro del Perú. Esta actividad guarda una estrecha relación con el desarrollo económico y social. De este modo, se espera un crecimiento de 4,6% y 4,4% en empleo turístico directo e indirecto, respectivamente (PROMPERU, 2018).

Las principales regiones visitadas por los turistas son: Lima, seguida de Ica, Piura y Cuzco. Cajamarca se encuentra en el décimo puesto después de la libertad y Lambayeque (PROMPERU, 2018), siendo esta una de las ciudades con gran riqueza histórica y cultural, puesto que, en ella se han suscitado diferentes acontecimientos históricos resaltantes en la historia del Perú y del mundo, aun así la tasa de crecimiento en el turismo es del 4 % frente a un 27 % que presentan la ciudad de Lima, este bajo crecimiento es un problema que se debe a la poca importancia, al poco valor histórico y al descuido por parte de las autoridades y ciudadanía sobre la importancia del majestuoso patrimonio de Cajamarca. Ejemplo de ello es la casona de Mario Urteaga, que hasta la fecha, las puertas están aún cerradas al turista, siendo de gran relevancia esta casona como un monumento histórico para su difusión cultural.

La Zona Monumental de la ciudad de Cajamarca, cuenta con inmuebles y espacios públicos, con gran riqueza histórica y cultural; sin embargo, aún no han sido aprovechados en su verdadera magnitud como generadores de desarrollo turístico, social y económico. La zona monumental está constituida por una arquitectura que datan de la

época de la colonia y republicana, las cuales se manifiestan en sus casonas, monumentos eclesiásticos tallados en piedra que los hacen muy llamativos. sin embargo, solamente a Cajamarca llegan los turistas de Lima, Trujillo y Chiclayo, y los porcentajes de visita son bajos, además considerando que de otras ciudades no se registra turistas en Cajamarca, de acuerdo con los estudios realizados por PROMPERU el año 2017.

Frente a la problemática descritas anteriormente, en esta investigación se considera importante generar valor agregado en los recursos turísticos que cuenta la zona monumental del centro histórico de la ciudad de Cajamarca, transformando a estos monumentos en Productos turísticos, culturales, educativos y recreativos, para el aprovechamiento de la población Cajamarquina como para los visitantes que llegan a nuestra ciudad, por tal motivo se ha creado un circuito turístico de Casonas y Monumentos Turísticos Culturales de Cajamarca, para realizar la viabilidad turística de la ciudad de Cajamarca.

1.1.2. Selección y delimitación del Problema

1.1.2.1. Selección espacial

Por las características de la presente investigación, el espacio donde se desarrolla es el circuito Casonas y monumentos turísticos culturales en el Centro de la ciudad de Cajamarca.

1.1.2.2. Selección temporal

El desarrollo de la presente investigación se realizó en el 2018, para la cual se desarrolló la metodología establecida en proyecto de investigación.

1.1.3. Planteamiento del problema

1.1.3.1. Pregunta general

¿Cuál es la viabilidad técnica y financieramente los recursos turísticos de la zona monumental del centro histórico de Cajamarca para generar valor socio – económico?

1.1.3.2. Preguntas específicas

¿Cómo viabilizar técnicamente los recursos turísticos de la zona monumental del centro histórico de Cajamarca para generar valor socio – económico?

¿Cómo viabilizar financieramente los recursos turísticos de la zona monumental del centro histórico de Cajamarca para generar valor socio – económico?

¿Cómo viabilizar socioeconómicamente los recursos turísticos de la zona monumental del centro histórico de Cajamarca para generar valor socio – económico?

1.1.4. Justificación del estudio

1.1.4.1. Justificación teórica

La investigación “Viabilidad, técnica y financiera generar valor socio – económico en recursos turísticos de la zona monumental del centro histórico de Cajamarca” se justifica en el aporte teórico para desarrollar valor en los recursos turísticos de la zona monumental del centro histórico en Cajamarca, el conocimiento científico para conservar y restaurar técnicamente el centro histórico rico de historia cultural.

Sustentada los resultados obtenidos de acuerdo a la metodología planteada, permitirá la consecución de los objetivos plasmados en la conclusión, sirviendo de antecedentes para el marco teórico de futuras investigaciones consideradas de acuerdo a las variables en estudio.

1.1.4.2. Justificación práctica

La zona monumental del Centro Histórico de la ciudad de Cajamarca es un recurso intangible de bien común de los ciudadanos de la región; con el propósito de conservar y generar valor en la difusión y conocimiento de la riqueza histórica, se desarrolla la presente investigación, esto permitirá desarrollar nuevas tecnologías en la presentación de centros arquitectónicos. Además, el análisis económico y financiero permitirá determinar la viabilidad de su ejecución para bienestar general.

1.1.4.3. Justificación académica

En la presente investigación se propone un conocimiento científico, el cual servirá como antecedente para futuras investigación, en aras del desarrollo de nuevos conocimientos con valor cultural, además incrementará las la difusión de los monumentos históricos de las zonas histórica en Cajamarca.

1.1.5. Limitaciones de la Investigación

Una de las limitaciones son los propietarios de las casas del centro histórico, quienes no suelen brindar información sobre sus propiedades. Po su parte el investigador ha solicitado información indicando que solo tendrá con fines de investigación académica.

La falta de conocimiento del empresario turístico en generar valor y aportar para crear turismo ha permitido no proporcionar información, sin embargo, el Investigador ha recurrido a información de transparencia de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).

El INEI no cuenta con información actualizada sobre el turismo en Cajamarca; el Investigador para levantar el impase ha optado por desarrollar la información mediante tablas a través de datos propuestos por MINCETUR.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo general

Determinar la viabilidad técnica y financiera para generar valor socio – económico en recursos turísticos de la zona monumental del Centro Histórico de la ciudad de Cajamarca.

1.2.2. Objetivos específicos

Explicar la viabilidad técnica para generar valor socio – económico en recursos turísticos de la zona monumental del Centro Histórico de de la ciudad Cajamarca.

Evaluar la viabilidad financiera para generar valor socio – económico en recursos turísticos de la zona monumental del Centro Histórico de la ciudad Cajamarca.

Determinar la viabilidad económica para generar valor socio – económico en recursos turísticos de la zona monumental del Centro Histórico de la ciudad Cajamarca.

1.3. HIPOTESIS

1.3.1. Hipótesis general

1.3.1.1. Hipótesis alternativa (H1)

La viabilidad técnica y financiera influye en el valor socio – económico en recursos turísticos de la zona monumental del Centro Histórico de la ciudad de Cajamarca.

1.3.1.2. Hipótesis nula (H0)

La viabilidad técnica y financiera no influye con el valor socio – económico en recursos turísticos de la zona monumental del Centro Histórico de Cajamarca.

1.4. OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

1.4.1. Variables operadas

Para el desarrollo de la Tesis se presenta la siguiente tabla de operacionalización de Variables

Tabla 1. *Operacionalización de variables*

Nombre de la Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala
Viabilidad Técnica, Económica Financiera	La viabilidad es la cualidad de lo viable, de lo que puede concretarse, de aquello que puede salvar los escollos esperables en el camino que debe transitar. En el caso de Proyectos es la capacidad de asimilarse al medio intervenido y transformarlo, en forma sostenible” (Santiago, 2008, p. 5)	Viabilidad Técnica	Cantidad del Vacacionista Gasto del Vacacionista Circuito de Casonas Presupuestos Inversion	Razón
		Viabilidad Financiera	Necesidad de Financiacion Periodo de Amortizacion Anualidades Amortizacion Inversion	
		Viabilidad Económica Financiera	Costos financieros Beneficios Flujo de Caja VAN TIR	
Valor Socioeconómico en Recursos Turísticos de la Zona Monumental del Centro Histórico de Cajamarca	Para (Santiago, 2008): valor de los recursos turísticos en terminos economicos para el desarrollo de una sociedad cuyo interes conllevan al desarrollo y crecimiento economico.	Involucrados	Rentabilidad	Razón
		Propuestas	Factibilidad	
		Intereses	Desarrollo y Crecimiento Economico	

Fuente: Elaboración propia del Investigador

1.5. METODOLOGIA

1.5.1. Tipo y diseño de investigación

El presente estudio es de tipo descriptivo cuantitativo, dado que describe la viabilidad técnica y financiera en los recursos turísticos de la zona monumental del centro histórico de Cajamarca. Es cuantitativo, ya que se presenta los resultados obtenidos fueron cuantificables y analizados mediante estadísticas. Es Aplicada dado que concentra su atención en las posibilidades concretas de llevar a la práctica las teorías generales, y destinan sus esfuerzos a resolver las necesidades que se plantean la sociedad (Baena, 2014). El diseño de la investigación es no experimental, dado que no se manipularon variables por parte del investigador.

1.5.5. Población y muestra

1.5.5.1. Población

La población está constituida por cuatro casonas y tres monumentos turísticos culturales del Centro de la ciudad de Cajamarca entre ellos se encuentran los siguientes:

Tabla 2. *Casonas y Monumentos Turísticos Culturales de Cajamarca*

Casonas y Monumentos Turísticos Culturales de Cajamarca	Ubicación
Casa María Urteaga	Jr. Dos de mayo 777
Cuarto del Rescate	JR. Amalia Puga 750
Cumplejo Belen	Esuqeina de Jr. Junin y Jr. Belen
Casa Espinache	Jr. Cruz de Piedra 613
Teatro Cajamarca	Jr. Apurimac 574
Casa de Nicolas Puga	Jr. Jose Galvez 634
Casa Toribio Casanova	Jr. Jose Galvez 939

Fuente: Elaboración propia del Investigador

1.5.5.2. Muestra

Según Durán (2016), la muestra es una parte representativa de la población, la cual se selecciona con el propósito de obtener información sobre la población. En tal sentido, y como la población es relativamente pequeña se tomará toda la población, por tanto, es una investigación censal, siendo un estudio no probabilístico, por conveniencia.

1.5.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica utilizada para la recolección de datos fue la revisión de documentos digitales, la información obtenida se ordenó en una hoja del cálculo de Excel.

1.5.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Las técnicas utilizadas para el procesamiento de los datos son el análisis estadístico para la validación de la hipótesis utilizando el paquete estadístico SPSS Versión 22, para establecer la relación de las variables en estudio del proyecto de investigación “Viabilidad técnica financiera y la variable valor socio-económico en recursos turísticos de la zona monumental del centro histórico de Cajamarca”.

CAPITULO II: MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

2.1.1 Antecedentes Internacionales

De acuerdo con la Investigación “Diseño de un Centro de Interpretación Comunitario en la Cooperativa 23 de noviembre del Cantón Naranjal” presentada por Anchundia, (2016) concluye en:

En el análisis se comprobó que existe una baja inversión para dar una buena facilidad turística en la Cooperativa 23 de Noviembre lo cual se transforma en un inadecuado uso turístico del Área Natural Siete Cascadas y a su vez no permite un desarrollo socioeconómico para la cooperativa, a pesar de contar con un atractivo natural que representa un alto potencial turístico para el Cantón Naranjal, los visitantes o turistas se llevan una mala imagen por la falta de información del sitio, con ayuda de las autoridades de la Cooperativa 23 de Noviembre y autoridades relacionadas al turismo se puede ejecutar el centro de interpretación para ofrecer un correcto turismo y una mayor variedad de ofertas a los turistas o visitantes.

En el marco teórico se pudo reunir información de diferentes autores que indican que el desarrollo económico es fundamental para un turismo social, el turismo de naturaleza conserva y protege los recursos naturales, valorar las manifestaciones culturales ya que son las identidades de los pueblos, crea conciencia sobre la protección del medio ambiente para mejorar la calidad de vida de la población.

La metodología utilizada sirvió para recopilar información de la población y turistas a través de las encuestas, lo que fue complementada en la entrevista con el criterio del señor Miguel Tigre presidente de la Cooperativa 23 de noviembre para la investigación científica.

A través de los resultados de las encuestas se evidenció el alto porcentaje de turistas que estarán dispuestos a visitar el centro de interpretación para disfrutar e informarse mejor sobre el atractivo natural Cerro de Hayas.

En la Investigación “Los centros de interpretación histórico, artístico y arqueológico en la Provincia de Burgos-España” realizada por (De Domingo, 2014) concluye en constatar la gran riqueza y diversidad patrimonial de la provincia de Burgos, que, al margen de conocerse, nunca está de más su puesta en valor.

Por otro lado, advertir sobre el cambio de mentalidad y conciencia sobre el patrimonio que se ha despertado a raíz de una serie de factores sociales. La mejora económica que ha propiciado un mayor poder adquisitivo, la culturización de la sociedad y el aumento exponencial de la sociedad a consumir cultura, el acceso inmediato y masificado a la información y comunicación de la mano de las nuevas tecnologías e Internet, la posibilidad de viajar y ver otras culturas, entre otros.

Las personas ya no sólo quieren visitar los monumentos, museos, exposiciones, ir a conferencias, cine, etc. Quieren participar activamente de la cultura. Recibir información, adquirir conocimientos, educarse, visitar lugares de los que les han hablado o han visto en televisión y lo quieren experimentar y sentir “in situ”.

En la Universidad Central del Ecuador se realizó la investigación “Diseño de un centro de interpretación turística en Pedro Vicente Maldonado, Pichincha 2014” por Hidalgo (2014) que concluye en:

En relación con el diagnóstico turístico, Pedro Vicente Maldonado es un cantón que puede desarrollar el turismo a nivel local, nacional e internacional, presenta atractivos naturales y culturales, actividad agrícola y ganadera con beneficios económicos para empresarios y obreros, posee desarrollo urbanístico moderno y brinda facilidades a los visitantes.

La inversión total requerida para la ejecución del proyecto del centro de interpretación turística “Encanto natural” es USD 181000.00 (ciento ochenta y un mil dólares americanos), que comprende valor del terreno, edificio, sueldos del personal y gasto en logística por parte del Gobierno Autónomo descentralizado Municipal del cantón Pedro Vicente Maldonado, a través de la partida de “Concertación Alcaldías”. Por tanto, es factible económicamente.

Dentro del estudio técnico-organizacional se consiguió establecer la factibilidad de la forma de operación y manejo a cargo del Municipio, así como la infraestructura y equipamiento básico para la operación.

En cuanto al diseño, el Centro de Interpretación Turística ofrecerá servicios de información, orientación y capacitación a visitantes nacionales y extranjeros, atenderá las necesidades específicas del sector turístico, tomando en cuenta la difusión y promoción de sus atractivos que se manifiesta en cada una de las áreas operacionales, la población beneficiada a más de los habitantes del Cantón Pedro Vicente Maldonado trascenderá a los cantones Puerto Quito y San Miguel de los Bancos. Se prueba la hipótesis, es positiva (p. 154).

2.1.2 Antecedentes Nacionales

De acuerdo al estudio “Centro de Interpretación e Investigación Etnográfica en el Cerro San Cristóbal de la Ciudad de Tarma – (CIET)” realizado por (Ibáñez y Mendizábal, 2016) concluye en:

La idea de sostenibilidad se basa en una idea de pertinencias, viabilidad social, viabilidad económica y viabilidad ambiental con el fin de garantizar que las construcciones perduren para generaciones futuras. La optimización del uso de recursos y la eficiencia garantizan la calidad, la economía y la durabilidad.

En este caso particular, al instaurarse el centro histórico de Tarma, se propone una serie de proyectos apoyados por el Plan COPESCO Nacional, que es una Unidad Ejecutora del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, dependiente de la Alta Dirección, que formula, coordina, dirige, ejecuta y supervisa proyectos de inversión de interés turístico a nivel nacional; además de prestar apoyo técnico especializado para la ejecución de proyectos turísticos a los Gobiernos Regionales, Gobiernos Locales y otras entidades públicas que lo requieran además busca consolidarse como un órgano ejecutor eficiente y eficaz, de proyectos de inversión pública a través del desarrollo de infraestructura y puesta en valor de recursos turísticos, promoviendo la diversificación de la oferta turística y contribuyendo al desarrollo sostenible del turismo, a fin de posicionar al Perú como uno de los mejores destinos turísticos del mundo.

Esta normativa soporta teóricamente el proyecto y toma en cuenta lo que dentro de él se debe contemplar de manera física (p. 217).

De acuerdo a la Investigación presentada en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) (Goycochea, 2015) concluye en:

Los centros de interpretación siempre están en contacto con la exposición in situ del valor que se quiere resaltar, por lo que el Koricancha es en este caso el marco y referencia del cual se sostiene el Centro de Interpretación, mostrándolo como paisaje prestado y constante visual directa de las actividades que se realicen al interior.

