UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HUANTA

FACULTAD DE INGENIERÍA Y GESTIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE TURISMO SOSTENIBLE Y HOTELERÍA

TESIS

La ruta de la palta en San Miguel, Ayacucho, 2024

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración de Turismo Sostenible y Hotelería

LINEA DE INVESTIGACIÓN:
Negocios, Administración

AUTOR:
Zorrilla Crespo, Valeria Alejandra

ASESOR:
Mg. Fabian Fabricio Lema Rivera

CO-ASESORA:
Dra. Saara Huaches Llocya

HUANTA – PERÚ
2026

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

Tesis Valeria Alejandra Zorrilla Crespo.pdf

RECUENTO DE PALABRAS

52003 Words

RECUENTO DE CARACTERES

352609 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

226 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

3.6MB

FECHA DE ENTREGA

Oct 27, 2026 3:39 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Oct 27, 2026 3:43 PM GMT-5

7% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 5% Base de datos de Internet
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- 5% Base de datos de trabajos entregados

Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

Firmado digitalmente por LEMA RIVERA fabián fabricio
Fecha: 2026.10.27 16:03:25 -05'00'

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HUANTA
Creada por Ley N° 29658
FACULTAD DE INGENIERÍA Y GESTIÓN
"Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO SOSTENIBLE Y HOTELERÍA

En la ciudad de Huanta, en el Aula A01 - Estudios Generales de la Universidad Nacional Autónoma de Huanta, ubicado en el Jr. Miguel Lazón N° 370 – cinco esquinas, a los 15 días del mes de octubre de 2026, siendo las 16:00 horas, se dio inicio al acto académico de sustentación de tesis con la presencia de los miembros del jurado calificador:

Mtro. Willis Rufini Palomino Cortez	**Miembro Titular 1 (Presidente)**
Dr. Amit Roy Flores Rivera	**Miembro Titular 2**
Mtro. Fabián Fabricio Lema Rivera	**Miembro Titular 3**
Dr. Jaime Carmelo Aspur Barrientos	**Miembro Suplente**

Acto seguido se procedió a dar lectura de la Resolución de Vicepresidencia Académica N° 193-2026-CO-UNAH, en la que señala fecha, hora y designación de jurado evaluador para la sustentación de tesis de la **Br. Valeria Alejandra Zorrilla Crespo**, con la tesis titulada: **"La ruta de la palta en San Miguel, Ayacucho, 2024"** asesorado por el Mtro. Fabián Fabricio Lema Rivera y Coasesor el Dra. Saara Huaches Llocya, para optar el Título profesional de Licenciado en Administración de Turismo Sostenible y Hotelería.

.....
.....

Terminada la sustentación se procedió a la formulación de preguntas por los miembros del jurado evaluador, los mismos que fueron defendidos y absueltos por la tesista. Acto seguido se procedió a calificar con el resultado siguiente:

Aprobado Regular	( )
Aprobado Bueno	( )
Aprobado Muy Bueno	(X)
Aprobado Excelente	( )

Con la calificación de Diecisés ..... (16)
Siendo las ..... se da por finalizada el acto académico de sustentación de tesis pasando a firmar los miembros del jurado evaluador.

.....
Mtro. Willis Rufini Palomino Cortez
Miembro Titular 1 (Presidente)

.....
Dr. Amit Roy Flores Rivera
Miembro Titular 2

.....
Mtro. Fabián Fabricio Lema Rivera
Miembro Titular 3

Título:

"La Ruta de la Palta en San Miguel, Ayacucho, 2024"

AUTOR:

Bach. Valeria Alejandra Zorrilla Crespo

ASESOR:

Mg. Fabián Fabricio Lema Rivera

CO-ASESORA:

Dra. Saara, Huaches Llocya

DEDICATORIA

A mis padres, Roberto y Yeny, por su constancia, dedicación y amor incondicional en cada etapa de mi vida, por hacer de mí una persona feliz y permitirme sentirme orgullosa de ellos. A mis abuelos por brindarme un hogar y un refugio en los momentos difíciles. A mi familia, por sostenerme hasta el día de hoy y acompañarme en cada paso para alcanzar mis metas.

Asimismo, agradezco a Brus quien es como mi segundo padre, preocupándose siempre por mi bienestar y enseñarme que, con esfuerzo y perseverancia, es posible llegar lejos.

