

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA**



**TESIS**

**GESTIÓN DE LA RUTA TURÍSTICA LLUSHCAPAMPA Y SU  
CONTRIBUCIÓN A LA DIVERSIFICACIÓN DEL PRODUCTO  
TURÍSTICO DEL DISTRITO DE CAJAMARCA, EN LOS  
AÑOS 2018 -2021.**

Para optar el Título Profesional de:  
**LICENCIADA EN TURISMO Y HOTELERÍA**

Presentada por la Bachiller:  
**SAAVEDRA HUAYHUA, LUZ JUDITH**

Asesor:  
**Dr. TERÁN VIGO, ALFONSO ANTONIO**

**Cajamarca - Perú**  
**2024**

## CONSTANCIA DE INFORME DE ORIGINALIDAD

**1. Datos del Autor:**

Nombres y Apellidos: Luz Judith Saavedra Huayhua

DNI: 74040549

Escuela Profesional/Unidad UNC: Escuela Profesional de Turismo y Hotelería

**2. Asesor:** Dr. Alfonso Antonio Terán Vigo

Facultad/Unidad UNC: Facultad de Ciencias Sociales

**3. Grado Académico o Título Profesional**

- Bachiller       Título profesional       Segunda especialidad  
 Maestro       Doctor

**4. Tipo de Investigación:**

- Tesis     Trabajo de investigación     Trabajo de suficiencia profesional  
 Trabajo académico

**5. Título del Trabajo de Investigación:** Gestión de la Ruta Turística Llushcapampa y su contribución a la diversificación del producto turístico del distrito de Cajamarca, en los años 2018 -2021.

**6. Fecha de evaluación:** 03/06/2024

**7. Software antiplagio:**  TURNITIN       URKUND (ORIGINAL) (\*)

**8. Porcentaje de Informe de Similitud:** 20%

**9. Código Documento:** 3117:358985310

**10. Resultado de la Evaluación de Similitud:**

- APROBADO     PARA LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES O DESAPROBADO

Fecha Emisión: 08/05/2025

<i>Firma y/o Sello Emisor Constancia</i>
  <b>Dra. Doris Teresa Castañeda Abanto</b> Directora de la Unidad de Investigación <hr/> <b>DNI: 26676451</b>

\* En caso se realizó la evaluación hasta setiembre de 2023

**DEDICATORIA**

A mis padres por sus consejos, apoyo en toda mi carrera profesional, por cultivar en mi buenos principios y a mis hermanos que me han animado a seguir adelante.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por brindarme fortaleza, a mi asesor Doc. Alfonso Antonio Terán Vigo que ha brindado su tiempo y enseñanza para poder desarrollar la investigación. Así también a todos los docentes que brindan día a día sus conocimientos y que nos permite ser mejores profesionales. Como también a mi familia por su apoyo incondicional.

A las diferentes instituciones y personas que me han brindado la facilidades e información requerida para cumplir con los objetivos de la investigación.

## ÍNDICE

<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>12</b>
<b>EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>12</b>
<b>1.1. Planteamiento del Problema .....</b>	<b>12</b>
<b>1.2. Formulación de Problema .....</b>	<b>16</b>
<b>1.2.1. Pregunta General.....</b>	<b>16</b>
<b>1.2.2. Preguntas específicas.....</b>	<b>16</b>
<b>1.3. Justificación de la investigación.....</b>	<b>16</b>
<b>1.4. Objetivos .....</b>	<b>18</b>
<b>1.4.1. Objetivo General .....</b>	<b>18</b>
<b>1.4.2. Objetivos Específicos.....</b>	<b>18</b>
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>19</b>
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>19</b>
<b>2.1. Antecedentes.....</b>	<b>19</b>
<b>2.1.1. Ámbito Internacional .....</b>	<b>19</b>
<b>2.1.2. Ámbito Nacional .....</b>	<b>23</b>
<b>2.1.3. Ámbito Regional .....</b>	<b>27</b>
<b>2.2. Teorías que sustentan la Investigación .....</b>	<b>29</b>
<b>2.2.1. Teoría General de sistemas .....</b>	<b>29</b>
<b>2.2.2. Sistema Turístico.....</b>	<b>31</b>
<b>2.2.3. Teoría del espacio turístico .....</b>	<b>33</b>

2.2.4.	Teoría de gestión .....	36
2.3.	Bases Teóricas.....	44
2.3.1.	Conceptualización del Turismo .....	44
2.3.2.	Destinos turísticos y su gestión .....	46
2.3.3.	Producto Turístico .....	53
2.3.4.	Circuitos turísticos.....	57
2.4.	Definición de términos básicos.....	61
2.4.1.	Agencia de Viajes y Turismo: .....	61
2.4.2.	Atractivo turístico.....	61
2.4.3.	Demanda turística. ....	61
2.4.4.	Gestión:.....	61
2.4.5.	Oferta turística.....	62
<b>CAPÍTULO III .....</b>		<b>63</b>
<b>HIPÓTESIS Y METODOLOGÍA.....</b>		<b>63</b>
3.1.	Hipótesis.....	63
3.1.1.	Operacionalización de variables .....	64
3.2.	Metodología de la investigación.....	66
3.2.1.	Tipo de Investigación .....	66
3.2.2.	Diseño de Investigación .....	66
3.2.3.	Método de investigación .....	66
3.2.4.	Unidad de observación y unidad de análisis.....	67

3.2.4.1. Unidades de análisis.....	67
3.2.4.2. Unidades de observación.....	67
3.2.5. Población y muestra.....	67
3.2.5.1. Población.....	67
3.2.5.2. Muestra.....	68
3.2.6. Técnicas.....	68
3.2.7. Instrumentos.....	69
3.2.8. Procesamiento y análisis de resultados.....	70
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>71</b>
<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>71</b>
5.1. Resultados.....	71
5.1.1. Gestión de la Ruta turística de Llushcapampa.....	71
5.1.2. Diversificación del producto turístico.....	91
5.2. Discusión.....	106
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>121</b>
6.1. Conclusiones.....	121
6.2. Recomendaciones.....	122
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>125</b>
<b>APÉNDICES Y ANEXOS.....</b>	<b>134</b>

**Lista de Tablas**

<b>Tabla 1:</b> <i>Operacionalización de variables</i> .....	64
<b>Tabla 2:</b> <i>Actividades planificadas</i> .....	75
<b>Tabla 3:</b> <i>Recursos y atractivos identificados</i> .....	77
<b>Tabla 4:</b> <i>Número de atractivos turísticos y sus condiciones</i> .....	80
<b>Tabla 5:</b> <i>Recorridos propuestos</i> .....	84
<b>Tabla 6:</b> <i>Cumplimiento de actividades planificadas e instituciones involucradas</i> .....	87

## Lista de Figuras

<i>Figura 1: Funcionamiento del sistema turístico .....</i>	33
<i>Figura 2: Tipo de agencia de viajes y turismo.....</i>	92
<i>Figura 3: Circuitos turísticosy atractivos del distrito de Cajamarca que ofrecen las Agencias de Viajes y Turismo .....</i>	93
<i>Figura 4: Temática (o principal característica) que se vende en los circuitos ofrecidos .....</i>	97
<i>Figura 5: Características que tienen los atractivos que forman parte de los circuitos turísticos ofrecidos en el distrito Cajamarca .....</i>	97
<i>Figura 6: Aspectos que las instituciones del sector turístico brindan su apoyo para mejorar el producto turístico del distrito de Cajamarca.....</i>	99
<i>Figura 7: Inclusión de nuevas rutas y/o atractivos turísticos.....</i>	101
<i>Figura 8: Principal motivo por el cual las agencias de viajes y turismo ofrecen la ruta .....</i>	102
<i>Figura 9: Atractivos que se visitan al visitar esta ruta.....</i>	103
<i>Figura 10: Tipo de turista que busca visitar la Ruta Turística de Llushcapampa .....</i>	104
<i>Figura 11: Aspectos que se deben mejorar en la Ruta Turística Llushcapampa.....</i>	104
<i>Figura 12: Razones por las que no ofrece la ruta .....</i>	106

## ***RESUMEN***

La presente investigación ha tenido como finalidad analizar la gestión realizada en la ruta Turística de Llushcapampa durante los años 2018-2021 y su contribución en la diversificación del producto turístico que ofrecen las agencias de viajes y turismo del distrito de Cajamarca. El estudio fue de tipo descriptiva de diseño no experimental-transversal; la muestra lo constituyen los gestores de la ruta, entre ellos la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - Cajamarca, el Comité de Gestión de la Ruta Turística de Llushcapampa y los encargados de los emprendimientos que conforman dicho circuito, para lo cual se utilizaron guías de entrevistas; dicha muestra también está conformada por las 25 Agencias de Viajes y Turismo registradas en el Inventario del Gobierno Regional de Cajamarca que estuvieron ofreciendo sus servicios, a quienes se aplicó un cuestionario compuesto por 13 preguntas.

Como principal resultado se obtuvo que los gestores de la ruta realizaron un trabajaron en conjunto y en el año 2018 se crea esta Ruta a través de una Resolución Directoral Sectorial, sin embargo existió deficiencias en cuanto a los objetivos propuestos; así mismo, se identificó que sólo el 44% de las agencias de viajes ofrecen la ruta dentro de sus servicios, llegando a la conclusión que las pocas acciones de planificación, organización y coordinación después de su creación entre los gestores de la ruta turística muestran una gestión deficiente, por lo que también la creación de esta ruta no ha contribuido lo suficiente en la diversificación del producto turístico que ofrecen los intermediarios del distrito de Cajamarca.

Palabras clave: *Ruta turística, gestión, producto turístico, diversificación.*

**ABSTRACT**

*The purpose of this research was to analyze the management carried out on the Llushcapampa Tourist Route during the years 2018-2021 and its contribution to the diversification of the tourism product offered by travel and tourism agencies in the Cajamarca district; The study was descriptive with a non-experimental-cross-sectional design; The sample is made up of the managers of the route, including the Regional Directorate of Foreign Trade and Tourism - Cajamarca, the Management Committee of the Llushcapampa Tourist Route and those in charge of the undertakings that make up said circuit, for which guides were used. Of interviews; This sample is also made up of the 25 Travel and Tourism Agencies registered in the Inventory of the Regional Government of Cajamarca that were offering their services, to whom a questionnaire consisting of 13 questions was applied.*

*The main result was that the route managers worked together and in 2018 this Route was created through a Sector Directorial Resolution, however there were deficiencies in terms of the proposed objectives; Likewise, it was identified that only 44% of travel agencies offer the route within their services, reaching the conclusion that the few planning, organization and coordination actions after its creation among the managers of the tourist route show a poor management, which is why the creation of this route has not contributed enough to the diversification of the tourism product offered by intermediaries in the Cajamarca district.*

*Keywords: Tourist route, management, tourism product, diversification.*

## CAPÍTULO I

### EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1. Planteamiento del Problema

El turismo se ha convertido para muchos países en una de las actividades que les permite promover su economía. Tal es el interés, que se enfocan en desarrollar destinos turísticos competitivos y sostenibles; a través de una buena gestión que les permita afrontar situaciones que afecten este sector, como fue en el 2020 la pandemia generada por la COVID 19.

Siendo así que, fomentar esta actividad presenta nuevos retos, entre ellos desarrollar productos turísticos viables, novedosos y sostenibles que garanticen la seguridad de los turistas y de todos los actores. Además, el panorama al cual se enfrenta el sector brinda la oportunidad de desarrollar y fortalecer el turismo interno como una de las alternativas para recuperar e impulsar esta actividad. En uno de los Estados de México se impulsó una campaña denominada 365 días en Yucatán, realizada por la Secretaría de Fomento Turístico de Yucatán (SEFOTUR) la cual, tenía como objetivo reactivar la economía local, incentivando el desarrollo del turismo en la misma población y región, donde pueden visitar lugares ya existentes y productos renovados, generando nuevas experiencias turísticas (Entorno Turístico Staff, 2021).

A nivel mundial se han ido diseñando circuitos, rutas y productos turísticos, buscando ofrecer alternativas a los turistas y aprovechando los recursos turísticos con los que cuenta una determinada ciudad, región o país. Por ejemplo, se tiene a la Ruta de Don Quijote en España, que según el Portal Oficial de Turismo de España (s.f.) es un recorrido por los paisajes más mágicos de España y no solo una ruta literaria; en ella se pueden visitar alrededor de 13 pueblos, entre ellos Alcalá de Henares (Lugar

de Nacimiento de Miguel de Cervantes), Madrid y Consuegra (con los famosos molinos de viento). En México como se menciona en Visit México (s.f.) cada estado tiene diversos atractivos y se han diseñado más de 100 rutas, con el objetivo de brindar opciones para cada preferencia de viaje. Así se tiene a la Ruta del vino, fresa, lagos y artesanía, Ruta hacia los pueblos mágicos de Yucatán, Ruta playas del Caribe Mexicano, Ruta de la feria al surrealismo, entre otras.

Es así como se enfocan en la diversificación de la oferta turística, diseñando productos turísticos novedosos que a su vez llegan a ser exitosos, sostenibles y que satisfacen las necesidades de los turistas. Además de desarrollar una infraestructura y planta turística, para brindar las facilidades y condiciones necesarias para que se pueda realizar turismo sin ningún problema; es allí donde muchos destinos presentan deficiencias y carecen de estos elementos. Por lo que demanda de un trabajo articulado, en coordinación con todos los involucrados, generando confianza de los turistas y promoviendo la inversión del sector público y privado.

El Perú es un país con muchas bondades, tiene una importante historia y manifestaciones que lo demuestran, una exuberante naturaleza con bellos paisajes y una gastronomía variada; además de emprendedores que han encontrado en el turismo una fuente para desarrollar su economía; sin embargo, no son aprovechados de manera eficiente para ser un país representativo en turismo. En ese sentido el órgano rector del turismo, que es el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2020) en su afán de cumplir con el objetivo de posicionar al Perú como un destino competitivo, se encarga de promover el desarrollo de la actividad turística para la contribución al desarrollo económico y social del país.

Mediante las direcciones y gerencias de Comercio Exterior y Turismo de los

Gobiernos Regionales; cada región se encarga de aprovechar de manera sostenible las potencialidades con las que cuentan para promover el desarrollo de esta actividad. De tal manera que se han creado diversas rutas turísticas entre las que menciona Turismo Perú (s.f.) son la Ruta del Pisco que va por Lima, Ica, Arequipa y Moquegua; la Ruta Moche en La libertad y Lambayeque o el Circuito Nororiental que recorre los departamentos de La Libertad, Lambayeque, Cajamarca, Amazonas, San Martín y Loreto. Sin embargo, hace falta una gestión eficiente para cumplir con los objetivos planteados, ya que en el Perú aún se pueden evidenciar deficiencias en cuanto a la infraestructura, planta turística y la diversificación del producto turístico.

Cajamarca no es ajena a esas deficiencias, la diversificación turística es exigua y no es variada, durante muchos años se vienen ofertando los mismos circuitos turísticos como son: City Tours; Cumbe Mayo; la Granja Porcón; la ex Hacienda La Colpa; las Ventanillas de Otuzco y los Baños del Inca. Que a pesar de ser los más representativos y más promocionados de la región su infraestructura es básica, carecen de instalaciones, se desarrollan de manera convencional y no existe innovación en cuanto a las actividades que se puedan desarrollar para mejorar la experiencia de los visitantes, y mucho menos existe una distribución equilibrada de los beneficios que genera el turismo entre los involucrados en la actividad turística, entre ellos las comunidades aledañas a los principales atractivos turísticos. Ello representa nuevos retos en la gestión del turismo, orientada en el desarrollo de planes y proyectos enfocados en la satisfacción de la demanda, integrando proyectos de mejora de la infraestructura y una promoción turística eficiente. Dicha gestión debe estar enfocada en la coordinación y articulación del sector público y privado, desarrollando productos de alto valor para los turistas además de identificar las necesidades, atributos y

oportunidades que cuenta un determinado espacio geográfico; para que se pueda realizar una planificación del destino y posterior a ello se siga trabajando con los involucrados, garantizando un desarrollo a corto, mediano y largo plazo.

En ese sentido y cumpliendo con sus funciones, en el año 2018 la Dirección de Comercio Exterior y Turismo de Cajamarca ( en adelante DIRCETUR-Cajamarca) en un trabajo conjunto con los representantes de cada recurso turístico, impulsaron el desarrollo de la Ruta Turística Llushcapampa la cual comprende 7 recursos turísticos: La Posada del Puruay, el Centro de Demostración y Capacitación – Soluciones Prácticas (CEDECAP), el Invernadero el Aliso, Iglesia y Casa Hacienda De Llushcapampa, el Invernadero Floricultura, el Mirador Arqueológico la Cueva y el Parque de Esculturas Gigantes; con la finalidad de generar nuevas alternativas de turismo en Cajamarca y promover el desarrollo de la economía local. Los 7 lugares antes mencionados están administrados por pobladores cajamarquinos quienes han visto una oportunidad en el turismo para dar a conocer su cultura y el trabajo que realizan día a día (El Comercio, 2018).

Sin embargo, cuatro años después del lanzamiento de la Ruta Turística de Llushcapampa se puede constatar deficiencias en la infraestructura en cuanto a la carretera y los servicios básicos, la planta turística no se encuentra desarrollada; en los siete atractivos que lo integran hace falta las condiciones necesarias para recibir a los turistas entre ellas la señalización, personal permanente para la atención, adecuación de caminos y servicios. Asimismo, sólo dos de los ochos recursos se encuentran registrados en el Inventario Nacional de Recursos Turísticos como se muestra en el Sistema de Información Georreferencial de MINCETUR (s.f.) los cuales son la Iglesia y Casa Hacienda De Llushcapampa y el Centro de Demostración y Capacitación -

Soluciones Prácticas (CEDECAP). Además, son pocas de las Agencias de Viajes y Turismo del distrito de Cajamarca que incluyen en sus recorridos la visita a estos recursos turísticos, a pesar de ser lugares que muestran algo diferente en comparación de los circuitos tradicionales. Es por ello, que en la presente investigación se estudió la gestión de la Ruta Turística Llushcapampa y su contribución a la diversificación del producto turístico del distrito de Cajamarca, en los años 2018 -2021.

## **1.2. Formulación de Problema**

### ***1.2.1. Pregunta General***

¿Cómo ha sido la gestión de la Ruta Turística de Llushcapampa y su contribución a la diversificación del producto turístico del distrito de Cajamarca, en los años 2018 - 2021?

### ***1.2.2. Preguntas específicas***

- ¿Cómo ha sido el proceso a través del cual se ha puesto en valor la Ruta Turística de Llushcapampa por parte de los involucrados?
- ¿Cuáles son las condiciones turísticas actuales de los recursos que conforman la ruta turística de Llushcapampa?
- ¿Cómo es la coordinación interinstitucional entre las entidades públicas del sector turismo y el comité de gestión de ruta turística de Llushcapampa?
- ¿Cómo es la diversificación del producto turístico que se oferta en las agencias de viajes y turismo de Cajamarca?

## **1.3. Justificación de la investigación**

Esta investigación se justifica porque es menester hacer hincapié y conocer el trabajo que vienen realizando los gestores de turismo involucrados en la Ruta Turística de Llushcapampa, lo cual permitirá conocer la manera en la cual las instituciones

competentes y demás involucrados fomentan la actividad turística, de manera que orienta a un mayor conocimiento sobre las acciones que dificultan tener un desarrollo sostenible de la actividad turística y la competitividad del destino. Esto a través del análisis del proceso mediante el cual se ha puesto en valor la Ruta Turística de Llushcapampa, de la caracterización de las condiciones turísticas actuales de los recursos que conforman la ruta, de conocer y describir la coordinación interinstitucional entre las entidades públicas del sector turismo y el comité de gestión de ruta y mediante la identificación del producto turístico que se oferta en las Agencias de Viajes y Turismo de Cajamarca.

En la práctica, la investigación permite conocer la forma en la que los involucrados han desarrollado y trabajado en la gestión de espacios con potencial turístico como es la Ruta Turística Llushcapampa y la contribución que ha tenido en la diversificación del producto turístico del distrito de Cajamarca. De manera que se logre identificar las deficiencias, problemas, ventajas, fortalezas, entre otros aspectos que sirvan para tomar decisiones que orienten a realizar estrategias y acciones correspondientes tanto del sector público como privado, mejorando sus condiciones y la gestión realizada, aplicándose no sólo en esta ruta, sino también llevándolos a otros casos de interés turístico, como rutas o circuitos que se van desarrollar, buscando el uso adecuado de los recursos turísticos para su aprovechamiento sostenible en la actividad turística. Asimismo, se reforzará y ampliará el conocimiento que se tiene sobre rutas, productos turísticos y sobre la gestión de estos.

Con la investigación se generará mayor conocimiento sobre la ruta turística de Llushcapampa, debido a que carece de estudios de investigación que permitan conocer el trabajo realizado; por lo que formará parte de futuras fuentes de información que

puedan utilizarse como base para posteriores investigaciones o proyectos relacionadas con el tema. Además, en el desarrollo de la investigación se utiliza y pone en práctica métodos y técnicas científicos para estudiar el turismo, por lo cual es objetiva, imparcial y veraz. epistemológica

#### **1.4.Objetivos**

##### ***1.4.1. Objetivo General***

Analizar la gestión de la Ruta Turística de Llushcapampa y su contribución a la diversificación del producto turístico del distrito de Cajamarca, en los años 2018 -2021.

##### ***1.4.2. Objetivos Específicos***

- Analizar el proceso a través del cual se ha puesto en valor la Ruta Turística de Llushcapampa por parte de los involucrados.
- Caracterizar las condiciones turísticas actuales de los recursos que conforman la ruta turística de Llushcapampa.
- Describir la coordinación interinstitucional entre las entidades públicas del sector turismo y el comité de gestión de ruta turística de Llushcapampa.
- Identificar la diversificación del producto turístico que se oferta en las agencias de viajes y turismo de Cajamarca.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes

No se han encontrado investigaciones cuyo tema se relacione directamente con la presente investigación, sin embargo, a continuación, se presentan antecedentes vinculados indirectamente.

##### 2.1.1. *Ámbito Internacional*

Sánchez -Ruiz et al. (2020) realizan la investigación *Ruta turística maíz y cascadas: estudio de caso con un enfoque del turismo cultural y natural*; artículo publicado en la revista Universidad, Ciencia y Tecnología de la Universidad Experimental Politécnica Antonio José de Sucre, Vice Rectorado Puerto Ordaz, Venezuela, gestionada en Ecuador por AutanaBooks. El artículo se enfoca en como diseñar y elaborar una ruta turística siguiendo los pasos determinados por el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR). La ruta cultural maíz y cascadas se desarrolló en el cantón Pindal en el 2015 con el objetivo de expandir y dinamizar la economía en los sectores que recorre la misma. Sin embargo, para conseguir dichos resultados fue necesario el involucramiento y coordinación de todos los actores, públicos, sociales y privados. En la investigación se concluye que la ruta turística busca el aprovechamiento de los recursos naturales, de las cascadas, ríos, piscinas naturales, senderos, la fisonomía de los pueblos adyacentes, manifestaciones culturales en sus diversas formas tangibles e intangibles como la arquitectura vernácula y las fiestas religiosas.

Sopalo (2020) en su estudio denominado *Rutas cicloturísticas y su incidencia en el turismo del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi, Ecuador*; de la Universidad Técnica de Cotopaxi. (Proyecto de investigación presentado previo a la obtención del

Título de Ingeniería en Ecoturismo). Tiene como objetivo diseñar rutas cicloturísticas. Por lo tanto, el trabajo de investigación dio a conocer las diferentes actividades que se pueden realizar a través del ciclismo. Mediante la recopilación de información primaria y secundaria, se realizó, la estructuración de rutas y de estrategias de comercialización. El diagnóstico situacional del cantón permitió evidenciar el potencial turístico de la zona como: atractivos naturales y culturales de jerarquía I. A través de las encuestas realizadas a los turistas se determinó los gustos y preferencia de los turistas de esta manera una vez establecidos los resultados se procedió a estructurar las rutas de cicloturismo con cada una de las actividades identificadas a lo largo del recorrido, los paquetes establecidos tienen una duración de un día de full day, el diseño de las rutas propone la implementación de señalética turística. Finalmente se estableció estrategias de marketing tomando en cuenta el perfil del turista por lo que se diseñó un tríptico, un logotipo, página de Facebook y un llavero con la finalidad de informar al turista sobre las rutas de cicloturismo.

Arévalo (2018) en su investigación que lleva por título *La ruta turística enológica en Querétaro y Baja California, México: Un enfoque estratégico*; artículo publicado en la Revista Interamericana de Ambiente y Turismo. Tiene como objetivo estudiar el contexto nacional de la ruta del vino existente en Baja California y Querétaro por su importancia como nuevo servicio turístico y como detonante de desarrollo por medio del fortalecimiento del clúster del vino, tal como se denota en las rutas del vino. El método que se implementa es por medio de una matriz FODA y el diseño del diamante de Porter. Se concluye que las rutas del vino en México están fuertemente posicionadas con respecto a otras regiones que cuentan con viñedos, pero no han desarrollado un servicio turístico paralelamente. Una importante implicancia es que la ruta del vino al ser un

clúster fortalece la especialización de los actores involucrados para la generación de conocimiento e innovación. Además, la acción de las universidades en detonante de acciones novedosas para mejorar la ruta turística por medio de la investigación.

Rivera (2016) desarrolla la investigación titulada *Rutas turístico- culturales responsables y desarrollo local: la experiencia piloto de la Ruta de la Córdoba de las Américas (España)*. Tiene como objetivo presentar los avances acometidos en el proyecto y particularmente la metodología sistemática empleada para diseñar, desarrollar, gestionar y evaluar la ruta turístico-cultural desde una perspectiva integral, de responsabilidad y de sostenibilidad. Para ello se ha concebido con un doble enfoque: primero, como producto cultural de importante potencial para el reforzamiento de la imagen intercultural y multicultural que tiene la ciudad de Córdoba (España) a nivel internacional, rescatando el importante legado histórico de relaciones humanas, culturales, comerciales, artísticas, religiosas y socioeconómicas mantenidas con la América Latina y que han originado un patrimonio tangible e intangible de gran interés, pero que había que rescatar de un cierto olvido y desconocimiento; en segundo lugar, como producto turístico que intenta valorizar dicho patrimonio para convertirse en atractivo turístico, ampliando y diversificando la oferta y los horizontes turísticos de la ciudad.

Lalangui y Urquiola (2016) en su investigación denominada *La Ruta Agroturística y de Naturaleza Banagua de la Provincia El Oro*, la cual fue publicada en la Revista Universidad y Sociedad. Tiene como objetivo analizar la Ruta de Agroturismo y Naturaleza Banagua ubicada en la provincia El Oro que abarca los cantones de Machala, Santa Rosa y Arenillas, Ecuador. La ruta se presenta como una alternativa que permite desarrollar un turismo sustentable, a partir de integrar grandes atractivos

naturales de la zona a una de sus actividades económicas más notables como es la producción del banano. Se integra en ella, además, la gastronomía, cultura y hospitalidad de sus habitantes, sin embargo, los autores afirman que existe la necesidad de realizar un conjunto de acciones que permitan mejorar la oferta, como es el tema de las comunicaciones, pues no llega la señal. También desarrollar capacitaciones a los miembros de la comunidad sobre hospitalidad, cómo causar una buena imagen, presentación de los platos tradicionales, sin perder su autenticidad. Hacer explícita la necesidad de integrar los esfuerzos de todos los actores para lograr una oferta bien estructurada y atractiva, de igual forma demanda de otros servicios adicionales como es una adecuada campaña de promoción donde se resalten sus principales encantos que muestre la diferenciación de la ruta que se ha de soportar en su calidad y variedad. Finalmente, los autores concluyen que, la ruta propicia la participación de diferentes actores de la comunidad, a través de los cuales, se crean sinergias necesarias para conseguir dinamizar la economía de las comunidades implicadas, lo cual repercute directamente no solo en la satisfacción de las expectativas de los turistas, sino también en el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

De la investigación se rescata los instrumentos utilizados para la recolección de datos, los cuales han sido la observación y entrevistas a los involucrados, asimismo es de gran importancia para la presente investigación los aspectos que han tenido en cuenta al momento de evaluar la ruta, como son la cultura misma del lugar que han integrado en la ruta y aprovechando la producción del banano tratan de desarrollar un turismo sostenible, beneficiando no solo al desarrollo del turismo sino también a la comunidad brindándoles una calidad de vida. Además, se toma en cuenta los resultados pues es necesario identificar las necesidades que tiene la oferta turística para poder identificar y

brindar estrategias para su mejoramiento o soluciones a los problemas identificados.

### **2.1.2. *Ámbito Nacional***

Gamboa (2022) en su estudio denominado *Análisis de la gestión turística para el desarrollo del turismo sostenible en el circuito turístico en Millpu, Ayacucho 2022*, de la Universidad César Vallejo. (Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería). Tiene como objetivo analizar la gestión turística para el desarrollo del turismo sostenible en el circuito turístico en Millpu, Ayacucho 2022; se trabajó en una metodología cualitativa, tipo básica y de diseño fenomenológico. Los hallazgos evidenciaron la mala organización y planificación en cuanto al turismo en Millpu, pues a pesar de los esfuerzos por parte de ambas partes (público y privado), estos no se logran coordinar del todo para un desarrollo del turismo sostenible en Millpu. En conclusión, el sector privado y público no hacen esfuerzo mancomunados para un flujo turístico constante.

Rado (2022) en su investigación denominada *Turismo de aventura en la modalidad de trekking para diversificar la oferta turística en el distrito de Ccorca, Cusco – 2022*, de la Universidad Andina del Cusco. (Tesis para optar al título profesional de Licenciado en Turismo). Tiene como objetivo analizar la relación del turismo de aventura en la modalidad de trekking y la oferta turística en el distrito de Ccorca, Cusco - 2022. El tipo de investigación fue correlacional, con enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, se tuvo como muestra de estudio 334 turistas que visitaron el distrito los cuales participaron respondiendo una encuesta y cuestionario de preguntas donde se obtuvieron los siguientes resultados; respecto a la variable trekking en el distrito de Ccorca, el 56% de los turistas consideró que esta modalidad de turismo de aventura se desarrolla de manera apropiada, el 38% que se debería mejorar

algunos aspectos y el 6% afirmó que no se cuenta con servicios adecuados para el desarrollo de esta actividad. Con respecto a la relación que existe con la variable oferta turística, se llegó a la conclusión que efectivamente el turismo de aventura en la modalidad de trekking tiene una relación positiva directa con la oferta turística en el distrito de Ccorca. En conclusión, es fundamental que las autoridades promuevan los diversos tipos de turismo de aventura en la localidad para que se pueda aumentar la oferta turística y se tengan beneficios positivos directos para la comunidad.

Rosas (2019) en su investigación que lleva por título *Gestión del producto turístico y su impacto en la satisfacción de los turistas y excursionistas: Lunahuaná, 2018*, de la Universidad Ricardo Palma. (Tesis para optar el grado de Doctor en administración de negocios globales). Tiene como finalidad determinar si la gestión del producto turístico en Lunahuaná genera satisfacción en los turistas y excursionistas. Por lo cual concluye que, existe insatisfacción de los visitantes a Lunahuaná, por la inacción de las autoridades al no tener sus recursos turísticos convertidos en verdaderos atractivos turísticos, con excepción del Complejo Arqueológico de Incahuasi. También por la mala gestión de los involucrados y falta de coordinación de sus autoridades con relación a la infraestructura y servicios básicos. Existe una satisfacción moderada por los visitantes con relación a la planta turística (hoteles, restaurantes, deportes de aventuraetc.), siendo necesario que se mejoren estos indicadores, para beneficio de sus visitantes. Asimismo, concluye que la Municipalidad de Lunahuaná no cuenta con un Plan de Desarrollo Turístico Local, lo cual no le permite gestionar adecuadamente su producto turístico, desaprovechando los recursos con los que cuenta y afectando a los visitantes que llegan a este destino al tener una infraestructura y servicios básicos inadecuados. Además, no existe una coordinación adecuada entre el Municipio y otras

instituciones involucradas con la actividad turística, generando duplicidad de esfuerzos en algunas capacitaciones que se desarrollan en el destino turístico.

Gómez y Vélchez (2017) en su investigación *Gestión turística municipal y su influencia en la actividad turística de la ciudad de Bagua Grande, provincia de Utcubamba-Región Amazonas 2011- 2016*; de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza De Amazonas. (Tesis para obtener el título profesional de licenciada en turismo y hostelería). Tiene como objetivo proponer un modelo de gestión turística municipal y su influencia en la actividad turística de la ciudad de Bagua Grande, provincia de Utcubamba- Región Amazonas 2011-2016. Así como realizar un diagnóstico e identificar los documentos de la gestión turística municipal. Concluyen que la gestión turística municipal en la ciudad de Bagua Grande provincia de Utcubamba es deficiente en cuanto a gestión y planificación, a pesar de que esta tiene una oficina destinada netamente a realizar gestiones para la mejora de la actividad turística; esta gestión se está realizando de manera inadecuada, según los documentos relacionados con la gestión turística municipal. Se determina que la gestión municipal no presenta una mayor influencia en la actividad turística en esta ciudad y que sus estrategias y acciones se limita a actividades simples como supervisiones y pequeñas ferias. La investigación ha llegado a concluir que una gestión planificada y organizada tiene impactos positivos en beneficio a la población involucrada en la actividad turística, fomentando el incremento de índices económicos, desarrollo de la ciudad y fortaleciendo la identidad cultura.

Camarena y Coral (2016) en su investigación titulada *Diagnóstico de los componentes del sistema de gestión turística en comunidades receptoras andinas. Caso: provincia de Chupaca, valle del Mantaro, región Junín*, de la Pontificia

Universidad Católica del Perú. (Tesis presentada para obtener el título de licenciado en gestión, con mención en gestión empresarial). Tiene como objetivo elaborar un diagnóstico preliminar de los componentes del sistema de gestión turística en Chupaca que permita el diseño de una propuesta de mejora, que optimice la gestión turística actual de la provincia de Chupaca en el Valle del Mantaro, región Junín. Durante el desarrollo de la investigación se identificaron 4 ejes estratégicos para la mejora de la gestión turística de la provincia de Chupaca: la elaboración de un plan estratégico territorial-urbanístico para ésta, la elaboración de un plan de marketing para posicionarla, el desarrollo de un modelo de gestión público-privado y un plan de capacitaciones técnicas para los actores involucrados dentro del sistema turístico. A nivel de superestructura, se determinó que aún hace falta un mayor trabajo en conjunto entre el sector público, el sector privado y el sector civil para impulsar el turismo en la provincia. Aún hace falta establecer acuerdos y compromisos entre estos actores, los cuales permiten un trabajo articulado y sólido. Del mismo modo, hace falta una mayor representatividad de los diferentes gremios empresariales a fin de que obtengan un mayor poder de negociación y mejoren la relación que poseen con la Municipalidad de Chupaca. En lo que respecta a infraestructura, se determinó que la carretera Central continúa siendo uno de los aspectos más críticos que impiden una mayor afluencia turística en Chupaca y en la región Junín en general. En lo que respecta a la planta turística, ésta constituye una de las principales debilidades para el impulso del turismo en Chupaca; principalmente, debido a la poca capacidad hotelera que existe en la provincia; los restaurantes de comida típica o campestre no son de fácil acceso para el visitante. Del mismo modo, constituye otro aspecto crítico el servicio ineficiente de atención al turista tanto en servicios de alojamiento como de restaurantes, para lo cual

se considera indispensable ejecutar un plan de capacitaciones técnicas orientado a mejorar al servicio de atención al turista.

Se realiza un análisis de los componentes del sistema turístico claves para determinar y mejorar la gestión que se realiza en la provincia; determinando que se debería realizar un trabajo conjunto entre todos los involucrados, mejorar la infraestructura, así como desarrollar planes enfocados en el posicionamiento del destino. Asimismo, en la presente investigación se busca fortalecer y mejorar la gestión que se realiza en la Ruta Turística de Lushcapampa para el desarrollo de la oferta turística de la ciudad.

### **2.1.3. *Ámbito Regional***

Terán (2019) quien tituló a su investigación *Factores condicionantes de la planificación y gestión de la actividad turística en el distrito de Cajamarca – Perú, 2016*, de la Universidad Nacional de Trujillo. (Tesis para optar el grado de doctor en planificación y gestión). Dicha investigación tuvo como propósito determinar las características de los factores condicionantes de la planificación y gestión de la actividad turística en el distrito de Cajamarca, Perú durante el periodo 2016. Donde concluye que la falta de recursos humanos especializados en gestión turística y los pocos recursos materiales y económicos disponibles en las instituciones públicas del turismo, así como la deficiente coordinación interinstitucional son factores que vienen condicionando el trabajo de la superestructura turística resultando en una deficiente planificación y mala gestión que incide en el poco desarrollo de la actividad turística en el distrito de Cajamarca.

Gil y Silva (2018) en su investigación denominada *Condición situacional de los recursos turísticos del departamento de Cajamarca, orientada a las propuestas de*

*actuación como fuente generadora de desarrollo económico*, de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. (Tesis presentada para obtener el grado de maestro en Project Management). Tiene como objetivo determinar las condiciones situacionales de los recursos turísticos del departamento de Cajamarca, orientada a las propuestas de actuación como fuente generadora de desarrollo económico. Concluye que las principales condiciones para la oferta de los recursos turísticos: El Complejo Arqueológico Cumbe Mayo, Conjunto Monumental Belén, las Ventanillas de Otuzco y el Sitio Arqueológico Kuntur Wasi, se encuentran en estado regular de conservación debido, sobre todo a la falta de mantenimiento que incluye restauración y limpieza. No existe una adecuada difusión de los atributos turísticos, especialmente del Conjunto Monumental Belén. No existe expendio de comidas en el Sitio Arqueológico Kuntur Wasi y Complejo Arqueológico Cumbe Mayo y además no cuentan con áreas de estacionamiento y señalización de las zonas. Se suma el hecho de que los guías de turismo no están capacitados. Las propuestas se basan en el diagnóstico, buscando la valorización del patrimonio histórico y cultural de la región, que sirva como impulso económico para mejorar la calidad de vida de los habitantes.

Otra investigación es la de Cacho y Gavidia (2016) titulada *Competitividad del destino turístico distrito de Cajamarca*, de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. (Tesis para el título profesional de licenciado en administración turística, hotelería y gastronomía). Tiene la finalidad de determinar los factores que contribuyen a la competitividad del destino turístico Distrito Cajamarca. Concluyendo que los factores relevantes para impulsar la competitividad del destino turístico son: estrategia, producto, tecnología, capacitación (desarrollo de capacidades), innovación - desarrollo y organización. En consecuencia, el destino Cajamarca como distrito, no es competitivo

para la actividad turística debido a que Cajamarca viene explotando sus atractivos turísticos sin una visión de mercado y satisfacción del turista, lo que implica calidad en el servicio y sostenibilidad, es decir no cuenta con productos turísticos competitivos. El sector turismo en Cajamarca sigue trabajando casi igual que hace veinte años, no se nota actualización e innovación, los circuitos siguen siendo los mismos desde hace mucho tiempo atrás, no se usa la planificación estratégica, no se usan herramientas de seguimiento del funcionamiento de las empresas como los estados financieros, entre otras. Finalmente, el sector y sus actores están prácticamente desorganizados, no existe prácticamente un diálogo entre ellos ni una visión en conjunto, no tienen claro cuál es el rol que les toca cumplir, es decir es un aspecto clave en el que se muestra mucha debilidad.

## **2.2. Teorías que sustentan la Investigación**

### **2.2.1. Teoría General de sistemas**

La Teoría General de Sistemas, se presenta como una teoría que pueda ser aplicada a cualquier disciplina, la cual ayude a estudiar y explicar los diferentes fenómenos científicos que en estas ocurran durante su evolución. Viéndolos, así como sistemas que a su vez lo componen subsistemas en los cuales, a partir de la interacción de ciertos elementos, van a generar relaciones y afectar al todo. Es así como, a partir de disciplinas científicas como la biología, física, química han sido de gran aporte para desarrollar esta teoría y debido al isomorfismo entre ellas, es que el desenvolvimiento de una de ellas se puede aplicar y enriquecer el conocimiento de otros fenómenos diferentes, ya que son sistemas generalizados.