(...) Finalmente, la búsqueda principal es poder hacer llegar a los locales y visitantes la cultura y la historia de una manera distinta y con un significado profundo. La interpretación, como el arte de traducir lo complejo y mostrarlo de una manera simple, busca el compromiso y el desarrollo de un ideal en conjunto que va más allá de la simple observación. Mantener esta identidad puede llevar a que el Centro de Interpretación se compenetre con la ciudad, sus habitantes y los turistas que visiten a la ciudad y a su arquitectura (p. 95).

2.1.3 Antecedentes Regionales

Villanueva (2015) en su trabajo de investigación el desarrollo de la actividad turística en la provincia de Cajamarca tiene algunas deficiencias; del cuadro 14 podemos evidenciar la tasa promedio anual en el período de estudio del total de arribos a la provincia de Cajamarca es de 3.3 %; la tasa promedio anual de turistas nacionales en el mismo período es 4.7 % y la tasa promedio de los turistas extranjeros es 4.28%.

En la provincia de Cajamarca al año 2012 según datos del INEI, existía 510 establecimientos de hospedaje, 7176 habitaciones, 7 agencias de viaje y 16 restaurantes clasificados; lo cual pone de manifiesto la deficiencia de la oferta turística en la provincia de Cajamarca.

(...) La provincia de Cajamarca, dispone una serie de recursos naturales, arquitectónicos, históricos, culturales, costumbristas, ferias y comidas, que deben ser bien explotadas para dinamizar la actividad turística, no sólo de la provincia, sino de toda la región. (p. 139)

De acuerdo a la investigación presentada en la Universidad Nacional de Cajamarca por el Investigador (Vásquez, 2014) concluye en:

(...) El distrito de Chetilla, cuenta con un inventario turístico de la zona con recursos como: Cataratas Qarwa Qiru, Cerro Hualgayoc, Arte rupestre, Culebrarumi, además de flora y fauna variada, fiestas tradicionales, platos típicos, viviendas rurales ya actividades agrícolas y ganaderas, que son base para el desarrollo de Turismo Rural Comunitario.

La situación actual de los recursos turísticos en el distrito de Chetilla es regular, por lo que se tiene que desarrollar trabajos de preservación en cada uno de ellos.

La formulación del Plan Estratégico y su implementación con respecto al Turismo Rural comunitario en el distrito de Chetilla, servirá como herramienta para la creación de una fuente de desarrollo para este pueblo, haciendo participes a los pobladores del desarrollo de 'su distrito, el crecimiento personal y familiar de cada uno de ellos (p. 153).

De acuerdo a la Investigación presentada en la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo (UPAGU) por el Investigador (Perez, 2017) concluye en:

Se muestran la estrecha asociación de la oferta turística con las estrategias de desarrollo de servicio brindado en la ciudad de Cajamarca, porque con una mejor planificación en diferentes ámbitos de los servicios se podrá crear cultura para que las empresas mejoren y estandaricen el servicio y productos.

La calidad de servicio en la oferta turística, requiere de personal capacitado y especializado para trabajar con la estandarización de un servicio de calidad.

Las entidades públicas y privadas necesitan trabajar en conjunto para poder minimizar los impactos que causan las debilidades en el sector turismo en la ciudad de Cajamarca (p. 123)

2.2. BASES TEORICAS

2.2.1. Viabilidad

De acuerdo con Santiago (2008), la viabilidad es la asociación del concepto viabilidad con los vocablos rentabilidad y factibilidad es fuente de confusiones respecto de las actividades de identificación, preparación y evaluación de Proyectos de Inversión. Es posible distinguir sus especificidades con ayuda de su etimología y también con el análisis de las formas de uso, véase al respecto.

Viabilidad, tal como se entiende en este trabajo, es la cualidad de lo viable, de lo que puede concretarse, de aquello que puede salvar los escollos esperables en el camino que debe transitar. En el caso de Proyectos de Inversión se entiende que viabilidad expresa “la capacidad de un proyecto de asimilarse al medio intervenido y transformarlo, en forma sostenible”

En el caso de Proyectos de Inversión, los resultados de la viabilidad financiera y la rentabilidad se obtienen del análisis de un Flujo de Fondos. La Rentabilidad brinda información sobre el desempeño de estos fondos invertidos, medido en términos de razón o tasa. Rentabilidad puede asociarse así, a rendimiento, aunque este concepto es más genérico y se utiliza no solo respecto de los fondos, sino para medir la performance de otros recursos no dinerarios.

Mientras que la Viabilidad (financiera, en este caso) refiere a la capacidad, del actor responsable de un proyecto, de contar con los fondos requeridos por el mismo, en la medida que su ejecución y operación lo demandan o, en su caso, a la capacidad de acceder a fondos complementarios. Como puede notarse esta condición de Viabilidad, no valora el mejor o peor desempeño financiero de la propuesta de inversión, sino que se limita a indicar “que puede -o no- realizarse”. De acuerdo con el Glosario propuesto en este trabajo, se entiende por viabilidad, la capacidad de una iniciativa de inversión de asimilarse armónicamente al medio en el que se verificarán los resultados e impactos de la intervención propuesta y del que se esperan extraer los recursos requeridos (p. 5).

Dimensiones de la viabilidad

Las dimensiones de la viabilidad según Santiago (2008), De la relación entre intervención y medio receptor, surge el concepto de viabilidad como categoría que expresa la capacidad de un proyecto de asimilarse al medio intervenido y transformarlo, en forma sostenible. Viabilidad indica entonces que las características de ambos componentes de la relación (medio intervenido e intervención) no son incompatibles, o bien que las incompatibilidades son resueltas mediante modificaciones del diseño del proyecto, de la forma de ejecución y/u operación o bien, mediante modificaciones realizadas en el medio receptor. Viabilidad indica también la capacidad del medio receptor de asimilar las modificaciones originadas en la intervención, en forma sostenible. De esta forma, los análisis de viabilidad son estudios de las distintas dimensiones del ambiente en que se manifestarán los impactos del Proyecto, que permitirán precisar si se prevén incompatibilidades, inadecuaciones, conflictos u otras situaciones que puedan impedir o dificultar la preparación, ejecución u operación o, también, inhibir la concreción de los resultados y los impactos esperados. Estos estudios refieren a cada una de las dimensiones específicas del ambiente que se interviene y se indican a continuación: Técnicos, financieros y económicos (p. 10).

2.2.1.1. Viabilidad Técnica

Para Santiago (2008), la viabilidad técnica es el conjunto de estudios y análisis indicados, que brindan información sobre el grado de viabilidad derivado de las aptitudes técnico-operativas de una organización dan cuenta de su importancia. Es conocido que en buena parte de los proyectos la existencia de alguna de las debilidades descritas es fuente de dificultades, demoras, incrementos en los costos, demoras en la producción de beneficios, aparición de impactos negativos y otras contingencias de diferente magnitud. Puede apreciarse aquí que los atributos específicos de la capacidad técnico – operativa se solapan con los correspondientes a la capacidad institucional –organizativa. Tal como se mencionó, esto ocurre en el análisis de las distintas dimensiones de la viabilidad, dado que los límites son difusos e - incluso - pueden parecer arbitrarios. No obstante, la verificación de estos límites difuminados entre los distintos análisis el procedimiento muestra gran utilidad, pues permite precisar mejor las particularidades propias de cada dimensión (p. 15).

2.2.1.2 Viabilidad Financiera

Según Santiago (2008), la viabilidad Financiera de un Proyecto informa sobre la disponibilidad de recursos monetarios en los momentos en que la ejecución o la operación del Proyecto los necesita. En el caso que el ejecutor previsto sea un ente Público se focaliza la atención en el análisis de los recursos presupuestarios, previstos y ejecutados, en la calidad de la gestión y en el dinamismo exhibido para la ejecución y disposición de los fondos, en la existencia o no de ampliaciones presupuestarias en ejercicios precedentes y en el grado de ejecución logrado en términos históricos. En el caso de actores públicos o privados debe considerarse la magnitud de los fondos requeridos por el Proyecto en relación con las magnitudes habitualmente gestionadas por los entes respectivos. En estos casos, la profundidad de los análisis está relacionada con la complejidad y magnitud de los Proyectos. Corresponde, según el caso, explorar las previsiones financieras realizadas, las formas habituales de gestión y disposición de los fondos, verificar la existencia de los acuerdos y decisiones necesarios, correspondientes a los órganos de decisión y administración. No supone valoración alguna del costo de oportunidad de su disposición ni de las distintas combinaciones posibles de magnitudes a utilizar de distintas fuentes externas. Refiere solo a la relación entre el ejecutor responsable de la gestión de la iniciativa y el grado de suficiencia de los fondos de que dispone en forma preliminar (p. 10).

2.2.1.3. Viabilidad Económica Financiera

De acuerdo con Santiago (2008), es de notar que la información un estudio proviene del análisis del Flujo de Fondos y que esta herramienta se utiliza también para obtener estimadores relativos al desempeño financiero de la iniciativa (TIR, VAN, etcétera), por lo cual los resultados se obtienen en forma paralela y simultánea. Asimismo, cuando los fondos disponibles, en forma preliminar, son insuficientes y se exploran opciones de financiamiento complementario, las distintas posibilidades que se analizan para viabilizar el financiamiento se exponen con sus costos y perfiles de repago asociados de modo tal que viabilidad y desempeño financiero, se obtienen en forma conjunta. Aquí puede residir la confusión generalizada entre viabilidad y rentabilidad. Ambos conceptos provienen del análisis financiero, viabilidad informa la sobre el grado de seguridad de la disposición de los fondos necesarios mientras que rentabilidad es una de las medidas de

desempeño financiero que mide la aptitud del Proyecto para satisfacer ese objetivo (p. 11).

2.2.1.1.4. Viabilidad Social

Para Santiago (2008), los estudios de viabilidad social están estrechamente vinculados con la identificación, en la medida que el mejor reconocimiento de una situación compleja requiere de las opiniones colectivas de los involucrados para determinar el aspecto social.

(...) Cada uno de los diversos actores involucrados manifiesta lógicas particulares en su consideración de la situación problemática y en la valoración de las propuestas de intervención. Esta diversidad, que se corresponde tanto con intereses sectoriales como con visiones y patrones culturales o ideológicos diferentes, no inhibe la posibilidad de una opción que genere el grado de adhesión suficiente y satisfaga el marco de políticas en que desenvuelve la intervención (p. 18).

2.2.1.2. El turismo

El turismo se ha convertido para muchos países en instrumento y factor de desarrollo económico en general. En otros, sólo ha logrado contribuir al crecimiento económico sectorial, en tanto que los beneficios no se han distribuido de manera equitativa. Los estudiosos del turismo han enfatizado en que la falta de planeación de este sector ha generado en muchos países un desarrollo económico no incluyente, un aprovechamiento no sustentable de los recursos naturales y la anarquía en el desarrollo de los espacios territoriales con potencial turístico. Diversos autores sostienen que sólo a partir del conocimiento sobre el desarrollo de la actividad turística en general y el de los diversos destinos turísticos, en particular, se pueden concretar acciones que involucren a los actores locales, para aprovechar los recursos humanos y naturales de los espacios turísticos desde una perspectiva coherente con las propuestas de la Organización Mundial del Turismo (Orozco y Núñez, 2013).

2.2.1.3. Enfoques del desarrollo

El enfoque modernista o modernizador de la teoría del desarrollo trató de explicar los cambios o transiciones de una sociedad tradicional a una moderna. Este enfoque

planteaba que los modelos económicos de los países industrializados debían ser imitados por los países en desarrollo, pues sólo así se podría transitar de una economía tradicional sustentada en la agricultura a una economía moderna basada en la industria.

El enfoque del desarrollo se centró en localizar los obstáculos a la plena implantación de la modernidad y en definir los instrumentos de intervención capaces de alcanzar los resultados deseados en el sentido de aproximar cada sociedad existente a esa sociedad ideal (Dos Santos,2002:15). Este enfoque dividió al mundo en países “centrales” y “periféricos”; por lo que, de acuerdo con esta teoría, la especialización económica favorecería tanto a países desarrollados como a subdesarrollados; los primeros, volcados a producir bienes industriales y, los segundos, hacia la producción de materias primas, productos agrícolas y recursos minerales.

El enfoque de polos de crecimiento indica que a partir de los años sesenta del siglo XX se gesta el post fordismo o modelo de acumulación flexible, el cual respondió a los cambios que se dieron en el modo de producción industrial. Este modelo difiere de la forma en la que hasta entonces se había concebido el desarrollo, al proponer que éste se gesta al interior de los territorios; es entonces que aparece el concepto de “distrito industrial”, entendido como “una entidad socio territorial caracterizada por la presencia activa de una comunidad de personas y de una población de empresas en un espacio geográfico determinado. [En el distrito industrial, al contrario de las ciudades manufactureras] tiende a haber una ósmosis perfecta entre comunidad local y empresas (Cit. por Sánchez, 2009:237).

En la década de los años noventa del siglo XX, surge otra propuesta teórica, conocida como la Nueva Geografía Económica, que se centró en explicar las causas del desarrollo o atraso de los países o las regiones. Esta teoría también tomó como referente a la teoría espacial de la escuela alemana, centrada en “explicar la importancia que tienen los costos de transporte en los patrones de localización de las actividades económicas” (Sánchez, 2009:146).

De acuerdo con Sánchez (2009:137), el paradigma de la Nueva Geografía Económica, desarrollada por Krugman en 1991, “tiene una sólida fundamentación matemática que, al igual que la teoría del desarrollo endógeno, interpreta los rendimientos crecientes y la competencia imperfecta como los ingredientes básicos de la nueva

organización industrial y por ende del crecimiento económico”. Este autor subraya que para comprender el funcionamiento de este modelo, podríamos hacernos, principalmente, tres preguntas:

- 1.-¿Porqué se concentra la actividad económica en determinadas localizaciones en vez de distribuirse uniformemente por todo el territorio?
- 2.- Qué factores determinan los sitios en los que la actividad productiva se aglomera?
- 3.- ¿Cuáles son las condiciones para la sostenibilidad o alteración de tales situaciones de equilibrio?

Posterior a este enfoque, surgieron otras teorías que le dan un peso considerable al espacio, como lo es la geografía socioeconómica e industrial, en la que se postula que el espacio es la dimensión material de las relaciones sociales, en donde se interrelacionan de manera dialéctica factores históricos, culturales y naturales. De acuerdo con esta teoría, la configuración del espacio está determinada por el tipo de relaciones sociales que llegan a constituirse en éste (Orozco y Núñez, 2013).

2.2.2. Perfil del Vacacionista Nacional

En la Investigación, se presentan las últimas estadísticas nacionales para conocer el perfil del vacacionista nacional (PROMPERU, 2017).

El año 2016, se realizaron alrededor de 4,78 millones de viajes por vacaciones dentro del Perú, lo que significó un incremento de 3% con respecto al año anterior.

En las siguientes tablas se muestran el perfil del vacacionista nacional.

Tabla 3. *Vacacionista Nacional*

Vacacionista Nacional		
Genero	Femenino	Masculino
	57%	33%
Estado Civil	Casado	Solteros
	59%	39%
Edad Promedio	38 años	
Estadia Promedio	5 Noches	

El costo promedio de gasto promedio S/ 489.00 del vacacionista nacional, el motivo de viaje es descansar o relajarse un 40%, salir con la familia lo hace un 19%, y para conocer nuevos lugares de viaje un 18%.

Tabla 4. *Regiones visitadas por Vacacionista Nacional*

Regiones visitadas	
Cusco	28%
Loreto	12%
Arequipa	10%
San Martin	9%
Piura	9%

Fuente: PROMPERU (2017)

El vacacionista Limeño gasta promedio S/ 512.00, estadia promedio 5 días.

El vacacionista chiclayano gasta promedio S/ 354.00, su estadia es de 5 noches.

El vacacionista arequipeño gasta promedio S/321.00, su estadia es de 4 noches.

El Vacacionista huancaíno realiza un gasto promedio de S/ 368.00, su estadia es de 4 noches.

El vacacionista trujillano, gasta S/ 387.00, su estadia es de 4 noches.

El vacacionista piurano, gasta promedio de S/ 361.00.

2.2.2.1. El turismo interno por vacaciones en el Perú

El vacacionista piurano, gasta promedio de S/ 361.00.

En el 2016, la cantidad de viajes por vacaciones en el Perú se incrementó en 3% con respecto al año anterior.

Por su parte, el movimiento económico generado creció en 12% con respecto al 2015, principalmente por el aumento en el gasto promedio.

El total de vacionistas para el 2017 fue de 1,380 millones a nivel nacional, el movimiento económico fue 2335 millones de soles y el traslado por vacaciones desde las de principales ciudades emisoras son:

Tabla 5. *Traslados por vacaciones desde las ciudades*

Traslados por vacaciones desde las ciudades	
Lima	85%
Arequipa	4%
Trujillo	3%
Chiclayo	4%
Huancayo	1%
Piura	3%

Fuente: PROMPERU (2017)

A lo largo del 2016, se realizaron 4,78 millones de viajes por vacaciones o recreación.