A mi compañero eterno, Cristofer, por su apoyo incondicional, por compartir sus conocimientos durante la elaboración de esta tesis y motivarme a seguir creciendo cada día. A tu lado he aprendido que el amor y el compromiso hacen posible superar cualquier desafío. Te amo.

A mi pequeñito Axel, quien se convirtió en mi mayor inspiración y razón para seguir adelante. Deseo que, en el futuro, puedas construir tu propio camino y recordar siempre que estaremos a tu lado para apoyarte.

Y a mis hermanos, por compartir conmigo alegrías, aprendizajes y momentos inolvidables, haciendo que hoy sea la persona que soy.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Padre Celestial por darme la vida, el conocimiento y extender su mano en todo el transcurso de mi vida. Brindándome fortaleza y sabiduría para superar las dificultades y alcanzar esta meta profesional.

Expreso mi sincero agradecimiento a mi asesor, el Mg. Fabián Fabricio Lema Rivera, por su orientación, dedicación y valiosos aportes durante el desarrollo de esta investigación, contribuyendo significativamente a mi formación profesional. Asimismo, agradezco a la Dra. Saara Huaches Llocya por guiarme en la correcta elaboración de esta presente tesis.

Agradezco al Lic. Elmer Huamán por su apoyo, paciencia y disposición permanente para brindar información valiosa, la cual contribuyó al fortalecimiento y desarrollo de esta investigación.

Finalmente, agradezco a mis compañeros y amigos de clase, con quienes compartimos aprendizajes, experiencias enriquecedoras y desafíos a lo largo de esta etapa académica, haciendo de este camino una experiencia inolvidable.

RESUMEN

La investigación titulada “La ruta de la palta en San miguel, Ayacucho, 2024” tuvo como objetivo general diseñar una ruta turística basada en la producción de palta, articulando los recursos turísticos, la actividad productiva y los servicios existentes en el territorio. Metodológicamente, la investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, de tipo aplicada, diseño no experimental, nivel descriptivo y método de estudio de caso. La población de interés estuvo constituida por actores vinculados con la producción de palta y la actividad turística del distrito de San Miguel; la muestra estuvo conformada por cinco informantes clave, seleccionados mediante muestreo no probabilístico intencional o por criterios: dos productores de palta, un actor vinculado con la gestión municipal y dos especialistas relacionados con la actividad turística. Se emplearon como técnicas la entrevista semiestructurada, la observación directa y la revisión documental, siendo la guía de entrevista semiestructurada el principal instrumento de recolección de información. El análisis cualitativo permitió identificar que San Miguel dispone de recursos naturales, culturales y productivos susceptibles de integrarse a una propuesta turística; asimismo, se identificó disposición de los productores para participar, aunque existen necesidades relacionadas con infraestructura, servicios, capacitación, articulación y promoción turística. La demanda actual se encuentra principalmente vinculada con visitantes regionales y festividades locales, mientras que se identificaron posibilidades para desarrollar experiencias de turismo rural, vivencial y gastronómico. A partir del diagnóstico se estructuró la Ruta de la Palta, integrando parcelas productivas, recursos naturales y culturales, actividades relacionadas con el cultivo, gastronomía, servicios e itinerarios. Se concluye que San Miguel presenta condiciones y recursos con potencial para estructurar una ruta turística temática basada en la producción de palta; sin embargo, su eventual implementación requiere fortalecer las condiciones de accesibilidad, servicios, capacidades locales y articulación entre productores, actores públicos y prestadores turísticos.

Palabras clave: ruta turística, palta, turismo rural, producto turístico, San Miguel.