Bertalanffy (1989) propone esta teoría la cual abarca principios universales aplicables a cualquier sistema, independientemente de sus elementos que lo componen y

las relaciones entre ellos, así por ejemplo sistemas que van desde el organismo vivo hasta la organización social; orientados a una integración interdisciplinaria. Dentro de lo cual surgen problemas de orden y organización, por lo que Bertalanffy (1989) menciona que:

Es necesario estudiar no sólo partes y procesos aislados, sino también resolver los problemas decisivos hallados en la organización y el orden que los unifican, resultantes de la interacción dinámica de partes y que hacen el diferente comportamiento de éstas cuando se estudian aisladas o dentro del todo. (p.31)

Existen dos tipos de sistemas, los cerrados y los abiertos. Por su parte Chiavenato (2007) menciona que:

Los sistemas abiertos presentan relaciones de intercambio con el ambiente por medio de innumerables entradas y salidas. Los sistemas abiertos cambian materia y energía regularmente con el medio ambiente. Se adaptan, para sobrevivir deben reajustarse constantemente a las condiciones del medio. Mantiene un juego recíproco con el ambiente y su estructura se optimiza cuando el conjunto de elementos del sistema se organiza a través de una operación de adaptación. La adaptabilidad es un continuo proceso de aprendizaje y de autoorganización. (pp. 412-413)

Para que un sistema sea completo deberá tener un medio ambiente, que es el lugar en donde se ubica el sistema; unidades o partes que se relacionan entre sí, sus propiedades y sistema; input referido a lo que ingresa en el sistema, output que es el resultado; feedback o retroalimentación entendida como el control que se tiene para que haya un funcionamiento adecuado de todo el sistema, y finalmente un modelo o diseño para su entendimiento (Lohmann y Panosso, 2012).

Para poder entender y desarrollar el turismo debe ser visto como un sistema

integral y complejo, donde sus elementos deben ser estudiados como un todo, a la par de conocerlos individualmente, comprender la interacción y la forma en la que se relacionan. Dicho sistema está compuesto por elementos tales como la infraestructura, la comunidad receptora, empresas que brindan servicios turísticos y aquellos complementarios, atractivos e instalaciones y con la intervención de las instituciones reguladoras de la actividad turística (que también forman parte del sistema), permiten al turista (como otro elemento) realizar adecuadamente su visita en los destinos que este elija; teniendo en cuenta además del impacto de esta actividad en el lugar en cual surgirá. Debido a que existe cambios en el entorno, se deben identificar las necesidades de la demanda para formar productos turísticos novedosos, sostenibles, que generen buenas experiencias y que satisfagan no solo al visitante sino también a todos los que han sido parte del proceso; desarrollándose el turismo como una actividad generadora del desarrollo económico, ambiental y sociocultural.

### ***2.2.2. Sistema Turístico***

En los viajes que se han ido realizando a lo largo de los años, los turistas han ido siendo cada vez más espontáneos, buscando desarrollar más actividades durante la visita a los diferentes destinos, requiriendo cada vez satisfacer sus necesidades, por lo que con la intervención del sector privado primero y luego con el sector público han ido resolviendo esas necesidades, es allí donde se han ido desarrollando diferentes relaciones que es lo que caracteriza el funcionamiento de esta actividad, dichas relaciones forman un sistema. Este sistema está compuesto por elementos que se integran y logran el funcionamiento donde el punto de partida se da cuando, la oferta y la demanda turística se encuentran mediante el proceso de venta denominado producto turístico y con la infraestructura llegan a formar la estructura de producción del sector, allí es donde se

interviene la superestructura turística para controlar la eficiencia del sistema (Boullón, 2006).

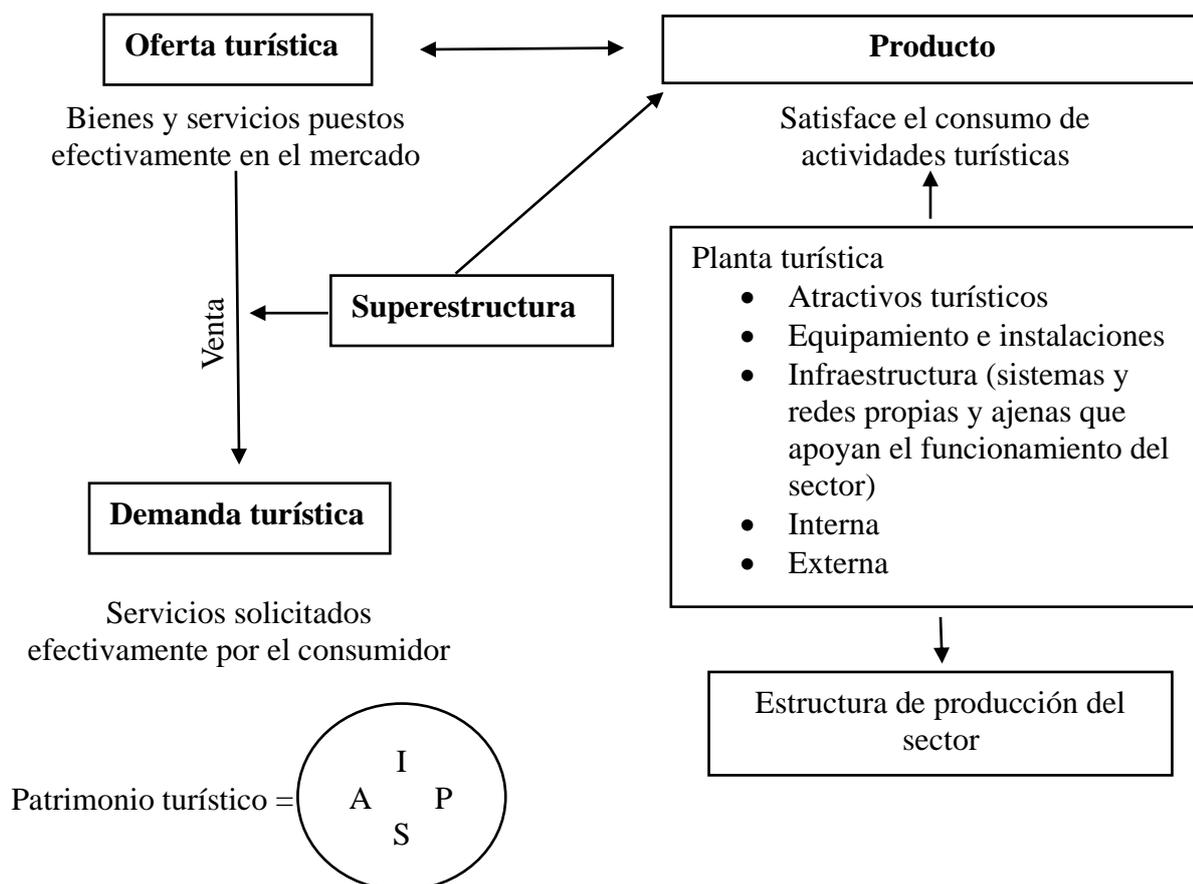
Boullón (2006) determina los siguientes elementos del sistema turístico

- a. La demanda turística: personas o turistas que visitan un lugar turístico en los cuales se generan gastos.
- b. La oferta turística: que son servicios que se distribuyen mediante el sistema turísticos, ofrecidos por la planta turística.
- c. El proceso de venta.
- d. El producto turístico: que es el conjunto de bienes y servicios además de que este permite a los turistas realizar actividades como pasear, visitar atractivos, practicar deportes, entre otros.
- e. La planta turística: servicios que se ofrecen a los turistas, está integrado por dos elementos, el equipamiento (alojamiento, alimentación, esparcimientos, otros servicios como agencias de viajes, información, guías, comercio, cambios de moneda, entre otros) y las instalaciones que son construcciones especiales que van a permitir al turista facilitar la práctica de actividades netamente turísticas como miradores, teleféricos, muelles.
- f. Los atractivos turísticos: se clasifican en sitios naturales, museos y manifestaciones culturales históricas, folklore, realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas y acontecimientos programados.
- g. La infraestructura: que lo constituyen los servicios de salud, vivienda, transportes, las comunicaciones la educación y la energía, carreteras, puentes, hospitales, escuelas.

- h. La superestructura: entendida como los organismos público y privado que regulan la actividad turística y todo el sistema.
- i. Patrimonio turístico: integración de los atractivos turísticos, la planta turística, la infraestructura y la superestructura turística.

**Figura 1**

*Funcionamiento del sistema turístico*



*Fuente:* Boullón (2006).

### 2.2.3. Teoría del espacio turístico

Boullón (2006) menciona que:

La mejor forma de determinar un espacio turístico es recurrir al método empírico, por cuyo medio se puede observar la distribución territorial de los

atractivos turísticos y de la planta, a fin de detectar las agrupaciones y concentraciones que saltan a la vista (p. 66).

En ese sentido, Boullón (2006) propone diez elementos del espacio turístico los cuales son:

1. Zona turística: unidad mayor de análisis la cual debe contar con número mínimo de diez atractivos, esta debe contar dentro de su territorio con equipamientos, servicios turísticos y dos o más centros turísticos, además de una infraestructura de transportes y comunicaciones, que relacione a los principales elementos que la integran entre sí y con otras zonas y elementos del espacio turístico.
2. Área turística: partes en la que una zona se puede dividir, debe contar con la presencia mínima de un centro turístico y si su infraestructura y dotación de equipamiento y servicios es insuficiente, deben registrarse como potenciales.
3. Complejo turístico: conformaciones que no son muy frecuentes ya que dependen de la existencia de uno o más atractivos de la más alta jerarquía, cuya visita es superior a los tres días.
4. Centro turístico: conglomerado urbano que cuenta con atractivos suficientes para motivar un viaje turístico.
5. Unidad turística: aquí se encuentra equipamiento tales como cafeterías, alojamientos, supermercado y centros de interpretación.
6. Núcleo turístico: conjuntos de menos de diez atractivos aisladas en un territorio, por lo que no tiene un buen funcionamiento.
7. Conjunto turístico: transformación de los núcleos turísticos, debido a la

conexión de un camino a una red de carreteras.

8. Corredores turísticos: Son las vías de conexión entre las zonas, las áreas, los complejos, los centros, los conjuntos, los atractivos turísticos, los puertos de entrada del turismo receptivo y las plazas emisoras del turismo interno, que funcionan como el elemento estructurador del espacio turístico.
9. Corredor turístico de traslado: Red de carreteras y caminos de un país que permiten el desplazamiento de los flujos turísticos para cumplir con sus itinerarios.
10. Corredor de estadía: Lo que distingue a un corredor de estadía de uno de traslado es la forma de la disposición de los atractivos; segundo, la forma del asentamiento de la planta turística y, tercero, (consecuencia de las dos anteriores), su función.

Para el estudio, desarrollo y uso de la teoría del espacio turístico, Boullón (2006) afirma:

De todos los productos, la zona será el mayor y el más importante para proyectarse en el exterior, porque permite presentar tantas imágenes del país como zonas se hayan detectado. Esas mismas zonas y los subsistemas que las integran, así como el resto de los elementos del espacio turístico deben analizarse sus potencialidades y presentarse a la iniciativa privada para que ésta utilice con fines comerciales la información técnica elaborada por las oficinas de los organismos oficiales y puedan prepararse los paquetes turísticos de circuito y de estadía en los corredores, complejos y centros de distribución. En cuanto al campo específico de la planificación física, la teoría del espacio es un instrumento útil para guiar el análisis y diagnóstico del sector, mediante un

procedimiento que simplifique el trabajo intelectual al conducirlo en forma ordenada. Posteriormente y de acuerdo con la potencialidad de cada elemento y las proyecciones de la demanda, en primer lugar, habrá que establecer los límites de crecimiento de todos los elementos del espacio turístico analizado y luego, calcular con un satisfactorio nivel de aproximación de las categorías y tipos de la planta turística por construir, en cada etapa de su evolución. En la parte resolutive de un plan, después de saber cómo son y cómo funcionan los elementos que integran el espacio turístico, es necesario identificar proyectos, pensados no en sí mismos, sino como el medio para mejorar el rendimiento individual de cada elemento en forma coordinada, a efecto de que cada éxito parcial redunde en beneficio del conjunto. (p. 91)

#### **2.2.4. Teoría de gestión**

Desde una perspectiva dinámica, la actividad turística se enfrenta a un proceso de constante cambio, obligando al sector público y privado a crear, innovar y diversificar sus productos turísticos con el objetivo de ser competitivos en el mercado. Para lo cual se necesitan seguir procedimientos desde una adecuada planificación, organizarse de manera objetiva y lógica hasta una coordinación efectiva, por lo que se necesita realizar gestiones en cada proceso para alcanzar una meta u objetivo en común. En lo que se refiere a gestionar Huergo (2003) expone:

Cuando se habla de gestionar, entonces, se hace referencia a la forma a través de la cual un grupo de personas establece objetivos comunes, organiza, articula y proyecta las fuerzas, los recursos humanos, técnicos y económicos. En este sentido, la gestión es un proceso de construcción colectiva desde las identidades, las experiencias y las habilidades de quienes allí participan. Esto quiere decir que

el proceso de gestión no debe apuntar a la negación o aplanamiento de diferencias, o al acallamiento de conflictos; sino que necesariamente debe articularlos, construyendo procesos colectivos, donde lo “colectivo” no es lo homogéneo, sino una plataforma y un horizonte común, una trama de diferencias articuladas en una concreción social. Lo que implica el reconocimiento y la producción de una cultura colectiva, organizacional o institucional (...). La acción de gestionar atraviesa a toda la institución, en sus relaciones inmediatas, en la coordinación interna, en las maneras de establecer o de frustrar lazos de trabajo, comunidades de trabajo, en la selección de determinados medios, en el conjunto de opciones que se adoptan a la hora de interactuar con otras instituciones. No es sólo conducción o dirección, aunque las implique. Es coordinación de procesos de trabajo en el marco de una organización, donde se dan roles y tareas diferenciadas, que en principio pueden ser articuladas generando niveles de gestión. (p.3)

En este ámbito “La teoría de la gestión, de la gerencia, de la administración, del management fue desarrollada y promovida por Frederick W. Taylor a finales del siglo pasado en los Estados Unidos y por Fayol en Europa a principios del siglo XX” (Martínez,1997, p. 51).

La teoría de gestión se refiere al conocimiento complejo, interdisciplinario, de diseño, sistemas de dirección, información y control en las organizaciones y sus proyectos en relación con su entorno social caracterizado por la incertidumbre. El concepto de gestión se refiere a un proceso dinámico y complejo de dirección de organizaciones que involucra la responsabilidad social frente al entorno, involucrando el desarrollo teórico de sistemas que destaca el análisis de la

interacción entre dos sistemas o entre sistema y entorno. (Martínez, 2002, p.11)

Se ha considerado desarrollar la teoría clásica debido a que en el presente estudio se están analizando a empresas donde cada una de ellas vela y resguarda sus propios intereses pero que además la unificación de dichas empresas y sus servicios ha permitido la creación de una ruta turística, consecuentemente con el apoyo del sector público; por ello es menester conocer y entender los ámbitos de la administración como una herramienta que conlleve a una gestión eficiente.

En la Teoría clásica, se parte del todo organizacional y de su estructura para garantizar la eficiencia en todas las partes involucradas, sean órganos (secciones, departamentos, etc.), o personas (ocupantes cargos y ejecutores de tareas). El micro enfoque en cada operario con relación a la tarea se amplía mucho en la organización como un todo respecto de su estructura organizacional (...). Fayol, ingeniero francés fundador de la Teoría clásica de la administración, parte de un enfoque sintético, global y universal de la empresa, lo cual inicia la concepción anatómica y estructural de la organización, que desplazó con rapidez la visión analítica y concreta de Taylor. (Chiavenato, 2007, p. 70)

En la teoría clásica se desarrollan 14 principios generales de la administración. Dichos principios son: la división del trabajo, autoridad y responsabilidad, disciplina, unidad de mando, unidad de dirección, subordinación de los intereses individuales a los generales, remuneración del personal, centralización, cadena escalonada, orden, equidad, estabilidad del personal, iniciativa y espíritu de equipo. “Fayol adopta el término principio para apartarse de cualquier idea de rigidez, ya que nada es rígido o absoluto en materia administrativa (...). Los principios son universales, maleables y se adaptan a cualquier tiempo, lugar o circunstancia” (Chiavenato, 2007, p. 72).

Asimismo, esta teoría se enfoca en seguir ciertos procesos para el desarrollo de las actividades, siguiendo un orden sistematizado y coherente para lograr los objetivos. Según Fayol (como se menciona en Chiavenato, 2007) las funciones administrativas abarcan los elementos de la administración.

Estos elementos de la administración, que constituyen el llamado proceso administrativo, se hallan presentes en cualquier actividad del administrador y en cualquier nivel o área de actividad de la empresa. En otras palabras, el director, el gerente, el jefe, el supervisor, el capataz o el encargado (cada quien en su nivel) desempeñan actividades de planeación, organización, dirección, coordinación y control, puesto que son actividades administrativas fundamentales. (p. 71)

“Las funciones del administrador, esto es, el proceso administrativo, son más que una secuencia cíclica, pues están íntimamente relacionadas en interacción dinámica. El proceso administrativo es cíclico, dinámico e interactivo” (Chiavenato, 2007, p.142).

Chiavenato (2007) describe los siguientes elementos de dicho proceso.

- 1. Planeación:** En esta fase se determina con anticipación los objetivos a lograr esto constituyen el punto de partida de la planificación, qué debe hacerse, cómo, cuándo y en qué orden. A partir de los objetivos se establecen políticas, metas, directrices, procedimientos y normas. Además, se detallan los planes y se programan actividades para lograr los objetivos establecidos. El resultado inmediato de la planeación es el plan, el cual actúa como un elemento intermedio entre el proceso de planificación e implementación de la planeación. En el plan se describen un camino de acción para alcanzar un objetivo planteado, en este se encuentran preguntas a respuestas sobre qué,

cómo, dónde y por quien. El propósito común de todos los planes es anticipar, programar y coordinar una secuencia lógica de eventos destinada a lograr los objetivos que los guían. Los planes se clasifican en 4 tipos, los planes relacionados con métodos de trabajo o ejecución, denominados procedimientos y están representados por flujogramas; los planes relacionados con dinero durante cierto periodo ya sea por gastos o ingresos, se les denomina presupuestos. También están los planes que tienen relación con el tiempo, denominados programas, los cuales se basan en la correlación de dos variables, el tiempo y las actividades a ejecutar; el programa más simple es el cronograma. El último plan está relacionado con los reglamentos, donde se describen el comportamiento de las personas frente a cierta situación.

- 2. Organización:** En esta etapa se establecen y especifican todas las actividades que sean necesarias y se direccionen al logro de objetivos que en la fase de planeación se determinaron. Además, se asocian estas actividades de acuerdo con una estructura lógica ya que después se designan los recursos humanos y económicos para su ejecución, estableciendo los cargos y tareas a realizar. Es importante que las actividades estén agrupadas de manera ordenada lógicamente, como también se asigne la autoridad, esto con la finalidad de evitar de problemas, confusiones y posibles conflictos; teniendo estos aspectos se logra el cumplimiento de los objetivos que las personas realicen su trabajo de manera eficiente.
- 3. Dirección:** Está relacionada con la acción y la disposición de los recursos humanos, aquí se pone en marcha y se ejecutan las actividades. El equipo

humano necesita la asignación de sus cargos y funciones, que sean entrenados, guiados y también motivados. Esta etapa guarda una estrecha relación con la forma de guiar la actividad de las personas que integran la empresa u organización con la finalidad de lograr los objetivos. La dirección como función administrativa se centra en las relaciones interpersonales entre los administradores y sus subordinados en todos los niveles de la organización. Para lograr una efectividad en la planeación y organización es esencial dinamizarlas y enriquecerlas mediante la orientación proporcionada a las personas a través de una comunicación adecuada y habilidad de liderazgo y motivación. Entonces quien este a cargo y desarrolle la función de administrador es imprescindible que comunique, motive y lidere; lo que implica brindar asistencia en la ejecución de actividades, orientación, comunicación, motivación y todos los procesos que se requieran donde se procure influir en los subordinados, para que actúen y respondan según las expectativas y sus esfuerzos estén dirigidos hacia un propósito en común que es lograr el o los objetivos planteados.

- 4. Control:** Su objetivo es garantizar que los resultados de lo que fue planificado, organizado y dirigido se adecuen a los objetivos establecidos. La esencia del control radica en verificar si la actividad supervisada logra o no los objetivos o resultados que se esperan, además es un proceso que orienta la actividad realizada hacia un fin determinado. Este proceso es cíclico y está compuesto de cuatro fases. La primera es el establecimiento de estándares y criterios, donde los estándares expresa el rendimiento deseado y los criterios son normas que guían las decisiones. Son medidas que ofrecen herramientas

para determinar lo que se debe hacer y cuál es el desempeño que se aceptará como normal o esperado. La segunda fase es la observación del desempeño, aquí el objetivo es obtener información precisa sobre la operación o actividad que se está controlando. La siguiente fase es la comparación del desempeño con el estándar establecido; a pesar de que cada actividad se encuentre sujeta a cierta variabilidad, error o desviación es crucial definir límites de dicha variación considerada como normal o deseable; solo aquellas que exceden los límites establecidos como normales requieren correcciones. El control identifica lo que es excepcional, permitiendo que la corrección se enfoque solamente en las desviaciones. En consecuencia, es necesario hacer una comparación entre el desempeño con el estándar, para posibles desviaciones o cambios, esta evaluación o comparación suele realizarse mediante diversas herramientas como gráficos, informes, porcentajes, estadísticas, etc. Estos medios son técnicas utilizadas para obtener información más completa de lo que debe ser controlado, dicha comparación también busca predecir resultados futuros y localizar obstáculos, lo que permite crear condiciones para lograr mejores resultados en las operaciones venideras. Finalmente, la cuarta fase es la acción correctiva la cual busca que lo ejecutado corresponda precisamente con lo que se tenía previsto realizar. Es esencial corregir las variaciones, errores o desviaciones para restaurar la normalidad en el desarrollo de operaciones.

5. **Coordinación:** Se muestra como una función del administrador como también abarca los elementos de la teoría de la administración o gestión.

Fayol considera que la coordinación es la reunión, unificación y

armonización de toda actividad y esfuerzo; por su parte, Gulick afirma que, si la subdivisión del trabajo es indispensable, la coordinación es obligatoria. Para Mooney, "la coordinación es la distribución adecuada del esfuerzo de grupo para lograr unidad de acción en la consecución de un fin común". La coordinación, que debe basarse en una comunión real de intereses, indica que hay un objetivo por alcanzar, que debe guiar los actos de todos. Básicamente, se suponía que cuanto mayor fueran la organización y la división del trabajo, tanto mayor sería la necesidad de coordinación para asegurar la eficiencia de la organización como un todo. (Chiavenato, 2007, p. 74)

En cuanto al ámbito turístico, direccionar y ejecutar una adecuada gestión turística es fundamental al momento de dirigir los esfuerzos hacia proyectos que permitan y se logre el desarrollo sostenible y competitivo de un destino; tanto del sector privado como público, donde este último influye de manera significativa para el cumplimiento de los objetivos.

En ese sentido los gobiernos deberán desarrollar ciertas capacidades políticas tales como decidir temas prioritarios frente a diversas demandas, gestionar la utilización de recursos, otra capacidad es también coordinar los objetivos establecidos en todo lo programado, la cuarta capacidad corresponde a establecer límites (dentro de ello limitar ganancias a los grupos poderosos) y desarrollar un modelo justo y equilibrado (Velasco, 2016).

La gestión de un destino turístico implica que los actores públicos, privados y del tercer sector, relacionados con cualquiera de los subsectores básicos (alojamiento y mantenimiento, intermediación, transporte o actividades complementarias),

trabajen de modo coordinado para la construcción de diferentes productos turísticos. En este proceso todos los actores implicados utilizan bienes materiales e inmateriales de naturaleza tanto pública, como privada. (Velasco, 2009, p. 240)

En los procesos de gestión turística se debe buscar el beneficio de las partes implicadas en especial a las comunidades receptoras. Además, dentro de esta gestión el turismo se debe desarrollar desde una perspectiva ambientalista, como también desarrollar el sentido de pertenencia, a través de elementos como la creación de circuitos y productos que permitan la ampliación de la oferta turística. Dada la situación actual y los retos que esta promueve, es necesario evitar la improvisación, desarrollar buenas prácticas para mejorar los procesos como también afianzar la confianza entre los involucrados principales, con la finalidad de satisfacer a los visitantes sin dejar de lado a la población receptora y la conservación del patrimonio. Esto implica que dicha gestión debe estar orientada en objetivos como: brindar a los visitantes espacios recreativos de calidad, mejorar y reforzar la educación ambiental en la población local y contribuir a la economía local y al desarrollo del turismo sostenible (Perera y Betancourt, 2016).

## **2.3. Bases Teóricas**

### **2.3.1. *Conceptualización del Turismo***

El turismo una actividad dinámica, generado por el desplazamiento de personas, se define desde varios enfoques, así la Organización Mundial del Turismo (OMT, sf.) afirma que:

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no

residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico. (párr. 1)

El origen de ese desplazamiento sin duda dependerá de los motivos que tengan las personas en trasladarse de su lugar de residencia a otro distinto y que finalmente retornarán al lugar de origen luego de haber realizado una serie de actividades, entre ellas la interacción con otras personas como aquellas de las comunidades donde visiten, realizando ciertos gastos en bienes o servicios que satisfagan sus necesidades y que va a permitir la contribución a la economía donde se desarrolle esta actividad.

Por su parte Boullón (2006), define al turismo como “la consecuencia de un fenómeno social cuyo punto de partida es la existencia del tiempo libre y el desarrollo de los sistemas de transporte” (p.31). Aprovechando ese tiempo libre y satisfaciendo sus necesidades fundamentales es que los visitantes optarán por realizar turismo. Así Acerenza (2006) analiza en los diferentes campos de estudio dentro de ellos la parte social, es entonces que el significado del turismo para la sociedad llega a ser una actividad que las personas van a realizar en su tiempo libre siendo parte también de las actividades de ocio que dependiendo del grado de desarrollo de la sociedad las personas optarán por realizar turismo o realizarán otras actividades. Además, Acerenza (2006) menciona que “El turismo entonces contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de la población, una vez que ésta ha logrado satisfacer sus necesidades mínimas de subsistencia y alcanzado buenas condiciones de salud, vivienda y educación” (p.33).

Por otro lado, Boullón (2006) menciona que:

El turismo no pertenece al sector primario pues, aunque el turismo utiliza los atractivos naturales, no los extrae (como la minería) ni los produce (como la agricultura); por lo tanto, el turismo no "explota" los atractivos naturales, sólo los

"usa", a través de las visitas que hacen los viajeros para disfrutar de las curiosidades de la naturaleza. (p.26)

Es así como el turismo dentro de los sectores económicos no llega a ser parte del sector primario ni secundario, pero si del terciario puesto que las actividades que en este se desarrollan están más relacionados con la prestación de servicios y que el turismo llega ser una manera, o un medio por el cual se va a adquirir o consumir servicios o bienes desarrollados por otros sectores.

Por otro lado, definir al turismo hasta la fecha resulta pertinente debido a la complejidad que significa abordar el tema por lo que Molina y Rodríguez (2005) afirman que “el turismo es el resultado de procesos sociales y culturales no completamente cuantificables, que resultan imprescindibles para comprenderlo y para llevar a cabo acciones que permitan obtener de él los mejores rendimientos globales, ya sean financieros y no financieros” (p.11).

### ***2.3.2. Destinos turísticos y su gestión***

Para definir a un destino turístico la Embajada de Suiza en Perú et al. (2014) menciona que:

Es un espacio geográfico determinado con características y rasgos particulares. El cual está compuesto por atractivos y servicios que motivan y facilitan la estadía del turista, medios que posibilitan su accesibilidad en adecuadas condiciones precio-valor, respaldo de la población local involucrada en el desarrollo de los diferentes aspectos de la experiencia de visita del turista, una marca que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral. Los destinos turísticos pueden ser de diferentes escalas. Por ejemplo, un destino puede ser un continente (Sudamérica), un país (Perú), una región (Amazonía), un lugar (Paracas) o un sitio

en particular (Lomas de Lachay). Además, entre ellos se pueden establecer redes con destinos más grandes, a fin de promover su comercialización. Desde el punto de vista de la oferta, un destino turístico debe contemplar condiciones a nivel de: accesibilidad: sistemas de transporte (rutas, terminales, vehículos, etc.) que permitan el acceso en adecuadas condiciones de precio-valor. Atractivos: naturales, culturales, eventos programados, etc. Actividades: prácticas a realizar en diferentes espacios como paseos de diversos tipos, deportes, cursos y talleres, observación de animales, plantas u objetos, visitas a monumentos y lugares especiales, etc. Servicios directamente relacionados con la actividad turística: hospedajes, restaurantes, tiendas, servicios higiénicos, lugares para comer y acampar y otros. Servicios básicos: energía, agua, salud, telecomunicaciones, bancos, seguridad, etc. (...) Así pues, el destino turístico constituye una unidad de negocio cuya gestión debe enfocarse en ciertos criterios de competitividad, a fin de generar beneficios económicos y sociales. Esta visión exige cierta capacidad administrativa, a fin de desarrollar instrumentos comunes que permitan planificar, medir y monitorear los resultados de la gestión. (p. 9-10)

Es importante también conocer el ciclo de vida en la que se encuentran los destinos, con la finalidad de tomar decisiones que ayuden a su mejoramiento, el Servicio Nacional de Turismo – Chile (SERNATUR, 2016) afirma que:

Los destinos, al igual que los productos, tienen ciclos de vida que nos permiten evaluar su situación competitiva, para comprender mejor el marco en el que se desempeñará el nuevo producto. El ciclo de vida implica cambios en la percepción del destino, el volumen y tipo de público que llega al destino, los actores que participan de la actividad turística y el modo de comercialización de estos. Esta

teoría desarrollada por Richard Butler (1980) identificó las fases que se muestran a continuación en el ciclo de vida en función del arribo de turistas a un destino. La forma de la curva, ligada a la duración de cada una de las fases, se desarrollará en función de diversos factores que pueden retrasar o acelerar el paso de una fase a otra del ciclo.

- a. Fase de exploración: el destino es descubierto y visitado por un reducido número de visitantes, aventureros por naturaleza, que rehúyen el viaje organizado y las grandes masas de turistas. Les atrae la autenticidad del destino, la belleza natural intacta o la cultura del destino y la ausencia de impactos negativos debidos al turismo.
- b. Fase de implicación: crece el número de visitantes debido a que la población local se involucra generando nuevos servicios, así como equipamientos e instalaciones para los turistas. Crecen también los beneficios generados por la actividad turística. Se genera un mercado y una temporada turística y crece la presión sobre la administración pública para mejorar la infraestructura de soporte para el desarrollo turístico.
- c. Fase de desarrollo: llega una gran cantidad de turistas al destino que puede superar a la población local en los períodos de temporada alta. Entran nuevos competidores al mercado atraídos por los beneficios del negocio, en general empresas no locales que modernizan instalaciones y servicios. El destino pasa a formar parte de los programas que comercializan los operadores turísticos. Dependiendo de la gestión que se haga del destino, puede comenzar un proceso de deterioro que altera la apariencia de este, desapareciendo aquellas características que constituían su atractivo inicialmente.

- d. Fase de consolidación: comienza a disminuir en forma progresiva la tasa de incremento de llegadas de visitantes. El destino es ya parte integral de la industria turística organizada. Probablemente, el turista inicial deje de visitar el destino para buscar otro nuevo menos masivo. De este modo, el destino capta turistas que se sienten cómodos viajando de forma masiva.
- e. Fase de estancamiento: el número de turistas alcanza su máximo y ya no crece. El destino ya no está de moda y ha perdido atractivo para algunos segmentos del mercado, normalmente de mayor poder adquisitivo. La demanda se basa, en gran parte, en visitas de repetición, y se necesitan importantes recursos para mantener el número de visitantes.
- f. Fase de declive: se produce una pérdida de visitantes a favor de nuevos destinos emergentes. El destino intentará reducir precios para mantener la cuota de mercado.
- g. Fase de rejuvenecimiento: implica la búsqueda de nuevos usos, clientes o canales de distribución; el desarrollo de nuevas zonas del destino para descongestionar los sectores saturados; el diseño de nuevos productos o atracciones y el reposicionamiento del destino. Cualquiera sea la estrategia elegida, requerirá de la estrecha colaboración entre los sectores público y privado. Si se tiene éxito, el destino puede continuar siendo competitivo y estabilizar el número de visitantes. (pp. 28-29)

Es de gran importancia que exista un trabajo integrado entre todos los grupos de interés para desarrollar un destino turístico competitivo. Para ello es necesario que los gestores de la actividad tengan la capacidad de unificar todos los componentes, orientándolos hacia la sostenibilidad, la Embajada de Suiza en Perú et al. (2014) menciona

que:

El ente gestor es una coalición de diversas organizaciones públicas y privadas, junto con otros actores, que busca el logro de objetivos comunes en favor del destino turístico. Dicha asociación asume la coordinación de actividades bajo una estrategia coherente, sin que ello signifique el control directo de las actividades de los socios del ente gestor. Su labor es generar compromisos a favor del destino turístico, que sumen recursos y experiencia, pudiendo igualmente trabajar por encargo y también ejercer su capacidad propositiva. Debido a esta condición, el éxito del ente gestor requiere alta capacidad para desarrollar y establecer alianzas al interior del destino turístico y también con otros destinos. Para lograr esto, cada ente gestor debe estar en capacidad de:

- Asumir la coordinación con los actores para la planificación del destino, estableciendo el plan de trabajo del ente gestor a corto, mediano y largo plazo.
- Definir las prioridades de acción a desarrollarse en el destino turístico y presentar una propuesta de desarrollo de productos en los espacios de coordinación.
- Gestionar la estrategia de comunicación del destino a los mercados a los que quiera dirigirse. (pp. 20-21)

La gestión que realicen las personas que se encuentra a cargo del desarrollo de los destinos turísticos deberá ser la adecuada, por lo que tienen una gran responsabilidad en el éxito o fracaso de los destinos; para lo cual deben tener las aptitudes y actitudes óptimas, teniendo una visión holística de la actividad. La Embajada de Suiza en Perú et al. (2014) describe que:

Uno de los mayores retos que asume un ente gestor es la coordinación y articulación entre los sectores público y privado, los cuales no siempre tienen los

mismos objetivos, prioridades y tiempos. En condiciones naturales, el sector público con relación al turismo debería tener e implementar una normatividad promotora, la cual preserve el bien público y el medio ambiente. Asimismo, uno de sus roles sería asegurar la existencia de un entorno favorable para las inversiones. Por otro lado, el sector privado usualmente contribuye a la generación de servicios y productos más competitivos, que satisfagan las demandas del visitante. El reto está en lograr un trabajo coordinado entre ambos sectores, lo cual incluye usualmente a los diferentes niveles de gobierno, organizaciones o gremios privados, asociaciones comunales, productores, entre otros. Desde el punto de vista de responsabilidades y competencias, generalmente son tres los grupos de actores que se complementan para ofrecer una imagen común y que requieren trabajar coordinadamente. Estos son: aquellos actores relacionados al desarrollo de infraestructura y servicios básicos, generalmente se interactúa con los diferentes niveles de gobierno e instituciones del Estado encargadas del tema. Aquellos actores responsables de la conservación y gestión de los recursos y atractivos turísticos, pudiendo ser tanto actores públicos como privados. Además de aquellos actores relacionados directamente con la prestación de servicios turísticos y con la capacitación de recursos humanos para turismo. (pp. 24-25)

En ese sentido se deben tener en cuenta aspectos prioritarios y complementarios para que exista una buena gestión, la Embajada de Suiza en Perú et al. (2014) menciona que:

La gestión de un destino turístico varía de acuerdo a su situación y necesidades particulares. Sin embargo, existen tres aspectos básicos que deben ser considerados como prioritarios en la gestión de un destino turístico competitivo:

1. La Planificación y desarrollo del destino: en el que se deben establecer el plan de trabajo o plan de acción del destino ejecutado por el ente gestor, en coordinación con los diferentes actores involucrados en la gestión, contemplando una agenda de corto, mediano y largo plazo. De esta manera se logrará consensuar estrategias, proyectos e inversiones turísticas que logren mejoras en infraestructura, desarrollo de capacidades y la competitividad del destino.
2. El desarrollo de productos y servicios turísticos: donde se deben desarrollar productos y servicios, de acuerdo al mercado turístico, que definan los ejes centrales de acción del destino y constituyan una experiencia excepcional para el turista.
3. La promoción y comunicación del destino turístico: en donde se deben desarrollar, en coordinación con los diferentes actores involucrados en la gestión, estrategias de promoción y comunicación del destino turístico, que contribuyan a su posicionamiento en los segmentos de mercado objetivos. Esto puede significar a su vez orientar esfuerzos para mejorar la cadena de comercialización del destino en los niveles local, nacional o internacional. Estos aspectos prioritarios son coordinados por el ente gestor como parte de su agenda. (p. 27)

La Embajada de Suiza en Perú et al. (2014) propone un modelo de gestión:

Para poder competir efectivamente con otros destinos, se deben desarrollar productos y servicios de alto valor para los visitantes. Por lo tanto, se requiere que varios componentes trabajen juntos como una unidad. Desde el punto de vista de la gestión, se habla aquí de una visión colectiva común y de fuertes alianzas, para

poder diseñar estrategias, multidisciplinarias e intersectoriales, en cuya implementación los actores asuman responsabilidades individuales o institucionales, pero de manera coordinada. Para tal efecto, y como se ha mencionado, el modelo de gestión público-privado para destinos turísticos propone la conformación del ente gestor. Con ello se busca lograr una gestión coordinada del destino turístico, liderada técnicamente en el marco de una estrategia coherente. Es importante destacar que este modelo: Unifica recursos (humanos, financieros, materiales), se beneficia de la experiencia de los miembros y sus instituciones, mantiene la independencia de los actores involucrados, comparte responsabilidades individuales o institucionales de manera coordinada y desarrolla liderazgo a partir de la objetividad de las propuestas técnicamente respaldadas de sus miembros. (p. 31)

### **2.3.3. *Producto Turístico***

La Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2010) menciona que:

Un “producto turístico” representa una combinación de diferentes aspectos (características de los lugares visitados, medios de transporte, tipos de alojamiento, actividades específicas en el lugar de destino, etcétera) en torno a un centro de interés específico, como excursiones en la naturaleza, la vida en las granjas, visitas a sitios históricos y culturales, visitas a una ciudad particular, la práctica de deportes específicos, la playa, etcétera. Este concepto de “producto turístico” no está relacionado con el concepto de “producto” utilizado en estadísticas económicas, sino más bien con el utilizado por los profesionales en las empresas turísticas para comercializar paquetes turísticos o destinos particulares. Así pues, puede hablarse de tipos específicos de “productos

turísticos”, como el turismo gastronómico, el ecoturismo, el turismo de ciudad, el turismo de sol y playa, el turismo rural, el turismo de salud, el turismo de invierno, etcétera. Esta clasificación es cada vez más solicitada y utilizada por los agentes del turismo como instrumento de mercadotecnia. (p.29)

Para Cárdenas (2006) el producto turístico viene a ser todos los bienes y servicios que se ofrecen al mercado y que son el resultado de las necesidades del consumidor o a quien define como turista; asimismo el producto turístico está integrado por los atractivos turísticos, que dentro de la productividad son los más importantes y deben ser de calidad juntamente con la hospitalidad. Puesto que los turistas están motivados en realizar actividades que los aleje de los problemas y preocupaciones. Otro componente son las facilidades que son servicios que le permitirán al turista desarrollar sus actividades de acuerdo con sus necesidades, entre ellos se tiene a los establecimientos de hospedajes, restaurantes, agencias de viajes, entretenimiento, entre otros. El tercer componente es la accesibilidad (los que proveen todo tipo de transporte). Por su parte SERNATUR (2015) afirma que:

Es un conjunto de factores tangibles (infraestructura, equipamiento, alojamiento, etc.) e intangibles (emociones vividas, cultura, hospitalidad, etc.) articulados en una experiencia turística, que dispone de los recursos de un territorio para hacer vivir al consumidor uno o varios momentos significativos, de acuerdo con la percepción individual y subjetiva del turista. (p. 20)

Chan (2005) define al producto como “el conjunto de satisfactores o beneficios que permiten al consumidor resolver sus necesidades” (p.73).