Donde buscan información turística las vacionistas nacionales, lo hacen mediante Internet un 86%, a través de familiares y amigos un 33%, y folletos turísticos un 18% y mediante agencias de viajes un 6%.

A que regiones viaja el vacacionista, a Lima un 23%, a Ica un 12%, a Junín un 8%, a Arequipa, La Libertad y Piura un 7%, a Cusco un 6% a Ancash y Lambayeque un 5%, y Cajamarca un 4%, (...).

Las actividades que realizan los vacacionistas nacionales se realizan de acuerdo a la presente tabla.

Tabla 6. *Tabla de Actividades turísticas realizadas por vacacionistas nacionales*

Actividades turísticas realizadas		
Turismo urbano	75%	60% Pasear por Parques o Plazas 44% Visitar iglesias, catedrales y conventos
Compras	61%	39% Artesanias 27% Dulces típicos 22% Productos comestibles no dulces 10% Artículos de vestir
Turismo de naturaleza	55%	29% Pasear por el campo 28% Pasear por lagos, lagunas y rios 21% Visitar reservas naturales
Turismo de cultura	36%	
Turismo de sol y plaza	25%	
Diversion y entretenimiento	22%	
Turimos de aventura	5%	

Fuente: PROMPERU (2017)

Los vacacionistas peruanos tienen dispositivos móviles con internet y se incrementó respecto al año anterior, en el 2015 utilizaban un 71% dispositivos móviles, para el 2016 utilizaban un 82% siendo el incremento un 11% .

2.2.2.1.1. El vacacionista Limeño

El vacacionista limeño de acuerdo con (PROMPERU, 2017, p. 15) En el 2016, el 85% de traslados generados desde las seis principales ciudades emisoras de vacacionistas nacionales, tuvo a la ciudad de Lima como punto de partida, alcanzando un total de 4 070 453 de viajes.

Los viajes del vacacionista limeño generaron un movimiento económico de 2085 millones de soles.

(a) Que características tienen

El vacacionista limeño tiene, en promedio, 38 años. La mayoría es de género femenino, forma parte de una pareja y cuenta con instrucción técnica o superior. El 76% viaja a otras regiones del Perú, y solamente el 24% lo hace en el interior del departamento de Lima.

Los viajes a otras regiones se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 7. *Viajes a otras Regiones del Perú*

Viajes a otras regiones del Perú	
Regiones / Provincias	
Ica	18%
Junin	11%
Cusco	8%
La Libertad	8%
Ancash	8%
Arequipa	8%
Piura	7%
Lambayeque	7%
Otras *	25%

* Incluye: Ayacucho, Cajamarca, San Martín, Loreto, Tumbes, Huanuco, Pasco, Ucayali, Huancavelica, Amazonas, Apurímac, Madre de Dios, Moquegua y Puno.

Fuente: PROMPERU (2017)

Los gastos de los vacacionistas limeños a otras regiones del Perú es de S/ 531.00.

Las noches de permanencia en el destino durante sus viajes a otras regiones es de 6 noches.

2.2.2.1.2. El vacacionista Arequipeño

De acuerdo con PROMPERU (2017, p. 17) en el 2016, 187 230 viajes se iniciaron en la ciudad de Arequipa, representando el 4% de los traslados generados desde las seis

principales ciudades emisoras. Los viajes del vacacionista arequipeño lograron un movimiento económico de 60 millones de soles.

(a) Que características tiene

El vacacionista arequipeño tiene, en promedio, 35 años. Poco más de la mitad es de género femenino, forma parte de una pareja y cuenta con instrucción superior.

Las regiones a las que visita los hace en un 49%, y ha provincias de Arequipa lo hace en un 51%.

Tabla 8. *Viajes a otras Regiones del Perú*

Viajes a otras regiones del Perú	
Cusco	10%
Lima	20%
Puno	19%
Moquegua	16%
Tacna	10%
Ica	6%
Otros*	9%

* Incluye: La Libertad, Piura, Apurímac, Ayacucho, Callao, Huánuco, Junín, Loreto, San Martín y Tumbes.

Fuente: PROMPERU (2017)

El vacacionista arequipeño incrementó en 18 puntos porcentuales sus viajes con familiares o amigos, sin niños, respecto al 2015.

Los viajes que realizan los arequipeños se incrementa el gasto en S/ 58 entre los vacacionistas Arequipeños que viajan dentro de su región, y gasta durante su viaje a otras regiones de S/ 373.00.

Las noches que se quedaron en otras regiones las vacaciones arequipeñas son 4 días.

2.2.2.1.3. El vacacionista Trujillano

De acuerdo con PROMPERU (2017, p. 19) en el 2016, un total de 160 063 viajes tuvo como punto de partida la ciudad de Trujillo, lo que representó el 3% de los traslados generados desde las seis principales ciudades emisoras de vacacionistas nacionales. Los viajes del vacacionista trujillano lograron un movimiento económico de 62 millones de soles.

(a) Que características tiene

El vacacionista trujillano tiene, en promedio, 37 años. La mayoría es de género femenino, forma parte de una pareja y cuenta con instrucción superior.

Los vacacionistas trujillanos viajan en un 76% a otras regiones del Perú, y solamente el 24% viaja a provincias de la Libertad.

Tabla 9. *Viajes a otras Regiones del Perú*

Viajes a otras regiones del Perú	
Lima	22%
Cajamarca	19%
Piura	15%
Ancash	12%
Lambayeque	10%
Otras	23%

*Incluye: Tumbes, Cusco, San Martín, Arequipa, Ica, Amazonas, Ayacucho, Huánuco, Junín, Loreto, Pasco y Puno

Fuente: PROMPERU (2017)

Respecto al 2015, el vacacionista trujillano incrementó en 9 puntos porcentuales sus viajes con familiares o amigos, sin niños.

Se presenta un incremento en el gasto de S/ 73 entre los trujillanos que viajan dentro de su región. Los vacacionistas trujillanos cuando visitan a otras regiones gastan aproximadamente S/ 410.00

Las noches de permanencia del vacacionista trujillano en el destino durante sus viajes a otras regiones son de 5 noches.

2.2.2.1.4. El vacacionista Chiclayo

El vacacionista Chiclayano (PROMPERU, 2017, p. 21) en el 2016, un total de 168 876 viajes se inició en la ciudad de Chiclayo, representando el 4% de los traslados generados desde las seis principales ciudades emisoras. Los viajes del vacacionista chiclayano lograron un movimiento económico de 60 millones de soles, 19 millones más que en el 2015.

(a) Que características tiene

El vacacionista chiclayano tiene, en promedio, 39 años. Poco más de la mitad es de género femenino, forma parte de una pareja y cuenta con instrucción superior.

El 92% viaja a otras regiones del Peru.

Los vacacionistas viajan a otras regiones del Perú.

Tabla 10. *Viajes a otras Regiones del Perú*

Viajes a otras regiones del Perú	
Cajamarca	27%
Lima	24%
La Libertad	16%
Piura	15%
Otras	18%

*Incluye: Tumbes, San Martín, Amazonas, Ica, Ancash, Cusco, Arequipa y Loreto

Fuente: PROMPERU (2017)

Respecto al 2015, el vacacionista chiclayano incrementó en 8 puntos porcentuales sus viajes sin compañía.

El gasto del vacacionista chiclayano en otras regiones S/ 355.00.

Se presenta un incremento de S/ 174 entre los vacacionistas chiclayanos que viajan dentro de su región.

Las noches de permanencia del vacacionista chiclayano en el destino durante sus viajes a otras regiones es de 5 noches.

2.2.2.1.5. El vacacionista Huancayo

El vacacionista Huancayo de acuerdo con PROMPERU (2017) En el 2016, el 1% de traslados generados desde las seis principales ciudades emisoras de vacacionistas nacionales tuvo a la ciudad de Huancayo como punto de partida, representando un total de 60 584 viajes.

Los viajes del vacacionista huancaíno lograron un movimiento económico de 22 millones de soles.

(a) Que características tiene

El vacacionista huancaíno tiene, en promedio, 36 años. La mayoría es de género femenino, forma parte de una pareja y cuenta con instrucción superior.

Las regiones a las que viaje fuera de Huancayo lo hace en un 59%.

Tabla 11. *Viajes a otras Regiones del Perú*

Viajes a otras regiones del Perú	
Regiones / Provincias	
Lima	40%
Pasco	10%
Ica	9%
Huancavelica	9%
Cusco	7%
Huanuco	7%
Huanuco	7%
Otras *	25%

Fuente: PROMPERU (2017)

Respecto al 2015, el vacacionista huancaíno incrementó en 10 puntos porcentuales sus viajes con familiares o amigos, sin niños.

Gasta durante su viaje fuera de la region S/ 390.00 los vacacionistas huancaínos.

Se presenta un incremento de S/ 64 entre los vacacionistas huancaínos que viajan dentro de su región.

2.2.2.1.6. El vacacionista Piurano

El vacacionista Piurano de acuerdo con PROMPERU (2017) En el 2016, el 3% de traslados generados desde las seis principales ciudades emisoras de vacacionistas nacionales tuvo a la ciudad de Piura como punto de partida, realizándose 128 539 viajes. Los viajes del vacacionista piurano generaron un movimiento económico de 46 millones de soles.

(a) Que Características tiene

El vacacionista piurano tiene, en promedio, 39 años. La mayoría es de género femenino, forma parte de una pareja y cuenta con instrucción superior.

El vacacionista Piurano viaja a otras regiones en un 56% respecto a propias provincias de Piura.

Tabla 12. *Viajes a otras Regiones del Perú*

Viajes a otras regiones del Perú	
Regiones / Provincias	
Lima	35%
Tumbes	16%
La Libertad	16%
Lambayeque	13%
Cajamarca	6%
Otras *	14%

* Incluye: San Martín, Ancash, Arequipa, Cusco, Ica, Junín y Tacna

Fuente: PROMPERU (2017)

Respecto al 2015, el vacacionista piurano incrementó en 6 puntos porcentuales sus viajes sin compañía.

Gasta durante su viaje fuera de la Región Piura dentro del Perú, S/ 392.00.

Durante su estadía radica por 6 días fuera de la región.

2.2.3. Perfil del Vacacionista Internacional

En la presente investigación presenta las estadísticas para conocer el perfil del Vacacionista Internacional de acuerdo con PROMPERU (2017) en las siguientes tablas:

Tabla 13. *Vacacionista Nacional*

Vacacionista Nacional		
	Masculino	Femenino
Genero	62%	38%
Edad Promedio	39 años	
Residencia	59% en Latinoamérica	
Vacaciones	65%	

Fuente: PROMPERU (2017)

El gasto promedio del vacacionista extranjero es de \$ 964.00 por persona, y la estadía promedio que realiza en la región donde vacaciona es de 10 días.

Los motivos de viaje es vacaciones lo realiza en un 65%, y por negocios es de 14%.

(a). El turista de negocios

De residencia en Latinoamérica es de 61% y su estadía es 7 noches, y el gasto que realizan durante su estadía es de \$1285 por persona.

Tabla 14. *Regiones visitadas por negocio*

Regiones visitadas por Negocio	
Lima	95%
Cusco	6%
Tacna	5%
Arequipa	5%

Fuente: PROMPERU (2017)

(b). El turista de vacaciones

de residencia Latinoamérica es de 59% su estadía es de 9 noches, el gasto promedio por persona es de \$978 por persona.

Tabla 15. *Regiones visitadas por negocio*

Regiones visitadas por Negocio	
Lima	66%
Cusco	54%
Tacna	36%

Fuente: PROMPERU (2017)

El vacacionista motivado por conocer Lima, el gasto promedio es de US\$ 1692 por persona y su estadía promedio es de 11 noches.

El vacacionista motivado por probar la gastronomía es de US\$ 1181 por persona, y su estadía es de 12 noches.

El vacacionista que se hospeda en hoteles de 4 y 5 estrellas, tiene un gasto promedio de US\$ 2041 por persona y su estadía de 9 noches.

2.2.3.1. El turismo receptivo en el Mundo

El turismo receptivo es el conjunto de actividades realizadas por las personas durante sus visitas a países distintos a su lugar de residencia. Para ser considerado como turismo, la estadía en el destino debe ser como mínimo de una noche, pero menor a un año y el motivo de viaje debe ser diferente al de trabajo remunerado en el país de destino.

2.2.3.1.1. El flujo de viajes internacionales en el mundo en millones de visitas

En el año 2016, el turismo receptivo en el mundo se incrementó en 4%, mientras que en Sudamérica creció en 7%.

Asimismo, el turismo receptivo en el Perú creció en 7%.

Para el 2017, se prevé que el turismo receptivo en el mundo se incremente en 6% respecto al 2016.

Tabla 16. *Llegadas Internacionales a los países competidores, en millones*

Llegadas internacionales a los países competidores, en millones		
	2015	2016
China	78,1	86,3
México	21,1	21,8
India	14,9	15,9
Argentina	9,6	10,6
Brasil	9,9	8,2
Chile	3,9	4
Egipto	3,6	3,8
Perú	3,5	3,7
Colombia	3	3,1
Jordania	2,5	2,5

Fuente: PROMPERU (2017)

2.2.3.1.2. El Turista Extranjero en el Perú

El turista de vacaciones, el motivo fundamental de su visita a nuestro país es la recreación o el ocio. La decisión del viaje recae sobre el turista.

El motivo fundamental de su visita está relacionado con su ocupación o con las operaciones de la organización de la que forma parte.

Tabla 17. *Países emisores de Turistas*

	Miles de llegadas	Millones de US\$ generados
Chile	1016	348
Estados Unidos	526	781
Ecuador	237	108
Colombia	187	197
Argentina	158	141
Brasil	144	147
España	128	167
Francia	90	135
México	84	99
Alemania	71	91
Canada	70	109
Reino Unido	68	124

Fuente: PROMPERU (2017)

La llegada de turistas extranjeros a nuestro país registró un crecimiento promedio anual de 8% en los últimos cinco años.

El turista extranjero tiene, en promedio, 39 años y reside en Latinoamérica. Es de género masculino, tiene pareja y cuenta con instrucción universitaria.

2.2.3.1.3. El principal motivo de viaje

Los principales motivos de viajes de los vacacionistas extranjeros.

Tabla 18. *Principal motivo de viaje*

Principal motivo de viaje	Millones de turistas
Vacaciones, recreacion u ocio	2,3
Negocios	0,49
Visitar a familiares o amigos	0,48
Salud (tratamiento medico)	0,12
Asistir a seminarios, conferencias, convenciones o congresos	0,07
Misiones / Trabajo religioso / Voluntariado	0,05
Educacion (realizar estudios, investigaciones por grado, etc)	0,04
Total	3,55

Fuente: PROMPERU (2017)

Los principales motivos de viaje son las vacaciones en 2 millones de turistas, y además el motivo principal de motivo de viaje son los negocios registrando casi medio millón de viajes.

2.2.3.1.4. Como planifica su Visita al Perú

Con cuanta anticipación compra su pasaje o paquete turístico

El 58% de los turistas latinoamericanos compra su pasaje o paquete turístico con menos de un mes de anticipación.

El 49% de los turistas australianos compra su pasaje o paquete turístico con cinco o más meses de anticipación.

El 63% de los turistas anglosajones, el 57% de los europeos y el 61% de los asiáticos compra su pasaje o paquete turístico con una anticipación de uno a cuatro meses.

2.2.3.1.4. Principales páginas web utilizadas para adquirir alojamiento por cuenta propia

El uso de internet para adquirir paquete turístico es de 20% de turistas extranjeros, 39% de turistas anglosajones, y 26% de turistas de vacaciones.

El transporte aéreo es adquirido por servicio de internet en un 38%, el alojamiento lo realizan en un 20%, y el transporte aéreo entre ciudades del Perú es de un 13%.

2.2.3.1.5. Regiones que visita el Turista Extranjero

El vacacionista extranjero para pasar sus vacaciones visita las regiones que visita

Tabla 19. *Regiones que visita*

Regiones que visita	
Lima	71%
Cusco	39%
Tacna	30%
Puno	17%
Arequipa	16%
Ica	12%
Tumbes	11%
Piura	7%
La Libertad	4%
Madre de Dios	2%
Loreto	2%
Ancash	2%
Lambayeque	2%

Fuente: PROMPERU (2017)

Las regiones mas visitadas por los vacacionistas son Lima con un 71%, le sigue Cusco con un 39%, Tacna con un 30%, de la tabla se observa para objeto de la presente

investigación que no registra datos en Turismo la Ciudad de Cajamarca de acuerdo con DICETUR.