ABSTRACT

The research entitled "The Avocado Route in San Miguel, Ayacucho, 2024" aimed to design a tourism route based on avocado production by integrating the tourism resources, productive activities, and services available in the territory. Methodologically, the study followed a qualitative approach, with an applied research type, a non-experimental design, a descriptive level, and a case study method. The population of interest consisted of stakeholders involved in avocado production and tourism activities in the district of San Miguel. The sample comprised five key informants, selected through non-probability purposive or criterion-based sampling: two avocado producers, one stakeholder involved in municipal management, and two tourism specialists. The data collection techniques included semi-structured interviews, direct observation, and document review, with a semi-structured interview guide serving as the main data collection instrument. The qualitative analysis revealed that San Miguel has natural, cultural, and productive resources that could be integrated into a tourism proposal. Avocado producers also showed willingness to participate; however, needs related to infrastructure, services, training, stakeholder coordination, and tourism promotion were identified. Current tourism demand is mainly associated with regional visitors and local festivities, while opportunities were identified for developing rural, experiential, and gastronomic tourism experiences. Based on the diagnosis, the Avocado Tourism Route was designed by integrating avocado farms, natural and cultural resources, avocado-related activities, gastronomy, tourism services, and itineraries. It is concluded that San Miguel has resources and conditions with potential for the development of a thematic tourism route based on avocado production; however, its eventual implementation requires improvements in accessibility, services, local capacities, and coordination among producers, public stakeholders, and tourism service providers.

Keywords: tourism route, avocado, rural tourism, tourism product, San Miguel.

ÍNDICE

DEDICATORIA viii

AGRADECIMIENTO ix

RESUMEN x

ABSTRACT xi

INTRODUCCIÓN 23

CAPÍTULO I 27

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 27

1.1. Descripción y formulación del problema 27

1.2. Formulación del problema 30

1.3. Objetivos 30

1.4. Justificación de la investigación 31

1.4.1. Justificación teórica 31

1.4.2. Justificación metodológica 31

1.4.3. Justificación práctica 32

1.4.4. Justificación social 32

CAPÍTULO II 34

MARCO TEÓRICO 34

2.1. Antecedentes del Problema 34

2.1.1. A Nivel Internacional 34

2.1.2. A nivel nacional 36

2.1.3. A Nivel Local 38

2.2. Bases Teóricas 41

2.2.1. Turismo rural y desarrollo turístico local 41

2.2.2. Recursos y atractivos turísticos 42

2.2.3. Destino turístico 43

2.2.4. Infraestructura y accesibilidad turística 44

2.2.5. Planta y servicios turísticos 44
2.2.6. Oferta turística 45
2.2.7. Demanda turística 45
2.2.8. Producto turístico 46
2.2.9. Experiencia turística 46
2.2.10. Rutas turísticas 47
2.2.11. Rutas turísticas temáticas 48
2.2.12. Agroturismo y aprovechamiento turístico de actividades productivas 48
2.2.13. Participación de los productores y actores locales 49
2.2.14. Capacidades locales y capacitación turística 49
2.2.15. Diseño técnico de una ruta turística 50
2.2.16. Itinerario turístico 50
2.2.17. Atractividad y viabilidad turística 51
2.2.18. Gestión del producto turístico 51
2.2.19. Articulación institucional 51
2.2.20. Implementación y plan de acción 52
2.2.21. Sostenibilidad turística 52
2.3. Definición de términos básicos 53
CAPÍTULO III 57
METODOLOGÍA 57
3.1. Enfoque, tipo, diseño, nivel y método 57
3.1.1. Enfoque de investigación 57
3.1.2. Tipo de investigación 57
3.1.3. Diseño de investigación 58
3.1.4. Nivel de investigación 58
3.1.5. Método de investigación 58
3.2. Ámbito temporal y espacial de la investigación 59
3.2.1. Ámbito espacial 59
3.2.2. Límites 60

3.2.3. Ámbito temporal 61
3.3. Población y muestra 61
3.3.1. Unidad de análisis 61
3.3.2. Población 62
3.3.3. Criterios de inclusión 62
3.3.4. Criterios de exclusión 63
3.3.5. Muestra 63
3.3.6. Tipo de muestreo utilizado 64
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de información 64
3.4.1. Técnicas de recolección de información 65
3.4.2. Instrumentos de recolección de información 66
3.3.3. Validez del instrumento 66
3.5. Procedimiento 67
3.6. Procesamiento y análisis de la información 68
3.7. Rigor científico 70
3.8. Consideraciones éticas 71
CAPÍTULO IV 72
RESULTADOS Y DISCUSIÓN 72
4.1. Presentación y organización de los resultados 72
4.2. Resultados del objetivo específico 1 73
Objetivo específico 1 73
4.2.1. Recursos y atractivos turísticos 73
a) Mirador Cerro San Cristóbal 74
b) Sitio Arqueológico Manohuatoy 76
c) Catarata de Sayhuapata 78
d) Iglesia San Miguel Arcángel 80
e) Iglesia de Ninabamba 82