Por otro lado, desarrollar productos son de suma importancia para dinamizar el turismo y que este ayude al desarrollo de la economía, SERNATUR (2015) menciona

que:

El desarrollo de productos turísticos adquiere la mayor relevancia, al convertirse en una herramienta que puede fortalecer el desarrollo local y vincularse fuertemente con aspectos vitales para el turismo como la imagen país y de los destinos, la generación de empleo, la puesta en valor del patrimonio material e inmaterial local, el fortalecimiento del orgullo de pertenencia y la identidad, el incremento de los niveles de satisfacción del turista y la mejora de los servicios para la población local, entre otros (...). Por otra parte, el desarrollo de productos turísticos debe convertirse en un aporte al desarrollo local, donde las comunidades y los pequeños y medianos emprendedores, sean los protagonistas. Para ello, la mejora de las competencias de las personas que trabajan en turismo, el reconocer los beneficios del turismo y presentar una actitud de acogida y cordialidad en el resto de la población, junto a la valoración efectiva de los recursos deberán ser el fundamento de todo desarrollo de productos. De esta forma, se puede construir un amplio tejido de redes con actores locales, empresariales y públicos, que sean eficientes, sustentables y que conserven el carácter auténtico de los recursos. (p. 3-4)

Los productos turísticos tienen un ciclo de vida por lo que es necesario la identificación de este, InterMark (s.f.) menciona que:

El desarrollo de productos turísticos es de suma importancia para el posicionamiento e identidad de los diferentes destinos turísticos con los que contamos. Es a través de ellos que podemos atraer nuevos clientes, incluso de mercados lejanos, consolidar el turismo de un país, región, ciudad o una población, apoyar a las empresas hoteleras y de transporte. Especial atención debe

darse al hecho que los productos y destinos turísticos tienen un ciclo de vida puede ser corto o largo dependiendo de las condiciones que se encuentren, lo cual exige mantener un proceso constante de renovación e innovación del desarrollo de los productos turísticos para evitar su declive. (p. 2)

Para el desarrollo de productos turísticos se debe considerar aspectos importantes SERNATUR (2015) menciona que, el producto debe estar acorde con la vocación del destino, es decir, conocer fondo la realidad y características del destino donde se quiera elaborar este producto, para que exista una relación. Así como también es importante conocer lo que busca la demanda, conocer sus expectativas, necesidades para poder desarrollar productos que estén acorde de ello, diversificándolos e innovando constantemente, para el desarrollo y competitividad turística. Es esencial que la imagen del destino esté posicionada, ya que será esta el enganche a la hora que el turista decida visitar un determinado lugar, por lo que deberá existir una relación entre la imagen del destino y el producto turístico a desarrollar. Para el diseño de estos productos se debe tener en cuenta los atributos que lo hacen único, resaltar lo que les diferencia de la competencia, respetar las áreas naturales y entornos socioculturales minimizando los impactos negativos, además de realizar un trabajo articulado con la población local, potenciando así el turismo. Es importante que los emprendedores involucrados en esta actividad conozcan la competencia, realicen un estudio de situación en la que se encuentran conociendo los aspectos sociales, políticos, tecnológicos, ambientales y económicos, además de conocer sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que le brinda el entorno, así como identificar cuáles son los desafíos a los que se enfrentan. Esto con el objetivo de saber actuar frente a las diferentes situaciones a las que se enfrentan, fortaleciendo y mejorando la toma de decisiones.

#### **2.3.4. Circuitos turísticos**

La Formación en Ambientes Virtuales de Aprendizaje y el Servicio Nacional de Aprendizaje (FAVA y SENA, s.f.) en la guía “Diseño de Rutas Turísticas” define al circuito como a la unión de atractivos turísticos que están articulados de manera que tengan un orden y prioridad, esto permite y provee el conocimiento turístico del visitante; además agregan la característica que termina en el mismo lugar que inicia.

Por su parte Chan (2005) afirma que el circuito brinda el soporte físico para que se incorporen servicios y actividades, representando así la base para la creación y producción de visitas guiadas, rutas, paquetes y productos turísticos. Dentro de los componentes del circuito turístico propuestos por el autor se encuentra el espacio concreto o territorio a recorrer (rural, urbano o ambos), un patrimonio natural o cultural (atractivos), una temática a desarrollar y la capacidad de innovación. Para su diagramación se deberá coordinar estos elementos junto con los servicios a prestar y las actividades a realizar. En la planificación se sigue tres momentos: primero se da la investigación donde se hace un relevamiento del área, analizando la información, identificación de su localización en el mapa y establecer las distancias entre ellos, fijando así el punto de partida de fin del circuito, segundo es el análisis que luego de recolectar la información se la ordena mediante criterios que los clasifique, para ello es necesario el inventario de atractivos ya que facilita este proceso y finalmente el tercer momento que es la enunciación del circuito donde se selecciona los elementos que presentan mayor atraktividad y pertinencia con tema del circuito, ubicándolos en un plano para evaluar los tiempos, la accesibilidad y la comunicación entre ellos para finalmente establecer el circuito detallando las rutas, calles y los atractivos centrales.

En cuanto a los tipos de circuitos turísticos Chan (2005) propone que puede ser

locales o regionales dependiendo del espacio que abarcan y de acuerdo de su diagramación pueden ser lineales o circulares. En el caso de los lineales su esquema presenta un trazado rectilíneo, en donde el punto de partida con el de finalización no coinciden. Pueden ir en forma paralela a algún accidente geográfico o a alguna carretera. En los circuitos circulares o triangulares se caracterizan porque el punto de inicio y punto final del recorrido son los mismos, y no se repite la misma calle o camino. Estos pueden unir tramos de distintas carreteras. Por otro lado, Chan (2005), argumenta que “en el caso de las rutas se trata de circuitos temáticos, todos los atractivos mencionados se hallan directamente relacionados con el tema central o eje de la ruta” (p. 95). Asimismo, su función principales la promoción de un área, región o de una temática que tengan potencial turístico, se caracterizan por facilitar el encuentro entre el visitante, el medio y la sensación de libertad del turista para trasladarse en un destino. Además, para que sea considerada ruta deberá presentar una distinción o valor agregado el cual esté relacionado con la prestación de distintas actividades las cuales desarrollen el tema determinado.

Por su parte Hernández (como se citó en Arcila-Garrido et al.,2018) define a las rutas como invenciones turísticas que se han elaborado por el sector público o privado y han sido promovidas unificando recursos homogéneos que se relacionan entre sí. A la par los define como productos en los que se recorre una travesía en la que predomina una categoría patrimonial, siendo alternativas que en muchos casos recorre lugares que no están muy relacionados con alguna realidad histórica y cultural, pero integran como valores añadidos a los mismos.

Al referirse a las rutas como creaciones Martorell (2014) afirma que una ruta permite el conocimiento de los sitios y contribuye al enriquecimiento espiritual de los turistas, así puede convertirse en una buena experiencia si es que se diseñada y desarrolla

adecuadamente. Además, FAVA y SENA (s.f.), refiere que en “las rutas turísticas no sólo se disfruta de los destinos fijados, sino del tránsito entre uno y otro lugar” (p. 7).

Asimismo, FAVA y SENA (s.f.) afirman que:

Las rutas turísticas, se componen de un conjunto de puntos organizados en forma de red, dentro de una región determinada y, que estando debidamente señalizados suscitan un reconocimiento de interés; estos recorridos se organizan en torno a un tipo de actividad turística que caracteriza a la misma y le otorga su nombre, ejemplo (la ruta del café, la ruta del vino). (p. 6)

Los elementos de una ruta turística según FAVA Y SENA (s.f.) son los siguientes:

Una producción (actividad o tema particular que las distingue de otras), un itinerario desarrollado sobre la base de la red vial u otro tipo de comunicación, una organización local que brinde información sobre la ruta, en la cual participaran personas relacionadas directamente a la actividad. Así como de estar asociado a un sistema de promoción. Tener un sistema de señalización de la ruta y un mapa conteniendo información explícita sobre la misma. (p. 14)

La elaboración, creación y difusión de ruta turística tiene diferentes finalidades las cuales generan a la par muchos beneficios en los involucrados. Puig (como se citó en FAVA y SENA, s.f.) menciona que la finalidad de toda ruta turística es:

El incremento, en su conjunto, de la actividad turística en el área geográfica donde se desarrolla. La generación de riqueza a través de una actividad complementaria a la tradicional de la zona. Mejorar la infraestructura de la zona geográfica, por ejemplo, a través de la creación de carreteras. Además, las rutas turísticas permiten la reactivación y revalorización del patrimonio en desuso, evitando su abandono y destrucción. Permite adecuar las instalaciones inactivas con una nueva

funcionalidad didáctica y cultural en el marco de un proyecto turístico. La diversificación y la desestacionalización de la actividad turística en la zona geográfica. Las rutas turísticas surgen como propuestas nuevas e imaginativas en respuesta a los cambios en el actual perfil del turista. Las rutas turísticas permiten sensibilizar y concientizar a los visitantes, acerca de diversos temas y problemáticas culturales, ambientales, históricas, etc. Fomentar el diálogo entre visitantes y anfitriones, promueven nuevos tipos de cooperaciones, permiten conocer mejor los patrimonios de los territorios y contribuyen al desarrollo humano y económico. (pp.7-8)

De la Fuente (2018) establece cinco principios para que el diseño, organización y desarrollo de una ruta tenga éxito; primero menciona a la sostenibilidad debido a que debe ser responsables socialmente para que sea viable y competitivo, siendo así que para el desarrollo de las rutas se deben considerar desde la planificación acciones orientadas en las buenas prácticas ambientales y sociales que favorezcan la conservación de medio natural y cultural y exista una práctica del turismo responsable y justa con los habitantes de las localidades. Esto es que desde el inicio se deberán cuidar y respetar los recursos naturales y culturales habiendo una coordinación efectiva en todos los ámbitos institucionales y administrativos. El segundo principio es de diseñar productos personalizados y novedosos en los que aprovechen las potencialidades de los destinos que brinden valor a la ruta, generando experiencias únicas y menos masificadas. En donde la clase es segmentar la demanda, creando productos diferenciados que respondan a las necesidades de los turistas. El tercer principio es que una ruta debe de contemplar con dos o varios productos principales, los cuales deben ser las principales atracciones del destino, donde se muestre su relevancia y singularidad, esto con el objetivo de brindar una oferta

diversificada; donde es clave el fomento de redes empresariales y el trabajo del sector público y privado para desarrollar proyectos de interés común y se logre tener destinos innovadores e integrados. El cuarto principio está enfocado en la interacción del turista para que viva experiencias memorables y este los pueda compartir en los diferentes medios que utiliza generando visibilidad del territorio y motivando a que visiten dichos destinos. El quinto principio se enfoca en la mejora continua de los productos y servicios turísticos, en la cual debe integrarse la innovación buscando nuevas maneras para hacer y ofrecer productos procesos y servicios de calidad. La clave está en identificar las necesidades insatisfechas de los turistas mediante el diálogo con ellos, buscando constantemente la excelencia.

## **2.4. Definición de términos básicos**

### **2.4.1. *Agencia de Viajes y Turismo:***

“Persona natural o jurídica que realiza actividades de organización, mediación, coordinación, promoción, asesoría, venta y operación de servicios turísticos, de acuerdo a su clasificación, pudiendo utilizar medios propios o contratados para la prestación de los mismos” (Decreto Supremo N°005-2020-Mincetur, 2020, p. 9).

### **2.4.2. *Atractivo turístico.***

“Es el recurso turístico al cual la actividad humana le ha incorporado instalaciones, equipamiento y servicios, agregándole valor” (MINCETUR, 2018, p. 59).

### **2.4.3. *Demanda turística.***

“Es el número actual de personas que participan en la actividad turística, es decir, que efectivamente viajan” (MINCETUR, 2018, p. 44).

### **2.4.4. *Gestión:***

Es un proceso de construcción colectiva desde las identidades, las experiencias y

las habilidades de quienes allí participan. Esto quiere decir que el proceso de gestión no debe apuntar a la negación o aplanamiento de diferencias, o al acallamiento de conflictos; sino que necesariamente debe articularlos, construyendo procesos colectivos, donde lo “colectivo” no es lo homogéneo, sino una plataforma y un horizonte común, una trama de diferencias articuladas en una concreción social. Lo que implica el reconocimiento y la producción de una cultura colectiva, organizacional o institucional. (Huergo, 2003, p.3)

#### **2.4.5. *Oferta turística.***

“Se entiende por oferta turística la provisión directa a los visitantes de los bienes y servicios que constituyen el gasto turístico” (ONU, 2010, p. 53).

#### **2.4.6. *Paquete turístico.***

“Conjunto de servicios prestados en base a un itinerario organizado previamente, que es adquirido en forma de bloque a un precio único y global” (Chan, 2005, p. 19).

#### **2.4.7. *Visitante.***

Según MINCETIR (2018) refiere que:

Es la persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados. El visitante se clasifica en dos grupos: Turista (visitante que pernocta) y excursionista (visitante del día). (pp. 44-45)

## **CAPÍTULO III**

### **HIPÓTESIS Y METODOLOGÍA**

#### **3.1. Hipótesis**

La gestión de la ruta turística Llushcapampa es deficiente debido a que no cuenta con una adecuada planificación; la organización cuenta con un ente gestor con poco liderazgo y coordinación interinstitucional, lo que no permite contribuir a la diversificación de circuitos turísticos óptimos y a la comercialización del producto turístico del distrito de Cajamarca durante los años 2018-2021.

### 3.1.1. Operacionalización de variables

**Tabla 1**

*Operacionalización de variables*

<b>Gestión de la Ruta Turística Llushcapampa y su contribución a la diversificación del producto turístico del distrito de Cajamarca, en los años 2018 -2021.</b>				
<b>VARIABLES</b>	<b>DEFINICIÓN</b>	<b>DIMENSIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>FUENTES/ INSTRUMENTOS</b>
VI. Gestión de la Ruta Turística de Llushcapampa	Forma a través de la cual un grupo de personas establece objetivos comunes, organiza, articula y proyecta las fuerzas, los recursos humanos, técnicos y económicos. En este sentido, la gestión es un proceso de construcción colectiva desde las identidades, las experiencias y las habilidades de quienes allí participan. (Huergo,2003)	Planificación	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Documento que sustenta la creación de la ruta</li> <li>– Identificación de oportunidades</li> <li>– Documento de planificación de la ruta</li> <li>– Actividades planificadas para el desarrollo de la ruta</li> <li>– Recursos económicos asignados</li> <li>– Actividades planificadas para el desarrollo de la ruta</li> </ul>	Revisión documental Guía de entrevista
		Organización de la Ruta Turística Llushcapampa	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Número de recursos turísticos</li> <li>– Condiciones de los recursos turísticos</li> <li>– Número de recorridos</li> <li>– Centro de soporte</li> <li>– Temática de la ruta</li> <li>– Conformación de un ente gestor</li> </ul>	Revisión documental Guía de entrevista Guía de observación

		Dirección y coordinación Interinstitucional	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Número de instituciones públicas y privadas vinculadas a la gestión de la ruta</li> <li>– Periodicidad de las reuniones de trabajo</li> <li>– Acciones realizadas en conjunto</li> </ul>	<p>Revisión documental</p> <p>Guía de entrevista</p>
V2: Diversificación del producto turístico	Diferentes alternativas de atractivos, servicios, accesibilidad y facilidades turísticas, ofrecidos en el mercado turístico además de la infraestructura, los cuales son regulados por instituciones públicas y privadas del sector, con la finalidad de permitir el desarrollo del turismo y la satisfacción del turista en un destino.	Circuitos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Número de circuitos y corredores incluidos en el producto turístico</li> <li>– Temática que venden en los circuitos y/o corredores</li> <li>– Características que presentan los recursos que conforman el producto turístico de Cajamarca</li> </ul>	<p>Guía de observación</p> <p>Cuestionario</p> <p>Guía de entrevista</p>
		Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Estrategias de promoción utilizados</li> <li>– Inclusión de nuevas rutas y/o atractivos turísticos</li> </ul>	<p>Guía de entrevista</p> <p>Cuestionario</p>

## **3.2. Metodología de la investigación**

### **3.2.1. Tipo de Investigación**

Es de tipo descriptiva, en ella se recoge información detallada de las variables a estudiar, las que constituyen un tema poco investigado. El estudio aborda los elementos de la gestión en cuanto a la planificación, organización y coordinación interinstitucional que se ha desarrollado en la ruta turística Llushcapampa, y de esta manera conocer cómo está contribuyendo a la diversificación del producto turístico del distrito de Cajamarca, en los años 2018-2021.

### **3.2.2. Diseño de Investigación**

Se utilizó el diseño No experimental – Transversal, ya que no se modificaron ni se manipularon las variables de estudio. Sólo se observó y describió la gestión de la ruta Llushcapampa y del producto turístico del distrito de Cajamarca. Es transversal porque se da en un solo momento, esto es que los datos obtenidos corresponden a la realidad en estudio en el período 2018 -2021.

### **3.2.3. Método de investigación**

Se aplicó el método descriptivo, puesto que se describió la gestión realizada en la Ruta Turística de Llushcapampa, la cual se ha dividido en los siguientes ítems: planificación, organización de la Ruta Turística de Llushcapampa y coordinación interinstitucional.

Así también se estudiaron a los circuitos turísticos que ofrecen las Agencias de Viajes y Turismo y la comercialización de estos y de la Ruta Turística de Llushcapampa, que forman parte de la diversificación del producto turístico del distrito de Cajamarca. Luego de estudiar las dos partes de forma individual se analizaron de manera holística e integrada.

### **3.2.4. Unidad de observación y unidad de análisis**

#### **3.2.4.1. Unidades de análisis.**

- La Ruta Turística de Llushcapampa: recursos y atractivos turísticos que la conforman.
- Entidades públicas del sector turismo y el comité de gestión de la ruta.
- Producto turístico ofrecido en el distrito de Cajamarca

#### **3.2.4.2. Unidades de observación.**

- Recursos y atractivos turísticos que conforman la ruta turística de Llushcapampa y las personas que los administran.
- Autoridades y profesionales involucrados en la gestión de la ruta.
- Gerentes de las agencias de viajes y turismo del distrito de Cajamarca

### **3.2.5. Población y muestra**

#### **3.2.5.1. Población.**

Para la variable 1, lo constituyen las instituciones públicas y privadas gestoras de la Ruta Turística de Llushcapampa, entre ellas la Dircetur-Cajamarca, el Comité de Gestión de la Ruta Turística de Llushcapampa, además de los emprendimientos que conforman la ruta.

Para la variable 2, lo conforman las Agencias de Viajes y Turismo del distrito de Cajamarca y de acuerdo con el directorio de Agencias de Viajes y Turismo que se encuentra en la página del Gobierno Regional de Cajamarca, fueron 51 empresas registradas en el distrito hasta marzo del 2021 (Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - Cajamarca [Dircetur], 2021).

### **3.2.5.2. Muestra.**

Para obtener el tamaño de muestra de la población de la variable 2, se aplicó un muestreo no probabilístico y se seleccionó bajo el criterio por conveniencia debido a la coyuntura social provocada por la pandemia del COVID-19, donde se obtuvo información de aquellas Agencias de Viajes y Turismo que estaban dispuestas y ofreciendo sus servicios en el distrito de Cajamarca. Así mismo se tomó en cuenta el criterio de inclusión considerando a aquellas que oferten la Ruta Turística de Llushcapampa. Estuvieron activas 25 Agencias de Viajes y Turismo (Dircetur, 2021). En el apéndice N°1 se muestra el registro con los datos relevantes de las Agencias de Viajes y Turismo que estuvieron ofreciendo sus servicios en el distrito.

### **3.2.6. Técnicas**

- Entrevista: La cual fue aplicada al presidente de la Ruta Turística de Llushcapampa, autoridades y profesionales involucradas en la gestión de la ruta desde su planificación. Se realizó mediante plataformas de videoconferencias y con la autorización de los entrevistados se grabaron dichas reuniones, como también se aplicaron de manera presencial.
- Encuesta: Dirigida a los gerentes de las Agencias de Viajes y Turismo del distrito de Cajamarca con la finalidad de conocer las características del producto turístico que ofrecen. Dicha encuesta fue mediante la plataforma de Google – Formularios y procesada en Microsoft Excel.
- Observación: Estuvo presente en todo el proceso de recolección de datos, así mismo, se realizaron salidas de campo para identificar las condiciones de la ruta y los atractivos turísticos que la conforman; como también para identificar indicadores como el centro de soporte, número de recorridos; en donde se contempló y registró lo observado para luego sistematizarlo.

### 3.2.7. *Instrumentos*

- Guía de entrevista: Instrumento dirigido a la Especialista en Turismo cargo que ocupó la Licenciada en Turismo y Hotelería en la Dircetur-Cajamarca, Magaly Gamonal Idrogo durante el diseño y difusión de la ruta. Esta guía estuvo constituida por 23 preguntas, la cual fue desarrollada el 2 de mayo del 2021. Así mismo hacia el presidente del Comité de Gestión de Ruta Turística de Llushcapampa, Sr. Julio Salcedo Tasilla, dicha guía constaba de 31 preguntas la cual se desarrolló el 15 de mayo. Finalmente se aplicó la guía de entrevista al director de la Dircetur-Cajamarca en dicho período, Ingeniero Edgar Abanto Zegarra, la cual estuvo compuesta por 18 preguntas y fue realizada el 18 de mayo del 2021.
- Cuestionario: Instrumento que se aplicó en los meses de mayo y junio del 2021 a los encargados de las Agencias de Viajes y Turismo del distrito de Cajamarca y estuvo constituida por 13 preguntas, con la finalidad de identificar el producto turístico que estas ofrecen y cómo la ruta ha contribuido a diversificar su oferta.
- Finalmente, en la observación se utilizó un registro y guía de observación compuesta de 4 partes, la primera permite identificar los datos generales de los recursos, la segunda los servicios complementarios, la tercera las condiciones de accesibilidad para el visitante y la cuarta para la infraestructura básica. Fueron utilizadas y aplicadas entre los meses de mayo y agosto.
- Todos los instrumentos fueron validados por 3 docentes de la Universidad Nacional de Cajamarca a través del juicio de expertos; Doctora en Ciencias Doris Castañeda Abanto, Maestro en Ciencias Miguel Ángel Cueva Zavala y Maestra en Ciencias Elvira Gisela Vigo Paredes (Ver anexo 2).

### **3.2.8. *Procesamiento y análisis de resultados***

Para el procesamiento de datos se utilizaron Microsoft Word, para la transcripción de las entrevistas, así como para la observación, además del análisis de todos los datos obtenidos. Así mismo Microsoft Excel para procesar y graficar los resultados de las encuestas.

## CAPÍTULO V

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 5.1. Resultados

Seguidamente se presentan los resultados, los cuales han sido organizados según las variables y dimensiones de la presente investigación, para que se facilite y brinde un mejor entendimiento.

##### 5.1.1. *Gestión de la Ruta turística de Llushcapampa*

Para conocer y analizar las acciones de planificación, organización y coordinación que han realizado los gestores al desarrollar y promover la Ruta Turística de Llushcapampa, se procedió a realizar la entrevista a la Especialista en Turismo de la Dircetur Cajamarca durante el diseño y difusión de la ruta, como también se entrevistó al presidente del Comité de Gestión de la Ruta Turística de Llushcapampa, señor Julio Salcedo Tasilla. Además, se realizaron salidas de campo en coordinación con los encargados de cada atractivo, donde se utilizaron las fichas de observación. A través de ello y la revisión de documentos se obtuvo la siguiente información.

La Ruta Turística de Llushcapampa actualmente la conforman 7 atractivos turísticos los cuales son de administración privada. Esta ruta se encuentra en el Centro Poblado Río Grande, distrito y provincia de Cajamarca, comprenden los caseríos Puruay Bajo, Llushcapampa Alta y Baja y Llanomayo, ubicados al norte de la ciudad de Cajamarca a 10 km aproximadamente de la Plaza de Armas de dicha ciudad (45 minutos aproximadamente en carro). Presenta un relieve accidentado con la presencia de un sistema de montañas, quebradas y rodeado por el río Grande que se observa en gran parte del recorrido por estos lugares, presenta un clima templado, los meses lluviosos son entre noviembre y marzo, entre los meses de abril y octubre sol intenso durante el día y frío durante las noches.

#### **5.1.1.1. Planificación.**

Dentro de las funciones que le corresponde a la Dirección de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR- Cajamarca) es promover el desarrollo de espacios turísticos, mediante la creación de circuitos y rutas turísticas a nivel regional. Para el año 2018 se venían trabajando y realizando diagnósticos de las rutas a nivel regional, como son la ruta del café en Jaén y San Ignacio, así mismo en Chota la ruta del Rondero; a nivel de provincia en Cajamarca se han ido trabajando la Ruta Artesanal de Mollepampa en el distrito de Cajamarca, como también otros atractivos como son la laguna San Nicolás en el distrito de Namora, el Santuario de Polloc en la Encañada (Gamonal, M., comunicación personal, 2 de mayo del 2021).

Como se describe en la Resolución Directoral Sectorial N° 037-2018-GR.CAJ/DIRCETUR documento que avala la creación de la Ruta Turística de Llushcapampa (ver anexo 3); cumpliendo con la ley 27857 y sus modificaciones, es de competencia de los gobiernos regionales fomentar y regular actividades y/o servicios relacionados con el turismo, entre otras actividades económicas. Además, según el Nuevo Modelo de desarrollo Sostenible, Políticas Públicas y Estrategias del Gobierno Regional de Cajamarca 2015-2018, se promueve el aprovechamiento de los recursos naturales de manera sostenible y el desarrollo del turismo rural comunitario como estrategias para cumplir con la política de generar competitividad territorial sostenible. Así también consideran la Ley General del turismo N° 29408 en cumplimiento de uno de los principios de la actividad turística el cual es el desarrollo sostenible, enfocado en el fomento integral del legado cultural, natural y social, como también la disposición responsable de los recursos turísticos, para que las poblaciones locales tengan calidad de vida con el fortalecimiento de su desarrollo en todos los ámbitos (Dircetur, 2018 b).

Por su parte en el sector de Huambocancha venía trabajando la Asociación de Escultores Lirio de los Valles en su taller ubicado en el Km 2.7 donde realizaban tallados en piedra granito y marmolina, arte que se ha ido transmitiendo de generación en generación en la familia Salcedo y demás familias que conforman la asociación, con la constante capacitación y apoyo del Sr. José Francisco Terán Tafur maestro de la artesanía del Perú. Dentro de todos los trabajos que venían realizando, empezaron a tallar esculturas de gran tamaño, el sr. Julio Salcedo Tasilla menciona: “a nosotros nos conmovió las estatuas entonces nosotros empezamos a hacerlas porque nos gustaba el arte, nos gusta el trabajo en piedra y se nos ocurrió de hacer un pastor andino de 3 metros, un chasqui de 4 metros, un Miguel Arcángel de 3.50 metros y un chuncho de 2.40 metros”. Con esa iniciativa y con la motivación de los visitantes que quedaban sorprendidos al ver tales esculturas, empezaron con la búsqueda de un terreno, ya que su taller era muy pequeño para ser exhibidas. Después de la búsqueda, ubicaron un espacio en el caserío LLanomayo anteriormente mencionado. Su idea en un inicio fue crear una galería, luego pensaron en un museo, finalmente optaron por crear un parque de esculturas gigantes, donde se muestre todo el proceso de la cultura cajamarquina (Salcedo. J., comunicación personal, 2020).

Así mismo, en el caserío de Llushcapampa Alta, la Asociación el Mirador la Cueva Centro Cultural Arqueológico - Mirador la Cueva, había adquirido un terreno en el cual era conocido por la cueva/el horno, allí les recomiendan hacer un zoológico de piedra; por lo que empiezan a limpiar y sacar la maleza, es ahí donde descubren los orificios en el suelo, estructuras en formas de chullpas y algunos restos de humanos dentro de una cueva (presuntamente se asume que formaban un cementerio de segundo entierro, pero aún no se han realizado investigaciones). Al ver esto, ellos cambian de idea ya que no era posible hacer un zoológico de piedras y se enfocan en cuidar y proteger este espacio,

donde empiezan a acondicionar y habilitar caminos para que la gente pueda visitar y enfocarlo al turismo (Julcamoro. M., conversación personal, 2021).

Con el ímpetu y viendo la oportunidad de fomentar el turismo en este lugar, estas asociaciones se organizan y buscan apoyo en las instituciones competentes, como se describe en la Resolución Directoral Sectorial N° 037-2018-GR.CAJ/DIRCETUR “existe interés de la población por el desarrollo de la oferta y la operación comercial” (Dircetur, 2018b). Mediante ello y el trabajo que venía realizando la Dircetur viendo la necesidad de los emprendimientos, es que a inicios del 2018 se comienza a trabajar la ruta de Llushcapampa, en el periodo del Ing. Julio Palacios Matute que estaba como director de la Dircetur Cajamarca. Como producto de este trabajo el Gobierno Regional de Cajamarca a través de la Dirección Regional de Comercio Exterior y turismo, crea la Ruta Turística de Llushcapampa mediante la Resolución Directoral Sectorial N° 037-2018-GR.CAJ/DIRCETUR emitida el 5 de diciembre del 2018 (Ver anexo 3).

Dentro de la investigación se obtuvo el documento realizado por la Dircetur - Cajamarca durante la planificación de la ruta titulado: Propuesta técnica “Ruta Turística de Llushcapampa” donde se menciona lo siguiente:

El Gobierno Regional de Cajamarca a través de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo presentan la propuesta técnica para la implementación y consolidación de la ruta turística de Llushcapampa que comprende emprendimientos innovadores para el desarrollo del turismo no convencional que se pondrían a disposición del visitante de una manera integrada y esto contribuiría a la diversificación de la oferta turística en el destino Cajamarca, basado en un modelo de desarrollo local con el involucramiento de las comunidades receptoras, la población, la empresa privada y las autoridades locales y regionales. (Dircetur, 2018a, p. 2)

A continuación, se describen las actividades que fueron planificadas para la implementación y puesta en valor de la ruta; información que fue obtenida de la propuesta técnica anteriormente mencionada y la entrevista con la Especialista en Turismo de la Dircetur-Cajamarca.

**Tabla 2**

*Actividades planificadas*

<b>Actividades que se programaron</b>	<b>Fechas tentativas para culminar</b>
Recojo de información e inventario de recursos turísticos	De febrero a abril del 2018
Reunión con propietarios de los recursos para socializar la propuesta y la inclusión de ellos en la ruta	
Visitas de asesoramiento respecto al tema de servicios y actividades turísticas	
Visitas de asesoramiento con estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca para proponer la visita turística.	
Capacitación personalizada a personal encargado de orientación turística en los atractivos	Mes de septiembre del 2018
Visitas con los miembros del comité de gestión de la ruta turística de Llushcapampa, autoridades locales y director regional de turismo con la finalidad de hacer el reconocimiento y recojo de información de atractivos	
Presentación de la propuesta de la ruta turística	13 de abril del 2018
Visita previa al reportaje, para que se realicen sugerencias	20 de abril del 2018
Grabación de reportaje	27 de abril y 10 de mayo
Implementación de los recursos turísticos	
Gestión para el mejoramiento de la vía de acceso/informe de la gestión	15 de agosto del 2018
Diseño y cotización de paneles de señalización para cada emprendimiento	22 de agosto del 2018
Definición de los horarios de visita en los emprendimientos	
Documento para retiro de desmonte frente a CEDECAP	
Diseño de tríptico informativo de la ruta turística de Llushcapampa	
Elaborar guiones de visita en cada atractivo	

---

*Nota:* Elaboración basada la propuesta técnica de la ruta turística de Llushcapampa elaborada por la Dircetur.

En lo que concierne a los recursos económicos que fueron asignados la Especialista en Turismo menciona que se destinaron recursos para la promoción de la ruta donde se imprimió material informativo de la ruta (Ver anexo 4), así mismo se mandó realizar un banner, también se utilizó en gastos de traslado. A la vez se realizaron gestiones con otras áreas del Gobierno Regional, quienes apoyaron con el transporte y con la ayuda de los planos para la distribución del parque; la mayor inversión que se realizó en la ruta fue en la mejora de la carretera a la cual se designaron alrededor de 78 mil soles, donde la Municipalidad Provincial de Cajamarca (de aquí en adelante utilizará las siglas MPC) autorizó al Gobierno Regional para que pueda intervenir en una vía local (Gamonal, M., comunicación personal, 2 de mayo del 2021).

Es importante resaltar la iniciativa de los emprendedores para desarrollar el turismo, que con apoyo de entidades públicas como la Dircetur Cajamarca y la Municipalidad Provincial, identifican y aprovechan estas oportunidades. Sin embargo, se puede ver que hizo la falta un plan bien establecido como documento e instrumento importante en esta etapa para el desarrollo de la ruta, para que además se socialice con los involucrados, como también no se llevó a cabo un estudio de la demanda, ni el estudio del espacio geográfico donde se iba a proponer la ruta, en el que se determinen las ventajas y desventajas. Otro aspecto importante es el trabajo que hacen como comunidad para realizar trabajos en su carretera que conectan los atractivos de la ruta, sin embargo, a pesar del presupuesto destinado para la mejora de esta carretera, en los años 2018 – 2021 se aprecian deficiencias en esta, lo cual es necesario que se utilicen materiales adecuados

para este tipo de carretera y de buena calidad que perduren en el tiempo, permitiendo así que se pueda llegar más rápido y de manera segura a los destinos.

### 5.1.1.2. Organización de la Ruta Turística.

Las rutas se basan en circuitos turísticos constituidos por atractivos que están relacionados directamente a una temática y esta tiene como objetivo principal promover un área, región o temática con potencial turístico. Pero debe presentar un valor agregado para considerarse como ruta turística (Chan, 2005).

En un primer momento por parte de la Dircetur y el apoyo de estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca del área de turismo, realizaron salidas de campo para que se identifiquen los atractivos que se podrían integrar y analizar la potencialidad de la ruta como también para inventariar los recursos turísticos, por parte de los estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca en donde la autora de la presente tesis fue participe realizando prácticas intermedias en la Dircetur-Cajamarca. Como se menciona en la resolución “al inicio del año 2018 se hace un diagnóstico y registro de los atractivos turísticos privados – innovadores que formarán la Ruta Turística de Llushcapampa” (Dircetur, 2018b).

**Tabla 3**

*Recursos y atractivos identificados*

Ítem	Recurso/atractivo turístico
1	Establecimiento de hospedaje, Posada del Puruay
2	Centro de Demostración y Capacitación – CEDECAP/Soluciones Prácticas
3	Fundo el chocho
4	Invernadero El Aliso
5	Ex hacienda de Llushcapampa
6	Ventanillas del Mal Paso
7	Invernadero Floricultura
8	Mirador Arqueológico la Cueva

---

9	Parque de esculturas gigantes
10	Restaurante el Galán

---

Luego de identificar los atractivos y recursos turísticos, la Dircetur- Cajamarca realizó reuniones con los propietarios para que se pueda hacer las coordinaciones futuras, promoviendo el turismo en esta zona de Cajamarca. Se involucraron 8 de los recursos y atractivos antes mencionados a excepción de las ventanillas del mal paso, que no fue incluido por motivos de accesibilidad y el restaurante el Galán. En el transcurso de las reuniones realizadas se estableció la ruta turística en la que solo se formó por 7 emprendimientos, no estando dentro de ella el Fundo El Chocho. Una de las principales acciones realizadas en el proceso de puesta en valor de la ruta, fue la conformación del Comité de gestión de la Ruta Turística de Llushcapampa como se encuentra registrado en la Resolución Directoral Sectorial N° 037-2018-GR.CAJ/DIRCETUR donde aclara que este comité será el encargado de gestionar aspectos como la mejora de accesos, acondicionamiento y señalización de la ruta turística (Dircetur, 2018b). Así mismo en la propuesta técnica elaborada por la Dircetur, menciona que este comité tiene el objetivo de impulsar, implementar, fomentar y potencializar la ruta, en coordinación con la Dircetur y otras instituciones públicas y privadas. El comité está conformado por el presidente Sr. Julio Salcedo Tasilla, en la vicepresidencia Sra. Marta Trujillo Torres, en secretaría Nelson Llanos Chuquiruna, en tesorería Martín Julcamoro Cueva, en comunicación y prensa Cesar Bazán Velásquez, vocal 1 Javier Trigoso Vizconde, vocal 2 Eliana Vargas Zevallos, vocal 3 Verónica Hernández Tuesta (Ver anexo 5). Se define que este comité será renovado en un lapso de dos años, mediante una reunión plena con quien esté a cargo en la dirección de la Dircetur (Dircetur, 2018a).

Finalmente, los atractivos turísticos que conforman la Ruta Turística de Llushcapampa se presentan en la siguiente tabla de acuerdo con la resolución antes mencionada y la propuesta técnica elaborada por la Dircetur, la descripción que se detalla es de la información recaba en estos documentos. Así mismo, se describen las condiciones de cada uno de ellos, información recolectada en las salidas de campo. En el apéndice 7 se puede apreciar las guías de observación que fueron utilizadas y que ayudaron en la información obtenida.