El gasto que realiza su viaje por cuenta propia

Tabla 20. *El gasto que realiza por cuenta propia*

El gasto que realiza su viaje por cuenta propia	
Alojamiento	27%
Restaurantes y alimentación	26%
Atractivos y actividades turísticas	13%
Compras	13%
Transporte entre ciudades	9%
Traslados dentro de una ciudad	7%
Otros	5%

Fuente: PROMPERU (2017)

En el 2016, llegaron 2,30 millones de turistas extranjeros por vacaciones, recreación u ocio. El vacacionista tiene, en promedio, 37 años y reside en Latinoamérica. Es de género masculino y cuenta con instrucción universitaria.

2.2.3.2. Regiones que visita el Turista Extranjero por vacaciones

En el 2016, llegaron 2,30 millones de turistas extranjeros por vacaciones, recreación u ocio.

El vacacionista tiene, en promedio, 37 años y reside en Latinoamérica. Es de género masculino y cuenta con instrucción universitaria.

Las regiones que visita los vacacionistas se registran de acuerdo a la tabla

Tabla 21. *Regiones que visita el Turista Extranjero por vacaciones*

Regiones que visitan	
Lima	66%
Cusco	54%
Tacna	36%
Puno	24%
Arequipa	21%
Tumbes	15%
Ica	14%
Piura	9%

Fuente: PROMPERU (2017)

Puno y Arequipa son los destinos más visitados por los vacacionistas europeos.

El 83% de los vacacionistas de larga distancia, realiza actividades relacionadas a la naturaleza; y, el 73%, actividades relacionadas a la aventura.

El gasto promedio diario es de US\$107 por vacacionista.

La visita dura 9 noches en promedio por el mejor prospecto de vacacionista con un gasto promedio es de US\$ 978.

Solo el 36% de los vacacionistas que organizan su viaje por cuenta propia contrata algún servicio turístico por Internet.

El 87% de los vacacionistas europeos y el 71% de los asiáticos visita más de 3 regiones.

El 75% de los vacacionistas latinoamericanos y el 54% de los anglosajones visita 1 o 2 regiones.

El tipo de actividades que realiza el vacacionista extranjero es de cultura 97%, compras 82%, otra actividad que realiza es de visitar lugares naturales en un 59%, por diversión y entretenimiento de 42%, de aventura un 42%, y de sol y plaza un 23%.

2.2.3.3. Regiones que visita el Turista Extranjero por negocios

En el 2016, se registró la llegada de 0,49 millones de turistas de negocios.

Este grupo representó el 14% de los turistas extranjeros.

El turista de negocios tiene, en promedio, 42 años y reside en Latinoamérica. Es de género masculino, es casado o conviviente y cuenta con instrucción universitaria o posgrado.

Tabla 22. Regiones que visita el Turista Extranjero por negocios

Regiones que visita el Turista Extranjero por Negocios	
Lima	95%
Cusco	6%
Tacna	5%
Arequipa	5%
Ica	4%
Piura	4%
La Libertad	3%

Fuente: PROMPERU (2017)

Gasto promedio US\$ 1285, las noches en promedio que extiende su visita para vacacionar es 7 noches.

El 93% asiste a restaurantes, el 59% pasea por la ciudad, el 31% visita parques o plazuelas, el 27% compra artesanías, y el 20% visita centros comerciales.

2.2.3.4. Perfil del Vacacionista

El Perfil del Vacacionista es una herramienta fundamental para comprender y valorar las características, hábitos e intereses de que viajan por recreación dentro del territorio nacional. Para elaborarlo, PROMPERÚ se basados resultados obtenidos de hombres y mujeres que han realizado durante el último año al menos un viaje por vacaciones o recreación dentro del Perú. Los turistas participantes tienen entre 18 y 64 años de edad, pertenecen a los niveles socioeconómicos A, B o C; y, residen en Lima, Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Huancayo y Piura. Del total de los vacacionistas, el 57%

pertenecen al sexo femenino, el 44% pertenecen a una generación millennial y el 54% forman parte de una pareja. Entre los aspectos que toman en cuenta para elegir un destino están la naturaleza y la variedad de atractivos (68%); la planificación del tiempo de visita es en promedio dos semanas o menos (63 %) (PROMPERU, 2018).

Respecto al turista que visita a la ciudad de Cajamarca, el 56% viaja con una pareja, el 43% es de estado civil soltero y el 1% no precisa, el 60 % indican tener hijos. Según el grado de instrucción, el 48% presentan estudios superiores mientras que el 17, 11 y 2 presentaron superior técnico completo, secundaria completa y primaria, respectivamente. El 54% de los turistas buscan información antes de salir, mientras que el 46 % se aventura a conocer. Respecto al tiempo de viaje, el 23% sale una semana o menos, el 22% un mes, el 18% realizan viajes sin planificar. Respecto a las características del viaje, el 90% considera que el principal motivo de viaje es por vacaciones y recreación, mientras que el 9 % visitan familiares y amigos.

Entre los atractivos visitados están los Baños del Inca (63%), Granja Porcón (57%), Ventanillas de Otuzco (46%), Mirador Santa Apolonia (45 %), Cumbemayo (45%), Hacienda la Colpa (43%), Iglesia San Francisco y la Catedral (42, respectivamente), Cuarto del Rescate (41%), Conjunto Monumental Belén (32%), Jardín de Hortensias (15%) y Namora (13%) (Turismo interno, 2016).

2.3. BASES CONCEPTUALES

2.3.1. Proyecto de inversión pública o social

Los proyectos de inversión pública o social según Morales (2009): Esta busca cumplir con objetivos sociales a través de metas gubernamentales o alternativas, empleadas por programas de apoyo. Los términos evolutivos estarán referidos al término de las metas bajo criterios de tiempo o alcances poblacionales. Cuando persigue como finalidad básica generar empleos, aprovechar recursos o contribuir en las metas nacionales de desarrollo. Cuando el precio del bien o servicio o parte del mismo, serán pagados por la comunidad a través de impuestos o subsidios.

2.3.2. Proyecto de inversión privado

Los proyectos de inversión privado de acuerdo con Morales (2009): Lo realiza un empresario particular para satisfacer sus objetivos. Los beneficios que la espera del proyecto, son los resultados del valor de la venta de los productos bienes o servicios, que generara el proyecto. Cuando persigue como finalidad básica la obtención de un beneficio económico. Cuando se basa en una demanda capaz de pagar el bien o servicio del proyecto (p. 34).

2.3.3. Estudio de factibilidad

Para Morales (2009): En el Proyecto de Factibilidad se vislumbran los aspectos favorables para la viabilidad de un proyecto, lográndose una aproximación a la realidad. Este estudio se convierte muchas veces, en una especie de filtro de alternativas de donde se elige la más viable (p. 34).

2.3.4. Financiamiento

Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar a la inversión, en forma o proporción definida en el estudio de pre- inversión correspondiente. Por lo general se refiere a la obtención de préstamos (Morales, 2009, p. 35).

2.3.5. Ingresos

De acuerdo con Morales (2009, p. 43): son aquellas entradas de efectivo del proyecto, conformadas por los ingresos en efectivo provenientes de la comercialización de bienes y/o servicios del proyecto (determinados a partir del precio unitario por el volumen de ventas proyectado para cada período en unidades físicas) y otras entradas provenientes de la venta de pequeños lotes de producción, en forma de otros ingresos.

2.3.6. Gastos de Inversión

Son costos de capital fijo, gastos de operación o explotación, gastos diferidos (Morales, 2009, p. 43)

2.3.7. Valor neto actualizado

El valor neto actualizado VAN o VNA es uno de ellos y consiste en calcular la diferencia entre los ingresos y los egresos de efectivo para cada año proyectado y actualiza a una tasa de descuento determinada (Morales, 2009, p. 56).

2.3.8. Tasa Interna de Rendimiento del Capital o Taza Interna de Retorno (TIR)

Para Morales (2009, p. 58): Esta es la tasa de actualización a la cual el valor neto actualizado de la inversión se reduce a cero. La TIR expresa el interés compuesto al que se remunera el capital invertido. El criterio de aceptación empleado consiste en comparar la TIR obtenida con la tasa de corte preestablecida.

2.3.6. Ejecución

Comprende al conjunto de actividades para la implementación de la nueva unidad de producción, tales como compra del terreno, la construcción física en sí, compra e instalación de maquinaria y equipos, instalaciones varias, contratación del personal. Esta etapa consiste en llevar a ejecución o a la realidad el proyecto, el que hasta antes de ella, solo eran planteamientos teóricos (Morales, 2009, p. 36).

2.4. Definición de términos básicos

- **Atractivos turísticos:** Son los conjuntos de lugares, bienes intangibles o tangibles, costumbres y acontecimiento que por sus características propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés de los visitantes.

- **Casona:** Viviendas que fueron parte del desarrollo de las primeras urbes de las colonias españolas y portuguesas en Latinoamérica. Las características, formales y funcionales de las mismas, nacen de la fusión entre la arquitectónica traída por los colonizadores y el nuevo contextualismo encontrado en la región, que, con la mano de obra, los materiales, las técnicas y artistas locales crean una arquitectura con tradiciones e identidad propia.

- **Monumento:** Es toda obra con suficiente valor para el grupo humano que lo erigió. Ha de ser "pública y patente". Aunque inicialmente el término se aplicaba a las estatuas, inscripciones o sepulcros erigidas en memoria de un personaje o de un acontecimiento relevante (monumento conmemorativo), su uso fue extendiéndose y ha llegado a comprender cualquier construcción que posea valor "artístico, arqueológico, histórico\" o similar, destacadamente las arquitectónicas.
- **Patrimonio:** El patrimonio constituye el conjunto de elementos tanto del tipo físico-natural como construidos, así como otros espacios culturales que su atracción puede representar la primera materia potencial sobre la que se habrá que realizar una intervención por parte de los responsables del desarrollo turístico para convertirlos en recursos turísticos.
- **Turista:** Se conoce popularmente con el término de turista a aquella persona que se traslada de su territorio de origen o de su residencia habitual a un punto geográfico diferente al suyo. La ausencia se produce por algunos días, semana o meses, lo habitual es más allá de 24 horas e incluye pernoctación en el punto geográfico de destino.
- **Viabilidad:** la viabilidad es la asociación del concepto viabilidad con los vocablos rentabilidad y factibilidad es fuente de confusiones respecto de las actividades de identificación, preparación y evaluación de Proyectos de Inversión (Santiago, 2008).
- **Viabilidad Económica:** La viabilidad económica de un proyecto es determinada por la diferencia entre el costo y beneficio del mismo (Santiago, 2008).
- **Viabilidad Financiera:** Es la capacidad de una organización de obtener fondos necesarios para satisfacer sus requisitos funcionales a corto, mediano y largo plazo. Otros lo consideran como la disponibilidad de dinero líquido para hacer frente a los pagos y las inversiones a lo largo de la vida de la empresa (Santiago, 2008).
- **Viabilidad Técnica:** Es la condición que hace posible el funcionamiento de nuestras ideas o proyectos, atendiendo a sus características tecnológicas y toda su

relación con el exterior en la complementación del producto, se evalúa ante un determinado requerimiento o para determinar si es posible llevarlo a cabo en condiciones de seguridad con la tecnología disponible, verificando factores diversos como resistencia estructural, durabilidad u operacional, implicaciones energéticas, según el campo del que se trate (Santiago, 2008).

CAPITULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.2. Viabilidad Técnica

De acuerdo a los datos proporcionados por PROMPERU se realizó el análisis de la viabilidad técnica acerca del turismo en Cajamarca, donde las diferentes ciudades nacionales e internaciones se constituyen en emisoras de turistas, detallaremos estas en las siguientes tablas.

3.2.1. Turistas Nacionales en Cajamarca y las Ciudades emisoras

En el presente estudio se obtiene los siguientes datos de acuerdo a la información propuesta por PEOMPERU, estas corresponden al análisis de las tablas descritas en el Marco Teórico:

Tabla 23. *Ciudades nacionales emisoras de turistas a Cajamarca*

Ciudades Emisoras de Turistas a Cajamarca 2017					
Ciudades Emisoras de Turistas a Cajamarca	% Cajamarca	% Otras Regiones	Total de Vacacionistas	Vacacionistas en Regiones fuera de su Región	Vacacionistas en Cajamarca
Lima	3%	75%	4070453	3052840	91585
Trujillo	14%	76%	160063	121648	17031
Chiclayo	19%	92%	168876	155366	29520
Total de Vacacionista Nacional a Cajamarca					138135

Fuente: PROMPERU (2017)

De acuerdo a la tabla 23, se observa un total de 138135 turistas que llegaron con destino a la ciudad de Cajamarca el año 2017.

Las ciudades emisoras de turistas destacan entre ellas la ciudad de Lima con un 3% del total de vacacionistas de más de 4 millones de viajeros, de Trujillo arriban a la ciudad de Cajamarca el 14% que representa a 17031 de un total de ciento sesenta mil sesenta y tres turistas y de Chiclayo llegan a Cajamarca un 19% representado por 29520 turistas.

3.2.2. Turistas Extranjeros en Cajamarca

Los turistas extranjeros en Cajamarca se clasifican en turistas por vacaciones y por negocios, los resultados se presentan en la tabla 24:

Tabla 24. *Ciudades nacionales emisoras de turistas a Cajamarca*

Turistas Extranjero en Cajamarca			
	% Cajamarca	Total de Vacacionistas	Vacacionistas Extranjeros en Cajamarca
Turista Extranjero por Vacaciones	3,0%	2300000	69000
Turista Extranjero por negocios	0,67%	490000	3283
Total de Vacacionistas en Cajamarca			72283

Fuente: PROMPERU (2017)

De los turistas extranjeros por vacaciones llegan con destino a Cajamarca 69000 de un total de 2 millones trescientos mil vacacionistas, y el 0,67% que representa a 3283 de turistas extranjeros por negocios de un total de 490000.

Cajamarca presenta un porcentaje inferior al promedio visible en las tablas propuestas por PROMPERU en los estudios de turismo durante el año 2017.

El total de turistas extranjeros por vacaciones o por negocios que llegaron a Cajamarca fueron 72283 el año 2017.

3.2.3. Gasto del Vacacionista Nacional en Cajamarca

De acuerdo a las tablas propuestas en el análisis de PROMPERU acerca del turista en Cajamarca se obtiene los gastos presentados en las siguientes tablas:

Tabla 25. *Gasto del vacacionista nacional en Cajamarca*

Gasto del Vacacionista Nacional en Cajamarca 2017					
Vacacionista Nacional de Visita en Cajamarca	Vacacionista Nacional en Cajamarca	Estadia	Gasto del Vacacionista	Gasto del Vacacionista Diario	Total del Gasto de Vacacionistas Nacional en
Lima	91585	6	S/531.00	S/88.50	S/48,631,737
Trujillo	17031	5	S/410.00	S/82.00	S/6,982,588
Chiclayo	29520	5	S/355.00	S/71.00	S/10,479,431
Total General Gasto					S/66,093,757

Fuente: PROMPERU (2017)

El vacacionista que llegó de Lima a la ciudad de Cajamarca considerando los datos descritos en la tabla 25, gastaron la suma de 48 millones de soles durante el año 2017, de Trujillo el vacacionista durante el año 2017 realizaron un gasto de 6 millones de soles y el vacacionista que llegó de Chiclayo hizo un gasto de 10 millones de soles, en total se asume la suma de 66 millones gastados por turismo en la ciudad de Cajamarca durante el año 2017.

3.2.4. Gasto del Vacacionista Internacional en Cajamarca

El gasto realizado en el año 2017 del vacacionista internacional en Cajamarca se asume en las tablas siguientes, información propuesta por PROMPERU

Tabla 26. *Gasto del vacacionista nacional en Cajamarca*

Gasto del Vacacionista Internacional en Cajamarca							
Vacacionista Extranjero de Visita en Cajamarca	Vacacionista Extranjero en Cajamarca	Estadia / días	Gasto del Vacacionista	Gasto del Vacacionista a Diario	Total del Gasto de Vacacionistas	Tipo de Cambio - Octubre 2018	Total de Gastos de Vacacionista Extranjero en Cajamarca en S/
Turista Extranjero por Vacaciones	69000	9	\$ 978	\$ 109	\$ 7.498.000	\$ 3,35	S/25.118.300
Turista Extranjero por Negocios	3283	7	\$ 1.285	\$ 184	\$ 602.665	\$ 3,35	S/2.018.928
Total General de Gasto de Vacacionista Extranjero							S/27.137.228

Fuente: PROMPERU (2017)

De los turistas que llegan del extranjero por vacaciones gastaron el año 2017 una suma de 25 millones de soles, del turista extranjero por negocios que visitaron a Cajamarca por negocios realizaron un gasto de 2 millones durante el año 2017.