f) Expo La Mar Vraem 84
g) Carnaval Lamarino 86
h) Valle Torobamba 88
4.2.2. Infraestructura y accesibilidad 90
4.2.3. Accesibilidad hacia los espacios productivos 90
4.2.4. Señalización turística 91
4.2.5. Conectividad y distancia respecto del mercado 91
4.2.6. Condiciones de infraestructura para la implementación 92
4.2.7. Síntesis de infraestructura y accesibilidad 92
4.2.8. Resultado de la subcategoría 93
4.2.9. Planta y servicios turísticos 94
4.2.10. Servicios de hospedaje y alimentación 94
4.2.11. Capacidad de atención 96
4.2.12. Transporte y servicios complementarios 96
4.2.13. Articulación de los prestadores de servicios 97
4.2.14. Síntesis de la planta y servicios turísticos 98
4.2.15. Gestión y articulación turística 98
4.2.16. Articulación entre actores públicos y privados 99
4.2.17. Participación de los productores 100
4.2.18. Sensibilización y fortalecimiento de capacidades 100
4.2.19. Gestión institucional del turismo 101
4.2.20. Financiamiento y continuidad de la propuesta 101
4.2.21. Actores propuestos para la articulación de la ruta 102
4.2.22. Resultado de la subcategoría 104
4.2.23. Síntesis descriptiva del objetivo específico 1 105
4.2.24. Resultado integrador del OE1 106
4.2.25. Discusión del objetivo específico 1 106
4.3. Resultados del objetivo específico 2 108
Objetivo específico 2 108

4.3.1. Características de la actividad productiva 108
4.3.2. Disposición de los productores para participar 109
4.3.3. Capacidades y necesidades para la participación turística 109
4.3.4. Necesidad de capacitación turística 110
4.3.5. Infraestructura y acondicionamiento de las parcelas 111
4.3.6. Experiencias previas de capacitación y apoyo 111
4.3.7. Necesidad de acompañamiento institucional 112
4.3.8. Necesidad de personal especializado 112
4.3.9. Resultado de la subcategoría 114
4.3.10. Disposición, motivaciones y limitaciones para la participación en la Ruta de la Palta 114
4.3.11. Disposición de los productores para recibir visitantes 115
4.3.12. Motivaciones para participar 115
4.3.13. Disposición de otros productores 116
4.3.14. Principales limitaciones para la participación 117
4.3.15. Organización de los productores 118
4.3.16. Resultado de la subcategoría 119
4.3.17. Limitaciones y obstáculos para la participación 120
4.3.18. Rol del gobierno local 121
4.3.19. Rol de DIRCETUR y entidades especializadas 122
4.3.20. Programas públicos y fuentes de apoyo 122
4.3.21. Articulación con prestadores y operadores turísticos 123
4.3.22. Importancia de una implementación progresiva 123
4.3.23. Resultado de la subcategoría 125
4.3.24. Síntesis descriptiva del objetivo específico 2 125
4.3.25. Resultado integrador del OE2 128
4.3.26. Discusión del objetivo específico 2 128
4.4. Resultados del objetivo específico 3 130
Objetivo específico 3 130
4.4.1. Oferta turística existente 130

4.4.2. Demanda turística actual 131
4.4.3. Estacionalidad de la demanda percibida 131
4.4.4. Limitaciones para caracterizar la demanda actual 132
4.4.5. Resultado de la subcategoría 133
4.4.6. Demanda turística potencial 133
4.4.7. Turismo rural, vivencial y gastronómico 134
4.4.8. Segmentación del visitante potencial 134
4.4.9. Visitantes locales y regionales como mercado inicial 135
4.4.10. Turismo nacional y receptivo 135
4.4.11. Motivaciones potenciales 136
4.4.12. Resultado de la subcategoría 137
4.4.13. Motivaciones y experiencias potenciales del visitante 137
4.4.14. Búsqueda de experiencias participativas y de aprendizaje 138
4.4.15. Interacción con los productores y autenticidad de la experiencia 138
4.4.16. Gastronomía y productos derivados de la palta 139
4.4.17. Contacto con la naturaleza y paisaje rural 139
4.4.18. Actividades diferenciadoras según el perfil del visitante 140
4.4.19. Estacionalidad de las experiencias agrícolas 141
4.4.20. Calidad de la experiencia y motivación de retorno 141
4.4.21. Resultado de la subcategoría 143
4.4.22. Promoción, posicionamiento y condiciones para la competitividad de la Ruta de la Palta 143
4.4.23. Marketing experiencial y digital 144
4.4.24. Canales de difusión potenciales 145
4.4.25. Narrativa e identidad de la propuesta 145
4.4.26. Diferenciación de la propuesta 146
4.4.27. Calidad del servicio y posicionamiento 146
4.4.28. Articulación promocional 147
4.4.29. Síntesis de los resultados del objetivo específico 3 149
4.4.30. Resultado integrador del OE3 151