**Tabla 4***Número de atractivos turísticos y sus condiciones.*

N°	Atractivos turísticos	Categoría	Descripción	Condiciones turísticas
1	Posada del Puruay	Manifestaciones Culturales	Construida en 1822 al antiguo estilo Virreinal Español con encantadores detalles cajamarquinos. La casona, cuya presencia emerge imponente de los bosques de pinos y eucaliptos, se construyó en tapial andino de dos pisos, con 12 pilares de madera de eucalipto que sustentan el corredor y un barandal de 217 balaustres torneados que dan paso a los dormitorios. Todos los cuadros que adornan los ambientes de la casona son originales de pintores peruanos.	Este atractivo cuenta con espacio amplio designado para el estacionamiento de vehículos, cuenta espacios verdes recreativos, diferentes bancas de descanso y una glorieta, caminos y pasillos bien determinados por todas las áreas del hospedaje. Además, cuenta con agua potable, luz eléctrica y telecomunicaciones desarrolladas, sus instalaciones se encuentran bien conservadas y con adecuado mantenimiento señalización, servicios higiénicos y personal capacitado para la atención en el atractivo. Sus servicios: hospedaje, bar, restaurante, área de parrilla, pesca de truchas, cabalgatas guiadas, caminatas y paseos en bicicleta. Áreas para recreación infantil, zonas de descanso y jardines.
2	Centro de Demostración y Capacitación- Soluciones Prácticas- CEDECAP	Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas	Es un centro de demostración a escala real ubicado en Huambocancha baja km 3.5 desvío a Llushcapampa-Puruay. Soluciones Prácticas es una ONG sin fines de lucro que busca mejorar la calidad de vida de las personas, llevando ciencia y tecnología utilizando recursos renovables. Cuenta con 8 módulos para exhibición: Hidroenergía, energía solar, baño ecológico seco, cocinas mejoradas, calentador solar, filtro bio	Se aprecia un letrero el cual indica el ingreso a este atractivo, el camino es trocha, hay un espacio reducido donde se pueden estacionar los vehículos, existe señalización para cada uno de los módulos, aún ese encuentra en buen estado. La distribución para las muestras está muy bien definida. Cuentan con agua potable y luz eléctrica a través de las energías renovables que este atractivo se encuentra. No se encuentra

			arena, prevención de desastres, producción de cercos vivos como pajuro, sauco, etc.	personal capacitado ni permanente que pueda atender a los visitantes.
3	Invernadero El Aliso	Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas	Cuenta con 60 mil plantas de rosas entre ellas tiene la rosa frido de color rojo, la crema Mendel, la rosa bebe, la anaranjada. Las rosas producen todo el año, pero su mayor demanda son los días de la madre, de san Valentín, día de la mujer, día del difunto, etc. La visión empresarial del señor Narciso y su familia es grande, tal es así que están produciendo arándanos y frambuesa, es el único productor en la zona.	Al ingreso se observa un arco construido de ladrillo y cemento, en el cual está escrito el nombre de la empresa "El Aliso Servicios Generales S.R.L", en todo el recorrido no se encuentra señalización turística orientativa ni informativa. Los caminos son estrechos. En el ingreso hay un pequeño espacio con bancos para descaso de los visitantes. Si cuenta con espacio donde se pueden estacionar los vehículos, agua potable y luz eléctrica, no hay personal permanente para la atención de los visitantes.
4	Iglesia y Casa Hacienda De Llushcapampa	Manifestaciones Culturales	Esta hacienda fue prominente dentro de Cajamarca, tuvo su esplendor económico en el siglo XIX y mediados del siglo XX. Además de la producción agropecuaria también fue manufacturera donde funcionaban los llamados obrajes, dedicados a la fabricación de pañetes, jergas, jergones, frazadas, y aun telas de vestir. La casa hacienda tiene un aspecto colonial muy notable por los famosos balcones, existe hasta la actualidad una iglesia con una sola torre ochavada en su cuerpo superior y una portada de piedra de cantería con frontón partido y techo a dos aguas, llama la atención dos tumbas al interior uno pertenece a Manuel Padierna y la otra a Rosario Pajares de Arbaiza 1890, posiblemente uno de los financiadores para la construcción de la Iglesia. Hoy en día la hacienda se utiliza para albergar a agrupaciones religiosas, estudiantiles, agencias y	El ingreso a este atractivo es un camino angosto. No hay señalización en sus interiores ni al ingreso del atractivo. No hay personal constante que pueda atender a los visitantes. El estado en el que se encuentra la construcción de la ex hacienda y la Iglesia es regular ya que requiere de mantenimiento. En cuanto a las telecomunicaciones en este lugar son deficientes, no se encuentra señal móvil, teléfono, internet. El estacionamiento es reducido y no está determinado para tal.

			de ser un punto de partida para realizar camitas.	allí
5	Invernadero Floricultura	Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas	Entre las diversas actividades que practican las personas que viven en Llushcapampa Alta, está el cultivo de las rosas, un trabajo muy delicado. El invernadero cuenta con 17 mil plantaciones y dentro de sus variedades resalta: la peruana, verde limón, amarilla con blanca, rosada bebé y coral. Es importante indicar que este tipo de emprendimientos genera trabajo para la población de la zona. Los cultivos son comercializados a nivel local y nacional y para los visitantes lo pueden adquirir en el mismo invernadero previa coordinación con sus propietarios.	En este atractivo no se observa señalización turística, los caminos son angostos, no cuenta con guion turístico, la atención es deficiente y no se encuentra personal permanente que pueda atender a los visitantes. En cuanto a las telecomunicaciones en este lugar son deficientes, no se encuentra señal móvil, teléfono, internet. No cuenta con espacio determinado para estacionamiento de vehículos.
6	Mirador Arqueológico La Cueva	Sitios naturales	Ubicado en el caserío de Llushcapampa Alta, a 3100 m.s.n.m aprox. que pertenece al Centro Poblado de Río Grande, distrito y provincia de Cajamarca. La Cueva denominado así, ya que a mitad del Mirador se encuentra una cueva, con algunos restos arqueológicos que al parecer habría sido un cementerio de niños de segundo entierro. En todo el recorrido que se logre hacer por este mirador se encuentra una gran variedad de árboles como el pino, el aliso, el eucalipto, el ciprés y sobre todo muchas plantas aromáticas y medicinales como el anís, el toronjil, la chicoria amarilla, el cucho así conocido por los pobladores que es una especie de cactus, las tululas, caña caña, el chulco, el pie de perro, la moradilla, la hierba mora, entre otras. Dentro de los animales	Al ingreso de este atractivo hay dos paneles de señalización uno indica el ingreso al atractivo y el otro brinda información de las actividades que se pueden realizar juntamente con algunas imágenes, es una gigantografía sostenida por dos palos de madera. Cuenta con un espacio no determinado para el estacionamiento de vehículos y una pequeña construcción de madera para la venta de artesanía y quiosco. Los caminos son de herradura que vienen adecuándolos en todo el recorrido del mirador, existe barandas de madera y en algunas partes barandas de metal, la señalización es improvisada hecha en madera, cuentan con servicios higiénicos en buen estado. Existe deficiencias en cuanto al personal que atiende en dicho atractivo. Brinda servicio de

		habita, la cargacha, la perdíz, elzorzal, el huaychao, el águila, las yutas, el ushún, el quinde, zapitos, lagartijas.	alimentación, espacios para acampar, pero no se brinda el servicio de hospedaje.
7	Parque de esculturas gigantes	Manifestaciones Culturales	<p>El parque temático de esculturas gigantes en piedra se encuentra en el caserío de Llanomayo. La Asociación de Escultores “El Lirio de los Valles” ha venido implementando desde el año 2015 esculturas gigantes en piedra granito que representan al proceso histórico de la cultura Cajamarca. El parque busca mostrar a personajes que han destacado a través de la historia y representar a las costumbres y actividades cotidianas de la población cajamarquina. Así, en su interior del parque podemos apreciar más de 10 esculturas gigantes de más de 4 metros, como: el Inca Atahualpa, el clon carnavalero, el Chasqui, el pastor, la campesina, Miguel Arcángel, el escultor, el caballo de paso, el cajero cajamarquino, el chuncho que representa a la danza tradicional de Cajamarca. Dentro de la variedad florística se encuentra en el lugar podemos ver pinos en diferentes tamaños, cipreses, eucaliptos, alisos entre otros árboles y plantas silvestres.</p> <p>Al ingreso se encuentra una señalización de fierro con el nombre de dicho atractivo, cuenta con un espacio determinado para estacionamiento de vehículos, una pequeña caseta para la boletería sin embargo no se cuenta con personal permanente en este punto, existe deficiencias en cuanto al personal, no cuenta con guion turístico. Sus caminos dentro del parque vienen adecuándolo y determinándolos para la visita. Por la pandemia generada por el Covid-19, la Municipalidad brindó señalización básica con información de acuerdo con los protocolos de bioseguridad. Cuenta con servicios higiénicos en buen estado y funcionamiento, áreas de recreación, áreas de descanso y áreas para acampar. Brinda servicio de alimentación, pero no de hospedaje.</p>

Estos atractivos están conectados por la carretera principal que va desde Puruay hasta Llanomayo, para el año 2021 hay algunas partes que necesitan mejoramiento; con respecto a la señalización se tiene un panel informativo en el km 3.5 en el ingreso al callejón, el cual no se encuentra en buen estado, así mismo durante el recorrido en los punto de intersección se encontraron señalización colocada de manera improvisada hacia algunos de los atractivos, estando estas deterioradas (Ver apéndice 8). No existe transporte público en el que pase por los atractivos, la empresa de transportes que transita de manera más cercana es la línea P13 (E.T P13).

Se identificaron y establecieron dos recorridos según la propuesta técnica elaborada por la Dircetur- Cajamarca como también se menciona en la resolución, una que está enfocada solo para quienes visiten el parque de esculturas gigantes y vaya a pie y la otra se menciona el recorrido por todos los atractivos que conforman la ruta.

**Tabla 5**

*Recorridos propuestos*

	<b>Lugares del recorrido</b>	<b>Medio de transporte</b>	<b>Tiempo</b>
<b>RECORRIDO 1</b>	Cajamarca- Puente el Carmen (Alt. Km 4.5. carretera a Bambamarca)	E. T P13 Cajamarca	10 minutos
	Puente el Carmen-cruce a Llanomayo	A pie	10 minutos
	Cruce a Llanomayo-Parque de esculturas	A pie	45minutos
<b>RECORRIDO 2</b>	Cajamarca- Puente el Carmen (Alt. Km 4.5. carretera a Bambamarca)	E. T P13 Cajamarca	10 minutos
	Puente el Carmen-Posada de Puruay	A pie En movilidad particular	5 minutos 2.5 minutos
	Posada de Puruay CEDECAP	A pie En movilidad particular	8 minutos 4 minutos

CEDECAP-Invernadero El Aliso	A pie En movilidad particular	10 minutos 5 minutos
Invernadero el Aliso-Ex hacienda de Llushcapampa	A pie En movilidad particular	10 minutos 5 minutos
Ex hacienda de Llushcapampa-Mirador la Cueva	A pie En movilidad particular	15 minutos 8 minutos
Mirador la Cueva- Parque de Esculturas Gigantes	A pie En movilidad particular	10 minutos 5 minutos

*Nota:* Recorridos según la propuesta técnica de la ruta turística de Llushcapampa elaborada por la Dircetur – Cajamarca.

Así mismo, identificaron la temática y establecieron el nombre de dicha ruta. La temática estuvo principalmente relacionada con el trabajo en piedra que realizan los escultores de dicha zona, el nombre de Llushcapampa se estableció debido a que anteriormente todos los caseríos que ahora conforman la ruta, abarcaban solo Llushcapampa y con la reforma agraria se divide en más caseríos; es de esta zona de donde han salido los mejores escultores de piedra, que por muchos años han trabajado este arte de tallar la piedra y han tenido el interés por promover el turismo y la ruta en especial (Gamonal, M., comunicación personal, 2 de mayo del 2021). En la Resolución de la conformación de la ruta hace referencia que la ruta cuenta con elementos relacionados al medio rural entre ellos el paisaje y la cultura.

En el trabajo de campo se ha identificado que no existe un conglomerado urbano o rural cerca al caserío de Río Grande donde se desarrolla la Ruta Turística de Llushcapampa, por lo que el centro de soporte más próximo es la ciudad de Cajamarca, ya que esta ciudad cuenta con los servicios de alojamiento de diversa clasificación y categoría, encontrando hoteles de hasta 4 estrellas, una gama de servicios de restauración, bares, discotecas, agencias de viajes y turismo, transporte turístico, servicio de guía,

oficinas de información turística entre otros. Además, cuenta con servicios básicos, como son agua potable, desagüe, servicio de alumbrado, telefonía fija, móvil. Como también red de carreteras que conecta diferentes atractivos principales. Este centro de soporte ofrece todas las condiciones para que los visitantes puedan realizar la actividad turística.

Al no tener un estudio de demanda y desconocer sus características y perfil de quienes serían los que visiten y opten por este producto, se aprecian dificultades para la determinación de los atractivos que conformen la ruta, ya que se integraron no siguiendo una temática ni una relación entre ellos, por lo que se identificó los turistas solo visita dos a tres atractivos en la ruta. Por otro lado, las deficiencias en la carretera, en la señalización y al no existir transporte público dificultan el éxito de la ruta, mostrando además que las acciones realizadas por el Comité de gestión de la ruta no han sido suficientes.

#### **5.1.1.3. Coordinación interinstitucional.**

Los principales gestores involucrados en el desarrollo de la ruta fueron: la Dircetur-Cajamarca, el Comité de gestión de la Ruta Turística de Llushcapampa y los propietarios de los diferentes atractivos turísticos partícipes de la ruta. De acuerdo con las visitas que realizó la Dircetur a los diferentes emprendimientos de la ruta, identificando la potencialidad y deficiencias que deberían mejorarse se establecieron y realizaron las siguientes actividades en coordinación con el Comité de gestión de la Ruta Turística de Llushcapampa y otras instituciones involucradas que en la siguiente tabla se detallan.

**Tabla 6***Cumplimiento de actividades planificadas e instituciones involucradas*

N°	Actividades/tareas planificadas	¿Se realizó?		Responsable	Instituciones involucradas (trabajo en conjunto)	Observaciones
		SI	NO			
1	Recojo de información e inventario de recursos turísticos	X		Dircetur	Dircetur y Universidad Nacional de Cajamarca	Las fichas de todos los atractivos fueron ingresados al sistema del MINCETUR, sin embargo, solo dos atractivos fueron inventariados (ver anexo 6).
2	Reunión con propietarios de los recursos para socializar la propuesta y la inclusión de ellos en la ruta	X		Dircetur	Dircetur y Comité de Gestión de la Ruta Turística de Llushcapampa	
3	Visitas de asesoramiento respecto al tema de servicios y actividades turísticas	X		Dircetur	Dircetur	
4	Visitas de asesoramiento con estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca para proponer la visita turística.	X		Dircetur	Dircetur y Universidad Nacional de Cajamarca	
5	Capacitación personalizada a personal encargado de orientación turística en los atractivos	X		Dircetur	Dircetur	

<b>6</b>	Presentación de la propuesta de la ruta turística	<b>X</b>	Dircetur	Dircetur	
<b>7</b>	Visita previa al reportaje, para que se realicen sugerencias	<b>X</b>	Dircetur	Dircetur, Comité de Gestión de la Ruta Turística de Cajamarca	
<b>8</b>	Grabación de reportaje	<b>X</b>	Dircetur	Dircetur, Comité de Gestión de la Ruta Turística de Cajamarca, el área de comunicaciones del Gobierno Regional de Cajamarca y emprendimientos	
<b>9</b>	Implementación de los recursos turísticos	<b>X</b>	Propietarios de los emprendimientos	Propietarios de los emprendimientos y Dircetur	Cada atractivo fue responsable de mejorar sus accesos, sin embargo, se requería de una mayor inversión de tiempo y dinero para que se determinen y acondicionen los accesos.
<b>10</b>	Gestión para el mejoramiento de la vía de acceso/informe de la gestión	<b>X</b>	Dircetur, Comité de Gestión de la Ruta Turística de Cajamarca	Dircetur, Comité de Gestión de la Ruta Turística de Cajamarca en coordinación con la MPC y la Cámara de Comercio	
<b>11</b>	Diseño y cotización de paneles de señalización para cada emprendimiento	<b>X</b>	Comité y Dircetur	Comité y Dircetur	Se logró cotizar la señalización, sin embargo, no se logró su adquisición.

<b>12</b>	Definición de los horarios de visita en los emprendimientos	<b>X</b>	Propietarios de los emprendimientos	Propietarios de los emprendimientos
<b>13</b>	Diseño de tríptico informativo de la ruta turística de Llushcapampa	<b>X</b>	Dircetur	Dircetur
<b>14</b>	Elaborar guiones de visita en cada atractivo	<b>X</b>	Dircetur y propietarios de los emprendimientos	Dircetur y propietarios de los emprendimientos
<b>15</b>	Presentación final del reportaje	<b>X</b>	Dircetur	Gobierno Regional, Dircetur, Comité de Gestión de la Ruta Turística de Llushcapampa, Cámara de Comercio
<b>16</b>	Visita con las agencias de viajes y turismo del distrito de Cajamarca	<b>X</b>	Dircetur	Dircetur, Agencias de Viajes y Turismo y emprendimientos

*Nota:* Elaboración basada en la propuesta técnica de la ruta turística de Llushcapampa elaborada por la Dircetur y las entrevistas realizadas a la Especialista en Turismo y presidente del Comité de Gestión de la Ruta Turística de Llushcapampa.

Otra de las acciones que se desarrollaron en conjunto fue la evaluación del parque de esculturas gigantes, ya que en ese momento era el principal atractivo de la ruta, recomendando que se hiciera un parque temático y a través de un área del Gobierno Regional de Cajamarca les realizaron los planos para la distribución adecuada de este parque (Gamonal, M., comunicación personal, 2 de mayo del 2021). Así mismo, la ruta es expuesta en una de las ferias que se realiza en el distrito “Consume lo que Cajamarca produce” con el objetivo de que más personas puedan conocer esta ruta. Por otro lado, se socializó la ruta con las Agencias de Viajes y Turismo, ya que estas son parte fundamental en la comercialización. A finales del 2018 se hace el lanzamiento oficial de la Ruta Turística Llushcapampa en una conferencia de prensa con todos los involucrados. Esto marca el primer paso para el inicio del desarrollo de esta ruta, buscando contribuir al fomento del turismo en el distrito de Cajamarca y de los emprendimientos locales.

A partir de ello, a través del comité establecido realizan algunas gestiones en beneficio de la ruta, como es el mejoramiento de la carretera desde el Callejón hasta el Parque de Esculturas Gigantes; sin embargo, para el año 2020 con la pandemia generada por el COVID-19 afecta de manera considerable a este desarrollo, principalmente porque el turismo es una actividad muy sensible a estos cambios. Al no estar preparados para una pandemia como esta, el turismo ha ido recuperándose poco a poco, sin embargo ha permitido que se busquen nuevas alternativas de turismo y se mejoren y fortalezcan aspectos como la salubridad en los procesos de alimentación, ha permitido que los turistas busquen lugares más alejados de la ciudad, es por ello que esta ruta en el tiempo que duró la pandemia si bien fueron afectados económicamente han tenido buena actitud en seguir adelante y trabajar con más determinación. Sin embargo, para el año 2021 aún se muestran deficiencias en cuanto a la organización y trabajo integral que debe existir en toda la ruta. Con la pandemia y postpandemia para el año 2021 no todos los

atractivos permitían el ingreso de los turistas, para los años 2020 y 2021 la coordinación entre el comité principalmente no fue constante debido a la pandemia, cada atractivo empezó a trabajar independientemente, como lo menciona el presidente del comité de gestión, se han realizado visitas con el objetivo de que cada atractivo pueda ir mejorando, sin embargo, no han sido más que pequeñas conversaciones, ya que cada uno a dispuesto de la mejor manera sus recursos. Por su parte han ido buscando apoyo en las diferentes instituciones, además de participar en proyectos que brinda el estado para que puedan ser beneficiarios. Independientemente han ido trabajando su publicidad, como también buscando la mejora de sus servicios, instalaciones, caminos, señalización y servicio en general.

Al año 2021 han logrado llegar a un público más local, que llegan por sus propios medios, en ese aspecto el Sr. Julio Salcedo hace mención que solo una que otra agencia de viajes lleva turistas a esta ruta, a pesar de que periódicamente van arreglando la carretera que es una de las principales deficiencias en la ruta, así mismo los servicios van mejorando poco a poco, pero aún se ve la falta de turistas que sean llevados por agencias de viajes. Además, menciona que han implementado los protocolos de bioseguridad, para que el turista pueda estar seguro al visitar los atractivos del Mirador Arqueológico la Cueva y el Parque de Esculturas Gigantes que son los más visitados en la ruta. Aun así, pueden ver que han tenido aceptación en el mercado, porque han ido recibiendo más turistas, si bien no compensa aún todo el esfuerzo, tiempo y dinero invertido, pero poco a poco van creciendo y mejorando (Salcedo. J., comunicación personal, 2020).

### ***5.1.2. Diversificación del producto turístico***

Para poder identificar el producto turístico que se tiene en el distrito de Cajamarca, se aplicaron encuestas virtuales a los gerentes generales o encargados de las Agencias de Viajes y Turismo, se realizaron salidas de campo para conocer aquellos atractivos que son ofrecidos por

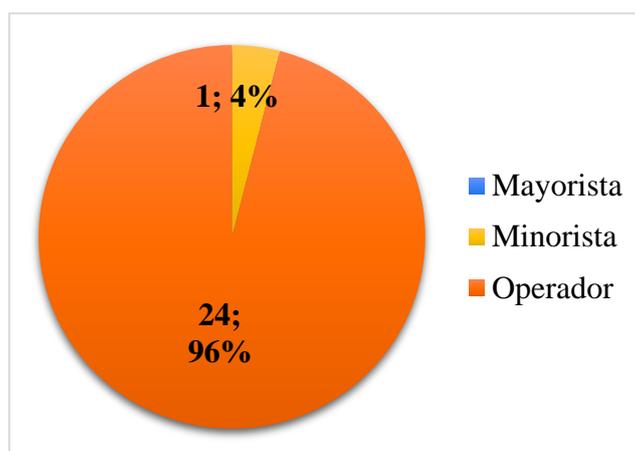
las agencias y otros que no son muy visitados, también se realizaron entrevistas al director de la Dircetur Cajamarca hasta el año 2022 y la Especialista en Turismo.

#### 5.1.2.1. Circuitos turísticos.

Luego de identificar a las Agencias de Viajes y Turismo, fueron 25 empresas que estaban brindando sus servicios tanto de manera presencial como digital, se procedió a obtener información mediante las encuestas virtuales realizadas a los gerentes o encargados de dichas empresas, de las cuales se obtuvo los siguientes datos:

**Figura 2**

*Tipo de Agencia de Viajes y Turismo.*

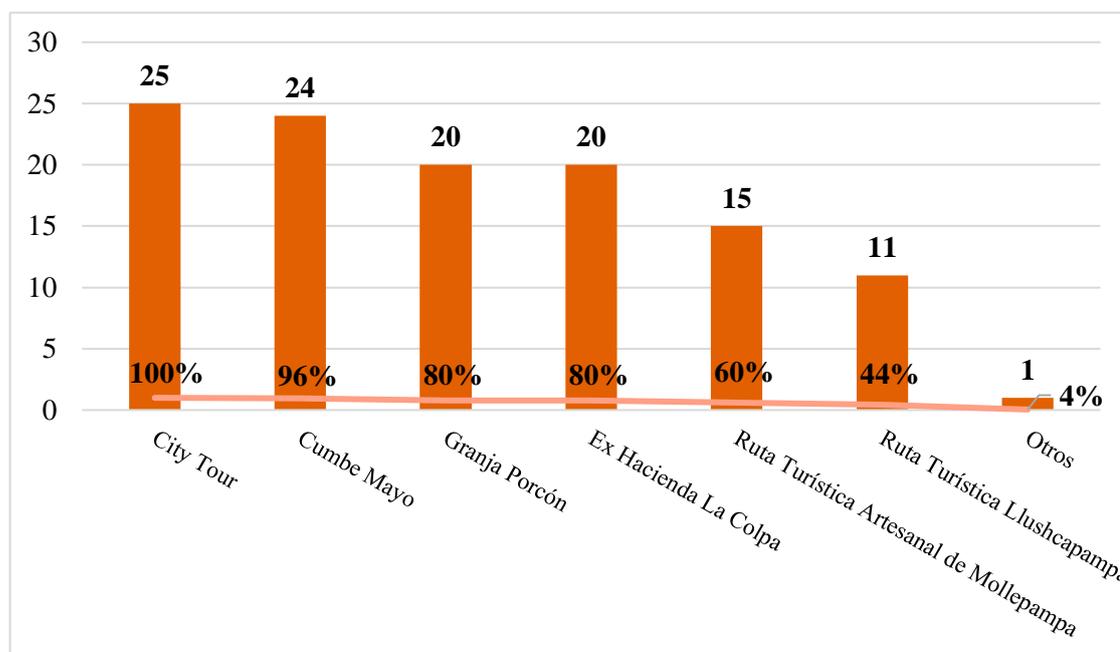


Según el reglamento de Agencias de Viajes y Turismo, las agencias mayoristas son aquellas que puedan diseñar, elaborar y organizar cualquier tipo de servicios turísticos que no llegan directamente al turista, pero sí son ofrecidos y vendidos a otras agencias de viajes y turismo. Por el contrario, las agencias de viajes y turismo minoristas ofrecen sus servicios, ya sean desarrollados por estas mismas o adquiridos de otras empresas, pero ofrecen directamente sus servicios al turista, por otra parte, los operadores de turismo es una combinación de ambas, diseñan y brindan sus servicios ofreciéndolos a otras agencias como también a los mismos turistas (MINCETUR, 2020). Siendo así que en el distrito de Cajamarca se identificó que no se

cuenta con agencias de viajes y turismo mayorista, se tiene 1 minorista y 24 son operadores de turismo, ya que de acuerdo con el mercado que se tiene en el distrito es más conveniente optar por este tipo de empresa.

### Figura 3

*Circuitos turísticos y atractivos del distrito de Cajamarca que ofrecen las Agencias de Viajes y Turismo.*



Según la figura 2 se puede observar que el 100% de las Agencias de Viajes y Turismo venden el circuito turístico conocido como City Tour, el cual es uno de los principales que el visitante conoce en la ciudad de Cajamarca. Comprende los siguientes atractivos turísticos: el Complejo Monumental de Belén uno de los más visitados a nivel de distrito y provincia, en el año 2019 alcanzó un total de 129 009 llegadas de visitantes, 37 420 llegadas en el 2020 debido a la pandemia generada por el Covid-19 y ya para el 2021 se tuvo un total de 53 262 llegadas de visitantes, donde se tuvo una recuperación del 42.3% en relación al año anterior, en este se visita el Ex hospital de mujeres, el Ex hospital de varones y la Iglesia Belén. Dentro de lo que se conoce como City Tour también se visita el Cuarto del Rescate, único recinto de la época

Inca que se conserva en la ciudad de Cajamarca, el ingreso tiene un valor de 5 soles e incluye también su visita al Complejo Monumental de Belén. Otro atractivo dentro de este circuito es el Mirador del cerro Santa Apolonia, desde donde se aprecia el valle y toda la ciudad de Cajamarca rodeada por la cadena de cerros; también se visita la Iglesia San Francisco, la Plaza de Armas y la Iglesia Catedral Santa Catalina. El 96% de las agencias de viajes y turismo ofrecen el Complejo Arqueológico de Cumbe Mayo un espacio donde converge hermosos paisajes creados a través del tiempo que se manifiestan mediante un gran bosque de piedras y un acueducto que es la mayor obra de ingeniería hidráulica perteneciente a la época preinca, además se encuentra el santuario y cuevas donde se aprecian diversos grabados en piedra. Cumbe Mayo es el tercer atractivo más visitado de la región de Cajamarca luego del Complejo Monumental de Belén y el Centro Arqueológico Ventanillas de Otuzco respectivamente, Cumbe Mayo tuvo un total de 70 642 llegadas de visitantes de en el año 2019, 17 251 visitantes en el año 2020 debido a la pandemia por Covid-19 y 29 694 visitantes en el 2021. Las cifras antes mencionadas sobre la llegada de turistas son del Reporte Regional de Turismo de Cajamarca (MINCETUR, 2021).

El 80% de las agencias ofrece Granja Porcón que es uno de los principales atractivos donde se desarrolla el turismo rural comunitario, administrado por la Cooperativa Agraria Atahualpa Jerusalén, allí se ha forestado alrededor de 10 mil hectáreas con plantaciones de pino, lo que ha beneficiado de manera significativa a toda la comunidad. Se realizan diversas actividades productivas, entre ellas resaltan la agricultura, ganadería, piscicultura, artesanía, se elaboran productos lácteos, envasado de agua mineral, además de productos que han sido cosechados en el mismo lugar, como mermelada de frambuesa, jugos, helados de pino, eucalipto, arándano, entre otros. Lo que respecta al turismo, es una actividad que ha ido cobrando relevancia por la buena gestión y administración de la cooperativa, en la actualidad

se cuenta con servicios de alojamiento y restaurante, además que en este espacio se ha creado un maravilloso ecosistema, con un vasto bosque, variedad de flora y fauna, cataratas que discurren hacia las quebradas y ríos. Se cuenta con espacios naturales y creados por la cooperativa para realizar diferentes actividades turísticas, como caminatas, áreas para acampar, áreas para escalar y realizar un descenso en cuerdas por las cataratas (canyoning o barranquismo en español) y paseo en bote. Así mismo se puede visitar y realizar actividades con la comunidad como es el ordeño de vacas, visita a los talleres de manualidades y artesanías textiles. La Cooperativa tiene un zoológico donde protege y resguarda a muchos animales tanto de la sierra, costa y selva, este zoológico es el lugar que mayormente ofrecen las agencias de viajes dentro de sus tours a este atractivo turístico, dentro de este circuito hacia granja Porcón se realiza una parada anticipada para visitar los picapedreros de Huambocancha que son artesanos que trabajan la piedra granito, marmolina entre otras, realizando distintos trabajos desde pequeños adornos hasta esculturas de más de 4 metros.

El 80% de las agencias de viajes y turismo ofrece también la Ex hacienda la Colpa, la cual es muy conocida por el singular llamado de vacas donde el cuidador de ellas las llama por su nombre y una por una ordenadamente va ingresando, pasan por un patio donde observan todos los turistas, luego de ello se ubican en sus respectivos lugares para ser ordeñadas, ya que este ganado es lechero; de esta materia prima la Ex hacienda realiza productos como manjar blanco, yogurt, helados, entre otros productos lácteos. Dentro del recorrido que realizan las agencias se visita los exteriores de la antigua casa hacienda, la capilla a la cual, si pueden ingresar y la laguna artificial rodeada de mucha vegetación y animales y en ella varios puentes, en todo el recorrido se observan jardines, dentro de esta hacienda también se puede acceder hacia un mirador donde se aprecia la campiña cajamarquina, llena de cultivos y ganadería.

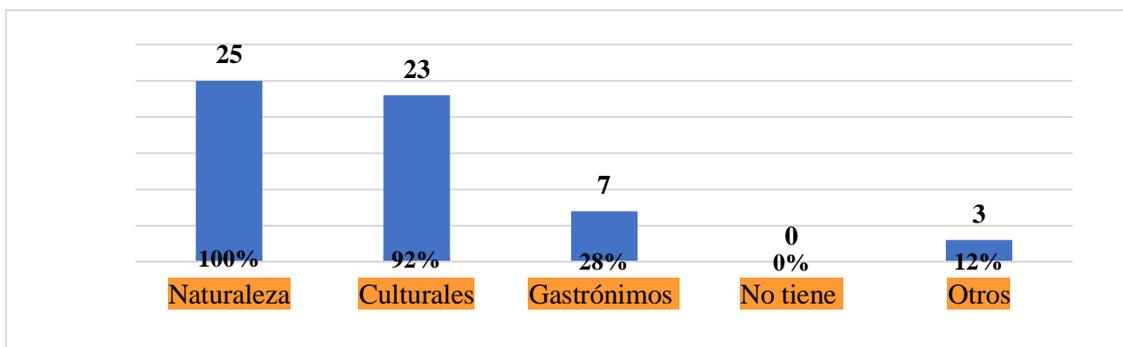
El 60 % de las agencias de viajes y turismo ofrecen la ruta turística artesanal de Mollepampa la que se encuentra a menos de 20 minutos de la Plaza de Armas de Cajamarca, la cual ha sido promovida desde el 2016 por la Dircetur-Cajamarca, dicha ruta se visitan talleres de artesanos cajamarquinos los cuales crean diversas cerámicas utilizando la arcilla y otros productos para elaborar utensilios, adornos, macetas, entre otros, con diversos motivos en su decoración en los que representan íconos de la cultura de Cajamarca, para luego ser vendidos. Además, durante su visita a estos talleres los turistas pueden ser partícipes de la elaboración de alguna de estas piezas llevándose una nueva y grata experiencia.

Por otro lado, el 44% de las agencias ofrecen dentro de sus circuitos a la ruta turística de Llushcapampa la cual fue promovida desde el año 2018 por la Dircetur y por iniciativa de los socios de algunos atractivos. Dentro de los atractivos a visitar se encuentra la Posada del Puruay, el Centro de Demostración y Capacitación, el Invernadero el Aliso, la Ex hacienda de Llushcapampa, el Invernadero Floricultura, el Mirador Arqueológico la Cueva y el Parque de Esculturas Gigantes, con respecto a esta ruta, por ser la unidad de evaluación se detallará a profundidad más adelante con los resultados obtenidos.

Finalmente hay un 4% que considera dentro de sus circuitos al Complejo turístico de Sexemayo el cual se encuentra a 30 min de Cumbe Mayo, en este lugar se puede apreciar un bosque de piedras muy peculiar, con cuevas, entradas, túneles, tinajas, lagunas y más de 43 figuras representadas en las rocas, donde los motivos y formas depende de la imaginación de los visitantes, en el cual los propietarios han acondicionado de manera improvisada caminos y señalización. Este lugar viene siendo una alternativa más para visitantes locales y nacionales que quieran disfrutar de la naturaleza, misticismo y aventura.

**Figura 4**

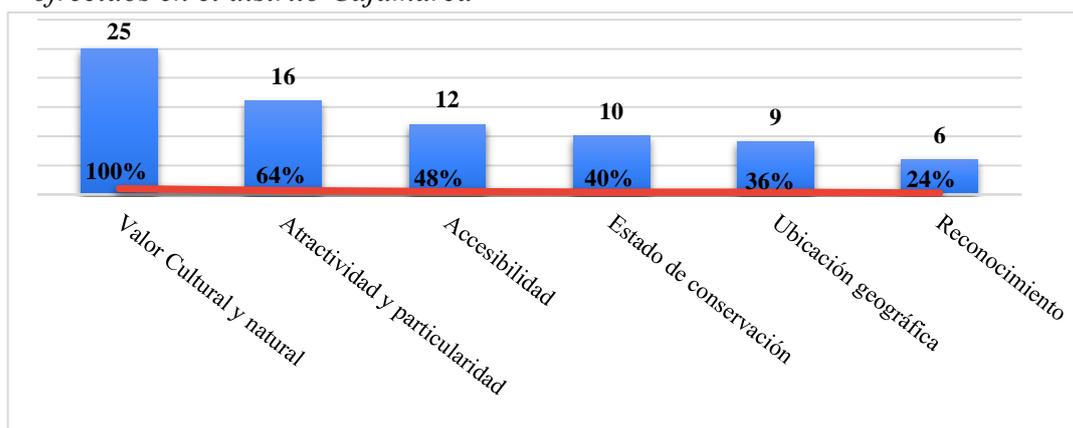
*Temática (o principal característica) que se vende en los circuitos ofrecidos*



En la figura 3 se muestra que en los circuitos y rutas ofrecidos por las agencias de viajes se desarrollan en torno a dos temáticas principales, naturaleza y culturales, representados por un 100% y 92% respectivamente. Sin embargo, el City Tour, Cumbe Mayo, Granja Porcón y la ex Hacienda La Colpa a excepción de la ruta turística artesanal de Mollepampa, se ofrecen como circuitos ya que, en ellos no se identifica una temática pues están organizados por su ubicación, están conformados por atractivos que se encuentran en área determinada o dentro del recorrido del circuito turístico, dichos atractivos difieren entre ellos. Denotamos que dentro de los circuitos no existe una temática como tal, ya que no hay se han desarrollado productos orientados a ofrecer algo en específico.

**Figura 5**

*Características que tienen los atractivos que forman parte de los circuitos turísticos ofrecidos en el distrito Cajamarca*



Los recursos y atractivos turísticos son la materia prima del turismo, con ellos se crean rutas, circuitos, paquetes y productos turísticos sucesivamente. Para que estos puedan ser registrados en el inventario nacional de recursos turísticos y evaluados de una mejor manera el Mincetur propone 5 categorías las cuales son: Categoría 1 sitios naturales, categoría 2 manifestaciones culturales, categoría 3 folclore y categoría 4 realizaciones técnica, científicas o artísticas contemporáneas, previo a este trabajo se necesita definir el ámbito territorial, el cual será el área de estudio, se describe 3 ámbitos: local (el cual corresponde a un territorio comunal, municipal o distrital), regional (allí se incluye las provincias de una región) y nacional (el cual incluye todas las regiones del país). Este inventario de recursos turísticos permite identificar las áreas de interés turístico y conocer la potencialidad de los recursos. Siendo un instrumento para elaborar e integrar circuitos, rutas, corredores y productos turísticos, además con ello también se pueden elaborar planes y programas, motivando a la inversión pública y privada en pro del desarrollo turístico. Asimismo, en estos inventarios se tiene información relevante sobre los recursos que puede ser aprovechada por todos los interesados, allí se describe la ubicación, rutas de acceso, los servicios e instalaciones con los que cuenta, actividades que se pueden realizar, entre otras (Mincetur, 2018). En el distrito de Cajamarca se encuentran registrados 31 recursos y atractivos según el Sistema de Información Georeferencial del MINCETUR (Mincetur, 2023).

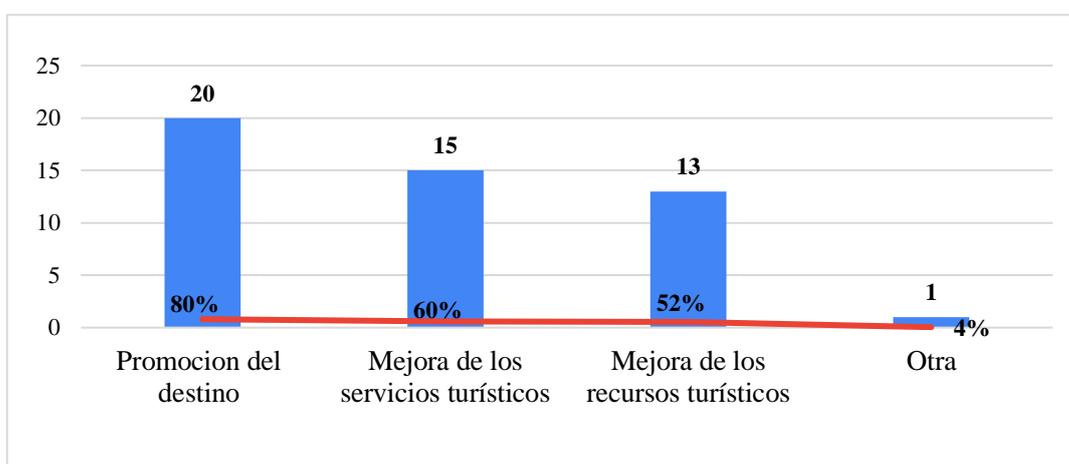
Los atractivos que conforman los circuitos y rutas turísticas que se ofrecen en el distrito de Cajamarca, son de categoría sitios naturales, manifestaciones culturales y realizaciones técnica, científicas o artísticas contemporáneas; es por ello por lo que las agencias de viajes y turismo consideran las siguientes características: valor cultural y natural en un 100%, atractividad y particularidad 64% las cuales son las que sobresalen, luego se tiene la accesibilidad representado por 48%, estado de conservación con un 40%, ubicación geográfica con un 36% y reconocimiento 24%.

### 5.1.2.2. Comercialización

La manera como ofrecen y venden las Agencias de Viajes y Turismo los diferentes circuitos es a través de paquetes turísticos, en los que incluye servicios como alojamiento, alimentación, transporte, guiado y en algunos casos los boletos de ingreso a los atractivos. Otra modalidad es que, si los visitantes desean conocer un determinado lugar, solamente incluye el servicio de transporte y guiado, sobre todo en aquellos tours que duran medio día o un día. Estas empresas utilizan diferentes medios para ofrecer y promocionar sus servicios, como las redes sociales, metabuscador de viajes y sus propias páginas web; debido a la pandemia provocada por el Covid-19 estos medios han tomado relevancia y ha exigido a los empresarios a fortalecer estas capacidades del marketing digital. En dichas plataformas ofrecen anuncios publicitarios a través de imágenes y videos, otra de las estrategias que utilizan son colaboraciones entre marcas, contenido sobre información de atractivos turísticos, como blogs y videos. Aquellos intermediarios que cuentan con una oficina física exhiben los circuitos que ofrecen a través de gigantografías y banners, como también volantes publicitarios.

**Figura 6**

*Aspectos en los que las instituciones del sector turístico brindan su apoyo para mejorar el producto turístico del distrito de Cajamarca*



Por su parte también se identificó que una de las acciones que realizan las instituciones del sector turístico, entre ellas la Dircetur, Cámara Regional de Turismo (CARETUR) y la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación (PROMPERÚ) y el Turismo a través de Iperú la Oficina de Información y asistencia al turista; es promocionar el destino Cajamarca, como se muestra en la imagen, el 80 % de las Agencias de Viajes y Turismo considera que dichas instituciones enfocan sus esfuerzos a la promoción del destino, el 60% opina que el apoyo está dirigido a la mejora de los servicios turísticos y el 52% hacia la mejora de los recursos turísticos.

Siendo así que el director de la Dircetur menciona que para el año 2022 tiene un plan de marketing que fue elaborado en el 2020 con un consultor, a través de un convenio entre el gobierno regional y PROMPERÚ, en dicho plan de marketing se tiene algunas estrategias y acciones que vienen desarrollando en coordinación y conocimiento del Comité de Gestión del Destino Turístico de Cajamarca. La Dircetur elabora spot de promoción turística, elabora contenido de los diferentes atractivos, que están reaperturando, también promocionan emprendimientos turísticos, emprendimientos de desarrollo artesanal. De esa manera a través de la dirección de comunicaciones del Gobierno Regional se elaboran reportajes, spots, contenidos y se difunden los atractivos, los que ya están preparados y cumple con sus protocolos de bioseguridad. Se enfocan en promocionar el destino y también cuentan con un plan de promoción del destino Cajamarca, en coordinación con el MINCETUR, a través de Promperú y la oficina que se encuentra en Cajamarca participa en este caso de IPERÚ Cajamarca para el tema de la promoción, se asignan recursos para elaborar el material, los contenidos y también esto lo difunden a través de las plataformas digitales del Ministerio de Comercio Exterior, de artesanía del Perú, de PROMPERÚ, del Gobierno Regional y también de las redes sociales que dispone la institución (Abanto, E., comunicación personal, 18 de mayo del 2021).