Del total del gasto realizado por el turista extranjero por vacaciones y por negocio, asume un total de 27 millones, realizado el año 2017 en Cajamarca.

3.2.5. Circuito Casonas y monumentos turísticos culturales de Cajamarca

En la presente investigación se considera las casonas y monumentos turísticos culturales de Cajamarca de acuerdo al circuito presentado considerado por la muestra descrita en el estudio propuesto de acuerdo a la siguiente figura:



Figura 1. *Circuito de Casonas y Monumentos Turísticos Culturales de Cajamarca*

Fuente: Elaboración propia del Investigador

A continuación, se detalla la importancia de cada uno de los monumentos y los datos representativos de cada uno de los monumentos considerados en el presente circuito para su estudio de viabilidad y propuesta de valor y mejora socioeconómica.

3.2.5.1. Casa Mario Urteaga

3.2.5.1.1. Ubicación

De acuerdo al INC (1983) se detalla la ubicación de la casa:

Ubicación política: 06.01.01

Calle: Dos de Mayo 781

Propietario actual: Elvira Urteaga (p. 108).

3.2.5.1.2. Características de la Edificación

De acuerdo al INC (1983) se detalla las características de la casa:

Naturaleza del edificio: Casa habitación

Estilo: Herreriano

Area: 680 m²

Frente: 16m

Profundidad: 40m

Otro frente: 19m, por la calle Chanchamayo.

N° de Plantas: Una

Materiales de construcción: Adobe

Confección de los elementos: Talla

Techo: Dos aguas (Teja)

Paramento: Llano

Espesor de los muros: 67cm

Vanos de acceso: Tres

Principales: Dos

Adicionales: Uno

Ventanas: Una

Bajas: Una

Otros elementos arquitectónicos: Zaguán con arco, patio, jardín (p. 108).

3.2.5.1.3. Condición del Predio

De acuerdo al INC (1983) se detalla la condición del predio:

Estado de conservación: Mucho en buen estado

Uso: Casa habitación

Ocupante actual: Elvira Urteaga

Conductor: Privado (p. 108)

3.2.5.1.4. Historia de la Propiedad

Según el INC (1983) se detalla la historia de la propiedad:

Propiedad de Mario Urteaga, cuyos hijos son sus actuales poseedores (p. 108).

De acuerdo con Ureña (2006) sobre Mario Urteaga afirma:



Cuando se visitan las altas mesetas del Perú, se respira un espíritu que algunos poetas y pintores son capaces de presentar en sus obras, como una eterna novedad, como una renovada experiencia del espíritu. No sé, soy incapaz de describir esa atmósfera, ese fluir de luces y de nostalgias, esa antigua y siempre nueva vocación de futuro, de pertenecer al universo, al todo, al absoluto, a la historia.

Figura 2. Mario Urteaga

Fuente: Goico (2017)

Mario Urteaga nació en Cajamarca y es el pintor que mejor define el aura, el espíritu y la visión indigenista en el arte peruano del siglo XX. Se le descubre muy tardíamente, en Lima, hacia 1934. Pero su obra era apreciada por los habitantes de Cajamarca desde los umbrales de ese siglo.



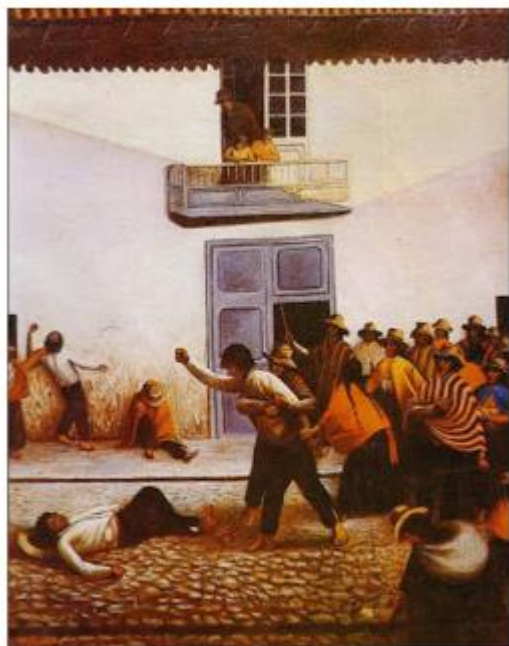
Después de la faena, 1920.

En sus imágenes la congoja, el milenario cansancio y el incesante trajinar del pueblo indígena queda retratado con ese mismo espíritu que vemos agolparse en el pecho del hombre indio, en sus mujeres laboriosas y en esa búsqueda incansable por una mejor existencia. La ira contenida, el sabor masticado de la hoja de coca parece advertirse en esos rostros de mirada profunda e inquietante. Pero, sobre todo, el sentido de soledad en medio de la imponente presencia de la cadena andina.

Figura 3. Después de la Faena por Mario Urteaga

Fuente: Goico (2017)

Aunque autodidacto, Urteaga hace una simbiosis entre los modelos academicistas y la tradición pictórica peruana y los funde en un todo que envuelve gestos, posturas, y sobre todo la presencia del paisaje del altiplano y del Norte Peruano.



La riña, 1923.

El sabor provinciano de sus pinturas no mengua, sino enaltece, la autenticidad de este pintor que compone sus obras con cuidadoso orden y magistral oficio. Pero lo importante, lo trascendente, es cómo Urteaga aúna el espíritu peruano de toda una época en aquellas escenas campesinas, en esos bucólicos paisajes en los que la opresión de la altura es sólo comparable a opresión económica y política del indio peruano.

Figura 4. *La Riña por Mario Urteaga....65*

Fuente: Goico (2017)

Urteaga ha logrado mostrar al mundo "los indios más indios que jamás se han pintado", según la frase conclusiva de Teodoro Núñez Ureta.



Fiesta campesina.

(...) La relación entre modernidad y provincia tuvo en la tercera edición de la Bienal de Trujillo de 1987 un momento decisivo. Ésta propició la discusión en torno a una de las preocupaciones más hondas en la construcción del discurso del arte peruano, en el que el indigenismo provinciano de Urteaga se ha inscrito desde su primera muestra en Lima, a mediados de la década de 1930.

Figura 5. *Fiesta Campesina por Mario Urteaga*

Fuente: Goico (2017)

La aceptación de su obra encontró, desde ese temprano momento, adhesiones del círculo de Sabogal y de los que más se apartaron de esa escuela en los años posteriores, haciendo de ella un singular punto de convergencia y reconocimiento, suscitados desde criterios enfrentados de validación citado en (Ureña, 2006).



Entierro de un hombre ilustre, 1936. En el Museo de Arte Moderno de Nueva York.

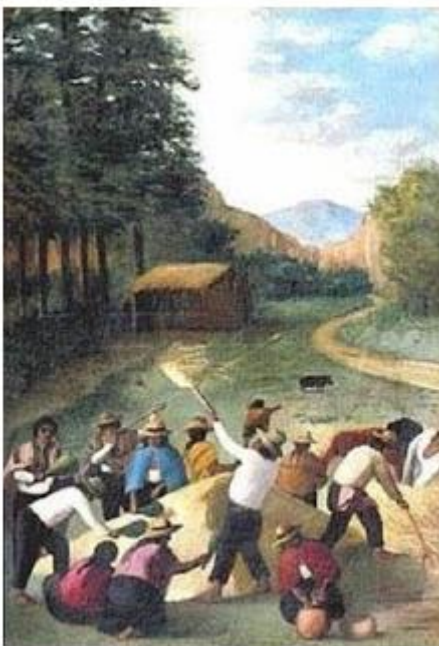
Figura 6. *Entierro de un hombre ilustre por Mario Urteaga*

Fuente: Goico (2017)

Mientras unos rescataban el valor testimonial y temático de lo representado, otros señalaban sus cualidades

estrictamente pictóricas, y sus indudables méritos plásticos y de composición –producto de una paciente asimilación de tradiciones divergentes, que no hacen cismas entre el gran arte europeo (accesible a él por medio de textos y reproducciones impresas) y la pintura popular desarrollada durante el siglo XIX en su región (en aquella época difícilmente conocida en Lima), de la que se convierte, a su manera, en un continuador–. Calidad precisa de una posición “periférica” (Luis Eduardo Wuffarden) que a un mismo tiempo lo aproxima y lo distancia de las conscripciones estéticas que tanto han restringido el criterio de las vanguardias artísticas. Evidentemente, las asimetrías en las fuerzas de

difusión del fenómeno cultural son sólo una consecuencia inevitable de las que los procesos de modernización y desarrollo detentan entre los distintos sectores sociales.



La trilla.

Figura 7. *La Trilla por Mario Urteaga*

Fuente: Goico (2017)

Un aspecto crucial de su obra parece marcar así una oscilación en la mirada que el artista inscribe del mundo indígena. Es significativo que sus escritos de prensa, previos a esta temática pictórica que lo ha caracterizado, recalquen a

menudo el aislamiento y las dificultades en la distribución de recursos y materias primas de su ciudad hacia el mercado externo, a falta de vías de comunicación eficientes y necesarias para satisfacer las crecientes expectativas de prosperidad (Ureña, 2006)

Por otro lado, el rasgo localista y nostálgico, que imprime frecuentemente en sus cuadros, transmite una velada conciencia de la fugacidad de estas mismas escenas, amenazadas por la inminente asimilación de otros patrones de vida que los procesos sociales y económicos imponen. Un artículo de Arteaga, que ha sido imposible fechar, resulta emblemático: el pintor llega incluso a oponerse a la importación de cierta mercadería extranjera “tan cara y de mala calidad”, procurando a su vez impulsar la más cercana industria artesanal de sombreros de paja a fin de que éstos sean usados “siquiera en nuestra circunscripción” (Ureña, 2006).



Figura 8. *Entierro de veterano por Mario Urteaga*, Fuente: Goico (2017)

Aquel modelo, sin embargo, avanzaría constantemente, y produjo a su paso el desarrollo –o, de acuerdo con Juan Acha, los diferentes niveles de atraso en nuestro país (Ureña, 2006) con que los centros urbanos se encontrarían prontamente en contraste con el precipitado empobrecimiento de las zonas rurales.



Los adoberos, 1937.

En Cajamarca, el repliegue de las campañas es la versión de lo que fueron los cinturones de miseria que circundaron Lima a inicios de la década de 1950.

Figura 9. *Los adoberos por Mario Urteaga*

Fuente: Goico (2017)

Por este motivo, es probable que en la obra de Urteaga, el casi autónomo e indiferente mundo indígena –que transcurre entre el trabajo, la beatitud del hogar o la fiesta– sea también el testimonio candoroso y contemplativo que el artista hace de lo que será una inminente pérdida. Sin embargo, los procesos históricos se alimentan de sus imágenes como si fueran también fisuras o intersticios en el tejido de la modernidad. Ellas erosionan lentamente el entusiasmo inicial hacia sus objetivos o sus métodos, e inscriben –a veces sin proponérselo– elementos destinados a diluir sus horizontes (Ureña, 2006).

La desigualdad se presenta aquí como un factor inherente a este proceso, ante el cual se ha lanzado frecuentemente una mirada seca o condescendiente, pero poco solidaria. Urteaga parece, sin embargo, incorporar a ella una sublimada y respetuosa afinidad anímica, emotiva, tierna e incluso religiosa, que trata de construir quizá una

aproximación que supere las innegables distancias existentes, creadas por fuerzas de



La captura del abigeo, 1940.

fragmentación social históricamente enquistadas. Uno parece estar tentado a pensar, a partir de esto, que la categoría de lo “criollo” en el Perú ha tenido una ampliación de uso que ha resultado equívoca y nociva.

Figura 10. *La captura por Mario Urteaga.* Fuente: Goico (2017).

Esta palabra, por definición, sólo debía alcanzar a los hijos directos de españoles en



Figura 11. *Pintado por Mario Urteaga*

Fuente: (Goico, 2017).

América y sostenerse en los primeros momentos de la Conquista. Iniciado ya el proceso de mestizaje y

abrumadoramente desde la Independencia y la República—, ésta parece operar como una atribución ilegítima: una extensión nominal, “hematojerárquica”, que ha tendido a mantener los privilegios de aquellos que afianzaban su —a menudo remota— ascendencia europea sobre el reprimido componente racial y culturalmente nativo. La distinción ha sido, hace siglos, una condición social, económica y política agazapada de un término incapaz de sostenerla. El mestizo de los centros urbanos —demográficamente minoritario— se convertía así en el nuevo legatario de una vieja dominación.



Primer corte de pelo (o Landaruto)

Figura 12. *Primer corte de pelo por Mario Urteaga*

Fuente: Goico (2017).

Desde esta perspectiva, el aporte creativo de Urteaga se exhibe también como un comentario políticamente relevante que, más allá de su intento inicial de orientar decisiones electorales y reformas cívicas originadas

desde sus convicciones y principios morales, logra suscitar una sensibilidad capaz de poner ante los ojos –incluso de modo oscuro y sin prescripción– la fragilidad de aquello que se expresa tan fácilmente como esperanza colectiva (Ureña, 2006).

Las imágenes de las pinturas se copiaron de la pagina de acuerdo a Goico (2017) con el proposito de no perder la infomarcion encontrada, como antecedente y recomendación para ser investigado a propuesta del Investigador, para conocimiento de la cultura y la sociedad de Cajamarca.

3.2.5.2. Cuarto del Rescate

El cuarto del rescate de acuerdo con Ravines (1987) menciona en su libro donde se hace alusión a la historia del mismo, información importante de interpretación para su publicación en el Centro histórico hace mención:

La tarde del 15 de noviembre de 1532, según versiones autorizadas, Francisco Pizarra y un grupo de 168 españoles alcanzaron la ciudad de Cajamarca. Al día siguiente, al atardecer del 16, en un ataque, con visos de emboscada y traición, cayó preso Atahualpa Inca, señor del Tahuantinsuyu, el más poderoso reino de América indígena. De la tragedia de Cajamarca nació el Perú de hoy. En 1532, Cassamalca o Caxamarca era pueblo muy grande. Se asentaba en la ladera del Cumbe y se extendía al norte del cerro Santa Apolonia: "especie de fortaleza, cercada de tres cercas, hecha subida como caracol". Tenía una plaza extensa, definida por tres aposentos, con veinte puertas y aproximadamente 150 m. de largo cada uno, dispuestos en triángulo. Diez calles salían de la plaza hacia el valle. Todo el conjunto estaba unido por una muralla que separaba el centro administrativo del resto de la población. Dentro de este espacio se encontraban diversos edificios públicos: el acllahuasi, el "palacio de la sierpe", el templo del Sol y el palacio del Inca. Al exterior, en medio de una de las murallas: el ushno, Asiento del Inca, Torre Vieja o Torre del Inca, de aproximadamente 25 m. por 40 m. Su ubicación actual sería al NE del atrio de la Iglesia de San Francisco, inmediatamente detrás de la portería del Convento de dicha orden, hoy en posesión del Banco Minero del Perú.

(...) Los españoles llegaron a Cajamarca "un viernes 15 de noviembre a la hora de vísperas" Atahualpa ingresó a la ciudad desde su residencia en Pultamarca, al día siguiente, sábado 16, dos horas antes de ponerse el Sol. Cuatro horas duró la marcha, que cubrió la distancia de 6 km. que separa Cajamarca de los Baños. El Inca, anotan los conquistadores, venía en una litera forrada de plumas de papagayo, guarnecida de chapas de oro y plata, en hombros de 80 señores principales. Delante' y detrás de él, escuadrones de hombres, vestidos con libreas de colores, con diseños en forma de escaques y las frentes ornadas con patenas de metal que daban gran resplandor. Todos cantaban "un cantar espantoso que parecía cosa irifernal". Llegado Atahualpa a la plaza de Cajamarca y encontrándose dentro de ella, al no ver a los españoles, que permanecían escondidos en las grandes callancas, preguntó: ¿dónde están estos? Salió entonces del aposento donde estaba Pizarro, la lengua Martín y Vicente de Valverde, de la Orden de los Predicadores,

con la Biblia en la mano. Varias son las versiones que se insertan en las antiguas crónicas respecto a los términos de la proclama del fraile. Sin embargo, la imprecación final: ¡Salid que yo os absuelvo!, que consigna Estete, fue la señal que inició la hecatombe (...). (Ravines, 1987)

3.2.5.3. Complejo Belen

De acuerdo con el Instituto Nacional de Cultura (INC, 1983):

La Iglesia de Belen, situada en la esquina formada por los jirones Belen y Junin, de la ciudad de Cajamarca, tiene fachada sobre jirón Belen. Esta fachada está dividida en tres partes de las cuales la del centro es profusamente labrada siguiendo el estilo del barroco florido. Esta subdividida en tres cuerpos superpuestos, de los cuales los dos primeros presentan cuatro columnas salomónicas cada uno. En el primer cuerpo se encuentran cuatro columnas salomónicas cada uno. En el primer cuerpo se encuentran cuatro hornacinas cada una de las cuales tiene imagen de piedra. En el segundo cuerpo hay dos hornacinas, también con una estatua cada una, y en el tercero se ven tres hornacinas, también con una estatua cada una, y en el tercero se ven tres hornacinas, dos de ellas con estatua y la del centro sin ella.

Toda la construcción está realizada en cantería (Tranquita).

La puerta de acceso es de madera, presentando perillones de este material y otros elementos decorativos cuyo estado de conservación no es muy bueno.

Nave.

En el acceso se encuentra una mampara de madera con vidrios de colores, de estilo neoclásico, que da paso a la nave por sus costados laterales.

Muro derecho: En la pared de la fachada interior, una imagen en lienzo, retocada, de la virgen con el Niño, sosteniendo una Cruz sobre un dragon (1.70 x 1.20)

Un confesionario de madera tallada, de estilo barroco.

Una caja de limosnas para los animales del Purgatorio

Una puerta de acceso lateral que comunica con el patio del Hospital de Hombres. Es de madera tallada en estilo barroco florido, (aproc. 4.00 x 2.00).

Una oleografía de la Virgen de Montligeon, con marco dorado (0.60 x 0.50 mts)

Un altar lateral de madera, de orden barroco, conteniendo un Calvario de madera policromada de la Escuela Quiteña, conformada por un Cristo, la Virgen y San Juan.

Un pulpito de madera tallada y policromada, con ornamentaciones doradas al pan de oro, de estío barroco, en cuya cúspide se encuentra una estatua de Jesús de aproximadamente 1.50 m. de alto. Este pulpito presenta trece imágenes en bulto, de madera policromada alrededor de la copa se encuentran nueve representando a los predicadores de la Iglesia y un Niño de Praga. Sobre el muro atrás, hay tres: Santa Ana, la Virgen y San Joaquín; sobre ellas, pendiendo, una paloma representando al Espíritu Santo.

Un altar de madera, del orden neoclásico el primer cuerpo, y con elementos barrocos el segundo cuerpo. Están dorados al pan de oro. En el cuerpo inferior hay una imagen de la Milagrosa y otra de Santa Catalina Labure, en yeso. En el segundo cuerpo una imagen de San Fransisco Solano en madera policromada.

Un lienzo de la Dolorosa, de aproximadamente 0.90 por 0.50 mts sin marco.

Una puerta de madera tallada estilo barroco florido que da acceso a la Sacristia. Aproximadamente de 0.90 por 1.60 mts.

Un lienzo de la Vida Diaria de la Sagrada Familia, con marco de madera, de confeccion reciente en la parte inferior y coronación con elementos antiguos representando el escudo de los Bethlemitas.

Retablo principal, de madera, orden neoclásico con dorados en pan de oro y elementos decorativos rococó. Con tres cuerpos.

La Iglesia de Belen, consta de una Capilla de Santa Barbara, la Sacristia, un Coro y la Torre.

Decreto Ley N° 20018.

El Presidente de la Republica

Por cuanto:

El Gobierno Revolucionario

Considerando:

Que el Conjunto Monumental de Belén de la ciudad de Cajamarca, compuesto por la Iglesia del mismo nombre y los antiguos hospitales de hombres y de mujeres de la Orden Bethlemita, cuya propiedad le fue restituida a la Beneficencia Pública de Cajamarca por Decreto 17776, constituye importante patrimonio histórico artístico de la Nación y especialmente de la ciudad de Cajamarca.

Que actualmente dicho local está en su mayor parte desocupado y sin poder cumplir las funciones que anteriormente tenia, encontrándose además en precario estado de conservación.

Que la Iglesia de Belén fue declarada monumento nacional por la Ley 9441 y los locales de los hospitales referidos por Resolución Suprema N° 2900-72-ED de 28 de diciembre de 1972; que siendo deber del Estado la conservación y puesta en valor del patrimonio monumental de la Nación, este, a través del Instituto Nacional de Cultura, debe intervenir a fin de asegurar la conservación y restauración de tan importante monumento, asegurándole una función social acorde con su calidad histórica artística.

Que existiendo la posibilidad de conservar y restaurar el mencionado conjunto por ofrecimiento de la Misión de Contribución Belga al Programa de Desarrollo Cajamarca, es necesario dotar al Instituto Nacional de Cultura, como entidad responsable del Patrimonio Monumental de la Nación, de las facilidades que le permitan asumir la ejecución de dicha obra y disponer la función adecuada que cumpliría dicho conjunto una vez restaurado;

En uso de facultades de que esta investigo y con el voto aprobatorio del Consejo de Ministros; ha dado Decreto Ley siguiente:

Artículo 1°- Transfiera al Instituto Nacional de Cultura la propiedad del Conjunto de Belén de Cajamarca, conformado por la Iglesia del mismo nombre y los locales de los antiguos hospitales de hombres y de mujeres.

Artículo 2°- El Instituto Nacional de Cultura procederá a la restauración integral y adaptación del conjunto a nuevo uso con fines de carácter cultural de promoción y desarrollo turístico, sin perjuicio de los servicios religiosos de la Iglesia que le son propios.

Artículo 3°- El Instituto Nacional de Cultura coordinara con el Ministerio de Industria y Comercio y la Empresa Peruana de promoción Artesanal las actividades turísticas y artesanales a desarrollarse en dicho complejo y la participación en su sostenimiento.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los quince días del mes de mayo de mil novecientos setenta y tres (pp. 48-50).

3.2.5.4. *Casa Espinache*

De acuerdo al (INC, 1983):

Ubicación Política: 06.01.01

Calle: Cajamarca 613

Propietario actual: Municipalidad de Cajamarca

3.2.5.4.1. Características de la Edificación

De acuerdo con el Instituto Nacional de Cultura (INC, 1983):

Naturaleza del edificio: Religioso

Estilo: Barroco

Área: 3,555 m²

Frente: 39,50 m

Otro frente: 90m, por la calle Junín.

Nº de Plantas: Dos

Materiales de Construcción: Adobe y piedra

Confección de los elementos: Talla

Techo: Dos aguas, (Calamina)

Paramento: Llano

Espesor de los muros: 90cm

Vanos de acceso: Diez

Principales: Uno

Adicionales: nueve (cuatro en la calle Cajamarca; y cinco en la calle Junín)

Ventanas: Cinco

Altas: Una, en la calle Junín (moderna)

Bajas: Cuatro (dos salientes con base y cimacio en calle Cajamarca; dos en la calle Junín).

Balcones: Diez (seis de madera torneada en la calle Cajamarca; cuatro en la calle Junín).

Otros elementos arquitectónicos: Pórtico de piedra, zaguán con poyos, arco de entrada, corredores con arquería de piedra, balcón corrido en el interior y pileta de hierro en el patio.

3.2.5.4.2. Condiciones del Predio

De acuerdo con el Instituto nacional de Cultura (INC, 1983):

Estado de conservación: Todo en buen estado

Uso: Gobierno local

Conductor: Estatal

3.2.5.4.3. Historia de la Propiedad

Según con el INC (1983):

La casa fue construida en 1740 por el Coronel Miguel Espinach, para monasterio de las Concebidas Descalzas, quienes por motivos desconocidos no la ocuparon. El 17 de junio de 1817, en su última disposición testamentaria el Coronel Espinach, establecía que se “haga más de todos sus bienes, incluyendo la casa, situada en la calle del Comercio”, y que la mitad de su valor lo reciba su sobrino y albacea Pablo Espinach, y la otra mitad quede de manejo del mismo Pablo, “hasta que cuando llegue el caso de otorgar testamento la aplique a sus legatarios: Bueno Ventura Espinach y Lorenzo Iglesias y Espinach”.

Pablo Espinach se casó con Josefa Barahona de Arce, quien, a la muerte de su esposo, dono dicha casa a la Beneficencia Pública de Cajamarca para la construcción de un Hospital. Sin embargo, después de un largo ruidoso proceso judicial la donación quedo nula y la Corte Suprema declaró como heredero de la propiedad a Lorena Iglesias y Espinach. Posteriormente Iglesias la vendió a la familia Santolalla y esta, a través de Leopoldo Santolalla Iglesias, a Catalina Miranda. A la muerte de Miranda la heredo su hijo Pedro quien, en 1954, siendo alcalde Aurelino Zaldívar, la vendió al Municipio de la ciudad por la suma de 25 mil soles.

Declarado monumento histórico por R.S. 2900-72 ED, de 28 de diciembre de 1972 (p. 60).

3.2.5.5. Teatro Cajamarca

De acuerdo con el INC (1983):

Ubicación política: 06.01.01

Calle: Apurímac esquina con Junín

Propietario actual: Instituto Nacional de Cultura

3.2.5.5.1. Características de la edificación

Según el INC (1983):

Naturaleza del edificio: Edificio Publico

Estilo: Dórico

Área: 3.640m²

Frente: 36.40 m

Profundidad: 100m

Otro frente: 100m por la calle Junín

Materiales de construcción: Adobe

Espesor de los muros: 95cm

Vanos de acceso: Uno

3.2.5.5.2. Condición del Predio

De acuerdo con el INC (1983):

Estado de conservación: Todo en buen estado

Uso: Teatro

Conductor: Estatal

Detalles de la Obra

“El edificio mismo se construye en el orden dórico, que aun cuando por su seriedad no es del todo aparente para un teatro, es el único practicable en esta localidad, con excepción del orden toscano que es más sencillo todavía. Para dar a la fachada un aspecto más airoso, resolvió el director suprimir los pedestales de las 4 columnas que la adornan, obteniendo así también mayor espacio en las tres entradas. La altura del pedestal que se suprimió, fue agregada, conforme a las reglas de arquitectura, a la columna misma,

que inclusive base y capitel tendrá un alto de 4.6m. en el foyer se suprimirán los pilares de madera, que en el plano soportan el corredor y la farola, para ganar espacio. La construcción del corredor sobre canes sostenidos por vigas gruesas que atraviesan todo el ancho del foyer, ofrece la misma solidez y resistencia.

En cuanto al salón mismo, no ha sido posible darle la forma de herradura que es muy costosa y demandaría un espacio mucho mayor del que puede disponerse. Sin embargo, se ha procurado imitar en lo posible esta forma ideal de teatro, dando a los palcos y en altos a la cazuela una ligera curva. Según el plano dispondremos en la platea de 346 asientos; en veinte palcos de 120 y en la cazuela de 200 más o menos, total 666 asientos. Si fuese necesario, se podría más tarde construir una galería sobre los palcos con lo que podría elevarse el número de asientos a cerca de mil. El proscenio tendrá un sótano de más o menos dos metros de alto, en el cual se piensa instalar la maquinaria para el alumbrado. Debidamente aislada con paredes de calamina y barro, a fin de que el ruido del motor no estorbe a los artistas que se encuentran en acción. Entre proscenio y platea queda un espacio hundido e invisible desde el salón de 2.50m de ancho, designado para la orquesta. Dado el ancho relativamente grande de salón, había que dársele también una altura correspondiente, que no bajara de 8 metros. Tanto el cielo raso del salón grande como el de la entrada o vestíbulo, se hará de láminas de acero, que en la actualidad es el material más moderno y conveniente para este objeto. Estos cielos rasos figuran en la lista de materiales anexa al balance general de la Sociedad, pues en su mayor parte ya ha llegado a esta ciudad”. (Memoria de la Sociedad Cine Teatro Cajamarca, Cajamarca 1912).

3.2.5.5.3. Historia de la Propiedad

De acuerdo con el INC (1983):

El 29 de setiembre de 1911, Belisario Ravines, Simón Castañeda, C.F. Prella, Karl Lessel, Victor A. Castañeda, Adolf John, Mariano Iberico, Fransisco Maurier, Jose S. Valdez, Agustin Sattui, Carlos Capelli, Benito Rossi, Flavio Castro Igelsias y Eloy U. Santolalla, solicitaban a la Municipalidad de Cajamarca la autorización “Para establecer un teatro biógrafo permanente, con el objeto de proporcionar al pueblo de Cajamarca un lugar de distracción de que hasta entonces carecía”. La propuesta fue aprobada por el Concejo en sesión de 30 de setiembre de 1911. El 8 de octubre de 1911 se constituyó la

“Empresa Cine Teatro Cajamarca” e inscribió en los registros públicos como tal. El 10 de setiembre de 1911 el Directorio de la empresa resolvió adquirir el solar de Calixto y Belisario Córdova, situado en la calle Junín, por la suma de S/ 3500. La construcción se inició el 29 de mayo de 1912, bajo la dirección de Cesar Sousa, quien renunció a poco de iniciada la obra.

La casa ha sido declarada monumento por R.S. 2900 ED, de 28 de diciembre de 1972.

3.2.5.6. Casa de Nicolás Puga

De acuerdo al Ministerio de Cultura (MC, 2013) se publicó sobre la Casona:

El último fin de semana se inauguró la Casa Museo Nicolás Puga, en la que el Ministerio de Cultura, a través de la Dirección Desconcentrada de Cultura de Cajamarca, viene brindando el apoyo y asesoramiento necesarios para la gestión de este espacio.

Se trata de una casona de más de doscientos años de antigüedad ubicada en el tradicional barrio de San Pedro del Centro Histórico de Cajamarca. Sus ambientes han sido acondicionados para albergar un importante conjunto de obras de arte correspondientes a las épocas prehispánicas, virreinal y republicana, sin alterar la originalidad de la construcción.

En el primer nivel se encuentra distribuida en diferentes habitaciones una importante colección de lienzos, retablos, esculturas, baúles de madera y cuero, relojes, entre otras piezas correspondientes a las épocas del Virreinato y República.

Todos estos bienes culturales registrados por el Ministerio de Cultura, pertenecieron en su mayoría a viejas familias cajamarquinas establecidas en la ciudad desde la llegada de los españoles en 1532, por lo que se puede afirmar, que en esta antigua casona está presente parte de la tradición cajamarquina.

En el segundo nivel se halla un hermoso conjunto de textiles, piezas cerámicas y piezas metálicas correspondientes a las culturas Cajamarca, Chancay, Chavín, Chimú, Inca, Lambayeque, Moche, Nasca y Wari.

En ceremonia formal, a la cual asistieron familiares, amigos y los representantes de instituciones vinculadas a la cultura, Nicolás Puga, promotor de este museo y coleccionista de las piezas expuestas, dio las palabras de bienvenida e hizo oficial la apertura del museo.

Esta Casa Museo será incluida en los circuitos turísticos que se ofrecen por el centro de la ciudad, lo que contribuirá con la mejora de la oferta turística del Centro Histórico.

La Información antes presentada en la presente investigación fue publicada por el Ministerio de Cultura hace 5 años atrás, contiene información de valor histórico para el centro de Interpretación.

3.2.5.7. Casa Toribio Casanova

3.2.5.7.1. Ubicación

De acuerdo con el INC (1983):

Ubicación política: 06.01.01

Calle: José Gálvez 938

Propietario actual: Antonio Cueva, herederos

3.2.5.7.2. Características de la edificación

De acuerdo con el INC (1983):

Naturaleza del edificio: Casa habitación

Estilo: Barroco

Área: 1.850 m²

Frente: 37m

Profundidad: 50m

Nº de plantas: Dos

Materiales de construcción: Adobe y piedra

Confección de los elementos: Talla

Techo: Dos aguas (Teja)

Paramento: Llano

Espesor de los muros: 85cm

Vanos de acceso: Dos

Principales: Uno

Adicionales: Uno, correspondiente a tienda

Ventanas: Dos

Altas: Dos pequeños con barrotes cuadrados de madera

Balcones: Uno de bolillos

Otros elementos arquitectónicos: Zaguán con arco de entrada, patio con jardín, arcos interiores, puertas talladas, artesanado de cañas en forma de rombos.

3.2.5.7.3. Condición del predio

Para el INC (1983):

Estado de conservación: Poco en buen estado

Uso: Casa habitación

Ocupante actual: Varios inquilinos

Conductor: Privado

3.2.5.7.4. Historia de la propiedad

De acuerdo con el INC (1983):

La casa perteneció a la familia Casanova, siendo una de sus últimas poseedoras Joaquina Casanova de Pajares.

El 31 de diciembre de 1916 fue rematada públicamente, adquiriéndola Lizardo Cueva Acosta. En 1968, su poseedor Antonio Cueva Acosta la dejó en herencia a su esposa. Romualda Obregón Álvarez, y está a su hijo Antonio Cueva Obregón.

En esta casa nació Toribio Casanova, uno de los fundadores del departamento. Ha sido declarada monumento histórico por R.S. 2900-72-ED.