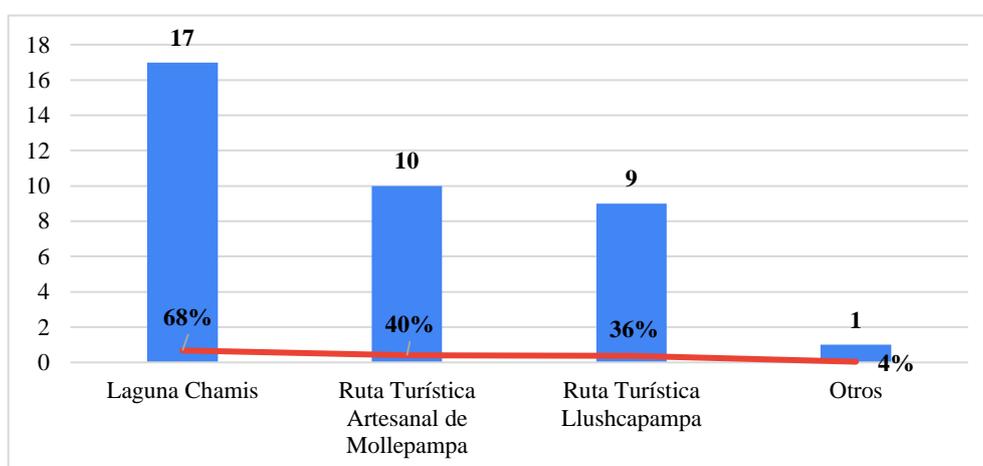
Para la comercialización es importante la innovación en los servicios que se ofrecen, en la Resolución Directoral Sectorial N° 037-2018-GR.CAJ/DIRCETUR resalta que:

Los circuitos alternativos son necesarios dado que, lo que se oferta como recursos y atractivos turísticos no satisfacen la total expectativa de los turistas y hoy en día se busca dinamizar el turismo brindando nuevas alternativas, contribuyendo a mejorar la economía de los pobladores de la zona y de Cajamarca. (Dircetur, 2018b)

Es por lo que dentro del cuestionario se estableció una pregunta a las Agencias de Viajes y Turismo con la finalidad de saber que otros circuitos les interesaría ofrecer en un futuro.

### Figura 7

*Inclusión de nuevas rutas y/o atractivos turísticos*



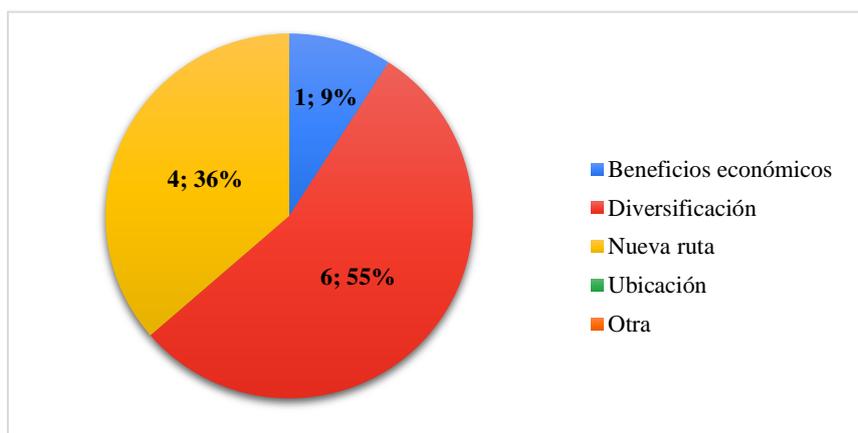
De acuerdo con los resultados obtenidos los circuitos turísticos que consideran potenciales son: la laguna Chamis representado por un 68%, como uno de los principales recursos para ser ofrecidos en un futuro, esta se encuentra a 30 min y al noroeste de la ciudad de Cajamarca, es un lugar muy peculiar rodeada de muchos árboles y casas que conservan la arquitectura antigua rural de estas zonas, además que alberga flora y fauna representativa del lugar. El 40% ofrecería la ruta Turística Artesanal de Mollepampa y el 36% también considera potencial a la ruta turística Llushcapampa, cabe mencionar que solo el 44 % del total de las agencias ofrece esta ruta, es decir hay un 20% que no está interesado en esta ruta.

### 5.1.2.2.1. Ruta Turística de Llushcapampa.

Como se mencionó anteriormente existe un 44% de las agencias de viajes y turismo que ofrecen esta ruta, sin embargo, se logró identificar que si bien es cierto las agencias la consideran dentro de las alternativas que se ofrecen a los turistas no siempre culmina en una compra. Para que se visite un determinado atractivo las agencias esperan llenar una movilidad de 15 personas a más, esto permite que el precio de los tours sea bajos y accesibles al tipo de turistas que se tiene en Cajamarca, en caso no se complete el grupo se realiza un servicio más personalizado, pero el precio sube excesivamente, mientras menos personas son, mayor es el precio, ya que se debe de cubrir con todos los costos. Ello conlleva a que los turistas opten por otras alternativas más económicos o vayan por cuenta propia.

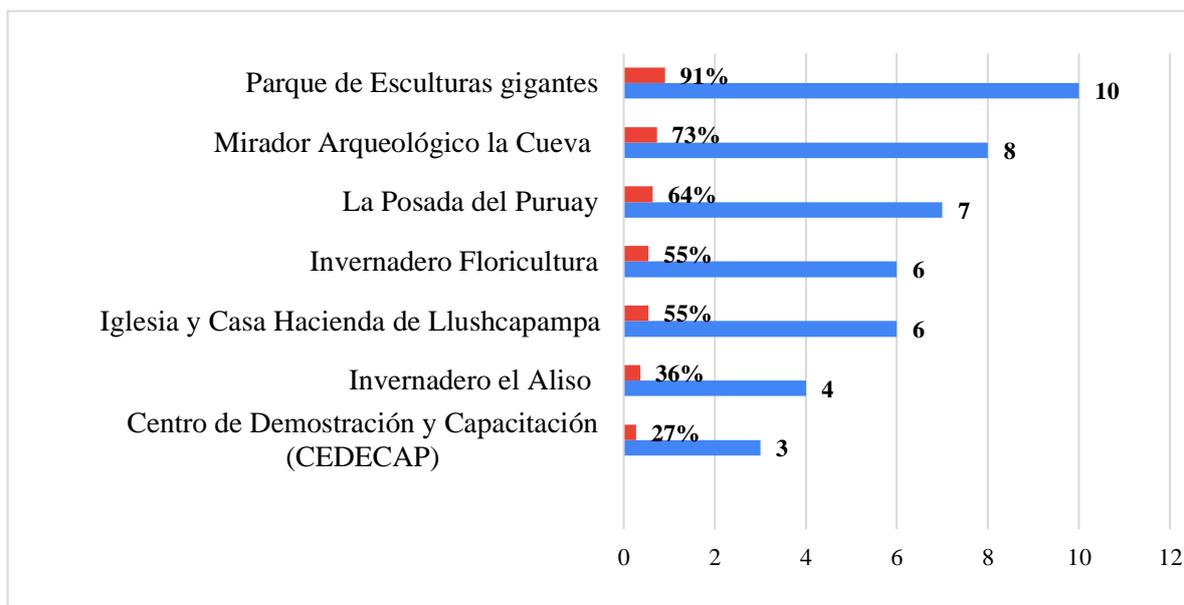
**Figura 8**

*Principal motivo por el cual las agencias de viajes y turismo ofrecen la ruta*



Las agencias buscar variar su oferta, aprovechado de manera responsable los recursos y atractivos turísticos con los que cuenta una ciudad. El principal motivo por el que las agencias ofrecen esta ruta es la diversificación, representado por un 55%, el 36% la ofrece ya que es una nueva ruta y el 9% por beneficios económicos.

**Figura 9** *Atractivos que se visitan al visitar esta ruta*



De los 7 atractivos que conforman la ruta el 91% de las agencias que vende esta ruta visita el Parque de Esculturas Gigantes, el 73% el Mirador Arqueológico la Cueva, el 64% la Posada del Puruay y el 55% el Invernadero Floricultura y la Ex Hacienda de Llushcapampa, una de las cosas que influye en esto es que estos atractivos se dedican exclusivamente al turismo, a excepción de la ex hacienda de Llushcapampa; por ende, en ellos se permite el ingreso diario de los turistas, desde el 2018 han ido acondicionando y mejorando las condiciones de estos. Los menos visitados en la ruta son el Invernadero el Aliso con 36% y el 27% visita el Centro de Demostración y Capacitación (CEDECAP). En estos dos últimos y la Ex Hacienda de Llushcapampa se tiene que hacer previa coordinación con los encargados para que haya colaboradores que puedan atender a los turistas.

**Figura 10**

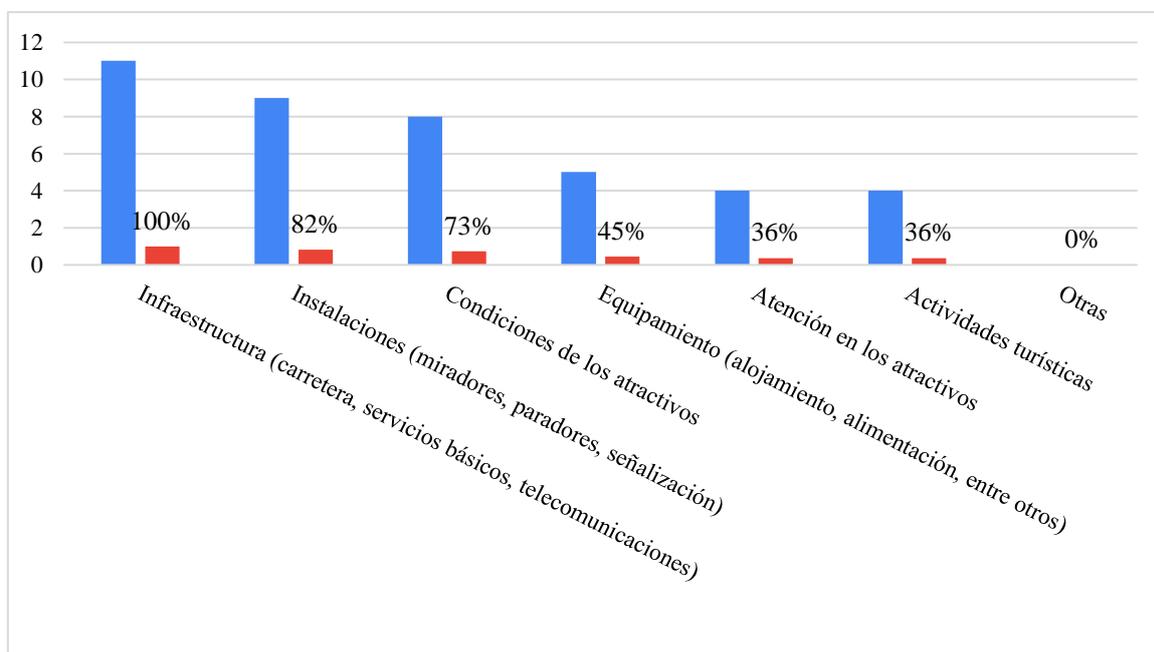
*Tipo de turista que busca visitar la Ruta Turística de Llushcapampa*



Según las encuestas realizadas a los encargados de las Agencias de Viajes y Turismo del distrito de Cajamarca el 45% que busca visitar esta ruta a través de estas agencias son visitantes locales, el 37% son nacionales y el 18% son extranjeros. Asimismo, en la entrevista realizada al presidente del comité menciona que la población local que son quienes más visitan esta ruta van por su propia cuenta. Como se menciona anteriormente la comercialización de la ruta a través de las agencias de viajes que culmine con la venta de la ruta a los turistas aun no es la que esperan los emprendimientos.

**Figura 11**

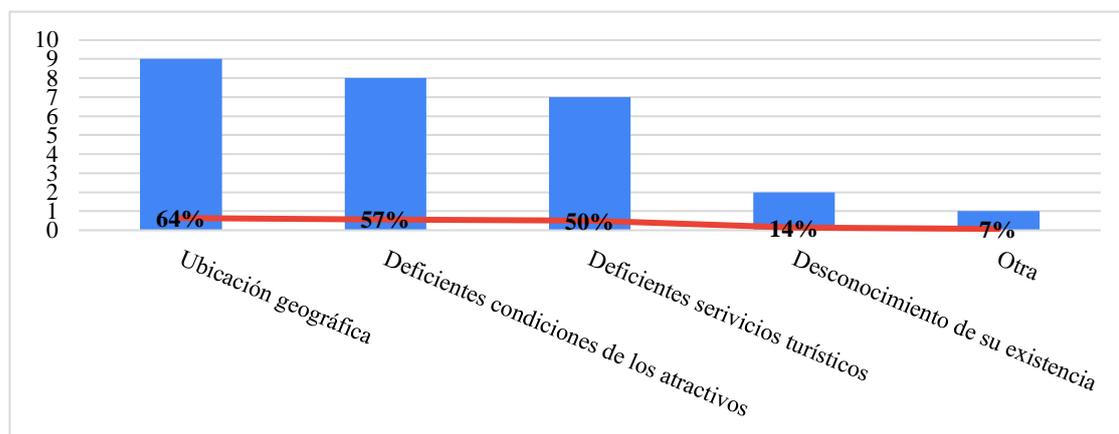
*Aspectos que se deben mejorar en la Ruta Turística Llushcapampa*



La mejora continua permite el desarrollo de cualquier empresa o destino turístico. Las agencias consideran que en esta ruta los aspectos a mejorar son los siguientes: el 100% concuerda que se debe mejorar la infraestructura, es decir mejorar la carretera, los servicios básicos en el lugar, las telecomunicaciones, cabe mencionar que la infraestructura es parte fundamental para el desarrollo no solo del turismo sino para mejorar la calidad de las personas de manera general. A nivel de distrito y de región este aspecto llega a ser deficiente, lo que ocasiona que muchas áreas con potencialidad turística no se desarrollen, o si se hace hay un crecimiento muy lento de este, principalmente porque encontramos carreteras en mal estado y en muchos casos no existe accesos a ciertos atractivos. El 82% considera que se debe mejorar las instalaciones en los atractivos es decir los miradores, paradores, la señalización. El 73% menciona que se debe mejorar las condiciones de los atractivos, el 45% considera que se debe mejorar el equipamiento pues no existe alojamiento y alimentación en algunos atractivos, a excepción de la Posada del Puruay el cual es un atractivo que se viene dedicando hace muchos años en el rubro de hospedaje y restauración. En los demás atractivos recién se viene implementando estos servicios; estos son en el Mirador arqueológico la Cueva y el Parque de esculturas gigantes. Finalmente, el 36% menciona que se debe mejorar la atención en los atractivos y las actividades turísticas. Asimismo, las agencias de viajes proyectan a la ruta de aquí a 4 años mucho más promocionada y reconocida, con avances que busquen mejorar los atractivos, con mayor implementación, mejor atención y con más juegos, ya que a la fecha en el mirador la cueva se viene promoviendo juegos de aventura extrema.

**Figura 12**

*Razones por las que no ofrece la ruta*



El 64% de las agencias que no ofrecen la ruta, no la consideran por su ubicación geográfica, el 57% considera que existe deficientes condiciones de los atractivos, el 50% por los deficientes servicios turísticos, el 14% desconocía su existencia y el 7% considera que no sale de tradicional.

## **5.2. Discusión**

Las acciones que conlleva a una buena gestión turística deben estar orientadas en tener mayor incidencia. No sólo crear circuitos turísticos y promocionarlos de manera básica, realizando cortas capacitaciones y visitas rápidas a los atractivos; sino más bien debe realizarse un trabajo constante y se dé seguimiento a las acciones que se han ido realizando, en el caso de las rutas y circuitos que se fomentan, realizando evaluaciones y diagnósticos, mejorando los aspectos deficientes y aquellos objetivos que no se han podido cumplir; como es el caso de la señalización en la Ruta Turística de Llushcapampa, la renovación del comité de gestión y la coordinación de éste con los demás involucrados. Como mencionan Gómez y Vílchez (2017) en su investigación titulada *Gestión turística municipal y su influencia en la actividad turística de la ciudad de Bagua Grande, provincia de Utcubamba – Región Amazonas 2011-2016*, una gestión planificada y organizada impacta positivamente en la población involucrada ya que

fomenta el incremento de índices económicos y fortalece la identidad cultural; sin embargo la gestión municipal no tiene mayor influencia en la actividad turística ya que sus estrategias y acciones se basan en actividades simples como supervisiones y pequeñas ferias.

La Teoría General de Sistemas de Bertalanffy (1989), resalta que se necesita estudiar y hacer una evaluación de los componentes que conforman un sistema y los procesos que en este se dan, resolviendo los problemas que se detecten. La presente investigación se centró en conocer y analizar aspectos relevantes en cuanto a la gestión realizada en la Ruta Turística de Llushcapampa, además de conocer la contribución que ha tenido en la diversificación del producto turístico de distrito de Cajamarca. Según los resultados obtenidos, se conocieron las acciones enfocadas en la gestión de esta ruta. Dentro de lo cual se identificó el proceso realizado para promover el turismo en el Centro Poblado Río Grande, el cual empieza por la iniciativa de los pobladores y emprendedores de este lugar para impulsar el desarrollo de esta actividad. En el año 2018 realizaron un trabajo en conjunto con la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - Cajamarca, hicieron el levantamiento de información e inventario de los recursos y atractivos turísticos encontrados, así mismo, crearon el Comité de Gestión de la Ruta Turística de Llushcapampa como principal ente gestor, conformado por los propietarios de dichos atractivos, el cual tiene como objetivo principal realizar las gestiones necesarias a favor de la mejora y fomento de la ruta; además la Dircetur - Cajamarca realizó capacitaciones a algunos colaboradores de cada atractivo en temas de servicios, actividades turísticas, orientación turística y atención al cliente; se realizó también la promoción de este circuito mediante un reportaje donde mostraban todo el recorrido; se imprimió material informativo y se presentó en una conferencia, haciendo el lanzamiento de la misma, donde además emitieron la Resolución Directoral Sectorial N° 037-2018-GR.CAJ/DIRCETUR como producto de la gestión realizada.

Así mismo, se identificó que el principal motivo de crear la Ruta Turística de Llushcapampa es dinamizar la economía del centro poblado Río Grande, a través del impulso del turismo mediante la gestión con los involucrados. Los esfuerzos de dicha gestión estuvieron enfocados en que los principales beneficiados sean la población local y los emprendedores involucrados. Como también que este circuito sea una alternativa para la oferta que ofrecen las Agencias de Viajes y Turismo en el distrito de Cajamarca. Según esto se puede determinar que para la elaboración de la ruta se desarrolló los momentos que Chan (2005) menciona, en donde se hace una investigación del área, luego el inventario de los recursos, para luego terminar con el lanzamiento de este circuito.

En lo que concierne a la planificación de la ruta se desarrolló un informe donde se propone la ruta y se detalla el trabajo que se iba realizando; mas no se cuenta con un documento de trabajo, es decir un plan, donde se detallen las acciones que deben hacerse, el periodo en el cual deben realizarse, quiénes serán los responsables; los recursos económicos y materiales que será asignado. Dichas acciones estarán orientadas al cumplimiento de objetivos que se desea lograr; además en este plan se debió considerar estrategias que permitan anticipar las decisiones frente a sucesos o incertidumbres, pensadas a corto, mediano y largo plazo. La falta de este plan resulta en un trabajo improvisado, dificulta el éxito y alcance de esta ruta; ya que no hay una secuencia lógica, no se identificaron las oportunidades y necesidades de la ruta, los emprendimientos que la conforman y la comunidad en donde se va a desarrollar, pudiéndola integrar y hacer partícipes de esta actividad. El plan es un camino de acción que permite anticipar, programar y coordinar para conseguir los resultados como menciona Chiavenato (2007) dentro del proceso administrativo.

Se rescata la iniciativa de las asociaciones que, si bien es cierto al tener algunas visitas de turistas que tienen la necesidad de conocer nuevos lugares, empiezan a fomentar el turismo

en su localidad, sin embargo es fundamental el estudio de la demanda, pues ésta constituye un elemento del sistema turístico que menciona Boullón (2006), la misma que se debe tener en cuenta para que el sistema se desarrolle eficientemente; en el cual se conozcan las necesidades y expectativas de un público objetivo, donde se pueda integrar ya sea actividades, servicios, para que de acuerdo con ello se realice una propuesta satisfaciendo dichas necesidades, por su parte durante la gestión de la Ruta Turística de Llushcapampa, se realizan acciones de acuerdo con la oferta que se tenía a disposición, no considerando las características de la demanda. Como menciona la Embajada de Suiza en Perú et al (2014), los productos turísticos deben ser de alto valor para el visitante, como también elaborados de acuerdo con un mercado turístico, con el objetivo de realizar acciones donde los turistas tengan una excelente visita y experiencia. Así también se menciona en el estudio realizado por Sopalo (2020) denominado *rutas cicloturísticas y su incidencia en el turismo del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi, Ecuador*, donde se realizaron encuestas para conocer los gustos y preferencias de los turistas y de acuerdo con ello se elaboraron rutas de cicloturismo, como también se determinaron y establecieron estrategias de marketing de acuerdo con el perfil del turista. Haciendo hincapié en la teoría del espacio turístico propuesta por Boullón (2006), se denota que al para la determinación de un espacio turístico en el cual se observa la distribución de los atractivos y la planta a fin de agrupar estos elementos de la mejor manera, se debe tener en cuenta sus potencialidades y su diferenciación de los demás para luego realizar proyecciones de la demanda, lo cual sino se ha hecho un previo análisis e investigación obteniendo datos de la demanda no se logrará dicha proyección, esto es necesario ya que se podrá determinar la cantidad de productos y servicios que los consumidores necesitarán; lo que conlleva a determinar los límites de crecimiento ya sea de una zona, área, centro turístico y demás.

Posterior a ello es menester que se realicen proyectos que mejoren las condiciones individuales pero que a su vez sea de beneficio común.

Es importante que dentro de la planificación también se tome en cuenta a la comunidad aledaña en la cual se va a crear la ruta. En turismo, el trabajo que se realice con la comunidad receptora se debe manejar con el mayor cuidado posible, ya que es un área muy sensible. Es trascendental que la comunidad esté involucrada en los proyectos de turismo, pues son los moradores locales uno de los principales actores y sin su predisposición el turismo no se desarrollaría de manera adecuada, fortaleciendo sus capacidades, mostrarles y hacerles ver su valor cultural que ellos tienen, rescatar sus tradiciones y costumbres, valorar su gastronomía, dentro del cual se podría ofrecer a los turistas, innovando, pero sin perder su esencia, enseñarles a tener un mejor trato con los turistas, fortalecer su educación ambiental puesto que el impacto del turismo en este aspecto a veces llega a ser negativo. La investigación de Gamboa (2022) *análisis de la gestión turística para el desarrollo del turismo sostenible en el circuito turístico en Millpu, Ayacucho 2022*, afirma que existe mala organización y planificación en relación al turismo en Millpu pues los esfuerzos del sector público y privado no son suficientes para un turismo sostenible en este circuito. Por otra parte, aprovechar los elementos antes mencionados e integrarlo al desarrollo de nuevas rutas turísticas resulta muy enriquecedor y sostenible, puesto que se crearía y mejoraría la identidad cultural. En la investigación de Lalangui y Urquiola (2016) denominada *la Ruta Agroturística y de Naturaleza Banagua de la provincia El Oro*, dentro del desarrollo de la ruta se integra en ella la gastronomía, cultura y hospitalidad de sus habitantes, sin embargo se deben tomar acciones para mejorar la oferta, entre ellos el tema de telecomunicaciones, cómo causar una buena imagen, mejorar la presentación de sus platos tradicionales sin perder autenticidad; además desarrollar una campaña de publicidad que

muestre y resalte la diferenciación de la ruta, lo que tendrá soporte en la calidad y variedad; esto, con la finalidad de que haya una oferta bien estructurada y atractiva.

Si bien es cierto que durante la gestión de la Ruta Turística Llushcapampa se trabajó con los propietarios de cada atractivo que conformaba la ruta, logrando que personas de la comunidad tengan algún puesto de trabajo, sin embargo, eso se limita a un grupo muy pequeño. No se realizaron acciones directas con las comunidades aledañas, como la identificación de sus necesidades y potencialidades. Es importante que se creen oportunidades para que la población pueda aprovechar y ver en el turismo una opción para generar una mayor fuente de ingresos. Como se muestra en la investigación de Rado (2022) titulada *turismo de aventura en la modalidad de trekking para diversificar la oferta turística en el distrito de Ccorca, Cusco-2022*, quien concluye que la comunidad puede obtener beneficios directos y se podría aumentar la oferta turística, a través de que las autoridades promuevan los diferentes tipos de turismo de aventura, siendo el trekking una buena opción para lograr estos objetivos. El turismo de aventura representa una buena alternativa para que dentro del desarrollo del turismo no sólo se vean beneficiados los recursos y atractivos turísticos, sino que también beneficia a la comunidad aledaña. Ejemplo en la Ruta Turística de Llushcapampa hay diferentes maneras de realizar el recorrido de manera más enriquecedora, novedosa e integradora donde participe la población, mediante trekking, cicloturismo, insertando también la actividad de avistamiento de aves y turismo rural comunitario. Sin embargo, parte de ese trabajo le corresponde a la parte privada, es decir a las Agencias de Viajes y Turismo, quienes podrían crear circuitos diferentes a los que ofertan. Así también los gestores del turismo específicamente las instituciones públicas deberían realizar estudio de impacto ambiental en los lugares donde se pretende fomentar la actividad turística con la finalidad de minimizar los impactos negativos. Así también como

menciona SERNATUR (2015) en el diseño de los productos se debe considerar los atributos que lo hacen único y que es lo que les diferencia de la competencia.

En la organización de la ruta las acciones identificadas muestran que las condiciones de esta y los atractivos turísticos que la conforman, no se encuentran desarrollados adecuadamente. En este proceso de gestión es muy importante el trabajo integrado y articulado, donde tanto instituciones públicas como privadas sean partícipes para el trabajo a realizar, así se logra cumplir con los objetivos propuestos mediante un trabajo en conjunto que tenga mayor incidencia y eficacia; en concordancia con la investigación *Ruta turística maíz y cascadas: estudio de caso con un enfoque del turismo cultural y natural*, de Sánchez – Ruiz et al. (2020) artículo donde refiere que la ruta en mención consiga con el objetivo de expandir y dinamizar la economía de los sectores involucrados es necesario la coordinación e involucramiento de los actores públicos, sociales y privados.

Uno de los aspectos fundamentales son las condiciones que facilitan la visita de los turistas, dentro de lo cual se trata de la infraestructura y planta turística que debería existir en los lugares a visitar; en el Perú y en Cajamarca es un aspecto muy deficiente. Las carreteras que conectan a las ciudades o centros de soporte con los recursos se encuentran en muy mal estado, los servicios turísticos como son los establecimientos de hospedajes, restaurantes, información turística, en los atractivos es escasa y de baja calidad. La señalización turística en muchos atractivos que están el mercado hace muchos años no se les da mantenimiento o no existen; en lo que se refiere al recurso humano con el que se cuenta en los atractivos del distrito, no son calificados, existe poca hospitalidad y no se da un buen trato hacia los clientes. Como mencionan Gil y Silva (2018) en su investigación, *Condición situacional de los recursos turísticos del departamento de Cajamarca, orientada a las propuestas de actuación como fuente generadora de desarrollo económico*; concluyen que las condiciones de los principales

atractivos de Cajamarca, como son el Complejo Arqueológico Cumbe Mayo, Ventanillas de Otuzco, Conjunto Monumental Belén, y el Sitio Arqueológico Kuntur Wasi, se encuentran en estado regular de conservación, ya que hace falta mantenimiento, restauración. En lo que concierne a la difusión de estos atractivos no es la adecuada; en algunos de ellos hace falta puntos de expendio de comidas, no hay señalización, estacionamiento y los guías no están capacitados.

Es así que, en el sector donde se desarrolla la Ruta Turística Llushcapampa existe deficiencia en cuanto a la carretera que une los atractivos del circuito turístico, ya que hay partes que se encuentran en mal estado, como también en algunos tramos son angostos por lo que limita el tránsito de vehículos grandes como son los buses; asimismo, la falta de transporte público para que los turistas puedan visitar esta ruta, además de los servicios como luz eléctrica, desagüe, agua potable, telecomunicaciones en este sector es deficiente. Como menciona la Embajada de Suiza en Perú et al (2014) los gestores deben generar alianzas con aquellos actores que se encargan de la infraestructura, con los encargados de los recursos turísticos tanto públicos como privados y con los intermediarios entre el destino y turista, además de los actores enfocados en el fortalecimiento de las capacidades del recurso humano. Otro de los objetivos que no se ha logrado cumplir es la señalización turística que debe existir durante el recorrido; esto influye de manera significativa en la visita de los turistas. Puesto que, si no adquieren los servicios de las Agencias de Viajes y turismo y optan por ir por cuenta propia y, aún más, no habiendo información suficiente de esta ruta, ya sea en redes sociales, alguna página web; los visitantes tendrán dificultades para disfrutar del circuito; de igual forma en los atractivos turísticos se evidenció la falta de señalización. Por ende se debe gestionar y concretar los objetivos planteados a través de la gestión del Comité.

En la mayoría de los emprendimientos hace falta el fortalecimiento de capacidades de los colaboradores que laboran actualmente. Una parte importante de la cual carecen los propietarios y su equipo de trabajo con el que cuenta, a excepción de la Posada del Puruay la cual es una empresa que está en el mercado desde hace muchos años; es en el conocimiento técnico y educación en aspectos financieros, administración, en liderazgo y dirección de una empresa, puesto que la mayoría de estos emprendedores cuentan con un nivel de educación básica. Por lo que capacitarse y educarse en estos temas mejoraría la gestión de sus recursos, tanto económicos como humanos, teniendo mejores resultados. De acuerdo con los resultados no cuentan con personal permanente que pueda atender a los visitantes, ni tampoco están capacitados para brindar información adecuada y necesaria de cada atractivo. Como se vio en la tabla N° 6, una de las acciones no realizadas por la Dircetur fue la elaboración del guión turístico para cada atractivo, siendo este muy importante permitiendo que haya una secuencia, orden y estandarización en el servicio brindada para que haya una buena experiencia turística. Así mismo, cabe mencionar que las capacitaciones que se deben brindar, ya sea por parte de instituciones competentes o por iniciativa de los propietarios, deben estar enfocadas en la constancia y evaluación permanente del personal; como también se deben desarrollar debates, talleres, dinámicas, lo cual permita saber llegar a los trabajadores; además se debe hacer un análisis previo de las características de los colaboradores con los que se cuenta para que la información esté de acuerdo con sus necesidades; haciéndoles saber que su trabajo es de suma importancia para la buena imagen de cada atractivo y por ende de la ruta y empresa a la cual representa. Como menciona Camarena y Coral (2016) en su investigación titulada *Diagnóstico de los componentes del sistema de gestión turística en comunidades receptoras andinas. Caso: provincia de Chupaca, valle del Mantaro, región Junín*, identifican un punto importante que es la elaboración de plan de capacitaciones técnicas para quienes están involucrados, lo que

conlleve a la mejora de la gestión turística. Así, también, es importante que las personas que laboran en los emprendimientos de los atractivos sean conscientes de la importancia de conservar el medio ambiente, por lo cual deben realizar y fomentar las buenas prácticas, permitiendo el desarrollo de un turismo responsable, además de conservar, en el caso de la Ex hacienda de Llushcapampa y el Mirador Arqueológico La Cueva, el patrimonio cultural que albergan en su territorio.

Es sustancial mencionar que en el desarrollo de la actividad turística existen elementos fundamentales para que se dé una buena gestión, entre ellos el recurso humano, quienes deberían contar con el conocimiento, capacidades y la experiencia necesaria en temas como gestión turística; esto representa uno de los elementos más importantes ya que de ellos dependerá el desarrollo de un destino sostenible y competitivo. Asimismo, es imprescindible que las organizaciones e instituciones involucradas cuenten con recursos económicos, dentro de lo cual se debe destinar y hacer un buen uso de los materiales y presupuesto con el que se cuente, como también generar interés de los gobiernos a través de proyectos para la obtención de dichos recursos, por lo que resulta fundamental que exista coordinación eficiente entre las instituciones del sector, tanto públicas como privadas, pues el turismo es una actividad que requiere la participación en conjunto de todos los involucrados, los cuales deberían compartir un objetivo en común. En el caso del área de estudio no se dispuso del presupuesto suficiente, lo cual limitaba el trabajo a realizar por parte de la Dircetur. Por otra parte, las asociaciones pertenecientes a la ruta hasta el 2021 han ido participando de concursos y programas del Estado para obtener financiamiento que puedan invertir en sus recursos turísticos. Terán (2019) en su investigación denominada *factores condicionantes de la planificación y gestión de la actividad turística en el distrito de Cajamarca – Perú 2016*, afirma que existe en el distrito una mala planificación y gestión, ya que no se cuenta con recursos humanos especializados en estos

temas; además se cuenta con pocos recursos materiales y económicos en las instituciones públicas, como también la coordinación interinstitucional es deficiente. Dichos factores condicionan el trabajo que realiza la superestructura turística.

En cuanto a la coordinación y dirección como etapa fundamental en la gestión se identificó que hace falta la coordinación constante entre los emprendimientos con el Comité de Gestión de la Ruta Turística de Llushcapampa, lo cual afecta al fomento y posicionamiento de este circuito, las instituciones involucradas sólo son la Dircetur – Cajamarca y en algunas acciones la Municipalidad de Cajamarca. Luego del lanzamiento de la ruta las reuniones de trabajo son escasas; pues no se muestran coordinaciones que conlleven a realizar actividades en pro de toda la ruta; como menciona el presidente del comité “no se los puede obligar” en el caso de atractivos que no brindan acceso a los turistas debido a la pandemia, como son la Posada del Puruay, el Invernadero El Aliso y la ex Hacienda de Llushcapampa. Tampoco existe un trabajo enfocado en mejorar sus instalaciones, por parte del Comité con las instituciones del sector, ya que la Dircetur no ha dado un seguimiento del trabajo que se ha ido desarrollando en la ruta, lo que resulta en una gestión deficiente de quienes están involucrados en promover la ruta como tal. Resulta importante y fundamental que haya un personal, profesional en el área y externa a los emprendimientos, que pueda planificar, organizarlos y dirigirlos, donde se den y se cumplan con las roles y tareas asignadas, de manera que pueda ser un líder para el comité; ya que las personas que conforman el Comité actual son los diferentes propietarios de los recursos turísticos, y lamentablemente los problemas personales, el no estar de acuerdo con las ideas entre ellos, aspectos como la envidia, el rencor, influyen significativamente en el trabajo que realmente debería hacer el comité de gestión; por ende es necesario la participación e intervención de las instituciones del sector. Por su parte cada emprendimiento ha ido trabajando de manera independiente, estableciendo sus propios horarios de atención y permitiendo o no la

visita de turistas, mejorando instalaciones y promocionándose a través de algunas redes sociales como Facebook, donde ellos mismos son los que lo controlan y manejan. Es fundamental que la gestión realizada en los destinos y productos turísticos sea la más adecuada, puesto que de ello también dependerá la satisfacción o insatisfacción de los turistas; tal es el caso de Lunahuaná como se observa en la investigación de Rosas (2019) titulada *gestión del producto turístico y su impacto en la satisfacción de los turistas y excursionistas: Lunahuaná 2018*, ya que se encontró que existe insatisfacción de los visitantes, pues existe una mala gestión por parte de los involucrados y falta de coordinación de sus autoridades en aspectos como son la infraestructura y servicios básicos, asimismo la Municipalidad de Lunahuaná no cuenta con un Plan de desarrollo turístico local, lo que conlleva a que no se gestione de la mejor manera el producto turístico.

Por otro lado, según las encuestas realizadas a las Agencias de Viajes y turismo del distrito de Cajamarca se identificó que menos del 50% de las empresas que estuvieron operando en el mercado para el año 2021 ofrecen la ruta, como se muestra en la figura 3, así también lo afirma el presidente del Comité de Gestión de la Ruta, quien además es presidente de la Asociación de Escultores Lirio de los Valles a quien le pertenece el Parque de Esculturas Gigantes, que son pocos los turistas que llegan a través de las agencias de viajes, ellos reciben más turistas que van por sus propios medios, es por eso que se ve una baja contribución a la diversificación del producto turístico ofrecido por los intermediarios, ya que son estos los principales conectores entre el turista y los atractivos que se ofrecen. Además, en la figura 7 se puede observar que solo el 36% del 56% que no ofrece la ruta, considera que en un futuro podrían incluir a esta ruta dentro de sus circuitos que ofrecen. En el camino hacia la competitividad de Cajamarca como un destino sostenible es importante crear productos turísticos novedosos y de gran valor, que logren generar el interés de cualquier visitante del

mundo, y esto no va a depender solo de las instituciones del sector, sino que también es importante la participación y el buen trabajo que realice el sector privado y la comunidad receptora, por lo que resulta menester que sea desarrolle un trabajo unificado, compartido y coordinado. Como muestra Cacho y Gavidia (2016) en su investigación que lleva por nombre *competitividad del destino turístico distrito de Cajamarca*, el distrito de Cajamarca no llega a ser competitivo pues hace más de 20 años vienen realizando el mismo trabajo, donde no se contempla innovación, no hay una visión de mercado, no cuenta con productos turísticos competitivos, los circuitos siguen siendo los mismos, no hay una planificación estratégica y no se usan herramientas de seguimiento del funcionamiento de las empresas.

En lo que concierne a los circuitos turísticos y su comercialización se sigue observando que no se fomenta las visitas a otros atractivos fuera de los que ya se vienen ofertando como se aprecia en la figura 3, se sigue trabajando con los mismos circuitos turísticos, es decir, parte del trabajo de las agencias también es explorar nuevos lugares, evaluarlos para que puedan ser ofrecidos y así se cree una oferta más amplia y diversificada. Por ejemplo, dentro del circuito City tours las agencias no ofrecen el Museo de la Marioneta "Manuel Taica Llalle" ubicado a una cuadra de la Plaza de Armas en el Jr. Cruz de Piedra 613, la Casa Museo Nicolás Puga a 8 cuadras de la Plaza de Armas en el Jr. José Gálvez 634, dentro de la ciudad y el centro histórico también se observan diferentes casonas con las peculiares y representativas portadas talladas en piedra y madera, entre otros atractivos también se encuentra la Alameda la Recoleta y la Alameda de los Incas siendo este último parte de los recorridos hacia Baños del Inca, Llacanora y Namora.

Los atractivos representan la base (como lo menciona Chan, 2005) para que los intermediarios en este caso las agencias de viajes y turismo creen otros circuitos, rutas y que, si se añade servicios como alojamiento, alimentación, transporte y actividades turísticas, se

elaboran paquetes y productos turísticos a nivel de distrito, provincia y región. En Cajamarca existen recursos y atractivos turísticos que no son aprovechados de manera responsable y sostenible en pro del desarrollo del turismo para el distrito de Cajamarca, tanto por la empresa privada como las instituciones públicas competentes. Se tiene a Carambayoc un sitio arqueológico ubicado al sur de Cajamarca a media hora de la ciudad, también a Huacaloma un sitio arqueológico muy importante dentro de la cultura cajamarquina, como también el Complejo Arqueológico Layzón carretera a Cumbe Mayo, otros atractivos hacia el norte de Cajamarca por la carretera a Porcón también están la catarata de Porconcillo, en Porcón se cuenta con una comunidad muy auténtica donde aún se conserva tradiciones y costumbres, además de ser una de los pocos centro poblados donde se habla en quechua, en la Cooperativa Agraria Atahualpa Jerusalén o más conocida como Granja Porcón se cuenta con la catarata Tambillo y cerca al zoológico la catarata Lazareto y el pozo verde, diversos espacios para realizar actividades de aventura como campamentos o camping en inglés, caminatas, fotografías, observación de flora y fauna, turismo cultural y vivencial, entre otros. También se encuentra la laguna Chamis, cuerpo de agua e importante para la ciudad de Cajamarca, la cual alberga gran cantidad de aves endémicas de la región. Estos lugares al aire libre, donde el turista tiene mayor contacto con la naturaleza, toman mayor relevancia a partir del 2020 donde se genera la pandemia mundial por el COVID-19 ya que los visitantes buscaban lugares más alejados de la ciudad para evitar el contagio. Por lo que tomaron relevancia algunos atractivos de la Ruta Turística de Llushcapampa como son El Mirador Arqueológico la Cueva y el Parque de Esculturas Gigantes, que luego de implementar los protocolos de bioseguridad reabrieron sus puertas al público, a pesar de que por mucho tiempo no percibían ingresos, sin embargo, el trabajo constante y decidido en estos atractivos les ha permitido seguir en el mercado, teniendo en su mayoría visitantes locales. La pandemia hizo ver que la mayoría de empresas no estaban

preparadas para hacer frente a las nuevas necesidades que demandaban el mercado, muchas de las empresas tuvieron que cerrar por dos o tres meses, otras quebraron, como también estuvieron aquellas que renovaron sus productos servicios y se adaptaron a los cambios que habían; el turismo fue uno de los sectores más afectados, sin embargo permitió que muchas personas emprendan en este sector, dando alternativas de turismo principalmente a la población local.

Por ende es de gran importancia la actuación y coordinación entre las diferentes instituciones necesarias para desarrollar proyectos que ayuden a mejorar las condiciones de los recursos turísticos, se evalúe la demanda turística y a los diferentes mercados potenciales, se haga un diagnóstico del territorio donde se realizará la actividad turística, se dé un valor agregado a los atractivos que se vienen ofertando hace mucho tiempo y se cree una oferta más novedosa y competitiva, se brinden mayores oportunidades a los emprendedores donde realmente los ayude y se promocióne mejor los destinos utilizando nuevas y efectivas estrategias de marketing y publicidad, no solo utilizando material impreso o por parte de las instituciones públicas y privadas realizando ferias de poco alcance.

## CAPÍTULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1. Conclusiones

- La gestión en la Ruta Turística de Llushcapampa durante los años 2018 – 2021 ha sido deficiente, ya que las acciones realizadas dentro del proceso de planificación, organización y coordinación no han sido las adecuadas ni suficientes. Hizo falta un plan de trabajo, no hay una planta turística desarrollada, la infraestructura no contribuye lo necesario para que se desarrolle la actividad turística, hace falta el acondicionamiento de las instalaciones de los atractivos turísticos, no cuentan con un guión turístico y el personal que atiende en los atractivos no tiene las aptitudes necesarias para recibir a los turistas; así mismo, la ruta ha tenido una baja contribución para diversificar el producto turístico que ofrecen las Agencias de Viajes y Turismo del distrito de Cajamarca, ya que solo un 44%, es decir 11 de las 25 empresas encuestadas, ofrecen la ruta turística.
- En el proceso de la puesta en valor de la Ruta Turística Llushcapampa se logró el levantamiento de información, inventariando a todos los atractivos, dentro de los cuales sólo 2 se encuentran registrados en el Inventario Nacional de Recurso Turísticos, por lo que no se cuenta con información documentada de los demás atractivos. Así mismo establecieron el Comité de Gestión de la Ruta Turística Llushcapampa, se realizaron visitas y asesoramiento a cada uno de los emprendimientos, como también se hizo un reportaje promocional de la Ruta Turística y se gestionó el mejoramiento de la carretera principal, culminando con el lanzamiento y la creación de la Ruta mediante la Resolución Directoral Sectorial N° 037-2018- GR.CAJ/DIRCETUR. Existieron elementos que faltaron desarrollarse; como son la señalización en todo el recorrido y los guiones turísticos para cada atractivo turístico.

- Los atractivos turísticos que constituyen la ruta de Llushcapampa presentan las siguientes condiciones turísticas: Carecen de señalización turística en sus instalaciones, determinación y acondicionamiento de caminos, personal permanente que atienda a los visitantes, mejoramiento de sus paradores turísticos de cada uno de ellos; asimismo hace falta el fortalecimiento de sus capacidades, para mejorar la atención y la dirección empresarial del talento humano que labora en estos emprendimientos.
- Actualmente no existe una coordinación constante del Comité de Gestión de la Ruta Turística Llushcapampa con las instituciones públicas y privadas del sector turismo. Cada atractivo trabaja de manera independiente.
- El producto turístico que ofrecen las agencias de viajes y turismo en el distrito de Cajamarca que estuvieron operando en el año 2021, lo componen los circuitos: City Tours de los cuales lo ofrece el 100% de las agencias, Cumbe Mayo lo ofrece el 96%, Granja Porcón y la Ex hacienda la Colpa lo oferta el 80%, la Ruta Turística Artesanal de Mollepampa el 60% y la Ruta Turística de Llushcapampa el 44%, esto hace ver que se sigue desarrollando el turismo tradicional, por lo que hace falta la innovación y renovación de la oferta. La temática o características principales que tienen estos circuitos son la naturaleza y la cultura. Asimismo, se comercializan a través de paquetes turísticos.

## **6.2. Recomendaciones**

### **6.2.1. A la Municipalidad Provincial de Cajamarca**

- Gestionar proyectos para el mejoramiento de la carretera del Centro Poblado Río Grande, que es donde se encuentra ubicada la Ruta Turística Llushcapampa, como también de los servicios básicos, sobre todo con la implementación de un sistema de

transformación de residuos, como biodigestores. Esto, con la finalidad de brindar mayor calidad a la comunidad, a la par que ayude al buen desarrollo de la actividad turística.

#### **6.2.2. *A la Dirección de Comercio Exterior y Turismo de Cajamarca***

- Registrar en el Inventario Nacional de Recursos Turísticos a los demás atractivos turísticos que conforman la Ruta Turística, para que sirva como una base de datos, contando con información necesaria para futuras investigaciones y proyectos turísticos.
- Realizar un seguimiento de los circuitos y rutas que se han creado, con la finalidad de conocer las condiciones en las que se encuentran y se puedan tomar acciones orientadas a la mejora de éstos.
- Desarrollar productos turísticos novedosos, teniendo en cuenta la demanda, para que éstos lleguen a tener acogida y los turistas estén satisfechos.

#### **6.2.2. *Al Comité de Gestión de la Ruta Turística de Llushcapampa***

- Establecer un plan de trabajo enfocado en el fomento de toda la ruta turística, y se cuente con la participación de todos los emprendimientos.
- En coordinación con el Gobierno Regional de Cajamarca y la MPC, gestionar proyectos de señalización turística de todo el recorrido de la ruta turística, lo que permitirá una mejor orientación a los visitantes.

#### **6.2.3. *A los propietarios de los atractivos que conforman la ruta***

- Capacitar y contratar personal permanente para atención de los turistas con la finalidad de generar experiencias gratas y memorables en los visitantes.
- Buscar capacitarse en temas relacionados a la dirección empresarial, para que puedan tener un manejo adecuado de sus asociaciones y/o empresas.

- Mejorar la señalización turística dentro de sus atractivos, acondicionar sus paradores turísticos y demás instalaciones, además de diseñar sus guiones turísticos, con la finalidad de tener un atractivo mejor organizado y los visitantes estén satisfechos.

## REFERENCIAS

- Acerenza, M. (2006). *Conceptualización, Origen y Evolución del Turismo* (1.ª ed.). Editorial Trillas. <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/11/Conceptualización-origen-y-evolución-del-turismo-de-Miguel-Acerenza-PDF.pdf>
- Arcila-Garrido, M., Calderón-Puerta, D. y López-Sánchez, J. (2018). Las Rutas e Itinerarios Turístico-Culturales en los Portales Oficiales de Turismo de las Comunidades Autónomas Españolas. *Revista de Estudios Andaluces*, 35, 123– 145. <https://doi.org/10.12795/rea.2018.i35.05>
- Arévalo, G. (2018). La ruta turística enológica en Querétaro y Baja California, México: Un enfoque estratégico. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 14(2), 122–134. <https://doi.org/10.4067/s0718-235x2018000200122>
- Bertalanffy, L. (1989). *Teoría General de los Sistemas: Fundamentos, desarrollo, aplicaciones* (J. Almela, Trad.; 1.ª ed.). Fondo de Cultura Económica. (Trabajo original publicado en 1968). <http://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/Teoria-General-de-los-Sistemas.pdf>
- Boullón, R. (2006). *planificación del Espacio Turístico* (4.ª ed.). Editorial Trillas. <http://prepacihuatlan.sems.udg.mx/sites/default/files/planificaciondelespacioturistico/robertoc.boullon.pdf>
- Cacho, J., y Gavidia, S. (2016). *Competitividad del Destino Turístico Distrito de Cajamarca* [Tesis de pregrado, Universidad Privada Antonio Guillermo Urrello]. Archivo digital.

[https://1library.co/document/qm3w354y-competitividad-del-destino-turistico-districto-de-cajamarca.html?utm\\_source=seo\\_title\\_list](https://1library.co/document/qm3w354y-competitividad-del-destino-turistico-districto-de-cajamarca.html?utm_source=seo_title_list)

Camarena, I., y Coral, F. (2016). *Diagnóstico de los Componentes del Sistema de Gestión Turística en Comunidades Receptoras Andinas. Caso: Provincia de Chupaca, Valle del Mantaro, Región Junín* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica Del Perú] Repositorio Institucional de la Pontificia Universidad Católica del Perú. [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/8454/Camarena\\_Coral\\_Diagn%3%b3stico%20de%20los%20componentes%20del%20sistema.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/8454/Camarena_Coral_Diagn%3%b3stico%20de%20los%20componentes%20del%20sistema.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Cárdenas, F. (2006). *Proyectos Turísticos Localización e inversión* (2.<sup>a</sup> ed.). Editorial Trillas. <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/119-flavio-cardenas-tavares-proyectos-turisticos.pdf>

Chan, N. (2005). *Circuitos Turísticos Programación y Cotización* (3.<sup>a</sup> ed.). Ediciones Turísticas de Mario Banchik. [https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/110-circuitos-tur3adsticos-\\_programac3b3n-y-cotizac3b3n.pdf](https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/110-circuitos-tur3adsticos-_programac3b3n-y-cotizac3b3n.pdf)

Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la Teoría General de la Administración* (C. de la Fuente y E. Montaña, Trad.; 7.<sup>a</sup> ed.). Mc Graw Hill Interamericana. (Trabajo original publicado en 2004). [https://frq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15525/mod\\_resource/content/0/Chiavenato Idalberto.Introducción a la teoría general de la Administración.pdf](https://frq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15525/mod_resource/content/0/Chiavenato%20Idalberto.Introducci3b3n%20a%20la%20teor3b3a%20general%20de%20la%20Administraci3b3n.pdf)

Consejo Mundial de Viajes y Turismo. (s.f.). *“Viajes seguros”: Protocolos globales y sello para la nueva normalidad*. World Travel & Tourism Council. <https://wttc.org/COVID-19/Safe-Travels-Global-Protocols-Stamp#americas>

Cruz, D. (2014). *Las Rutas Turísticas y su Incidencia en el Turismo de Aventura en el Cantón Archidona, Provincia de Napo* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato] Repositorio Institucional de la Universidad Técnica de Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/9341/1/FCHE-HTP-186.pdf>

Decreto Supremo N°005-2020-Mincetur. (14 de mayo del 2020). Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Diario Oficial El Peruano. [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/710987/D.S.N\\_005.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/710987/D.S.N_005.pdf)

De la Fuente, G. (4 de enero del 2018). *Diseñar rutas turísticas sostenibles y socialmente responsables*. Comunidad ISM. <http://www.comunidadism.es/blogs/disenar-rutas-turisticas-sostenibles-y-socialmente-responsables>

Dirección de Comercio Exterior y Turismo Cajamarca (2018). *Propuesta Técnica “Ruta Turística de Llushcapampa”*. Archivo Digital.

Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - Cajamarca. (2021). *Directorio de Agencias de Viajes y Turismo* [hoja de cálculo].

El Comercio. (20 de noviembre del 2018). *Cajamarca: descubre este circuito turístico alternativo*. <https://elcomercio.pe/vamos/peru/cajamarca-descubre-circuito-turistico-alternativo-noticia-579327-noticia/>

Embajada de Suiza en Perú, Programa de Cooperación al Desarrollo Económico y Secretaría de Estado para Asuntos Económico SECO. (2014). *Conceptos básicos para la gestión de destinos turísticos*. Destino del Perú. [https://www.swisscontact.org/fileadmin/user\\_upload/COUNTRIES/Peru/Documents/Publications/Conceptos\\_basicos\\_para\\_la\\_gestion\\_de\\_destinos\\_turisticos.pdf](https://www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/COUNTRIES/Peru/Documents/Publications/Conceptos_basicos_para_la_gestion_de_destinos_turisticos.pdf)

Entorno Turístico Staff. (25 de mayo del 2021). *Presentan campaña “365 días en Yucatán”*.

Entorno Turístico. <https://www.entornoturistico.com/presentan-campana-365-dias-en-yucatan/>

Formación en Ambientes Virtuales de Aprendizaje y Servicio Nacional de Aprendizaje. (s.f.).

*Diseño de Ruta Turísticas.*

[https://www.academia.edu/32072888/Diseño\\_de\\_Rutas\\_turísticas](https://www.academia.edu/32072888/Diseño_de_Rutas_turísticas)

Gamboa, E. (2020). *Análisis de la gestión turística para el desarrollo del turismo sostenible en*

*el circuito turístico en Millpu, Ayacucho 2022* [Tesis de pregrado, Universidad César

Vallejo]. Repositorio de la Universidad César Vallejo.

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/91549/Gamboa\\_CEL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/91549/Gamboa_CEL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Gil, V., y Silva, T. (2018). *Condición Situacional de los Recursos Turísticos del Departamento*

*de Cajamarca, Orientada a las Propuestas de Actuación como Fuente Generadora de*

*Desarrollo Económico* [Tesis de maestría, Universidad Privada Antonio Guillermo

Urrelo]. Archivo digital. [https://1library.co/document/yjedenpq-condicion-situacional-turisticos-departamento-cajamarca-propuestas-actuacion-generadora.html?utm\\_source=related\\_list](https://1library.co/document/yjedenpq-condicion-situacional-turisticos-departamento-cajamarca-propuestas-actuacion-generadora.html?utm_source=related_list)

Gómez, M., y Vílchez, C. (2017). *Gestión Turística Municipal y su Influencia en la Actividad*

*Turística de la Ciudad de Bagua Grande, Provincia de Utcubamba- Región Amazonas*

*2011-2016* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional “Toribio Rodríguez de Mendoza

de Amazonas”]. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional "Toribio

Rodríguez de Mendoza de Amazonas".

[http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/1176/MELVY GOMEZ MONTALBAN.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/1176/MELVY_GOMEZ_MONTALBAN.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Huergo, J. (2003). Los procesos de gestión. *Material de lectura para los cursos de “Comunicación en las organizaciones públicas”*. Provincia de Bs. As.: IPAP, 2004.

InterMark. (s.f.). *Desarrollo de Productos Turísticos*.

[https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo\\_Turistico\\_-\\_LS2.3.\\_Desarrollo\\_de\\_Productos\\_Turisticos.pdf](https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.3._Desarrollo_de_Productos_Turisticos.pdf)

Lalangui, J. y Urquiola, O. (2016). La Ruta Agro Turística y de Naturaleza Banagua de la Provincia El Oro. *Revista Universidad y Sociedad*, 8(3), 128–134.  
<https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/422/pdf>

Lohmann, G., y Panosso, A. (2012). *Teoría del TURISMO Conceptos, modelos y sistemas* (2.<sup>a</sup> ed.). Editorial Trillas. <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Teoría-del-Turismo-Conceptos-modelos-y-sistemas-de-Panosso-PDF.pdf>

Manrique, A. (2016). Management and design: Convergence disciplinar. *Revista Científica Pensamiento y Gestión*, 40, 129–158. <https://doi.org/10.14482/pege.40.8808>

Martínez, C. (1997). El proceso de investigación y la teoría de gestión. *INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales*. (10).  
<https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/32626/19355-63636-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Martínez, C. (2002). Neoinstitucionalismo y teoría de gestión. *INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales*. (19).  
<https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/36292/23953-87022-1-PB.pdf>
- Martorell, A. (2014). Criterios de Comparación entre Itinerarios Culturales (Patrimoniales) y Rutas Diseñadas. *Turismo y Patrimonio*, 9556(8), 103–114.  
<https://doi.org/10.24265/turpatrim.2014.n8.08>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s.f.). *Mapa de ubicación de recursos turísticos y emprendimientos de turismo rural comunitario*.  
<https://sigmincetur.mincetur.gob.pe/turismo/>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2018). *Manual para la elaboración y actualización del inventario de recursos turísticos*. Impresiones & Publicidad Vizerza S.A.C. [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual\\_para\\_la\\_Elaboaracion\\_y\\_actualizacion\\_del\\_inventario\\_de\\_recursos\\_turisticos.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual_para_la_Elaboaracion_y_actualizacion_del_inventario_de_recursos_turisticos.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (24 de marzo del 2020). ¿Qué hacemos?  
<https://www.gob.pe/725-ministerio-de-comercio-exterior-y-turismo-que-hacemos>
- Molina, S. y Rodríguez, S. (2005). *Planificación Integral del Turismo* (2.ª ed.). Editorial Trillas.  
[https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/106-plan\\_integral\\_del\\_tur.pdf](https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/106-plan_integral_del_tur.pdf)
- Organización Mundial del Turismo. (s.f.). *Glosario de términos de turismo*.  
<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

- Organización de las Naciones Unidas. (2010). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*. <https://doi.org/10.18111/9789213612385>
- Perera, G y Betancourt, M. (2016). Técnicas de interpretación para la gestión turística en los recorridos de ciudad: el caso de la ciudad de Camagüey. *Retos de la dirección*. 10. (1). [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2306-91552016000100007](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552016000100007)
- Portal Oficial de Turismo de España. (s.f.). *Ruta de Don Quijote*. <https://www.spain.info/es/ruta/don-quiote/>
- Rado, Y. (2022). *Turismo de aventura en la modalidad de trekking para diversificar la oferta turística en el distrito de Ccorca, Cusco – 2022* [Tesis de pregrado, Universidad Andina del Cusco]. Repositorio Digital Universidad Andina del Cusco. [https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/5448/Yanet\\_Tesis\\_bachiller\\_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/5448/Yanet_Tesis_bachiller_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Resolución Directorial Sectorial N°037-2018-GR.CAJ/DIRECTUR (05 de diciembre del 2018). Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo. Archivo Digital.
- Rivera, M. (2016). *Rutas Turístico-Culturales Responsables y Desarrollo Local: La Experiencia Piloto de la “Ruta de la Córdoba de las Américas”* (España). <https://helvia.uco.es/xmlui/handle/10396/14545>
- Rosas, J. (2019). *Gestión del producto turístico y su impacto en la satisfacción de los turistas y excursionistas: Lunahuaná, 2018* [Tesis de doctorado, Universidad Ricardo Palma]. Repositorio Institucional de la Universidad Ricardo Palma. <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/urp/1040>

- Sánchez - Ruiz, J., Coronel - Curimilma, L., Suárez - Jaramillo, A. y Maza - Ortega, M. (2020). Ruta Turística Maíz y Cascadas: Estudio de Caso con Enfoque del Turismo Cultural y Natural. *Revista Universidad, Ciencia y Tecnología*, 24(99), 54–61. <https://uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/295>
- Sopalo, E. (2020). *Rutas cicloturisticas y su incidencia en el turismo del cantón la maná, provincia de Cotopaxi* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Cotopaxi]. Repositorio Digital Universidad Técnica de Cotopaxi. <https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/6915/1/UTC-PIM-000257.pdf>
- Servicio Nacional de Turismo. (2015). *Manual Paso a paso para el Diseño de Productos Turísticos Integrados*. <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/08/244-manual-productos-turc3adsticos-chile.pdf>
- Servicio Nacional de Turismo. (2016). *Elementos para la gestión de Destinos Turísticos*. Subdirección de Desarrollo Sernatur en base al documento “Gestión de Destinos Turísticos Sustentables”. <https://docplayer.es/112974406-Manual-de-destinos-elementos-para-la-gestion-de-destinos-turisticos.html>
- Terán, A. (2019). *Factores condicionantes de la planificación y gestión de la actividad turística en el distrito de Cajamarca - Perú, 2016* [Tesis de doctorado, Universidad Nacional de Trujillo]. Biblioteca digital de la Universidad Nacional de Trujillo. <https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/15857/Teran%20Vigo%20Alfonso%20Antonio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Turismo Peru. (s.f.). *Rutas turísticas por el Perú*. <https://www.somosperu.org.pe/rutas-turisticas-por-el-peru>

- Velasco, M. (2009). Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural. *Cuadernos de turismo*. (23).  
<https://revistas.um.es/turismo/article/view/70121/67591>
- Velasco, M. (2016). Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 14 (3).  
[https://www.pasosonline.org/Publicados/14316/PS316\\_02.pdf](https://www.pasosonline.org/Publicados/14316/PS316_02.pdf)
- Visit México. (s.f.). *Viaja por las distintas rutas que México tiene para ti*.  
<https://www.visitmexico.com/rutas-turisticas>

## **APÉNDICES Y ANEXOS**

### **APÉNDICES**

#### **Apéndice 1: Matriz de consistencia**

**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

**Gestión de la Ruta Turística Llushcapampa y su contribución a la diversificación del producto turístico del distrito de Cajamarca, en los años 2018 -2021**

<b>PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE</b>	<b>METODOLOGÍA</b>
<p><b>General</b></p> <p>¿Cómo ha sido la gestión de la Ruta Turística Llushcapampa y su contribución a la diversificación del producto turístico del distrito de Cajamarca, en los años 2018 -2021?</p> <p><b>Específicas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Cuáles son las condiciones turísticas actuales de los recursos que conforman la ruta turística de Llushcapampa?</li> <li>- ¿Cómo ha sido el proceso a través del cual se ha puesto en</li> </ul>	<p><b>A. Objetivo General</b></p> <p>Analizar la gestión de la Ruta Turística Llushcapampa y su contribución a la diversificación del producto turístico del distrito de Cajamarca, en los años 2018 -2021.</p> <p><b>B. Objetivos específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Caracterizar las condiciones turísticas actuales de los recursos que conforman la ruta turística de Llushcapampa.</li> <li>- Analizar el proceso a través del cual se ha puesto en valor la Ruta Turística de Llushcapampa por parte de los involucrados.</li> <li>- Describir la coordinación interinstitucional entre las entidades públicas del sector</li> </ul>	<p>La gestión de la ruta turística Llushcapampa es deficiente debido a que no cuenta con una adecuada planificación, la organización cuenta con un ente gestor con poco liderazgo y coordinación interinstitucional, esto no permite contribuir a la diversificación de circuitos turísticos óptimos y a la comercialización del producto turístico del distrito de Cajamarca</p>	<p><b>A. Variable</b></p> <p><b>V1.</b> Gestión de la Ruta Turística Llushcapampa</p> <p><b>V2.</b> Diversificación del producto turístico</p> <p><b>B. Dimensiones</b></p> <p><b>V1.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificación</li> <li>- Organización de la Ruta Turística Llushcapampa</li> <li>- Dirección y coordinación Interinstitucional</li> </ul> <p><b>V2.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Circuitos turísticos</li> <li>- Comercialización</li> </ul>	<p><b>Métodos de investigación</b></p> <p>Descriptivo.</p> <p><b>Población</b></p> <p>51 agencias de viajes y turismo del distrito de Cajamarca (Dircetur-2021).</p> <p><b>Muestra</b></p> <p>Muestro por conveniencia</p>

- 
- valor la Ruta turística de Llushcapampa por parte de los involucrados?
- ¿Cómo es la coordinación interinstitucional entre las entidades públicas del sector turismo y el comité de gestión de ruta turística de Llushcapampa?
- ¿Cómo es la diversificación del producto turístico que se oferta en las agencias de viajes y turismo de Cajamarca?
- turismo y el comité de gestión durante los años de ruta turística de 2018-2021. Llushcapampa.
- Identificar la diversificación del producto turístico que se oferta en las agencias de viajes y turismo de Cajamarca.
-

## **Apéndice 2: Guía de entrevista para Especialista en Turismo de la Dircetur-Cajamarca, durante el diseño y difusión de la ruta.**

**Objetivo:** La presente entrevista pretende conocer el proceso a través del cual se ha puesto en valor la Ruta Turística de Llushcapampa.

**Nombres y Apellidos:**

**Ocupación:**

**Cargo que ocupó en la Dircetur:**

**Periodo del cargo:**

1. ¿De quién fue la idea de crear una nueva ruta? ¿Se tenía planificado dentro de las funciones de la Dircetur-Cajamarca
2. ¿Qué elementos (temática, disponibilidad, espacio geográfico, centro de soporte) se tuvieron en cuenta y/o influyeron para determinar los recursos y establecer la ruta turística?
3. ¿Cuál fue el objetivo de diseñar la ruta? ¿Qué oportunidades se identificaron?
4. ¿Se estableció un plan para el desarrollo de la ruta? Actividades, cronograma.
5. ¿Se designó algún presupuesto para la ruta?
6. ¿Cómo se distribuyeron las tareas a realizar y quienes fueron los responsables e involucrados?
7. ¿Cuál fue el recorrido que se propuso? ¿Solo fue uno?
8. ¿Por qué el nombre de Ruta Turística de Llushcapampa?
9. ¿Se realizaron pruebas del circuito? ¿Cómo se desarrollaron y quienes fueron los involucrados?
10. ¿De qué manera se distribuyó el presupuesto?
11. ¿Qué actividades se realizaron en la ruta de acuerdo con el plan? ¿Quiénes participaron?
12. ¿Cómo fue el trabajo con los dueños (comité) de los recursos turísticos que conforma la ruta? ¿Qué acuerdos y/o actividades realizaron? ¿Cada cuánto tiempo se reunían?
13. ¿Qué instituciones públicas y privadas se involucraron para promover la ruta? ¿Qué actividades realizó cada una de ellas?
14. ¿De qué manera intervinieron los gremios del sector?
15. ¿Se generaron alianzas con instituciones y/o empresa?
16. ¿Cuál fue el rol de las Agencias de Viajes y turismo?

17. ¿Se trabajó con las comunidades aledañas a la ruta? ¿Si o no? ¿Por qué?
18. ¿De qué manera se dio a conocer la ruta? ¿Considera que fue lo adecuado? ¿Por qué?
19. ¿Se realizaron actividades de monitoreo, control y retroalimentación en la búsqueda de la mejora de la ruta, luego de su difusión?
20. ¿Hubo limitaciones para desarrollar y promover la ruta? ¿Cuáles fueron? Y cómo se superaron
21. ¿Qué cree que se debe mejorar para que la ruta se aproveche mejor en la diversificación del producto turístico de Cajamarca? Realizar balance de los resultados que se lograron y que actualmente faltaría lograr.
22. ¿De quién o quiénes depende que la ruta contribuya a diversificar el producto turístico?
23. ¿Cómo proyecta la Ruta Turística a largo plazo? De acuerdo con las acciones que se han y vienen desarrollando ahora.

### **Apéndice 3: Guía de entrevista para el presidente del Comité de Gestión de Ruta Turística Llushcapampa**

**Nombres y Apellidos:**

**Ocupación:**

**Objetivo:** La entrevista tiene como finalidad conocer la coordinación interinstitucional entre las entidades públicas del sector turismo y el comité de gestión de ruta turística de Llushcapampa.

1. ¿Cómo nace la idea de fomentar el turismo en el sector Llushcapampa y crear la ruta turística? ¿Cuál fue el objetivo?
2. ¿Cuántos atractivos se identificaron para ser parte de la ruta? ¿Por qué se eligieron a esos atractivos?
3. ¿Se elaboró algún documento (plan, entre otros) para diseñar y establecer la ruta? Si fue así, ¿En coordinación con quienes (instituciones, empresa, dueños de los atractivos) se trabajó?
4. ¿Se designó algún presupuesto?
5. ¿Cómo se establece el Comité de gestión de la Ruta Turística de Llushcapampa? ¿Existen documentos que avalen su creación?
6. ¿Cuál es el objetivo del comité?
7. ¿Se redactó en algún documento las funciones de cada cargo establecido? Y ¿cómo se designó responsabilidades?
8. ¿Todos los integrantes del comité se reunían? ¿Cada cuánto tiempo? ¿Se plasmaban en algún documento los acuerdos y designación de responsabilidades?
9. ¿Qué actividades se realizaron, de acuerdo con las reuniones?
10. ¿Qué instituciones se involucraron en el diseño y en la difusión de la ruta? Y qué actividades realizaron cada una de ellas
11. ¿Qué acciones en conjunto realizaron?
12. ¿De qué manera intervinieron los gremios del sector?
13. ¿Se generaron alianzas con instituciones y/o empresas?
14. ¿De qué manera se trabajó con las Agencias de Viajes y Turismo?
15. ¿Se trabajó con las comunidades aledañas a la ruta? ¿Si o no? ¿Por qué?
16. ¿Por qué se estableció el nombre de Ruta Turística Llushcapampa?
17. ¿Cómo se dio a conocer la ruta? Considera que fue lo adecuado

18. ¿Hubo limitaciones para desarrollar y promover la ruta? ¿Cuáles fueron? Y cómo se superaron
19. ¿Cuál es o fueron las limitaciones o problemas más serios que han enfrentado ustedes para que los turistas visiten la ruta?
20. ¿De qué manera se han ido organizando para promover la ruta, luego de su difusión? Mejoramiento de infraestructura, servicios, instalaciones.
21. ¿Qué estrategias de publicidad han utilizado para que la ruta sea más conocida?
22. Como comité de gestión de la ruta ¿Qué actividades han realizado (fiscalización, monitoreo, capacitaciones) en la búsqueda de la mejora de la ruta, luego de su difusión?
23. ¿De qué manera les han apoyado las instituciones públicas y privadas del sector, luego de la difusión de la ruta? Orientación, capacitaciones, promoción, económicamente, entre otros.
24. Cuando los turistas van hacia Llushcapampa, ¿visitan todos los atractivos de la ruta?
25. ¿Cómo ha beneficiado a la población aledaña el desarrollo de la ruta?
26. ¿Qué medidas han tomado para contribuir con el cuidado del medio ambiente?
27. ¿Qué estrategias han utilizado frente al COVID-19 para seguir promoviendo las visitas a la ruta?
28. ¿Cuáles son los puntos débiles (deficiencias) de la ruta? ¿Qué se necesita para cambiar esa posición?
29. ¿Qué cree que se debe mejorar para que la ruta se aproveche mejor en la diversificación del producto turístico de Cajamarca?
30. ¿Qué resultados tangibles se han tenido hasta el momento?
31. ¿Cómo proyecta la Ruta Turística a largo plazo? De acuerdo con las acciones que se van realizando ahora.

#### **Apéndice 4: Guía de entrevista para director de la Dircetur-Cajamarca o Especialista en Turismo de la Dircetur-Cajamarca**

**Objetivo:** La entrevista tiene como finalidad identificar las acciones realizadas que han contribuido en la diversificación y mejora del producto turístico de Cajamarca.

**Nombres y Apellidos:**

**Ocupación:**

**Cargo:**

1. ¿Qué programas se han desarrollado para mejorar y fortalecer los servicios asociados al producto turístico en el distrito de Cajamarca? ¿Qué instituciones se ven involucradas?
2. ¿Qué proyectos se han ejecutado para mejorar la infraestructura del distrito de Cajamarca y que hayan ayudado a mejorar el producto turístico?
3. ¿Qué acciones se han realizado para promover facilidades y medidas de seguridad a turistas, para la reactivación del turismo en el distrito de Cajamarca?
4. ¿Qué estrategias se han utilizado para la promoción turística en el distrito de Cajamarca? ¿Con qué instituciones se hace coordinaciones?
5. ¿Considera importante que Cajamarca debe tener una marca? ¿Qué se acciones se han realizado para conseguirlo?
6. ¿Cuál es el presupuesto designado para el área de turismo? ¿En qué se utiliza?
7. ¿Qué aspectos se tiene en cuenta al momento de declarar zonas de interés turístico en la región?
8. ¿De qué manera se benefician las comunidades locales involucradas dentro de los circuitos/rutas turísticas?
9. ¿Qué medidas se ejecutan para proteger y minimizar el impacto del desarrollo del turismo en el medio ambiente y preservación de recursos naturales de la región, relacionadas con la actividad turística?
10. ¿De qué manera se trabaja con las agencias de viajes y otros involucrados para diversificar la oferta turística? ¿Qué acciones se realizan?
11. ¿Se viene desarrollando nuevos circuitos/rutas turísticas en el distrito de Cajamarca? ¿Cuáles?
12. En cuanto a la Ruta Turística Llushcapampa ¿Cómo se viene trabajando con los involucrados de la ruta? Actividades desarrolladas
13. ¿Qué acciones se han desarrollado para promoverla? Solo Dircetur

14. ¿Qué acciones se han realizado con el comité, instituciones públicas y privadas (IPERU, GREMIOS, MPC) para promover la Ruta Turística Llushcapampa?
15. Por favor realice un balance respecto a logros y limitaciones del trabajo de la DIRCETUR en la ruta.
16. ¿De quién o quiénes depende que la ruta contribuya a diversificar el producto turístico?
17. De acuerdo con las acciones realizadas ¿Qué resultados tangibles se han tenido?
18. Cómo proyectan la Ruta Turística a unos 5 años o a futuro o largo plazo? De acuerdo con las acciones que se van realizando ahora.

## **Apéndice 5: Encuesta para gerentes de las Agencias de Viajes y Turismo del distrito de Cajamarca**

**Introducción:** La presente encuesta tiene como objetivo identificar el producto turístico que vienen ofertando las Agencias de Viajes y Turismo de Cajamarca con la finalidad de analizar la contribución de la Ruta Turística Llushcapampa en la diversificación del producto. La encuesta es de carácter anónimo y se aplica como parte del trabajo de investigación para obtener el título de Licenciada en Turismo y hotelería. Agradecería llenar el cuestionario de manera consciente y veraz.

- 1. Tipo de Agencia de Viajes y Turismo**
  - a) Mayorista
  - b) Minorista
  - c) Operador
- 2. ¿Qué circuitos turísticos/corredores del distrito de Cajamarca ofrece? Puede marcar varios**
  - a) City tours
  - b) Cumbemayo
  - c) Granja Porcón
  - d) Ex Hacienda la Colpa
  - e) Ruta Turística Artesanal de Mollepampa
  - f) Ruta Turística Llushcapampa
  - g) Otros (especificar, ojo solo distrito de Cajamarca): .....
- 3. ¿Cuál es la temática (o principal característica) que se vende en los circuitos ofrecidos?**
  - a) Especificar: .....
  - b) No tiene
- 4. ¿Características que presentan los recursos ofrecidos? Puede marcar varios**
  - a) Valor cultural y natural
  - b) Atractividad y particularidad
  - c) Ubicación geográfica
  - d) Accesibilidad
  - e) Reconocimiento
  - f) Estado de conservación
- 5. ¿Qué circuitos turísticos NO ofrece pero los considera potenciales para ofrecer en un futuro? Puede marcar varios**
  - a) Ruta Turística Artesanal de Mollepampa
  - b) Ruta Turística Llushcapampa
  - c) Laguna Chamis
  - d) Otros (ojo solo distrito de Cajamarca): .....
- 6. Si ofrece la Ruta Turística Llushcapampa responder la pregunta propuesta aquí, caso contrario pasar a la pregunta N° 12. ¿Cuál es el principal motivo de ofrecer la ruta?**

- a) Beneficios económicos
  - b) Diversificación
  - c) Novedad
  - d) Ubicación
  - e) Otro (especificar): .....
- 7. ¿Qué atractivos se visitan al recorrer la ruta? Puede marcar varios**
- a) La Posada del Puruay
  - b) Centro de Demostración y Capacitación (CEDECAP)
  - c) Invernadero el Aliso
  - d) Iglesia y Casa Hacienda De Llushcapampa
  - e) Invernadero Floricultura
  - f) Mirador Arqueológico la Cueva
  - g) Parque de Esculturas Gigantes
  - h) Otros (especificar): .....
- 8. ¿Qué aspectos considera que se deben mejorar en la Ruta Turística Llushcapampa? Puede marcar varios**
- a) Infraestructura (carretera, servicios básicos, telecomunicaciones)
  - b) Equipamiento (alojamiento, alimentación, entre otros)
  - c) Instalaciones (miradores, paradores, señalización)
  - d) Condiciones de los atractivos
  - e) Atención en los atractivos
  - f) Actividades turísticas
  - g) Otros (especificar): .....
- 9. ¿Qué tipo de turista busca visitar más la Ruta Turística Llushcapampa?**
- a) Extranjeros
  - b) Nacionales
  - c) Locales (excursionistas)
- 10. ¿Cuál es el principal Motivo de los turistas para visitar la Ruta Turística Llushcapampa?**
- a) Ocio y recreación
  - b) Parque de Esculturas Gigantes
  - c) Novedad
  - d) Ubicación
  - e) Precio
  - f) Otro (especificar):.....
- 11. ¿Cómo proyecta a la Ruta Turística Llushcapampa de aquí a 4 años?**  
.....
- 12. Razones por las que no ofrece la ruta. Puede marcar varios**
- a) Ubicación geográfica
  - b) Condiciones de los recursos
  - c) Desconocimiento de su existencia
  - d) Otros (especificar):.....