3.2.6. Presupuesto de Inversión Centros Interpretación Zona Monumental de Cajamarca

El investigador a considerado los centros de interpretación de acuerdo a los criterios (distancia, tiempo, costo) para el desarrollo de la presente investigación, presenta los presupuestos e inversión para el desarrollo y sustento del estudio y demostrar la viabilidad del mismo:

3.2.6.1. Presupuesto en Publicidad

En la presente investigación se considera la inversión en publicidad para desarrollar el circuito turístico de acuerdo a la propuesta presentada, a continuación, se presenta la siguiente tabla.

Tabla 27. *Presupuesto en publicidad*

Presupuesto en Publicidad				
	Anuncios 30"x Mes			Publicidad
Año 2019	S/	18.000,00	S/	216.000,00
Año 2020	S/	12.000,00	S/	144.000,00
Total Publicidad			S/	360.000,00

Fuente: PROMPERU (2017)

El investigador considera un presupuesto en publicidad para ser gastado durante el año 2019 y subsiguiente, la inversión solo se presupuesta para dos años el criterio de inversión para dos años considerado para dar inicio a la inversión privada y central considerando los resultados previstos según el modelo desarrollado. Para el 2020 se espera menos inversión debido a que las publicidades de los años anteriores a un podrían estar atrayendo a los turistas.

3.2.6.2. Presupuesto en Promoción

El presupuesto de promoción que se asigna de acuerdo al estudio realizado está contemplado de acuerdo a la presente tabla.

Tabla 28. *Presupuesto en promoción*

Presupuesto en Promoción				
	Promoción x Mes		Promoción Anual	
Año 2019	S/	10.000,00	S/	120.000,00
Año 2020	S/	8.000,00	S/	96.000,00
Total Promoción			S/	216.000,00

Fuente: PROMPERU (2017)

El presupuesto en promoción propuesto para el circuito debe ser gastado de acuerdo a lo previsto, el detalle es propio del investigador para su desarrollo por considerar datos relevantes para ser ejecutados como proyecto de inversión.

3.2.6.3. Plataforma Tecnológica

La plataforma tecnológica propuesta en el estudio se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 29. *Presupuesto para plataformas tecnológicas*

Plataformas Tecnológicas		
	Costo	
Desarrollo Pagina Web	S/	75.000,00
Mantenimiento Año 2019	S/	100.000,00
Total Plataformas Tecnológicas	S/	175.000,00

Fuente: PROMPERU (2017)

Las plataformas tecnológicas, la información se considera como dato confidencial para ser propuesto en el detalle técnico para ser ejecutado en el estudio del investigador.

3.2.6.4. *Tecnologías emergentes para la Interpretación de museos*

Las tecnologías emergentes para la interpretación de museos, son los lentes Hololens de Microsoft propuestos en el presente estudio para crear valor en el cliente, permitirá ingresar al mundo digital para generar un mejor servicio en el turista nacional e internacional, a continuación, se presenta el presupuesto de inversión en la siguiente tabla:

Tabla 30. *Presupuesto para tecnologías emergentes*

Tecnologías emergentes			
	Costo Unitario	Unidades	Total
Hololens Microsoft	S/ 11.460,00	10	S/ 114.600

Fuente: PROMPERU (2017)

El presupuesto a ser invertido para crear valor en el cliente, la suma total asciende a S/ 114,600.00 en 10 unidades, distribuidas en los 7 centros de interpretación a criterio de cada uno de ellos.

3.2.6.5. *Restauración Arquitectónica*

El presupuesto se describe en el detalle general, el pormenorizado es confidencial para el investigador, a continuación, se presenta la siguiente tabla de inversión en la restauración arquitectónica para los 7 centros de interpretación.

Tabla 31. *Presupuesto para tecnologías emergentes*

Restauración Arquitectónica			
	Limpieza	S/	500.000,00
Restauración Arquitectónica	Reparación	S/	1.000.000,00
	Sustitución	S/	500.000,00
Total de Restauración		S/	2.000.000,00

Fuente: PROMPERU (2017)

El total a gastar de acuerdo al presupuesto presentado por el investigador en la restauración de los 7 centros de interpretación propuestos en la presente investigación suma la cantidad de dos millones de soles.

3.2.6.6. Inversión en Centros de Interpretación Históricos – Cajamarca

La inversión total en centros de interpretación histórico en Cajamarca se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 32. Inversión en Museos Históricos de Cajamarca

Inversion en Museos Historicos - Cajamarca		
Presupuesto Publicidad	S/	360.000,00
Presupuesto Promoción	S/	216.000,00
Plataformas Tecnologicas	S/	175.000,00
Tecnologias de Informacion	S/	114.600,00
Restauracion Arquitectonica	S/	2.000.000,00
Total	S/	2.865.600,00

Fuente: PROMPERU(2017)

El total de inversión presupuestada para los centros de interpretación histórico es de 2 millones ochocientos sesenta y cinco mil seiscientos y 00/100 soles.

3.2.7. Gastos Administrativos, Centros de Interpretación

Los gastos administrativos de los centros de interpretación se detallan en las siguientes tablas presentadas.

3.2.7.1. Gastos por Centros de Interpretación

El gasto por centro de interpretación está determinado por la siguiente tabla y es como sigue:

Tabla 33. *Gastos en bienes y servicios de centro de interpretación*

Bienes de Centro de Interpretación	
Presupuestos	
Capacitación del Personal	S/ 1.630,00
Área de Información	
Muebles y enseres área de información	S/ 1.472,00
Equipos de Oficina de área de información	S/ 1.240,00
Audiovisuales	
Muebles y enseres de área de audiovisuales	S/ 1.390,00
Equipos de oficina de área de audivisuales	S/ 850,00
Auditorio	
Muebles y enseres de auditorio	S/ 1.392,00
Suministros y materiales para auditorio	S/ 1.200,00
Cafetería	
Equipamiento de cafetería	S/ 500,00
Portería	
Equipamiento de Portería	S/ 327,00
Area de Interpretación	
Equipos de área de Interpretacion	S/ 1.800,00
Gastos Anual x Centro De Interpretación	S/ 11.801,00

Fuente: PROMPERU (2017)

Los gastos previstos por cada uno de los 7 centros de interpretación son de once mil ochocientos uno y 00/100 soles. Los gastos están dados en capacitación del personal, desarrollar un área de información, medios audiovisuales, crear un auditorio con sus enseres, una cafetería, portería y área de interpretación.

3.2.7.2. Servicios básicos por Centro de Interpretación

Los servicios básicos por Centro de Interpretación se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 34. *Servicios básicos por Centro de Interpretación*

Servicios Basicos por Centro de Interpretación				
	Costo Mensual		Costo Anual	
Agua Potable	S/	50,00	S/	600,00
Energía Eléctrica	S/	100,00	S/	1.200,00
Telefonía	S/	120,00	S/	1.440,00
Total			S/	3.240,00

Fuente: PROMPERU (2017)

Los gastos por servicios básicos por Centro de Interpretación ascienden a la suma de tres mil doscientos cuarenta y 00/100 soles, este considerado por año, el gasto asume el presupuesto general de inversión, el subsiguiente estará a cargo del centro de interpretación a cargo de su beneficiario.

3.2.7.3. Gastos de Personal en Centro de Interpretación

Los gastos de personal en Centro de Interpretación se presentan a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 35. *Gastos de Personal en Centro de Interpretación*

Gastos de Personal en Centro de Interpretación					
Personal	N° de Personal	Costo Mensual	Costo Anual		
Administrador	1	S/ 1.500,00	S/ 18.000,00		
Guía turismo	1	S/ 1.200,00	S/ 14.400,00		
Adm. cafetería	1	S/ 950,00	S/ 11.400,00		
Portero	1	S/ 950,00	S/ 11.400,00		
Total		S/ 4.600,00	S/ 55.200,00		

Fuente: PROMPERU, (2017)

Los gastos de personal ascienden a la suma de cincuenta y cinco mil doscientos soles.

3.2.7.4. Gasto total por Centro de Interpretación

El gasto total por Centro de Interpretación se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 36. *Gastos de Personal en Centro de Interpretación*

Gasto total por Centro de Interpretación	
Bienes Gastos Anual por Centro de Interpretacion	S/11.801,00
Servicios Básicos por Centro de Interpretación	S/ 3.240,00
Gastos de Personal en Centro de Interpretación	S/55.200,00
Total Gasto anual por Centro de Interpretacion	S/ 70.241,00

Fuente: PROMPERU (2017)

El gasto total por centro de interpretacion asciende a la suma de setenta mil doscientos cuarenta y un mil soles.

3.2.7.5. Gasto por los Centros de Interpretación

Tabla 37. *Gasto total por los Centros de Interpretación*

Gastos por Centros de Interpretación en Cajamarca	Gasto por Centro de Interpretacion	N° Centros de Interpretación	Total
Total Gasto anual por Centro de Interpretacion	S/ 70.241,00	7	S/ 491.687,00

Fuente: PROMPERU (2017)

El gasto anual presupuestado para el circuito Casonas y Monumentos turísticos culturales de Cajamarca presentado en el estudio propuesto por el Investigador asciende a cuatrocientos noventa y un mil seiscientos ochenta y siete soles.

3.2.8. Demanda anual por Turismo en Cajamarca

La demanda anual está proyectada de acuerdo al modelo desarrollado en el VPLE Versión 17, utilizando Euler para su desarrollo.

3.2.8.1. Modelo de gasto por turismo en Cajamarca

El modelo de gasto por turismo en Cajamarca está desarrollado por el siguiente modelo presentado a continuación.

(01) FINAL TIME = 10

Units: Year

The final time for the simulation.

(02) Gasto del Vacacionista en Cajamarca =
 $\int (\text{Vacacionista Extranjero en Cajamarca} + \text{Vacacionista Nacional en Cajamarca})$
 $* \text{Gasto del Vacacionista en Cajamarca, } 9.3231e + 007)$

Units: Year

(03) INITIAL TIME = 1

Units: Year

The initial time for the simulation.

(04) Plataforma Tecnológica = WITH LOOKUP

(Time, [(0,0)-(10,10)], (1,0.0019), (2,0.0018), (3,0.0023), (4,0.0013), (5,0.0018), (6,0.0012), (7,0.0025), (8,0.0015), (9,0.0017), (10,0.0018), (11,0.0015), (12,0.0018))

Units: Year

(05) Promoción = WITHLOOKUP

(Time, [(0,0)-(10,10)],(1,0.002),(2,0.0035),(3,0.0037),(4,0.0038), (5,0.0035), (6,0.0042), (7,0.004),(8,0.0026),(9,0.0022), (10,0.0026), (11,0.0041), (12,0.0041)) Units: Year

(06) Publicidad = WITH LOOKUP

(Time, [(0,0)-(10,10)],(1,0.0032),(2,0.0042), (3,0.0055), (4,0.0038), (5,0.0032), (6,0.0035), (7,0.0052), (8,0.0026), (9,0.0029), (10,0.0032), (11,0.0051), (12,0.0049)) Units: Year

- (07) Restauración Arquitectónica = WITH LOOKUP
 (Time.([(0,0)-(10,10)],(1,0.0045), (2,0.0058), (3,0.0055), (4,0.0045), (5,0.0038),
 (6,0.0045), (7,0.0055), (8,0.0045), (9,0.0037), (10,0.0038),
 (11,0.0055),(12,0.0068)))
 Units: Year
- (08) SAVEPER = TIME STEP
 Units: Year [0,10]
 The frequency with which output is stored.
- (09) Tecnologías de la Información = WITH LOOKUP
 (Time, [(0,0)-(10,10)], (1,0.0022), (2,0.0031), (3,0.0038),(4,0.0032),
 (5,0.0022),(6,0.0031), (7,0.0035),(8,0.0019), (9,0.0021),
 (10,0.0021),(11,0.0035),(12,0.0038)))
 Units: Year
- (10) TIME STEP = 1
 Units: Year [0,10]
 The time step for the simulation.
- (11) Vacacionista Extranjero en Cajamarca =
 Plataforma Tecnológica + Promoción + Publicidad + Restauración Arquitectónica
 +Tecnologías de la Información
 Units: Year
- (12) Vacacionista Nacional en Cajamarca=
 Plataforma Tecnológica+ Promoción+ Publicidad+ Restauración Arquitectónica
 +Tecnologías de la Información
 Units: Year

3.2.8.2. Proyección de gasto anual del vacacionista en Cajamarca últimos 10 años.

Los gastos fueron proyectados a partir del año 2017 hasta el año 2028, los datos servirán para poder proponer la viabilidad técnica financiera, económica para crear valor en el turismo en Cajamarca, propuesta por el Investigador mediante el modelo matemático.

Tabla 38. Proyección del gasto del Vacacionista en Cajamarca, 2011-2028

Año	Gasto del Vacacionista en Cajamarca
2017	93231000
2018	95804176
2019	99329768
2020	103461888
2021	106896824
2022	109996832
2023	113626728
2024	118330872
2025	121431144
2026	124491208
2027	127852472
2028	132889856

Fuente: Elaboración propia del Investigador

Los datos proporcionados por PROMPERU el año 2017 acerca de turismo en Cajamarca es el inicio para realizar la proyección a 12 años acerca del Turismo en Cajamarca, la cifra está en soles para todos los años proyectados, el año 2028 se tendrá un ingreso por gasto del vacacionista extranjero y nacional en Cajamarca la suma de 132 millones de soles, cifra de acuerdo al modelo propuesto.

3.3. Viabilidad Financiera

El investigador propone la caracterización del gasto y la inversión para poner en marcha los Centros de Interpretación, y considera la financiación para determinar la viabilidad del estudio aun cuando este reciba una financiación por entes particulares o el Estado se haga cargo de la ejecución del mismo.

A continuación, la caracterización se sustenta en las siguientes tablas:

Tabla 39. *Caracterización del proyecto de Centros de Interpretación*

Caracterización de los gastos e inversión en los Centros de Interpretación		
Gastos Operativos anuales	S/	491.687,00
Incremento costes anuales		2,00%

Los gastos e inversión para los Centros de Interpretación ascienden a la suma de cuatrocientos noventa y un mil seiscientos ochenta y siete soles con un incremento de costes anuales del 2%, gasto que será cubierto por la financiación.

Los costes totales esperados son:

Tabla 40. *Costes Totales*

Costes Totales		
Presupuesto en Promoción y Publicidad	S/	576.000,00
Plataformas Tecnológicas y Tecnologías emergentes	S/	289.600,00
Restauración Arquitectónica	S/	2.000.000,00
Inversión inicial	S/	2.865.600,00

Los costes totales a ser financiados serán por Presupuesto en Promoción y publicidad la suma de 576 mil soles, en plataformas tecnológicas y tecnologías emergentes la suma de 289 mil soles, para la restauración arquitectónica la suma de 2 millones de soles, en total la inversión inicial propuesta es de 2 millones ochocientos sesenta y cinco mil seiscientos soles para desarrollar el Circuito de los Centros de Interpretación en Cajamarca.

A continuación, se presenta los periodos de amortización de la inversión.

Tabla 41. *Periodos de Amortización*

Periodos de Amortización	
Presupuesto en Promoción y Publicidad	10 años
Plataformas Tecnológicas y Tecnologías	10 años
Restauración Arquitectónica	10 años

Los periodos de amortizacion de la inversion y el gasto será de 10 años calendarios a partir del año 2019 de acuerdo a lo planteado por el Investigador, el desarrollo del mismo se encuentra en las siguientes tablas.

Tabla 42. Necesidades de Financiación

Necesidades de Financiación		
Inversión Total	100,00%	S/ 2.865.600,00
Recurso Propios	25,00%	S/ 716.400,00
Recursos Ajenos	75,00%	S/ 2.149.200,00

La inversion total al 100% asciende en soles a dos millones ochocientos sesenta y cinco mil seicientos soles, los recursos propios de inversion es de setecientos diesiseis mil cuatrocientos soles, y los recursos a ser financiados es de dos millones cientocuarenta y nueve mil doscientos soles.

Tabla 43. Condiciones del préstamo

Condiciones del Préstamo		Otros Aspectos	
Principal	2149200	Cuota anual	
Duración (años)	10		
Tipo interés (%)	0,0455		
Comisión apertura	0,0075	S/	16.119,00
Gastos Tramitación		S/	1.000,00

Las condiciones del prestamo entonces seran las cuotas anuales de acuerdo a la inversion principal, la duracion de la financiacion esta proyectada a diez años calendarios, el tipo de interes esta considerado al 4% anual y otros gastos.