**Apéndice 6: Guía de observación para caracterizar las condiciones turísticas actuales de los recursos que conforman la ruta turística de Llushcapampa.**

Nombre del recurso						
Propietario del recurso						
Ubicación						
Horario de visita						
<b>Indicadores</b>	<b>Valoración</b>					<b>Observación</b>
<b>Clasificación del recurso</b>	Categoría:	Tipo:	Subtipo:			
<b>Particularidad</b>	Internacional	Nacional	Regional	Local		
<b>Reconocimiento</b>	Internacional	Nacional	Regional	Local		
<b>Accesibilidad</b>	Tipo de acceso:	Medio de transporte:	Tipo de vía terrestre:			
<b>Tipo de ingreso</b>	Libre	Semi restringido	Con boleto o ticket	Otros:		
<b>Actividades turísticas</b>	Naturales:	Paseos:	Deportes/ aventura:	Deportes acuáticos:	Cultura y folclore:	Otros:
<b>Servicios turísticos</b>	Alojamiento	Alimentación	Otros servicios	Lugares de recreación:		
<b>Servicios complementarios</b>			<b>Marcar</b>	<b>Observación</b>		
Internet						
Servicio de taxis						
Servicio de estacionamientos						
Venta de materiales para fotografías						

Tópico							
<b>Instalaciones</b>		<b>Marcar</b>	<b>Observación</b>				
Miradores turísticos							
Estacionamiento de vehículos							
Señales turísticas de orientación							
Señales turísticas de interpretación							
Boletería							
Zonas de muestras artesanales							
Centros de interpretación							
Instalación para la exposición de flora o fauna							
Paradores turísticos							
Oficina de información turística							
Zonas de campamento							
Estancia para animales de transporte turístico							
Orquideario							
Caminos peatonales							
Caminos de herradura							
Puesto de auxilio rápido							
Refugio (para recorridos largos)							
Museo de sitio							
Otros							
<b>Condiciones de accesibilidad para el visitante</b>							<b>Observación</b>
<b>Públicos</b>	<b>Instalaciones</b>		<b>Actividades/programas</b>		<b>Equipamiento</b>		
		<b>Marcar</b>	<b>Especificar</b>	<b>Marcar</b>	<b>Especificar</b>	<b>Marcar</b>	<b>Especificar</b>
<b>Personas con discapacidad</b>							
Física							

Mental							
Intelectual							
Sensorial							
<b>Niños</b>							
<b>Jóvenes</b>							
<b>Adulto Mayor</b>							
<b>Otros</b>							
<b>Infraestructura Básica</b>						<b>Marcar</b>	<b>Observación</b>
Agua potable							
Luz							
Energía alternativa							
Teléfono							
Alcantarillado							
Sistemas de tratamiento							
Alternativo de residuos (Biodigestor, pozo séptico, otros)							
Señalización							

*Nota:* Basado en el Manual para la elaboración y actualización del inventario de recursos turísticos, elaborado por el MINCETUR

### Apéndice 7: Guías de observación de los atractivos turísticos

Nombre del recurso	<i>Posada del Puruay</i>					
Propietario del recurso	<i>Posada del Puruay S. A</i>					
Ubicación	<i>Carretera a Porcón km 4.5</i>					
Horario de visita	<i>24 horas.</i>					
<b>Indicadores</b>	<b>Valoración</b>					<b>Observación</b>
<b>Clasificación del recurso</b>	Categoría: <i>Manifestaciones Culturales</i>	Tipo: <i>Arquitectura y espacios urbanos</i>	Subtipo: <i>Casona</i>			.
<b>Particularidad</b>	Internacional	Nacional	Regional	Local		
<b>Reconocimiento</b>	Internacional	Nacional	Regional	Local		
<b>Accesibilidad</b>	Tipo de acceso: <i>Terrestre</i>	Medio de transporte: <i>Bus, combi, moto, taxi, minivan, entre otros.</i>	Tipo de vía terrestre: <i>Carretera afirmada</i>			
<b>Tipo de ingreso</b>	Libre	Semi restringido	Con boleto o ticket. <b>X</b>	Otros:		
<b>Actividades turísticas</b>	Naturales: <i>Observación de aves, flora, fauna, paisaje</i>	Paseos: <i>Paseos a caballo</i>	Deportes/ aventura: <i>Caminata, camping</i>	Deportes acuáticos: <i>Pesca</i>	Cultura y folclore:	Otros: <i>Realización de eventos.</i>
<b>Servicios turísticos</b>	Alojamiento: <i>Si</i>	Alimentación: <i>Si</i>	Otros servicios	Lugares de recreación: <i>Juegos infantiles</i>		

<b>Servicios complementarios</b>	<b>Marcar</b>	<b>Observación</b>
Internet		
Servicio de taxis		
Servicio de estacionamientos	X	
Venta de materiales para fotografías		
Tópico		
<b>Instalaciones</b>	<b>Marcar</b>	<b>Observación</b>
Miradores turísticos	X	
Estacionamiento de vehículos	X	
Señales turísticas de orientación		
Señales turísticas de interpretación		
Boletería		
Zonas de muestras artesanales		
Centros de interpretación		
Instalación para la exposición de flora o fauna		
Paradores turísticos		
Oficina de información turística		
Zonas de campamento	X	
Estancia para animales de transporte turístico		
Orquideario		
Caminos peatonales	X	
Caminos de herradura	X	

Puesto de auxilio rápido		X					
Refugio (para recorridos largos)							
Museo de sitio							
Otros							
Condiciones de accesibilidad para el visitante						Observación	
Públicos	Instalaciones		Actividades/programas		Equipamiento		
	Marcar	Especificar	Marcar	Especificar	Marcar		Especificar
<b>Personas con discapacidad</b>							
Física	X	<i>Pasillos, habitaciones accesibles</i>					
Mental							
Intelectual							
Sensorial							
<b>Niños</b>	X	<i>Parque infantil</i>					
<b>Jóvenes</b>	X	<i>Áreas verdes, área de parrilla, jardines, restaurante, bar</i>					
<b>Adulto Mayor</b>	X	<i>Zonas de descanso,</i>					

		<i>áreas verdes, jardines, restaurante bar</i>					
<b>Otros</b>							
<b>Infraestructura Básica</b>						<b>Marcar</b>	<b>Observación</b>
Agua potable						X	
Luz						X	
Energía alternativa							
Teléfono						X	
Alcantarillado							
Sistemas de tratamiento							
Alternativo de residuos (Biodigestor, pozo séptico, otros)							
Señalización							

Nombre del recurso	<i>Centro De Demostración Y Capacitación - Soluciones Prácticas- Cedecap</i>					
Propietario del recurso	<i>Practical Action Group - formado por la organización benéfica Practical Action, así como por sus subsidiarias Practical Action Consulting y Practical Action Publishing.</i>					
Ubicación	<i>Huambocancha Baja km 4.5. Desvío a Llushcapampa - Puruay</i>					
Horario de visita	<i>Previa coordinación</i>					
<b>Indicadores</b>	<b>Valoración</b>					<b>Observación</b>
<b>Clasificación del recurso</b>	Categoría: <i>Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas</i>	Tipo: <i>Centros Científicos y Técnicos</i>	Subtipo: <i>Otros</i>			
<b>Particularidad</b>	Internacional	Nacional	Regional	Local		
<b>Reconocimiento</b>	Internacional	Nacional	Regional	Local		
<b>Accesibilidad</b>	Tipo de acceso: <i>Terrestre</i>	Medio de transporte: <i>Bus, combi, moto, taxi, minivan, entre otros.</i>	Tipo de vía terrestre: <i>Carretera afirmada</i>			
<b>Tipo de ingreso</b>	Libre	Semi restringido: <b>X</b>	Con boleto o ticket.	Otros:		
<b>Actividades turísticas</b>	Naturales: <i>Observación de flora, fauna, paisaje.</i>	Paseos:	Deportes/ aventura: <i>Caminata</i>	Deportes acuáticos:	Cultura y folclore:	Otros:
<b>Servicios turísticos</b>	Alojamiento: <i>no</i>	Alimentación: <i>No</i>	Otros servicios	Lugares de recreación:		

<b>Servicios complementarios</b>	<b>Marcar</b>	<b>Observación</b>
Internet		
Servicio de taxis		
Servicio de estacionamientos		
Venta de materiales para fotografías		
Tópico		
<b>Instalaciones</b>	<b>Marcar</b>	<b>Observación</b>
Miradores turísticos	X	
Estacionamiento de vehículos	X	
Señales turísticas de orientación	X	
Señales turísticas de interpretación		
Boletería		
Zonas de muestras artesanales		
Centros de interpretación		
Instalación para la exposición de flora o fauna		
Paradores turísticos		
Oficina de información turística		
Zonas de campamento		
Estancia para animales de transporte turístico		
Orquideario		
Caminos peatonales	X	
Caminos de herradura		
Puesto de auxilio rápido		
Refugio (para recorridos largos)		
Museo de sitio		
Otros		

Condiciones de accesibilidad para el visitante							Observación
Públicos	Instalaciones		Actividades/programas		Equipamiento		
	Marcar	Especificar	Marcar	Especificar	Marcar	Especificar	
<b>Personas con discapacidad</b>							
Física							
Mental							
Intelectual							
Sensorial							
<b>Niños</b>	X	<i>Caminos, áreas verdes, centro demostrativo a escala real</i>			X	Maquetas	
<b>Jóvenes</b>	X	<i>Caminos, áreas verdes, centro demostrativo a escala real</i>					
<b>Adulto Mayor</b>	X	<i>Caminos, áreas verdes, centro demostrativo a escala real</i>					
<b>Otros</b>							
<b>Infraestructura Básica</b>						<b>Marcar</b>	<b>Observación</b>

Agua potable	X	
Luz	X	
Energía alternativa	X	
Teléfono	X	
Alcantarillado		
Sistemas de tratamiento		
Alternativo de residuos (Biodigestor, pozo séptico, otros)	X	
Señalización	X	

Nombre del recurso	<i>Invernadero El Aliso</i>					
Propietario del recurso	<i>El Aliso Servicios Generales S.R.L</i>					
Ubicación	<i>Ubicado a 9 kms. al Nor Oeste de la ciudad de Cajamarca, en la margen derecha del río Mashcón. Hoy en día Sectorizado como Aliso Colorado - Puruay</i>					
Horario de visita	<i>Previa coordinación</i>					
<b>Indicadores</b>	<b>Valoración</b>					<b>Observación</b>
<b>Clasificación del recurso</b>	Categoría: <i>Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas</i>	Tipo: <i>Explotaciones Industriales</i>	Subtipo: <i>Centros productivos</i>			
<b>Particularidad</b>	Internacional	Nacional	Regional	Local		
<b>Reconocimiento</b>	Internacional	Nacional	Regional	Local		
<b>Accesibilidad</b>	Tipo de acceso: <i>Terrestre</i>	Medio de transporte: <i>Bus, combi, moto, taxi, minivan, entre otros.</i>	Tipo de vía terrestre: <i>Carretera afirmada</i>			
<b>Tipo de ingreso</b>	Libre	Semi restringido: <b>X</b>	Con boleto o ticket.	Otros:		<i>Previa coordinación</i>
<b>Actividades turísticas</b>	Naturales: <i>Observación de flora, fauna, paisaje.</i>	Paseos:	Deportes/ aventura: <i>Caminata</i>	Deportes acuáticos:	Cultura y folclore:	Otros:
<b>Servicios turísticos</b>	Alojamiento: <i>no</i>	Alimentación: <i>No</i>	Otros servicios	Lugares de recreación:		
<b>Servicios complementarios</b>			<b>Marcar</b>	<b>Observación</b>		

Internet							
Servicio de taxis							
Servicio de estacionamientos							
Venta de materiales para fotografías							
Tópico							
<b>Instalaciones</b>		<b>Marcar</b>		<b>Observación</b>			
Miradores turísticos							
Estacionamiento de vehículos			X				
Señales turísticas de orientación							
Señales turísticas de interpretación							
Boletería							
Zonas de muestras artesanales							
Centros de interpretación							
Instalación para la exposición de flora o fauna							
Paradores turísticos							
Oficina de información turística							
Zonas de campamento			X				
Estancia para animales de transporte turístico							
Orquideario							
Caminos peatonales			X				
Caminos de herradura							
Puesto de auxilio rápido							
Refugio (para recorridos largos)							
Museo de sitio							
Otros							
<b>Condiciones de accesibilidad para el visitante</b>							<b>Observación</b>
<b>Públicos</b>	<b>Instalaciones</b>		<b>Actividades/programas</b>		<b>Equipamiento</b>		
	<b>Marcar</b>	<b>Especificar</b>	<b>Marcar</b>	<b>Especificar</b>	<b>Marcar</b>	<b>Especificar</b>	

<b>Personas con discapacidad</b>							
Física							
Mental							
Intelectual							
Sensorial							
<b>Niños</b>	<i>X</i>	<i>Caminos, áreas verdes, señalización</i>					
<b>Jóvenes</b>	<i>X</i>	<i>Caminos, áreas verdes, señalización</i>					
<b>Adulto Mayor</b>	<i>X</i>	<i>Caminos, áreas verdes, señalización</i>					
<b>Otros</b>							
<b>Infraestructura Básica</b>						<b>Marcar</b>	<b>Observación</b>
Agua potable						X	
Luz						X	
Energía alternativa							
Teléfono						X	
Alcantarillado							
Sistemas de tratamiento							
Alternativo de residuos (Biodigestor, pozo séptico, otros)							
Señalización							

Nombre del recurso	<i>Iglesia Y Casa Hacienda De Llushcapampa</i>					
Propietario del recurso	<i>Asociación Escuela Rural Andina</i>					
Ubicación	<i>Car. Bambamarca Nro. 7 Cas. Llushcapampa (Toma El Milagro) Cajamarca - Cajamarca - Cajamarca</i>					
Horario de visita	<i>Previa coordinación</i>					
<b>Indicadores</b>	<b>Valoración</b>					<b>Observación</b>
<b>Clasificación del recurso</b>	Categoría: <i>Manifestaciones Culturales</i>	Tipo: <i>Arquitectura y espacios urbanos</i>	Subtipo: <i>Casa-Hacienda</i>			
<b>Particularidad</b>	Internacional	Nacional	Regional	Local		
<b>Reconocimiento</b>	Internacional	Nacional	Regional	Local		
<b>Accesibilidad</b>	Tipo de acceso: <i>Terrestre</i>	Medio de transporte: <i>Bus, combi, moto, taxi, minivan, entre otros.</i>	Tipo de vía terrestre: <i>Carretera afirmada</i>			
<b>Tipo de ingreso</b>	Libre	Semi restringido: <b>SI</b>	Con boleto o ticket.	Otros: Previa coordinación		
<b>Actividades turísticas</b>	Naturales: <i>Observación de aves, flora, fauna, paisaje</i>	Paseos:	Deportes/ aventura: <i>Caminata, camping</i>	Deportes acuáticos:	Cultura y folclore: <i>Rituales místicos o tradicionales, actividades religiosas o patronales</i>	Otros: <i>Realización de eventos.</i>
<b>Servicios turísticos</b>	Alojamiento: <i>Si</i>	Alimentación: <i>Si</i>	Otros servicios	Lugares de recreación:		
<b>Servicios complementarios</b>			<b>Marcar</b>	<b>Observación</b>		
Internet						
Servicio de taxis						

Servicio de estacionamientos		X					
Venta de materiales para fotografías							
Tópico							
<b>Instalaciones</b>		<b>Marcar</b>			<b>Observación</b>		
Miradores turísticos		X					
Estacionamiento de vehículos		X					
Señales turísticas de orientación							
Señales turísticas de interpretación							
Boletería							
Zonas de muestras artesanales							
Centros de interpretación							
Instalación para la exposición de flora o fauna							
Paradores turísticos							
Oficina de información turística							
Zonas de campamento		X					
Estancia para animales de transporte turístico							
Orquideario							
Caminos peatonales		X					
Caminos de herradura							
Puesto de auxilio rápido							
Refugio (para recorridos largos)		X					
Museo de sitio							
Otros							
<b>Condiciones de accesibilidad para el visitante</b>						<b>Observación</b>	
<b>Públicos</b>	<b>Instalaciones</b>		<b>Actividades/programas</b>		<b>Equipamiento</b>		
	<b>Marcar</b>	<b>Especificar</b>	<b>Marcar</b>	<b>Especificar</b>	<b>Marcar</b>		<b>Especificar</b>
<b>Personas con discapacidad</b>							

Física							
Mental							
Intelectual							
Sensorial							
<b>Niños</b>	X	<i>Áreas verdes, zona de camping</i>					
<b>Jóvenes</b>	X	<i>Áreas verdes, zona de camping</i>					
<b>Adulto Mayor</b>	X	<i>Áreas verdes, zona de camping</i>					
<b>Otros</b>							
<b>Infraestructura Básica</b>						<b>Marcar</b>	<b>Observación</b>
Agua potable						X	
Luz						X	
Energía alternativa							
Teléfono							
Alcantarillado							
Sistemas de tratamiento							
Alternativo de residuos (Biodigestor, pozo séptico, otros)							
Señalización						X	

Nombre del recurso	<i>Invernadero Floricultura</i>					
Propietario del recurso	<i>Asociación el Mirador la cueva Centro Cultural Arqueológico, Mirador la Cueva</i>					
Ubicación	<i>Caserío Llushcapampa Alta</i>					
Horario de visita	<i>Previa coordinación</i>					
<b>Indicadores</b>	<b>Valoración</b>					<b>Observación</b>
<b>Clasificación del recurso</b>	Categoría: <i>Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas</i>	Tipo: <i>Explotaciones Industriales</i>	Subtipo: <i>Centros productivos</i>			
<b>Particularidad</b>	Internacional	Nacional	Regional	Local		
<b>Reconocimiento</b>	Internacional	Nacional	Regional	Local		
<b>Accesibilidad</b>	Tipo de acceso: <i>Terrestre</i>	Medio de transporte: <i>Bus, combi, moto, taxi, minivan, entre otros.</i>	Tipo de vía terrestre: <i>Carretera afirmada</i>			
<b>Tipo de ingreso</b>	Libre	Semi restringido: <b>SI</b>	Con boleto o ticket.	Otros: Previa coordinación		
<b>Actividades turísticas</b>	Naturales: <i>Observación de flora, fauna, paisaje</i>	Paseos:	Deportes/ aventura: <i>Caminata</i>	Deportes acuáticos:	Cultura y folclore:	Otros: <i>Compra de productos regionales.</i>
<b>Servicios turísticos</b>	Alojamiento: No	Alimentación: No	Otros servicios	Lugares de recreación:		

<b>Servicios complementarios</b>	<b>Marcar</b>	<b>Observación</b>
Internet		
Servicio de taxis		
Servicio de estacionamiento		
Venta de materiales para fotografías		
Tópico		
<b>Instalaciones</b>	<b>Marcar</b>	<b>Observación</b>
Miradores turísticos		
Estacionamiento de vehículos	X	
Señales turísticas de orientación		
Señales turísticas de interpretación		
Boletería		
Zonas de muestras artesanales		
Centros de interpretación		
Instalación para la exposición de flora o fauna		
Paradores turísticos		
Oficina de información turística		
Zonas de campamento		
Estancia para animales de transporte turístico		
Orquideario		
Caminos peatonales	X	
Caminos de herradura		
Puesto de auxilio rápido		
Refugio (para recorridos largos)		
Museo de sitio		
Otros		

Condiciones de accesibilidad para el visitante							Observación
Públicos	Instalaciones		Actividades/programas		Equipamiento		
	Marcar	Especificar	Marcar	Especificar	Marcar	Especificar	
<b>Personas con discapacidad</b>							
Física							
Mental							
Intelectual							
Sensorial							
<b>Niños</b>	X	Áreas verdes					
<b>Jóvenes</b>	X	Áreas verdes					
<b>Adulto Mayor</b>	X	Áreas verdes					
<b>Otros</b>							
<b>Infraestructura Básica</b>						<b>Marcar</b>	<b>Observación</b>
Agua potable						X	
Luz						X	
Energía alternativa							
Teléfono							
Alcantarillado							
Sistemas de tratamiento							
Alternativo de residuos (Biodigestor, pozo séptico, otros)							
Señalización						X	

Nombre del recurso	<i>Mirador Arqueológico la Cueva</i>					
Propietario del recurso	<i>Asociación el Mirador la cueva Centro Cultural Arqueológico, Mirador la Cueva</i>					
Ubicación	<i>Caserío Llushcapampa Alta</i>					
Horario de visita	<i>8:00 am – 6:00 pm</i>					
<b>Indicadores</b>	<b>Valoración</b>					<b>Observación</b>
<b>Clasificación del recurso</b>	Categoría: <i>Sitios naturales</i>	Tipo: <i>Montañas</i>	Subtipo: <i>Cerros</i>			
<b>Particularidad</b>	Internacional	Nacional	Regional	Local		
<b>Reconocimiento</b>	Internacional	Nacional	Regional	Local		
<b>Accesibilidad</b>	Tipo de acceso: <i>Terrestre</i>	Medio de transporte: <i>Bus, combi, moto, taxi, minivan, entre otros.</i>	Tipo de vía terrestre: <i>Carretera afirmada</i>			
<b>Tipo de ingreso</b>	Libre	Semi restringido: <i>SI</i>	Con boleto o ticket.	Otros: Previa coordinación		
<b>Actividades turísticas</b>	Naturales: <i>Observación de flora, fauna, paisaje</i>	Paseos:	Deportes/ aventura: <i>Caminata</i>	Deportes acuáticos:	Cultura y folclore:	Otros: <i>Compra de productos regionales.</i>
<b>Servicios turísticos</b>	Alojamiento: No	Alimentación: No	Otros servicios	Lugares de recreación:		
<b>Servicios complementarios</b>			<b>Marcar</b>	<b>Observación</b>		
Internet						
Servicio de taxis						
Servicio de estacionamiento			X			
Venta de materiales para fotografías						
Tópico						
<b>Instalaciones</b>			<b>Marcar</b>	<b>Observación</b>		
Miradores turísticos						
Estacionamiento de vehículos			X			

Señales turísticas de orientación							
Señales turísticas de interpretación							
Boletería							
Zonas de muestras artesanales							
Centros de interpretación							
Instalación para la exposición de flora o fauna							
Paradores turísticos							
Oficina de información turística							
Zonas de campamento							
Estancia para animales de transporte turístico							
Orquideario							
Caminos peatonales	X						
Caminos de herradura							
Puesto de auxilio rápido							
Refugio (para recorridos largos)							
Museo de sitio							
Otros							
<b>Condiciones de accesibilidad para el visitante</b>							<b>Observación</b>
<b>Públicos</b>	<b>Instalaciones</b>		<b>Actividades/programas</b>		<b>Equipamiento</b>		
	<b>Marcar</b>	<b>Especificar</b>	<b>Marcar</b>	<b>Especificar</b>	<b>Marcar</b>	<b>Especificar</b>	
<b>Personas con discapacidad</b>							
Física							
Mental							
Intelectual							
Sensorial							
<b>Niños</b>	<i>X</i>	<i>Áreas verdes</i>					
<b>Jóvenes</b>	<i>X</i>	<i>Áreas verdes</i>					
<b>Adulto Mayor</b>	<i>X</i>	<i>Áreas verdes</i>					

Otros			
<b>Infraestructura Básica</b>		<b>Marcar</b>	<b>Observación</b>
Agua potable		X	
Luz		X	
Energía alternativa			
Teléfono			
Alcantarillado			
Sistemas de tratamiento			
Alternativo de residuos (Biodigestor, pozo séptico, otros)			
Señalización		X	

Nombre del recurso	<i>Parque de esculturas gigantes</i>					
Propietario del recurso	<i>Asociación de Escultores “Lirio de los Valles”</i>					
Ubicación	<i>Caserío LLanomayo</i>					
Horario de visita	<i>8:00 am – 6:00 pm</i>					
<b>Indicadores</b>	<b>Valoración</b>					<b>Observación</b>
<b>Clasificación del recurso</b>	Categoría: <i>Manifestaciones culturales</i>	Tipo: <i>Otros</i>	Subtipo: <i>Esculturas</i>			
<b>Particularidad</b>	Internacional	Nacional	Regional	Local		
<b>Reconocimiento</b>	Internacional	Nacional	Regional	Local		
<b>Accesibilidad</b>	Tipo de acceso: <i>Terrestre</i>	Medio de transporte: <i>Bus, combi, moto, taxi, minivan, entre otros.</i>	Tipo de vía terrestre: <i>Carretera afirmada</i>			
<b>Tipo de ingreso</b>	Libre	Semi restringido:	Con boleto o ticket. <b>X</b>	Otros:		
<b>Actividades turísticas</b>	Naturales: <i>Observación de flora, fauna, paisaje</i>	Paseos:	Deportes/ aventura: <i>Caminata</i>	Deportes acuáticos:	Cultura y folclore:	Otros: <i>Compra de productos regionales.</i>
<b>Servicios turísticos</b>	Alojamiento: No	Alimentación: Si	Otros servicios	Lugares de recreación:		
<b>Servicios complementarios</b>			<b>Marcar</b>	<b>Observación</b>		

Internet		
Servicio de taxis		
Servicio de estacionamiento	X	
Venta de materiales para fotografías		
Tópico		
<b>Instalaciones</b>	<b>Marcar</b>	<b>Observación</b>
Miradores turísticos		
Estacionamiento de vehículos	X	
Señales turísticas de orientación	X	
Señales turísticas de interpretación		
Boletería		
Zonas de muestras artesanales		
Centros de interpretación		
Instalación para la exposición de flora o fauna		
Paradores turísticos	X	
Oficina de información turística		
Zonas de campamento	X	
Estancia para animales de transporte turístico		
Orquideario		
Caminos peatonales	X	
Caminos de herradura		
Puesto de auxilio rápido		
Refugio (para recorridos largos)		
Museo de sitio		
Otros		
<b>Condiciones de accesibilidad para el visitante</b>		<b>Observación</b>

Públicos	Instalaciones		Actividades/programas		Equipamiento		
	Marcar	Especificar	Marcar	Especificar	Marcar	Especificar	
<b>Personas con discapacidad</b>							
Física							
Mental							
Intelectual							
Sensorial							
<b>Niños</b>	X	Áreas recreativas					
<b>Jóvenes</b>	X	Áreas recreativas					
<b>Adulto Mayor</b>	X	Áreas recreativas					
<b>Otros</b>							
<b>Infraestructura Básica</b>						<b>Marcar</b>	<b>Observación</b>
Agua potable						X	
Luz						X	
Energía alternativa							
Teléfono							
Alcantarillado							
Sistemas de tratamiento							
Alternativo de residuos (Biodigestor, pozo séptico, otros)							
Señalización						X	

### Apéndice 8: Señalización turística en el recorrido de la ruta



## ANEXOS

## Anexo 1: Agencias de Viajes y Turismo del distrito de Cajamarca

N°	Nombre comercial	Representante legal	Vía	Dirección	N°	Provincia	Teléfono	E-mail	Clasificación
1	Cumbe Mayo Tours	Ediza Luzgarda Davila Paredes	JR.	AMALIA PUGA	635	Cajamarca	076 362938	luzgardada@hotmail.com cmtours@hotmail.com	Operador
2	Catequil Tours	Ysela Diaz Bringas	JR.	AMALIA PUGA	689	Cajamarca	076 363958, 956975349, 976156707	catequiltours@hotmail.com	Operador
3	Operatur	Joaquin Mestanza Calua	JR.	AMALIA PUGA	645	Cajamarca	076 367086	operatur_cajamarca@hotmail.com	Operador
4	Time To Travel Tourism Agency	Ander Roger Gonzalez Llanos	JR.	DOS DE MAYO	654	Cajamarca	076 340618 962661573	andertours@hotmail.com reservas@timetotravel.com	Operador
5	Andes Tours Aventuras	Jorge Fernando Cabrera Marín	JR.	JOSE SABOGAL	747	Cajamarca	970029134, 945557880	andes_tours@hotmail.com	Operador
6	Sergio Tours	Sergio Marcelo Cabellos Lazo	JR.	AMALIA PUGA	663	Cajamarca	978711116	<u>sergiotours_caxas@hotmail.com</u>	Operador
7	Campaña Tours	Edith Johany Sanchez Estela	JR.	AMALIA PUGA	641	Cajamarca	076 287091 971298478 973960371	<u>consultas@campñatours.com</u>	Operador
8	Cajamarca Viajes	Pierre Mitchel Arellano Rojas	JR.	AMALIA PUGA	681	Cajamarca	971451113	<u>cajarmacaviajes@hotmail.com</u>	Operador
9	Tm Travel	Roger Hernan Galvez Silva	JR.	GUILLERMO URRELO	686	Cajamarca	076 284690; 958305882	<u>tm-travel@outlook.com</u>	Operador
10	Imperial Travel Cajamarca E.I.R.L.	Jave Bringas Cesar Alex	JR.	AMALIA PUGA	677	Cajamarca	076 776014	<u>imperialtravelcajamarca@gmail.com</u>	Operador
11	Sulluscocha Adventure Lodge	Cesar Eliott Cabellos Calderon	PRO LON G.	AYACUCHO	1473	Cajamarca	945707027	<u>cesar.cabellos@gmail.com</u>	Operador
12	Viajes Premium Srl	Giuliana Michele Tejada Sánchez	JR.	AMALIA PUGA	667	Cajamarca	076 283923	<u>reservas@viajes-premium.com</u>	Operador
13	Warmi Travel R&M Srl	Roxana Maribel Vargas Espiñoza	JR.	DEL BATAN	169	Cajamarca	076 774460	<u>consultaswarmitravel@gmail.com</u>	Operador

14	Agencia De Viaje Y Turismo Ita Tours	Henry Terán Murrugarra	JR	AMALIA PUGA	645	Cajamarca	976860454	<a href="mailto:pier2111@yahoo.es">pier2111@yahoo.es</a>	Operador
15	Coyortur Servicio Y Turismo	Escobal Cerquin Hermerejildo		PLAZA DE ARMAS	S/N°	Cajamarca	935415780	<a href="mailto:arthesperu@hotmail.com">arthesperu@hotmail.com</a>	Operador
16	D'conquista Tours Cajamarca	Huaripata Saldaña Edilberto	AV.	HOYOS RUBIO	Mza A - Lote 20	Cajamarca	976157500, 976313086; 976408705	<a href="mailto:dconquistatour@">dconquistatour@</a>	Operador
17	Pedal Tour	Yessica Cortez Huaripata	JR.	HORACIO URTEAGA	372	Cajamarca	976730488; 979739765	<a href="mailto:pedaltourcajamarca@gmail.com">pedaltourcajamarca@gmail.com</a>	Operador
18	Olenkas Tours Agencia De Viajes Y Turismo Eirl	Billy Juan Cortegana Ignacio	JR.	JOSE SABOGAL	747	Cajamarca	948339977	<a href="mailto:olenkastoursperu@gmail.com">olenkastoursperu@gmail.com</a>	Minorista
19	Cajamarquina Tours	María Del Pilar Quiroz Chugnas	JR.	DEL BATAN	169	Cajamarca	944478231	<a href="mailto:cajamarquinatours@gmail.com">cajamarquinatours@gmail.com</a>	Operador
20	Kusiy Travel Srl	Liliana Elizabeth Herrera Vasques	JR.	DOS DE MAYO	716	Cajamarca	976809015	<a href="mailto:oscarinfante_8747@hotmail.com">oscarinfante_8747@hotmail.com</a>	Operador
21	Turismo Cajamarca	Mestanza Carrasco Luis Alberto	AV.	NUEVO CAJAMARCA	489	Cajamarca	976562424	<a href="mailto:lamc98leo@gmail.com">lamc98leo@gmail.com</a>	Operador
22	J. Tours Bus	Ortiz Cueva Johnny Alfredo	JR.	DOS DE MAYO	398	Cajamarca	076-771104; 958119624	<a href="mailto:jtoursbus21@gmail.com">jtoursbus21@gmail.com</a>	Operador
23	Adonay & Ccf Eirl	Vigo Intor Cyntia Roxana	JR.	AMALIA PUGA	673	Cajamarca	076 776605; 941167966	<a href="mailto:adonayagencia@hotmail.com">adonayagencia@hotmail.com</a>	Operador
24	Agt Y Multiservicios Ita Tours Srl	Agt Y Multiservicios Ita Tours Srl	JR.	AMALIA PUGA	645	Cajamarca	976860454	<a href="mailto:pier2111@yahoo.es">pier2111@yahoo.es</a>	Operador
25	Ila Corporation & Logia Tours Eirl	Logia Tours	JR.	AMALIA PUGA	811	Cajamarca	976799909		Operador

*Nota.* La información de la tabla es parte del directorio realizado por la Dircetur, encontrado en la página del Gobierno Regional de Cajamarca,

lo cual representa las agencias de viajes y turismo registradas por dicha institución hasta el mes de marzo del 2021.

**Anexo 2:** Fichas de validación de instrumentos por los expertos  
**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO – ENTREVISTA PARA LA ESPECIALISTA EN TURISMO DE LA DIRCETUR CAJAMARCA, DURANTE EL DISEÑO Y DIFUSIÓN DE LA RUTA.**

**I. DATOS GENERALES**

- 1.1. Apellidos y nombres del experto:** Castañeda Abanto Doris Teresa  
**1.2. Grado académico:** Dra. En Ciencias  
**1.3. Cargo e institución donde labora:** Universidad Nacional de Cajamarca  
**1.4. Título de la investigación:** Gestión de la Ruta Turística Llushcapampa y su contribución a la diversificación del producto turístico del distrito de Cajamarca, en los años 2018 -2021  
**1.5. Autor del instrumento:** Luz Judith Saavedra Huayhua  
**1.6. Licenciatura/ maestría/ doctorado:** Licenciatura en Turismo y Hotelería

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					X
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					X
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					X
SUB TOTAL					10	90
TOTAL (PROMEDIO)					100%	

**VALORACIÓN CUALITATIVA:** patible

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

fecha: 19 de abril 2021

**Firma:**

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO – ENTREVISTA PARA EL  
PRESIDENTE DEL COMITÉ DE GESTIÓN DE LA RUTA TURÍSTICA DE  
LLUSHCAPAMPA**

**I.DATOS GENERALES**

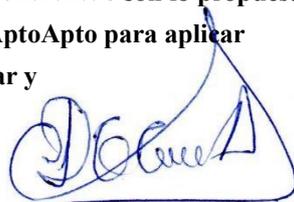
- 1.1. Apellidos y nombres del experto:** Castañeda Abanto Doris Teresa  
**1.2. Grado académico:** Doctora en Ciencias  
**1.3. Cargo e institución donde labora:** Universidad Nacional de Cajamarca  
**1.4. Título de la investigación:** Gestión de la Ruta Turística Llushcapampa y su contribución a la diversificación del producto turístico del distrito de Cajamarca, en los años 2018 -2021  
**1.5. Autor del instrumento:** Luz Judith Saavedra Huayhua  
**1.6. Licenciatura/ maestría/ doctorado:** Licenciatura en Turismo y Hotelería

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
11. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
12. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
13. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					X
14. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
15. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					X
16. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					X
17. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.				X	
18. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					X
19. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
20. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					X
<b>SUB TOTAL</b>					10	90
<b>TOTAL (PROMEDIO)</b>					100%	

**VALORACIÓN CUALITATIVA:** Coherente con lo propuesto en el proyecto

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD:** Apto para aplicar

Lugar y fecha: 19 de abril 2021 Lugar y



Firma:

## FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO – ENTREVISTA PARA EL DIRECTOR DE LA DIRCETUR CAJAMARCA

### LDATOS GENERALES

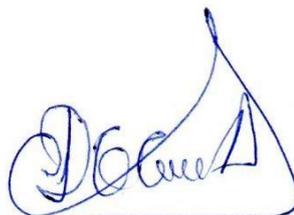
- 1.1. Apellidos y nombres del experto:** Castañeda Abanto Doris Teresa  
**1.2. Grado académico:** Doctora en Ciencias  
**1.3. Cargo e institución donde labora:** Universidad Nacional de Cajamarca  
**1.4. Título de la investigación:** Gestión de la Ruta Turística Llushcapampa y su contribución a la diversificación del producto turístico del distrito de Cajamarca, en los años 2018 -2021  
**1.5. Autor del instrumento:** Luz Judith Saavedra Huayhua  
**1.6. Licenciatura/ maestría/ doctorado:** Licenciatura en Turismo y Hotelería

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
21. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
22. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
23. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					X
24. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
25. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					X
26. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					X
27. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					X
28. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					X
29. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
30. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					X
<b>TOTAL (PROMEDIO)</b>						100

**VALORACIÓN CUALITATIVA:** Muy coherente y puede insertarse otras preguntas a medida que se realizará la entrevista

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD:** Apto

**Lugar y fecha:** Cajamarca, 19 de abril 2021



Firma:

## FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO – ENCUESTA PARA GERENTES DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO DEL DISTRITO DE CAJAMARCA

**I. DATOS GENERALES****1.1. Apellidos y nombres del experto:** Castañeda Abanto Doris Teresa**1.2. Grado académico:** Doctora en Ciencia**1.3. Cargo e institución donde labora:** Universidad Nacional de Cajamarca**1.4. Título de la investigación:** Gestión de la Ruta Turística Llushcapampa y su contribución a la diversificación del producto turístico del distrito de Cajamarca, en los años 2018 -2021**1.5. Autor del instrumento:** Luz Judith Saavedra Huayhua**1.6. Licenciatura/ maestría/ doctorado:** Licenciatura en Turismo y Hotelería

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
31. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
32. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
33. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					X
34. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
35. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					X
36. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					X
37. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					X
38. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					X
39. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
40. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					X
<b>TOTAL (PROMEDIO)</b>						100%

**VALORACIÓN CUALITATIVA:** Relacionado con la matriz**OPINIÓN DE APLICABILIDAD:** Apto

Lugar y fecha: Cajamarca, 19 de abril, 2021




---

**Firma:**

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO – GUÍA DE OBSERVACIÓN  
PARA CARACTERIZAR LAS CONDICIONES TURÍSTICAS ACTUALES DE  
LOS RECURSOS QUE CONFORMAN LA RUTA TURÍSTICA DE  
LLUSHCAPAMPA.**

**I. DATOS GENERALES**

**1.1. Apellidos y nombres del experto:** Castañeda Abanto, Doris Teresa

**1.2. Grado académico:** Doctora en Ciencias

**1.3. Cargo e institución donde labora:** Universidad Nacional de Cajamarca

**1.4. Título de la investigación:** Gestión de la Ruta Turística Llushcapampa y su contribución a la diversificación del producto turístico del distrito de Cajamarca, en los años 2018 -2021

**1.5. Autor del instrumento:** Luz Judith Saavedra Huayhua

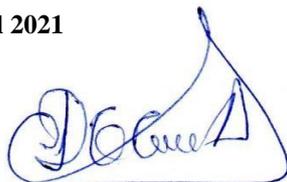
**1.6. Licenciatura/ maestría/ doctorado:** Licenciatura en Turismo y Hotelería

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
41. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
42. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
43. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					X
44. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
45. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					X
46. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					X
47. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					X
48. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					X
49. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
50. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					X
<b>TOTAL (PROMEDIO)</b>						100%

**VALORACIÓN CUALITATIVA:** Coherente

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD:** APTO

**Lugar y fecha:** Cajamarca 19 de abril 2021



Firma:

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO – ENTREVISTA PARA ESPECIALISTA EN TURISMO DE LA DIRCETUR-CAJAMARCA, DURANTE EL DISEÑO Y DIFUSIÓN DE LA RUTA.**

**I. DATOS GENERALES**

- 1.1. Apellidos y nombres del experto:** M. Cs. Cueva Zavala Miguel Ángel
- 1.2. Grado académico:** Maestro en Ciencias
- 1.3. Cargo e institución donde labora:** Director de la Escuela Académico Profesional de Turismo y Hotelería y Docente de la Facultad de Ciencias Sociales en la Universidad Nacional de Cajamarca.
- 1.4. Título de la investigación:** Gestión de la Ruta Turística Llushcapampa y su contribución a la diversificación del producto turístico del distrito de Cajamarca, en los años 2018 -2021
- 1.5. Autor del instrumento:** Luz Judith Saavedra Huayhua
- 1.6. Licenciatura/ maestría/ doctorado:** Licenciatura en Turismo y Hotelería

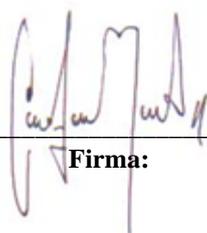
INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					X
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					X
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					
<b>SUB TOTAL</b>						
<b>TOTAL (PROMEDIO)</b>						100 %

**VALORACIÓN CUANTITATIVA (Total X 0.20):**

**VALORACIÓN CUALITATIVA:**

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD:** Listo para su aplicación en campo

**Lugar y fecha:** 19/04/2021

  
 Firma:

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO – ENTREVISTA PARA EL  
PRESIDENTE DEL COMITÉ DE GESTIÓN DE RUTA TURÍSTICA  
LLUSHCAPAMPA**

**I. DATOS GENERALES**

- 1.1. Apellidos y nombres del experto:** M. Cs. Cueva Zavala Miguel Ángel
- 1.2. Grado académico:** Maestro en ciencias.
- 1.3. Cargo e institución donde labora:** Director de la Escuela Académico Profesional de Turismo y Hotelería y Docente de la Facultad de Ciencias Sociales en la Universidad Nacional de Cajamarca.
- 1.4. Título de la investigación:** Gestión de la Ruta Turística Llushcapampa y su contribución a la diversificación del producto turístico del distrito de Cajamarca, en los años 2018 - 2021
- 1.5. Autor del instrumento:** Luz Judith Saavedra Huayhua
- 1.6. Licenciatura/ maestría/ doctorado:** Licenciatura en Turismo y Hotelería

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41- 60%	Muy Bueno 61- 80%	Excelente 81-100%
11. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
12. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
13. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					X
14. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
15. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					X
16. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					X
17. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					X
18. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					X
19. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
20. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					X
<b>SUB TOTAL</b>						
<b>TOTAL (PROMEDIO)</b>						100 %

**VALORACIÓN CUANTITATIVA (Total X 0.20):**

**VALORACIÓN CUALITATIVA:**

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Listo para su aplicación en campo**

**Lugar y fecha:**

Firma:

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO – ENTREVISTA PARA  
DIRECTOR DE LA DIRCETUR-CAJAMARCA O ESPECIALISTA EN  
TURISMO DE LA DIRCETUR-CAJAMARCA**

**I. DATOS GENERALES**

**1.1. Apellidos y nombres del experto:** M. Cs. Cueva Zavala Miguel Ángel

**1.2. Grado académico:** Maestro en ciencias.

**1.7. Cargo e institución donde labora:** Director de la Escuela Académico Profesional de Turismo y Hotelería y Docente de la Facultad de Ciencias Sociales en la Universidad Nacional de Cajamarca.

**1.3. Título de la investigación:** Gestión de la Ruta Turística Llushcapampa y su contribución a la diversificación del producto turístico del distrito de Cajamarca, en los años 2018 - 2021

**1.4. Autor del instrumento:** Luz Judith Saavedra Huayhua

**1.5. Licenciatura/ maestría/ doctorado:** Licenciatura en Turismo y Hotelería

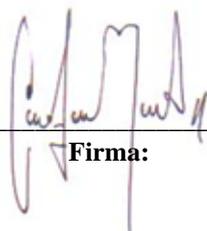
INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41- 60%	Muy Bueno 61- 80%	Excelente 81-100%
21. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
22. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
23. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					X
24. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
25. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					X
26. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					X
27. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					X
28. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					X
29. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
30. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					X
<b>SUB TOTAL</b>						
<b>TOTAL (PROMEDIO)</b>						100 %

**VALORACIÓN CUANTITATIVA (Total X 0.20):**

**VALORACIÓN CUALITATIVA:**

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

**Lugar y fecha: 19/04/2021**

  
 \_\_\_\_\_  
**Firma:**

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO – ENCUESTA PARA  
GERENTES DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO DEL DISTRITO DE  
CAJAMARCA**

**I. DATOS GENERALES**

**I.1. Apellidos y nombres del experto:** M. Cs. Cueva Zavala Miguel Ángel

**I.2. Grado académico:** Maestro en ciencias.

**1.8. Cargo e institución donde labora:** Director de la Escuela Académico Profesional de Turismo y Hotelería y Docente de la Facultad de Ciencias Sociales en la Universidad Nacional de Cajamarca.