Tabla 44. Cuadro de Amortizaciones

Cuadro de Amortizaciones								
Año	Anualidad	C. Intereses		C. Amortización		Cap. Vivo	Cap. Amortizado	
0						S/ 2.149.200,00		
1	S/ 312.708,60	S/ 97.788,60	S/ 214.920,00	S/ 1.934.280,00	S/ 214.920,00			
2	S/ 302.929,74	S/ 88.009,74	S/ 214.920,00	S/ 1.719.360,00	S/ 429.840,00			
3	S/ 293.150,88	S/ 78.230,88	S/ 214.920,00	S/ 1.504.440,00	S/ 644.760,00			
4	S/ 283.372,02	S/ 68.452,02	S/ 214.920,00	S/ 1.289.520,00	S/ 859.680,00			
5	S/ 273.593,16	S/ 58.673,16	S/ 214.920,00	S/ 1.074.600,00	S/ 1.074.600,00			
6	S/ 263.814,30	S/ 48.894,30	S/ 214.920,00	S/ 859.680,00	S/ 1.289.520,00			
7	S/ 254.035,44	S/ 39.115,44	S/ 214.920,00	S/ 644.760,00	S/ 1.504.440,00			
8	S/ 244.256,58	S/ 29.336,58	S/ 214.920,00	S/ 429.840,00	S/ 1.719.360,00			
9	S/ 234.477,72	S/ 19.557,72	S/ 214.920,00	S/ 214.920,00	S/ 1.934.280,00			
10	S/ 224.698,86	S/ 9.778,86	S/ 214.920,00	S/ -	S/ 2.149.200,00			

Las amortizaciones realizadas seran de acuerdo al cuadro de amortizaciones presentadas, los años de financiazion estan considerados para 10 años, el inicio de las amortizaciones iniciara el año 2019.

3.4. Viabilidad Económica Financiera

La viabilidad económica desarrollada por el Investigador esta propuesto en las siguientes tablas.

Tabla 45. Cuadro de Amortizaciones

Cuenta de Resultados							
Año	Inversion	Turismo	Precio prima	Ingresos	Gastos (inc. Gastos generales)	Margen Operativo Bruto	Costes Financieros
	Soles	Rendimiento/Anual/C entros de Interpretación	%	Soles	Soles	Soles	Soles
2019	2865600						
2020		3525592	0,32	1128189,44	491687	636502,44	114907,6
2021		4132120	0,32	1322278,4	501520,74	820757,66	88009,74
2022		3434936	0,32	1099179,52	511551,155	587628,365	78230,88
2023		3100008	0,32	992002,56	521782,178	470220,382	68452,02
2024		3629896	0,32	1161566,72	532217,821	629348,899	58673,16
2025		4704144	0,32	1505326,08	542862,178	962463,902	48894,3
2026		3100272	0,32	992087,04	553719,421	438367,619	39115,44
2027		3060064	0,32	979220,48	564793,81	414426,67	29336,58
2028		3361264	0,32	1075604,48	576089,686	499514,794	19557,72
2029		5037384	0,32	1611962,88	587611,48	1024351,4	9778,86

La tabla 45, se observan los resultados para determinar los indicadores socioeconómicos de beneficio para la Municipalidad y de consecución se observará en cada uno de los ciudadanos en Cajamarca, se presenta proyectado hasta el año 2029 a 10 años inicio de la financiación, se propone un año de gracia de acuerdo a las propuestas de financiación por los Bancos locales, la fecha de la viabilidad económica terminara de acuerdo a la propuesta por el investigador el año 2029.

Tabla 46. *Cuenta de resultados*

Cuenta de Resultados				
Amortización Restauracion Arquitectónica (10años)	Amortización Publicidad y Tecnologías (10 años)	Beneficio antes de Impuestos	Cuota Impuestos (18%)	Beneficio neto después impuestos
Soles	Soles	Soles	Soles	Soles
86560	200000	0	0	0
72133,33333	200000	460614,587	87516,7715	373097,815
72133,33333	200000	237264,152	45080,1889	192183,963
72133,33333	200000	129635,029	24630,6555	105004,373
72133,33333	200000	298542,405	56723,057	241819,348
72133,33333	200000	641436,269	121872,891	519563,378
72133,33333	200000	127118,845	24152,5806	102966,265
72133,33333	200000	112956,757	21461,7838	91494,973
72133,33333	200000	207823,741	39486,5107	168337,23
72133,33333	200000	742439,207	141063,449	601375,758

En la tabla 46, se presenta las amortizaciones por los ingresos de los Centros de Interpretacion durante los 10 años, ademas se presenta el beneficio antes de impuestos, las cuotas de impuestos, considerando el 18%, presentado tambien el beneficio neto despues de impuestos.

Tabla 47. Cuenta de resultados (Depreciación, VAN, y otros)

Cuenta de Resultados				
Depreciación activos fijos	Flujo Neto Caja	FNC Actualizado (cálculo del VAN)	Flujo Neto Caja Acumulado	
Soles	Soles	Soles	Soles	n
	-2865600	-2865600	-2865600	0
286560	286560	275538,462	-2590061,54	1
272133,3333	645231,149	596552,467	-1993509,07	2
272133,3333	464317,296	412776,386	-1580732,69	3
272133,3333	377137,707	322378,892	-1258353,79	4
272133,3333	513952,682	422431,641	-835922,153	5
272133,3333	791696,711	625689,411	-210232,742	6
272133,3333	375099,598	285044,866	74812,1242	7
272133,3333	363628,306	265699,642	340511,766	8
272133,3333	440470,563	309468,775	649980,541	9
272133,3333	873509,091	590111,443	1240091,98	10
		1240091,98		

En la tabla 47, además, se presenta la depreciación de activos fijos, un flujo de caja neto, y se desarrolla el Valor Actual Neto (VAN) para los diez años presupuestados.

Tabla 48. TIR, VAN

TIR (%)	11%
Pay-Back	10 años
Interés para VAN	4%
VAN	S/ 1.240.091,98

El valor actual neto (VAN) indicador financiero económico determina la viabilidad de la propuesta presentada en el estudio, luego de medir los flujos proyectados y descontar la inversión queda ganancias hasta un millón doscientos cuarenta mil noventa y uno con noventa y ocho soles.

La TIR presentada para el presente estudio presenta un 11% de tasa de descuento por lo consiguiente el estudio se considera rentable aduciendo que se esperaba tener un TIR del 10%, sin embargo, el presupuesto brindado es mayor al propuesto considerando las tasas de financiación del Circuito turísticos de los centros de Interpretación.

Por consiguiente se acepta favorablemente la viabilidad, técnica y financiera para generar valor socio-económico en recursos turísticos de la zona monumental del Centro Histórico de Cajamarca considerando lo obtenido es superior a las tasas mínimas propuestas aun en la financiación mínima de rentabilidad exigida por la inversión.

CONCLUSIONES

Se acepta la viabilidad, técnica y financiera para generar valor socio-económico en recursos turísticos de la zona monumental del Centro Histórico de la ciudad de Cajamarca, de acuerdo a los indicadores presentados en su desarrollo. Además, la viabilidad técnica, financiera para generar valor socioeconómico es favorable, considerando un VAN positivo y mayor al esperado, según los flujos proyectados por el Investigador, descontando la inversión; cuenta con una ganancia de un millón doscientos cuarenta mil noventa y uno con noventa y ocho soles.

De acuerdo a la propuesta, se determinó un TIR de un 11% de tasa de descuento, por lo consiguiente el estudio se considera rentable aduciendo una tasa esperada de un TIR del 10%, mayor al propuesto, considerando además las tasas de financiación del Circuito turístico de los centros de Interpretación.

Se concluye en una aceptación favorable la viabilidad, técnica y financiera para generar valor socio-económico en recursos turísticos de la zona monumental del Centro Histórico de Cajamarca, considerando que lo obtenido es superior a las tasas mínimas propuestas aun en la financiación mínima de rentabilidad exigida por la inversión.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a los encargados y responsables de las Casonas y Monumentos turísticos culturales de Cajamarca, la gestión para la ejecución del cuidado, promoción y publicidad para generar el desarrollo y crecimiento socioeconómico del sector Turismo.

Desarrollar políticas de cuidado de las casonas y monumentos históricos en Cajamarca, considerando que muchos de ellos se deterioran por el paso del tiempo. Además, de la cooperación empresas particulares y entidades públicas para generar desarrollo y crecimiento en el turismo.

Se recomienda políticas direccionadas a la recuperación de obras que están fuera del país, así como por ejemplo las pinturas de Mario Urteaga, que son patrimonio cultural de Cajamarca.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alfaro, M. C. (2012). *Administracion del Personal* . México. Obtenido de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Administracion_de_personal.pdf
- Anaya, L. R. & Paredes J. M. (2015). *Propuesta de Mejora de Clima Organizacional a partir de la Gestion del Talento Humano*. Tesis, Universidad del Pacifico, Lima.
- Anchundia, O. A. (2016). *Diseño de un Centro de Interpretación Comunitario en la Cooperativa 23 de Noviembre del Cantón Naranjal*. Tesis, Universidad de Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10159/1/Tesis%20centro%20de%20interpretacion%20comunitario%20correccion%20final.pdf>
- Araujo, D. E. & Díaz, A. V. (2016). *El estrés laboral y su influencia en la productividad de los trabajadores del área comercial de Financiera Confianza - Agencia, Cajamarca - 2016*. Tesis, Universidad Privada del Norte, Cajamarca.
- Armas, M. Y., LLanos, M. P. & Traverso, P. A. (2017). *Gestion del Talento Humano y nuevos escenarios laborales*. Ecuador. Obtenido de <http://www.ecotec.edu.ec/content/uploads/2017/09/investigacion/libros/gestion-talento-humano.pdf>
- Baena, G. (2014). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico: Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V.
- Barroso, P. (2004). *Dimensiones del Clima Organizacional: Instituto Nacional de Canalizaciones*. Venezuela.
- Bustos, L. & Miranda, M. (2001). *Clima Organizacional*. Santiago: Lautaro.

- Cachuan, G. J. (2015). *El Talento Humano y su impacto en el crecimiento economico de las empresas de servicios Outsourcing Contable Financiero en Lima Metropolitana, año 2014*. Tesis, Universidad de San Martin de Porres, Lima.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano* (3 ed. ed.). Mexico: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. DE C.V.
- Cruz, I. (2012). *Gestión de Recursos Humanos*. España. Obtenido de http://descargas.pntic.mec.es/mentor/visitas/gestion_recursos_humanos.pdf
- De Domingo, E. (2014). *Los Centros de Interpretacion histórico, artistico y arqueológico en la Provincia de Burgos*. Tesis, Universidad de Burgos, España. Obtenido de http://riubu.ubu.es/bitstream/10259/3739/1/Domingo_Angulo.pdf
- Do Santos, Theotonio. (2002). *La teoría de la Dependencia. Balance y perspectivas*. México: Plaza y Janes.
- Duran, D. (2017). Analisis de la empresa LATAM. *recursos humanos* , 7.
- Goico. (19 de Noviembre de 2017). *El Quinto Jinete*. Obtenido de <https://el-goico.blogspot.com/2017/11/mario-urteaga-alvarado.html>
- Goycochea, D. (2015). *Centro de Interpretación de la Cultura y la Historia en Cusco*. Tesis, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Cusco - Perú. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/621261/browse?order=A SC&rpp=20&sort_by=1&view=list&etal=-1&offset=644&type=title&locale-attribute=es
- Guerrero, A. J. (2014). *Gestión del Talento Humano basado en Competencias*. Tesis, Universidad Autonoma de Queretaro, Mexico.
- Hidalgo, W. J. (2014). *Diseño de un Centro de Interpretación turistica en Pedro Vicente Maldonado, Pichincha 2014*. Tesis, Universidad Central del Ecuador, Ecuador. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/2809>

- Ibañez, K. E. N. y Mendizabal, L. F. (2016). *Centro de Interpretación e Investigación Etnográfica en el Cerro San Cristobal de la Ciudad de Tarma - (CIET)*. Tesis, Universidad Femenina el Sagrado Corazon , Lima - Perú. Obtenido de <http://repositorio.unife.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.11955/200/Ibañez%20Salas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- INC. (1983). *Cajamarca Arquitectura religiosa y civil*. Lima, Perú.
- Llatas, E. (2017). *Influencia de Gestión por Competencias desde el Talento Humano en el Clima Organizacional de la Institución Educativa San Ramón Cajamarca 2017*. Tesis, Universidad Privada del Norte, Cajamarca.
- MC. (17 de Agosto de 2013). *Ministerio de Cultura*. Obtenido de <http://www.cultura.gob.pe/comunicacion/noticia/casa-museo-nicolas-puga-abre-sus-puertas-en-cajamarca>
- Morales, B. L. (2009). *Evaluación Económica Financiera del Proyecto de Inversión "Tienda Villamil" en la Provincia de Pinar del Río*. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/266/1/T-UTC-O122.pdf>
- Morales, D. E. (2015). *Medición de Clima Organizacional en el Colegio Cambridge de Huehuetenango*. Guatemala.
- Morales, P. (2012). *Estadística aplicada a las Ciencias Sociales*. Madrid, España.
- Orozco, J y Núñez, P. (2013). Teorías del Desarrollo. En el análisis del turismo sustentable. *Rev. Interredes*. 14 (27): 143-167. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/666/66627452008.pdf>
- Pelaes, O. C. (2010). *Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa de servicios telefónicos*. Lima.
- Perez, C. (2017). *La oferta turística y las estrategias de desarrollo sostenible del servicio en la Ciudad de Cajamarca, 2016-2017*. Tesis, UPAGU, Cajamarca - Perú.

- Obtenido de
<http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/394/14.PEREZ%20VILLANUEVA%20ROSA%20CELINDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- PROMPERU. (2017). *Perfil del Vacacionista Nacional*. Lima, Perú. Obtenido de
https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN//sitio/VisorDocumentos?titulo=Perfil%20del%20Vacacionista%20Nacional%20&url=Uploads/publicaciones/2025/PVN_2016.pdf&nombObjeto=Publicaciones&back=/TurismoIN/sitio/Publicaciones&issuuid=1760695/57431151
- Puche, P. S. (2015). *Medicion del Clima Organizacional de la empresa EMGESA S.A. ESP - Proyecto Hidroeléctrico el Quimbo y su Plan de Mejoramiento 2014 - 2015*. Tesis, Universidad Militar Nueva Granada - FAEDIS, Bogota.
- Ravines, R. (1987). *El Cuarto del Rescate de Atahualpa 1532 - 1986*. Lima.
- Rojo, G. (2012). *Gestión del Talento en los Docentes en un Centro de Formación Técnica*. Tesis, Universidad Alberto Hurtado, Chile.
- Ruiz, M. K. (2015). *El clima organizacional y su influencia en el desempeño laboral del Recurso Humano del area de infraestructura en el Gobierno Regional de Cajamarca*. Tesis, Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca.
- Santiago, F. (2008). *Analisis de Viabilidad: La cenicienta en los Proyectos de Inversión*. Argentina. Obtenido de
<http://www.asociacionag.org.ar/pdfcap/5/Sobrero,%20Francisco%20-%20ESTUDIOS%20DE%20VIABILIDAD%20LA%20CENICIENTA%20DE%20LOS%20PROYECTOS%20DE%20INVERSION.pdf>
- Sánchez, Isaac L. (2009). *Teorías del crecimiento económico y divergencia regional en México*. En Entelequia. Rev. Interdisciplinar, primavera 2009.

- Soto, F. O. (2016). *Manejo del Talento Humano y el Clima Laboral en las Instituciones Educativas Politecnico Regional del Centro y Mariscal Castilla Distrito el Tambo - Huancayo, 2014*. Tesis, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Huancayo.
- Tarazona, D. &. (2004). *Condiciones Psicosociales del Trabajo*. Lima: UNMSM.
- Torres, F. D. & Duque, M. A. (2016). *Desarrollo e implementacion de un sistema integral de Talento Humano por competencias basado en procesos con orientacion a un componente tecnologico para la direccion nacional de Talento Humano del Servicio de Rentas Internas*. Tesis, Escuela Politécnica Nacional , Ecuador.
- Ureña, R. (2006). *Mario Urteaga: Vision autentica del Hombre del Altiplano*. Obtenido de <http://www.latinartmuseum.com/urteaga.htm>
- Vallejo, M. L. (2016). *Gestión del Talento Humano*. Ecuador. Obtenido de <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/pdf/18/gesti%C3%B3n%20del%20talento%20humano.pdf>
- Vásquez, A. (2014). *Plan estratégico para el desarrollo del turismo rural comunitario en el Distrito de Chetilla Provincia de Cajamarca 2014*. Tesis , Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca - Perú. Obtenido de <http://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/733/T%20658%20CH436%202014.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Villanueva, H. (2015). *Dinámica del sector turismo en la Provincia de Cajamarca 2000-2013: Estrategia de Mejora*. Tesis, Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca - Perú. Obtenido de <http://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/292/T330%20V718%202015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

Esplot de Visitas al Circuito Turístico de Casonas y Monumentos Históricos Turísticos de
Cajamarca