**I.3. Título de la investigación:** Gestión de la Ruta Turística Llushcapampa y su contribución a la diversificación del producto turístico del distrito de Cajamarca, en los años 2018 - 2021

**I.4. Autor del instrumento:** Luz Judith Saavedra Huayhua

**I.5. Licenciatura/ maestría/ doctorado:** Licenciatura en Turismo y Hotelería

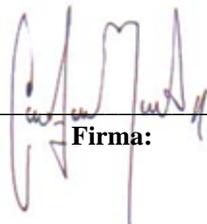
INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41- 60%	Muy Bueno 61- 80%	Excelente 81-100%
31. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
32. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
33. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					X
34. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
35. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					X
36. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					X
37. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					X
38. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					X
39. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
40. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					X
<b>SUB TOTAL</b>						
<b>TOTAL (PROMEDIO)</b>						100 %

**VALORACIÓN CUANTITATIVA (Total X 0.20):**

**VALORACIÓN CUALITATIVA:**

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD:** Listo para ser aplicado en el campo

**Lugar y fecha:** 19/04/2021

  
 Firma:

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO – GUÍA DE OBSERVACIÓN  
PARA CARACTERIZAR LAS CONDICIONES TURÍSTICAS ACTUALES DE  
LOS RECURSOS QUE CONFORMAN LA RUTA TURÍSTICA DE  
LLUSHCAPAMPA.**

**I. DATOS GENERALES**

**I.6. Apellidos y nombres del experto:** M. Cs. Cueva Zavala Miguel Ángel

**1.1. Grado académico:** Maestro en ciencias.

**1.2. Cargo e institución donde labora:** Director de la Escuela Académico Profesional de Turismo y Hotelería y Docente de la Facultad de Ciencias Sociales en la Universidad Nacional de Cajamarca.

**1.3. Título de la investigación:** Gestión de la Ruta Turística Llushcapampa y su contribución a la diversificación del producto turístico del distrito de Cajamarca, en los años 2018 - 2021

**1.4. Autor del instrumento:** Luz Judith Saavedra Huayhua

**1.5. Licenciatura/ maestría/ doctorado:** Licenciatura en Turismo y Hotelería

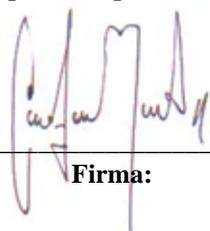
INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41- 60%	Muy Bueno 61- 80%	Excelente 81-100%
41. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
42. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
43. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					X
44. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
45. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					X
46. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					X
47. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					X
48. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					X
49. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
50. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					X
<b>SUB TOTAL</b>						
<b>TOTAL (PROMEDIO)</b>						100 %

**VALORACIÓN CUANTITATIVA (Total X 0.20):**

**VALORACIÓN CUALITATIVA:**

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD:** Listo para su aplicación en campo

**Lugar y fecha:** 19/04/2021



Firma:

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO – ENTREVISTA PARA ESPECIALISTA EN TURISMO DE LA DIRCETUR-CAJAMARCA, DURANTE EL DISEÑO Y DIFUSIÓN DE LA RUTA.**

**II. DATOS GENERALES**

**2.1. Apellidos y nombres del experto:** Vigo Paredes Elvira Gisela

**2.2. Grado académico:** Maestro en Ciencias

**2.3. Cargo e institución donde labora:** Docente - Universidad Nacional de Cajamarca

**2.4. Título de la investigación:** Gestión de la Ruta Turística Llushcapampa y su contribución a la diversificación del producto turístico del distrito de Cajamarca, en los años 2018 -2021

**2.5. Autor del instrumento:** Luz Judith Saavedra Huayhua

**2.6. Licenciatura/ maestría/ doctorado:** Licenciatura en Turismo y Hotelería

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
51. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				X	
52. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
53. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.				X	
54. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				X	
55. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					X
56. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					X
57. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.				X	
58. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.				X	
59. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
60. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.				X	
<b>SUB TOTAL</b>					48	40
<b>TOTAL (PROMEDIO)</b>						88

**VALORACIÓN CUANTITATIVA (Total X 0.20):** 88 puntos= 17,6

**VALORACIÓN CUALITATIVA:** Excelente

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD:** Tener en cuenta cada dimensión e indicador de sus variables de estudio para dirigir sus preguntas y obtener la información necesaria que contribuya a la resolución del problema de investigación.

**Lugar y fecha:** Cajamarca, 28 de abril de 2021



Firma:

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO – ENTREVISTA PARA EL  
PRESIDENTE DEL COMITÉ DE GESTIÓN DE RUTA TURÍSTICA  
LLUSHCAPAMPA**

**I. DATOS GENERALES**

**1.7. Apellidos y nombres del experto:** Vigo Paredes Elvira Gisela

**1.8. Grado académico:** Maestro en Ciencias

**1.9. Cargo e institución donde labora:** Docente – Universidad Nacional de Cajamarca

**1.10. Título de la investigación:** Gestión de la Ruta Turística Llushcapampa y su contribución a la diversificación del producto turístico del distrito de Cajamarca, en los años 2018 -2021

**1.11. Autor del instrumento:** Luz Judith Saavedra Huayhua

**1.12. Licenciatura/ maestría/ doctorado:** Licenciatura en Turismo y Hotelería

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41- 60%	Muy Bueno 61- 80%	Excelente 81-100%
32. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
33. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
34. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.				X	
35. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
36. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					X
37. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					X
38. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.				X	
39. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.				X	
40. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
41. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.				X	
<b>SUB TOTAL</b>					32	60
<b>TOTAL (PROMEDIO)</b>						92

**VALORACIÓN CUANTITATIVA (Total X 0.20):** 18.4

**VALORACIÓN CUALITATIVA:** Excelente

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

**Lugar y fecha:** Cajamarca, 28 de abril de 2021



\_\_\_\_\_  
**Firma:**

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO – ENTREVISTA PARA  
DIRECTOR DE LA DIRCETUR-CAJAMARCA O ESPECIALISTA EN  
TURISMO DE LA DIRCETUR-CAJAMARCA**

**I. DATOS GENERALES**

**1.6. Apellidos y nombres del experto:** Vigo Paredes Elvira Gisela

**1.7. Grado académico:** Maestro en Ciencias

**1.8. Cargo e institución donde labora:** Docente- Universidad Nacional de Cajamarca

**1.9. Título de la investigación:** Gestión de la Ruta Turística Llushcapampa y su contribución a la diversificación del producto turístico del distrito de Cajamarca, en los años 2018 - 2021

**1.10. Autor del instrumento:** Luz Judith Saavedra Huayhua

**1.11. Licenciatura/ maestría/ doctorado:** Licenciatura en Turismo y Hotelería

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41- 60%	Muy Bueno 61- 80%	Excelente 81-100%
42. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
43. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
44. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.				X	
45. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				X	
46. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					X
47. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					X
48. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.				X	
49. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.				X	
50. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
51. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.				X	
<b>SUB TOTAL</b>					40	50
<b>TOTAL (PROMEDIO)</b>					90	

**VALORACIÓN CUANTITATIVA (Total X 0.20):** 18

**VALORACIÓN CUALITATIVA:** Excelente

**Lugar y fecha:** Cajamarca, 28 de abril de 2021



\_\_\_\_\_  
**Firma:**

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO – ENCUESTA PARA  
GERENTES DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO DEL DISTRITO DE  
CAJAMARCA**

**I. DATOS GENERALES**

**I.7. Apellidos y nombres del experto:** Vigo Paredes Elvira Gisela

**I.8. Grado académico:** Maestro en Ciencias

**I.9. Cargo e institución donde labora:** Docente – Universidad Nacional de Cajamarca

**I.10. Título de la investigación:** Gestión de la Ruta Turística Llushcapampa y su contribución a la diversificación del producto turístico del distrito de Cajamarca, en los años 2018 - 2021

**I.11. Autor del instrumento:** Luz Judith Saavedra Huayhua

**I.12. Licenciatura/ maestría/ doctorado:** Licenciatura en Turismo y Hotelería

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41- 60%	Muy Bueno 61- 80%	Excelente 81-100%
52. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
53. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
54. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					X
55. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
56. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					X
57. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					X
58. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					X
59. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					X
60. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
61. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					X
<b>SUB TOTAL</b>						100
<b>TOTAL (PROMEDIO)</b>						100

**VALORACIÓN CUANTITATIVA (Total X 0.20):** 20

**VALORACIÓN CUALITATIVA:** Excelente

**Lugar y fecha:** Cajamarca, 28 de abril de 2021



**Firma:**

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO – GUÍA DE OBSERVACIÓN  
PARA CARACTERIZAR LAS CONDICIONES TURÍSTICAS ACTUALES DE  
LOS RECURSOS QUE CONFORMAN LA RUTA TURÍSTICA DE  
LLUSHCAPAMPA.**

**I. DATOS GENERALES**

**1.6. Apellidos y nombres del experto:** Vigo Paredes Elvira Gisela

**1.7. Grado académico:** Maestro en Ciencias

**1.8. Cargo e institución donde labora:** Docente – Universidad Nacional de Cajamarca

**1.9. Título de la investigación:** Gestión de la Ruta Turística Llushcapampa y su contribución a la diversificación del producto turístico del distrito de Cajamarca, en los años 2018 - 2021

**1.10. Autor del instrumento:** Luz Judith Saavedra Huayhua

**1.11. Licenciatura/ maestría/ doctorado:** Licenciatura en Turismo y Hotelería

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41- 60%	Muy Bueno 61- 80%	Excelente 81-100%
62. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
63. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
64. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					X
65. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
66. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					X
67. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					X
68. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					X
69. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					X
70. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
71. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					X
<b>SUB TOTAL</b>						100
<b>TOTAL (PROMEDIO)</b>						100

**VALORACIÓN CUANTITATIVA (Total X 0.20): 20**

**VALORACIÓN CUALITATIVA: Excelente**

**Lugar y fecha:** Cajamarca, 28 de abril de 2021



Firma:

**Anexo 3: Resolución de la creación de la Ruta Turística de Llushcapampa**




**GOBIERNO REGIONAL CAJAMARCA**  
**DIRECCION REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR**  
**Y TURISMO**  
 "AÑO DEL DIALOGO Y LA RECONCILIACION NACIONAL"  
**RESOLUCIÓN DIRECTORAL SECTORIAL**  
**Nº 037-2018-GR.CAJ/DIRCETUR**

Cajamarca, 05 de diciembre

**VISTO:**

El Informe Nº 022-2018-G.R.CAJ/DIRCETUR-JMGI, de fecha 03 de diciembre de 2018, sobre la Ruta turística de Llushcapampa

**CONSIDERANDO:**

Que, de acuerdo a la Ley Nº 29408 – Ley General de Turismo, en su Artículo 3º Principios de la actividad Turística.- Desarrollo Sostenible: El desarrollo del turismo debe procurar la recuperación, conservación e integración del patrimonio cultural, natural y social; y el uso responsable de los recursos turísticos, mejorando la calidad de vida de las poblaciones locales y fortaleciendo su desarrollo social, cultural, ambiental y económico;

Que, la Ley Nº 27867 y sus modificatorias, en su Artículo 9.- Competencias constitucionales. Los gobiernos regionales son competentes para: g) Promover y regular actividades y/o servicios en materia de agricultura, pesquería, industria, agroindustria, comercio, turismo, energía, minería, vialidad, comunicaciones, educación, salud y medio ambiente, conforme a Ley;

Que, el Nuevo Modelo de Desarrollo Sostenible, Políticas Públicas y Estrategias del Gobierno Regional Cajamarca 2015 – 2018, en donde como política en el eje de desarrollo económico se planteó generar competitividad territorial sostenible, a través del impulso de actividades productivas y de servicios, articuladas al mercado con infraestructura de innovación tecnológica, teniendo como estrategia promover el desarrollo de la agricultura familiar, orgánica, bajo el modelo asociativo y articulada al mercado, con aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y promoviendo el turismo rural comunitario;

Que, la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Cajamarca al inicio del presente año 2018, realiza el diagnóstico y registro de los atractivos turísticos privados – innovadores que formarán la Ruta Turística Llushcapampa y con la participación de los propietarios de los diferentes recursos identificados se conformó el Comité de Gestión de la Ruta turística de Llushcapampa, el mismo que se encargará de gestionar el mejoramiento de accesos, acondicionamiento y señalización de la Ruta Turística;

Que, la Ruta turística de Llushcapampa cuenta con elementos vinculados al medio rural (paisaje y cultura): La Posada de Puruay, Centro de Desarrollo Tecnológico CEDECAP; Invernadero El Aliso; Ex – Hacienda Llushcapampa; Mirador Arqueológico La Cueva; Invernadero de Floricultura y el Parque de Esculturas Gigantes de Cajamarca, los cuales generan interés al visitante;





**Dir**  
**cet**  
**ur**  
CAJAMARCA

**GOBIERNO REGIONAL CAJAMARCA**  
**DIRECCION REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR**  
**Y TURISMO**

"AÑO DEL DIALOGO Y LA RECONCILIACION NACIONAL"

Que, existe interés de la población por el desarrollo de la oferta y la operación comercial y actualmente es ofertado por los operadores turísticos de Cajamarca, además la conectividad adecuada para el servicio con dos rutas de acceso desde la capital de la provincia;

Que, los circuitos alternativos son necesarios dado que, lo que se oferta como recursos y atractivos turísticos no satisfacen la total expectativa de los turistas y hoy en día se busca dinamizar el turismo brindando nuevas alternativas, contribuyendo a mejorar la economía de los pobladores de la zona y de Cajamarca;

De conformidad con lo establecido en la Ley N° 27867 - Ley orgánica de Gobiernos Regionales y su modificatoria, Ley 29073, Decreto Supremo N° 005-2002-MINCETUR, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones del MINCETUR, Resolución Ejecutiva Regional N° 223-2004-GR-CAJ/P que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, y en cumplimiento de sus funciones y atribuciones.



**SE RESUELVE**

**ARTICULO PRIMERO : RECONOCER, la "RUTA TURISTICA DE LLUSHCAPAMPA",** y que forma parte del Distrito y Provincia de Cajamarca, y está constituida por 07 Emprendedores involucrados en la actividad turística; que a continuación se detalla:

Nº	EMPRENDIMIENTO	SERVICIOS
01	POSADA DEL PURUAY	Alojamiento, Alimentación, eventos, paseos a caballo, caminatas, otros.
02	CENTRO DE DESARROLLO TECNOLÓGICO – SOLUCIONES PRÁCTICAS - CEDECAP	Ciencia y Tecnología, 8 módulos de energía renovable.
03	INVERNADERO EL ALISO	Visita a invernadero con más 60 mil plantas de rosas, otros.
04	EX – HACIENDA LLUSHCAPAMPA	Albergue para agrupaciones religiosas, estudiantil. Caminatas y otros
05	INVERNADERO FLORICULTURA	Visita al Invernadero de diferentes variedades de rosas. (17,000 plantaciones)
06	MIRADOR ARQUEOLÓGICO LA CUEVA	Visita a la zona arqueológica, mirador, puente colgante.
07	PARQUE DE ESCULTURAS GIGANTES DE CAJAMARCA	Visita a las Esculturas de piedra gigantes del proceso histórico de la cultura Cajamarca. Alimentación y otros.



GOBIERNO REGIONAL CAJAMARCA  
**DIRECCION REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR  
Y TURISMO**  
"AÑO DEL DIALOGO Y LA RECONCILIACIÓN NACIONAL"

**ARTICULO SEGUNDO:** Notifíquese a los Emprendimientos mencionados e Instituciones Privadas y Gremios

**REGISTRESE Y COMUNIQUESE**



GOBIERNO REGIONAL CAJAMARCA  
DIRECCION REGIONAL DE  
COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO  
*[Signature]*  
ING. JULIO C. PALMASE MATUTE  
DIRECTOR REGIONAL

JCPM/EEP

Anexo 4: Material informativo

## MAPA DE RUTA

## LLUSHCAPAMPA

El próspero caserío de Llushcapampa viene distinguiéndose por su arte manual en piedra y cantería, sus pobladores utilizan el material rodante de las orillas del mashcon para fabricar a golpe de martillo y cincel su hermosa artesanía.

**INFORMES**

PROBADA DE PIEDRA	076 483 907
CENTRO DE DESARROLLO TECNOLÓGICO	076 483 907
INVERNADERO EL ALISO	076 483 907
EX HACIENDA DE LLUSHCAPAMPA	076 483 907
INVERNADERO YAKU FLOR	076 483 907
MIRADOR LA CUEVA	076 483 907
PARQUE DE ESCULTURAS GIGANTES DE PIEDRA	076 483 907

**Dir cetur**  
CAJAMARCA

Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo  
Cajamarca Monumental Balcón - Jr. Balcón N° 631 - Cajamarca  
Teléfonos: (076) 362 903 - (076) 362 997  
E-mail: [directur@regioncajamarca.gob.pe](mailto:directur@regioncajamarca.gob.pe)  
[www.facebook.com/directurcaj](http://www.facebook.com/directurcaj)

## RUTA TURÍSTICA LLUSHCAPAMPA

**POA UNA GRAN REGIÓN**  
COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO  
CAJAMARCA

**Dir cetur**  
CAJAMARCA

### POSADA DE PURUAY

A orillas del Río Puruay, se encuentra ubicada esta casona colonial. Construida en 1822 al antiguo estilo Virreinal, ofrece sus ambientes para cualquier tipo de evento y dentro de las actividades: pesca de trucha, campamento, camita al aire libre, paseos a caballo, paseos en bicicleta, juegos infantiles, etc.

### CENTRO DE DESARROLLO TECNOLÓGICO

Soluciones Prácticas es una ONG sin fines de lucro que busca mejorar la calidad de vida de las personas, llevando ciencia y tecnología utilizando recursos renovables. En el centro encontramos 8 módulos para exhibición.

### INVERNADERO EL ALISO

Cajamarca es una región emprendedora y entre sus múltiples productos en la ruta encontramos con el invernadero el aliso con más de 60 mil plantas de rosas. Este invernadero se encuentra ubicada en el caserío de Llushcapampa km 3.5 carretera a Bambamarca

### EX HACIENDA DE LLUSHCAPAMPA

Esta hacienda fue prominente dentro de Cajamarca y que tuvo su esplendor económico en el siglo XX. Esta hacienda además de la producción agropecuaria también fue manufacturera. Hoy en día se utiliza para albergar a agrupaciones religiosas, estudiantiles, agencias y de allí ser un punto de partida para realizar caminatas.

### INVERNADERO YAKU FLOR

Entre las diversas actividades que practican las personas que viven en la zona rural de Cajamarca, está el cultivo de las rosas, un trabajo muy delicado. El invernadero Yaku Flor cuenta con 17 mil plántanos y dentro de sus variedades resalta: la peruana, verde limón, Amarilla con blanca, Rosada bebé y Coral. m 3.5 carretera a Bambamarca.

### MIRADOR LA CUEVA

Desde la cima de este mirador se puede apreciar los atractivos que forman la ruta de Llushcapampa y parte de la ciudad de Cajamarca, en la parte central de puede apreciar un pequeño cementerio que se asume por la forma y el tamaño habría sido utilizado como segundo entierro de fetos, llamado por los pobladores y sus ancestros como "La Cueva".

### PARQUE DE ESCULTURAS GIGANTES EN PIEDRA

En este hermoso lugar "La Asociación de Escultores Lirio de los Valles ha venido implementando desde el año 2015 esculturas gigantes en piedra que representan al proceso histórico de la cultura Cajamarca, que comprenden tres etapas: Inca, Pre Inca y contemporáneo.

Nota: Información obtenida del informe de la propuesta técnica elaborada por la Dircetur.

## Anexo 5: Conformación del comité de gestión de la ruta turística de Llushcapampa

### *Ruta Turística de Llushcapampa*



GOBIERNO REGIONAL DE CAJAMARCA  
DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO



"Año del Diálogo y La Reconciliación Nacional"

Participación en la entrega de marca de la "Asociación Lirio de los Valles" por parte de INDECOPI.

#### ➤ CONFORMACION DEL COMITÉ DE GESTION DE LA RUTA TURÍSTICA DE LLUSHCAPAMPA

**OBJETIVO.** Gestionar de manera integral la implementación y fomento de la ruta turística de Llushcapampa en coordinación con la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo y otras Instituciones públicas y privadas.

#### MIEMBROS:

##### ✓ PRESIDENCIA

Julio Salcedo Tasilla  
NOMBRES

80629222  
DNI

FIRMA

##### ✓ VICEPRESIDENCIA:

Marta Trujillo Torres  
NOMBRES

40355808  
DNI

FIRMA

##### ✓ SECRETARIA

Nelson Llanos Chuquiruna  
NOMBRES

48074422  
DNI

FIRMA

##### ✓ TESORERIA

Martin Julcamoro Cueva  
NOMBRES

41286899  
DNI

FIRMA

##### ✓ COMUNICACIÓN Y PRENSA

Cesar Bazán Velásquez  
NOMBRES

DNI

FIRMA

##### ✓ VOCAL 1

Javier Trigoso Vizconde  
NOMBRES

42548352  
DNI

FIRMA

Conjunto Monumental Belén - Jr. Belén N° 631 - Cajamarca  
Teléfonos: (076) 362 903 / (076) 362 997  
E-mail: [dircetur@regioncajamarca.gob.pe](mailto:dircetur@regioncajamarca.gob.pe)

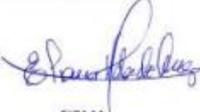
*Ruta Turística de Lushcapampa*



GOBIERNO REGIONAL DE CAJAMARCA  
DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO



"Año del Diálogo y La Reconciliación Nacional"

✓	<b>VOCAL 2</b>		
✓	Eliana Vargas Zevallos	26656976	 FIRMA
	NOMBRES	DNI	
✓	<b>VOCAL 3</b>		
	Verónica Hernández Tuesta	06784826	FIRMA
	NOMBRES	DNI	

El comité fue elegido con la votación unánime de los participantes el Director de la DIRCETUR realizado el acto de juramentación.

El tiempo de trabajo de dicho comité será por el lapso de años siendo renovado en reunión plena con la presencia de quien esté a cargo en la dirección de la DIRCETUR.

**ACUERDOS:**

- Elaborar plan de trabajo del comité de gestión
- Gestionar ante las autoridades el mejoramiento de la vía
- Trabajar coordinadamente el guion de visita, señalización y otros.

Se dio por culminada la reunión siendo las 11:00 horas del mismo día y mes, del año en curso constatando con la firma de los presentes

Conjunto Monumental Belén - Jr. Belén N° 631 - Cajamarca  
Teléfonos: (076) 362 903 / (076) 362 997  
E-mail: [dircetur@regioncajamarca.gob.pe](mailto:dircetur@regioncajamarca.gob.pe)

*Nota:* Información obtenida del informe de la propuesta técnica elaborada por la Dircetur.

**Anexo 6:** Fichas de los atractivos registrados en el Inventario Nacional de Recursos Turísticos.



## Centro De Demostración Y Capacitación - Soluciones Practicas-Cedecap



<b>Toponimia:</b>	
<b>Departamento:</b>	Cajamarca
<b>Provincia:</b>	Cajamarca
<b>Distrito:</b>	CAJAMARCA
<b>Categoría:</b>	4. REALIZACIONES TÉCNICAS, CIENTÍFICAS Y ARTÍSTICAS CONTEMPORÁNEAS
<b>Tipo:</b>	Centros Científicos y Técnicos
<b>Subtipo:</b>	Otros
<b>Jerarquía:</b>	POR JERARQUIZAR
<b>Altitud:</b>	

### Descripción:

En el año 1985 en Londres un singular personaje llamado Ernest Frits Schumacher fundó la organización Intermediate Technology Development Group, hoy Practical Acción - Soluciones Prácticas es un centro de demostración a escala real, ubicado en Huambocancha Baja km. 3.5. Desvío a Llushcapampa - Puruay, es una ONG sin fines de lucro que busca que todas las familias vulnerables tengan acceso a las tecnologías que les ayuden a salir de la pobreza y lograr su bienestar utilizando los recursos renovables. En el Centro encontramos 8 módulos para exhibición: 1.-Hidroenergía, el agua se captar de los ríos hacia un reservorio que está ubicado en un punto alto y se utiliza ese desnivel para generar energía mediante unas turbinas que son impulsadas por la fuerza del agua. 2.- Energía Solar: mediante paneles que se capta los rayos del sol y se almacena en una batería que es transformado y se gradúa la energía (220), en el centro se capacita a los pobladores a ensamblar los equipos y a evaluar cuanto de energía necesita cada familia y de acuerdo a eso se instala los paneles. 3. Baños Ecológico Seco.- consta de dos cámaras (Pozos) de concreto y se utiliza 6 meses cada uno en forma alterna. Mientras se utiliza uno el otro se descompone y retira, estos servicios se instalan en lugares donde el agua no es muy accesible, haciendo uso de la ceniza, después de cada uso, lo

mismo que evita malos olores y presencia de insectos. 4.- Cocinas Mejoradas.- son cocinas a leña donde se utiliza al máximo la energía del fuego, las mismas que cuentan con 3 a 4 hornillas y el humo se conduce a través de un canal hacia el exterior. 5.-Calentador Solar.- El agua pasa por un panel mediante conductos que se calientan con los rayos solares, los mismos que se almacenan en un tanque hermético para su distribución y su posterior consumo. 6.-Filtro Bioarena: fabricado a base de arena, piedra, gravilla, sirve para filtrar el agua y prevenir parásitos. 7.- Prevención de Desastres; 8.- Producción de Cercos Vivos.- plantaciones de pajuros, sauco. Este proyecto beneficia a muchas comunidades ubicadas en las zonas rurales de Cajamarca, las mismas que no tienen acceso a servicios públicos.El Centro de Soluciones Prácticas viene brindando capacitación a las comunidades de toda la región Cajamarca, universidades, municipalidades, institución tecnológica.Este proyecto ha trabajado en el fortalecimiento de infraestructura en la Ruta Turística del Café de Jaén y San Ignacio.Actualmente recibe visitas de escolares, universitarios y grupos de comunidades de nuestra localidad, formando parte de la Ruta Turística de Lushcapampa.

#### Estado actual :

Bueno, en constante mantenimiento por los responsables del proyecto.

#### Ruta acceso al recurso:

Recorrido	Tramo	Detalle	Medio de Transporte	Vía de acceso	Distancia en kms./tiempo
1	-	Grifo Continental-Lushcapampa Cajamarca(Salida a	Bus público		4 km/ 25 minutos

#### Tipo de Ingreso:

Tipo de Ingreso	Observaciones
Libre	

#### Época propicia de visita al recurso:

Época propicia de visita al recurso	Hora de visita especificación	Especificación
Todo el Año	- 8 - 1 pm y 3 - 5 pm	Ing. Javier Trigos - cel 952604061

**Actividades desarrolladas dentro del recurso turístico:**

Actividad	Tipo	Observación	
Otros	Estudios e Investigación		
Deportes / Aventura	Caminata/Trekking	Alrededores del Centro de Investigación	

**Servicios Turísticos actuales fuera del recurso:**

Instalación	Servicio	Tipo	Observación
Instalaciones Privadas	Alojamiento	Hoteles (especificar categorías)	ciudad de Cajamarca
Instalaciones Privadas	Alojamiento	Hostales (especificar categorías)	ciudad de cajamarca
Instalaciones Privadas	Alimentación	Restaurantes	ciudad de cajamarca
Instalaciones Privadas	Lugares de Recreación	Discotecas	ciudad de cajamarca
Instalaciones Privadas	Lugares de Recreación	Pubs	ciudad de cajamarca
Instalaciones Privadas	Otros Servicios Turísticos	Agencia de Viajes	ciudad de Cajamarca
Instalaciones Privadas	Otros Servicios Turísticos	Bancos - Cajeros	ciudad de cajamarca
Instalaciones Privadas	Otros Servicios Turísticos	Oficina de Información	ciudad de cajamarca
Instalaciones Privadas	Otros Servicios Turísticos	Seguridad / POLTUR	ciudad de cajamarca
Instalaciones Privadas	Otros Servicios Turísticos	Servicio de Guiado. Idioma	ciudad de Cajamarca
Instalaciones Privadas	Otros Servicios Turísticos	Tópico	ciudad de cajamarca

**Infraestructura básica dentro del recurso:**

Infraestructura	Observación
Agua potable	
Luz (Suministro Eléctrico)	

Teléfono	
Señalización turística	

#### Infraestructura básica fuera del recurso:

Infraestructura	Observación
Agua potable	Ciudad de Cajamarca
Desagüe	Ciudad de Cajamarca
Luz (Suministro Eléctrico)	Ciudad de Cajamarca
Teléfono	Ciudad de Cajamarca

#### Datos del Responsable

<b>Institución Encargada del llenado de la ficha(Dircetur/Gercetur)</b>	DIRCETUR CAJAMARCA
<b>Nombre(Persona(s) responsable(s) del inventario turístico)</b>	LIC. ESPERANZA ESCOBAR PORTAL
<b>Cargo</b>	
<b>Correo</b>	
<b>Teléfono</b>	
<b>Fuentes Bibliográfica</b>	VISSCHER, A (2015), 30 ANIVERSARIO 1985-2015, LIMA - PERÚ, FORMA E IMAGEN; INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS CAJAMARCA - DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO
<b>Material Audiovisual actual del Recurso</b>	
<b>Especificación</b>	
<b>Referencia de las últimas intervenciones en el Recurso Turístico</b>	
<b>Fecha</b>	21/03/2018

## Recursos Turísticos

### Iglesia Y Casa Hacienda De Llushcapampa



<b>Toponimia:</b>	
<b>Departamento:</b>	Cajamarca
<b>Provincia:</b>	Cajamarca
<b>Distrito:</b>	CAJAMARCA
<b>Categoría:</b>	2. MANIFESTACIONES CULTURALES
<b>Tipo:</b>	Arquitectura y Espacios Urbanos
<b>Subtipo:</b>	Casa-Hacienda
<b>Jerarquía:</b>	POR JERARQUIZAR
<b>Altitud:</b>	

#### Descripción:

En Cajamarca existían los grandes hacendados, se desconoce quién fue el primer dueño de este lugar, pero si todos hablan de la familia Miranda, propietarios de toda la comunidad de LLushacapampa y ex hacienda Lluscapampa, ubicada a 9 kms. al Nor Oeste de la ciudad de Cajamarca, en la margen derecha del río Mashcón. Hoy en día Sectorizado como Aliso Colorado - Puruay, con una extensión de 47,000 hectáreas, siendo un latifundio. Esta hacienda fue prominente dentro de Cajamarca y tuvo su esplendor económico en el siglo XIX y mediados del siglo XX, época en que la producción agropecuaria de las grandes haciendas constituían la base de la economía en esta región. Esta hacienda además de la producción agropecuaria también fue un centro de producción manufacturera donde funcionaban los llamados obrajes, dedicados a la fabricación de pañetes, jergas, jergones, frazadas y aún telas de vestir. El conjunto arquitectónico está estructurado en base a un patio central con un árbol de pino al medio y alrededor del cual se ubican la capilla, con una sola torre ochavada en su cuerpo superior y una bella portada de piedra de cantería con frontón partido, los ambientes sociales conectados con los ambientes de servicio y hacia la parte posterior con frente hacia el río, ambientes destinados para los obrajes. La construcción de adobe, paredes de un metro de ancho, techo de madera cubierta con carrizo por la parte interior y en la parte exterior de teja andina, también cuenta con habitaciones amplias, un comedor y una cocina amplia en el primer piso, con un cuarto que funciona como refrigerador artesanal (cuarto de 4 x 4 metros de ancho y

largo y 2 de alto, cubierto de piedra de río). La ex hacienda tiene un aspecto colonial muy notable por los famosos balcones. Hasta la actualidad funciona la capilla adyacente a la casa hacienda, la misma que tiene una sola nave, achatada en su cuerpo superior y una bella portada de piedra de cantería con frontón partido y techo a dos aguas, en el interior encontramos algunos santos, pero lo que más llama la atención es la existencia de dos tumbas: Una perteneciente a Manuel Padierna y la otra a Rosario Pajares de Arbaiza - del año 1890, posiblemente personas que financiaron la construcción de la capilla. La patrona de este lugar es la Virgen del Carmen y su celebración es el 16 de julio de cada año, en donde se reúnen todos los pobladores de la zona, para realizar una misa y luego se hace un recorrido por la hacienda hasta la escuelita, en donde se celebra este gran día, con danzas de chunchos y pallas, acompañados de la caja, la flauta y el clarín. En el año 1989 con la dación de la Reforma Agraria, el hacendado vende sus tierras, y la ONG - EDAC (Equipo de Desarrollo agropecuario Cajamarca) compra 3 hectáreas, que incluía la casa hacienda y la capilla. Actualmente son 6 socios dueños de la ex hacienda, administrada por el Sr. David Guerrero. Siendo este lugar una de las primeras escuelas técnicas agropecuarias, contaba con un financiamiento de la cooperación alemana, y consistía en capacitación por 3 meses a pobladores hombres y mujeres de las zonas rurales, los mismos que replicaban sus conocimientos en sus zonas de residencia. Hoy en día la ex hacienda es utilizada como albergue de grupos religiosos, realización de retiros espirituales, grupos estudiantiles, así mismo allí es un punto de concentración para la realización de caminatas por toda la zona.

#### Particularidades:

Con R.J. N° 348-1991-INC/J del 18/03/1991, Es declarada como Patrimonio Cultural la Iglesia y Casa Hacienda de LLuscapampa, como bien inmueble representativo de la Arquitectura de la zona.

#### Estado actual :

Regular, la falta más mantenimiento.

#### Ruta acceso al recurso:

Recorrido	Tramo	Detalle	Medio de Transporte	Vía de acceso	Distancia en kms./tiempo
1	-	Grifo Continental - LLuscapampa	Combi		4.9 km - 32 minutos

#### Tipo de Ingreso:

Tipo de Ingreso	Observaciones
-----------------	---------------

Semi-restringido(previo permiso)	previo permiso del Sr. David Guerrero - Administrador.
----------------------------------	--

#### Época propicia de visita al recurso:

Época propicia de visita al recurso	Hora de visita especificación	Especificación
Todo el Año	- 8.00 a 1.00pm y 3.00 a 6.00pm	

#### Actividades desarrolladas dentro del recurso turístico:

Actividad	Tipo	Observación	.
Naturaleza	Observación de fauna	Alrededor de la ex-casa hacienda	
Naturaleza	Observación de flora	Alrededor de la ex-casa hacienda	
Deportes / Aventura	Caminata/Trekking	Alrededor de la ex-casa hacienda	
Deportes / Aventura	Camping	Alrededor de la ex-casa hacienda	

#### Servicios Turísticos actuales dentro del recurso:

Instalación	Servicio	Tipo de Servicio	Observación
Instalaciones Privadas	Alojamiento	Casa de Hospedaje	
Instalaciones Privadas	Otros Servicios Turísticos	Servicio de Internet	

#### Servicios Turísticos actuales fuera del recurso:

Instalación	Servicio	Tipo	Observación
Instalaciones Privadas	Alojamiento	Hoteles (especificar categorías)	En Cajamarca
Instalaciones Privadas	Alojamiento	Hostales (especificar categorías)	En cajamarca
Instalaciones Privadas	Alimentación	Restaurantes	En Cajamarca

Instalaciones Privadas	Alimentación	Cafeterías	En Cajamarca
Instalaciones Privadas	Lugares de Recreación	Discotecas	En cajamarca
Instalaciones Privadas	Otros Servicios Turísticos	Agencia de Viajes	En cajamarca
Instalaciones Privadas	Otros Servicios Turísticos	Bancos - Cajeros	En cajamarca
Instalaciones Privadas	Otros Servicios Turísticos	Casa de Cambio	En cajamarca
Instalaciones Privadas	Otros Servicios Turísticos	Oficina de Información	En cajamarca
Instalaciones Privadas	Otros Servicios Turísticos	Seguridad / POLTUR	En cajamarca
Instalaciones Privadas	Otros Servicios Turísticos	Tópico	En cajamarca
Instalaciones Privadas	Otros Servicios Turísticos	Venta de Material Informativo(libro,revistas,postales,videos,etc)	En Cajamarca

#### Infraestructura básica dentro del recurso:

Infraestructura	Observación
Agua potable	
Luz (Suministro Eléctrico)	
Señalización turística	

#### Infraestructura básica fuera del recurso:

Infraestructura	Observación
Agua potable	En Cajamarca
Luz (Suministro Eléctrico)	En Cajamarca
Teléfono	En Cajamarca

#### Datos del Responsable

<b>Institución Encargada del llenado de la</b>	DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO
--	--------------------------------

ficha(Dircetur/Gercetur)	EXTERIOR Y TURISMO CAJAMARCA
Nombre(Persona(s) responsable(s) del inventario turístico)	LIC. ESPERANZA ESCOBAR PORTAL
Cargo	
Correo	
Teléfono	
Fuentes Bibliográfica	WWW.EDAC.ORG.PE - MARTIN VEGA RISCO
Material Audiovisual actual del Recurso	FOTO
Especificación	
Referencia de las últimas intervenciones en el Recurso Turístico	
Fecha	28/03/2018



Universidad Nacional de Cajamarca

"Norte de la Universidad Peruana"  
Fundada por Ley 14015 del 13 de febrero de 1962

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA



## ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Siendo las once de la mañana del día 08 de noviembre de 2024, reunidos en el auditorio "Ima Sumac" de la Escuela Académico Profesional de Turismo y Hotelería de la Facultad de Ciencias Sociales, dando cumplimiento a lo establecido en la Resolución de Consejo de Facultad N° 0137-2024-FCS-UNC, el Jurado Evaluador, presidido por el M.Cs. Wilder Antonio Sánchez Sánchez, como secretario el M.Cs. Miguel Ángel Cueva Zavala y como vocal la Dra. Yesenia Liceth Fernández Silva, y en calidad de asesor el Dr. Alfonso Antonio Terán Vigo, se procedió a la sustentación de la Tesis titulada: "GESTIÓN DE LA RUTA TURÍSTICA LLUSHCAPAMPA Y SU CONTRIBUCIÓN A LA DIVERSIFICACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO DEL DISTRITO DE CAJAMARCA, EN LOS AÑOS 2018-2021" presentada por la Bachiller Luz Judith Saavedra Huayhua para optar el Título Profesional de Licenciada en Turismo y Hotelería de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Cajamarca.

El presidente del Jurado Evaluador inició el acto de sustentación, haciendo la respectiva presentación e indicaciones a la Bachiller, manifestándole el tiempo que dispone para la sustentación y fundamentación de los aspectos principales de la tesis.

Concluida la exposición, los integrantes del jurado formularon sus comentarios y preguntas respectivas sobre el tema, las mismas que fueron absueltas y consideradas por la sustentante para la presentación del informe final.

Acto seguido el presidente del jurado invitó a la sustentante y asistentes en general a que abandonaran la sala, para la deliberación y calificación respectiva. Realizado el acto deliberativo el Jurado determinó APROBAR.....la tesis con el calificativo de Distinto (18)

Siendo las 11:55..... de la mañana del mismo día, se dio por concluido dicho acto académico, firmando el jurado en señal de conformidad.

  
.....  
M.Cs. Wilder Antonio Sánchez Sánchez  
**PRESIDENTE**

  
.....  
M.Cs. Miguel Ángel Cueva Zavala  
**SECRETARIO**

  
.....  
Dra. Yesenia Liceth Fernández Silva  
**VOCAL**



**Universidad Nacional de Cajamarca**

"Norte de la Universidad Peruana"  
Fundada por Ley 14015 del 13 de febrero de 1962

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

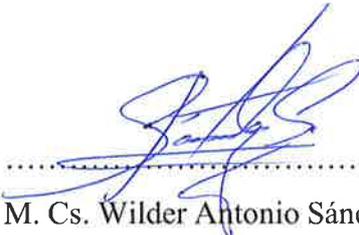
**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE  
TURISMO Y HOTELERÍA**



## **ACTA DE LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES DE TESIS**

El Jurado Evaluador de la Tesis titulada: **“Gestión de la ruta turística Llushcapampa y su contribución a la diversificación del producto turístico del Distrito de Cajamarca, en los años 2018 - 2021”**, presentado por la Bachiller Luz Judith Saavedra Huayhua, otorgan su conformidad del levantamiento de las observaciones y sugerencias realizadas en el acto académico de la sustentación.

Cajamarca, 07 de febrero 2025

  
.....  
M. Cs. Wilder Antonio Sánchez Sánchez  
PRESIDENTE

  
.....  
M. Cs. Miguel Ángel Cueva Zavala  
SECRETARIO

  
.....  
Dra. Yesenia Liceth Fernández Silva

VOCAL