4.4.31. Discusión de los resultados del objetivo específico 3 152
4.5. Resultados del objetivo específico 4 156
Objetivo específico 4 156
4.5.1. Diseño de la Ruta de la Palta 156
4.5.2. Conceptualización del producto turístico 156
4.5.3. Componentes del producto turístico 157
4.5.4. Experiencia central de la ruta 158
4.5.5. Actividades propuestas 159
4.5.6. Servicios requeridos 160
4.5.7. Selección de parcelas y puntos de visita 160
4.5.8. Estructuración preliminar del recorrido 161
4.5.9. Itinerarios preliminares 162
a) Itinerario de un día 162
b) Itinerario de dos días 163
4.5.10. Resultado parcial del diseño 164
4.5.11. Evaluación técnica preliminar de las condiciones para la implementación 165
4.5.12. Recursos productivos y turísticos 165
4.5.13. Participación de los productores 166
4.5.14. Infraestructura y accesibilidad 166
4.5.15. Planta y servicios turísticos 166
4.5.16. Capacidades para la atención turística 167
4.5.17. Gestión y articulación institucional 167
4.5.18. Mercado turístico 167
4.5.19. Inversión requerida 168
4.5.20. Resultado de la evaluación técnica preliminar 169
4.5.21. Modelo de gestión y articulación institucional para la Ruta de la Palta 170
4.5.22. Estructura organizativa propuesta 170
4.5.23. Funciones del Comité de Gestión 171

4.5.24. Roles de los actores involucrados 172
4.5.25. Mecanismos de coordinación institucional 172
4.5.26. Enfoque de sostenibilidad del modelo 173
4.5.27. Gobernanza participativa 173
4.5.28. Resultado del modelo de gestión 174
4.5.29. Requerimientos de infraestructura, equipamiento y fortalecimiento de capacidades 174
4.5.30. Requerimientos de infraestructura turística básica 175
4.5.31. Requerimientos de equipamiento 176
4.5.32. Fortalecimiento de capacidades de los productores 177
4.5.33. Fortalecimiento de capacidades de los prestadores de servicios 178
4.5.34. Seguridad y atención de contingencias 178
4.5.35. Gestión ambiental de las visitas 179
4.5.36. Priorización de requerimientos 179
4.5.37. Resultado del análisis de requerimientos 180
4.5.38. Plan de implementación progresiva de la Ruta de la Palta 180
Fase I. Organización y preparación inicial 181
Fase II. Validación mediante experiencia piloto 182
Fase III. Ajuste y fortalecimiento del producto 183
Fase IV. Promoción inicial y comercialización progresiva 183
Fase V. Consolidación y ampliación 184
4.5.39. Seguimiento y evaluación 184
4.6. Resultado del plan de implementación 186
4.7. Síntesis de los resultados del objetivo específico 4 187
4.8. Resultado integrador del objetivo específico 4 190
4.9. Discusión de los resultados del objetivo específico 4 190
4.10. Resultado integrador del objetivo general 195
4.11. Resultado general de la investigación 198
CONCLUSIONES 200

RECOMENDACIONES 202

REFERENCIAS 204

ANEXOS 210

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 *Ubicación geográfica del distrito de San Miguel, provincia de La Mar, Ayacucho* 60

Figura 2 *Mirador cerro San Cristóbal* 74

Figura 3 *Sitio Arqueológico Manohuatoy* 76

Figura 4 *Catarata de Sayhuapata* 78

Figura 5 *Iglesia San Miguel Arcangel* 80

Figura 6 *Iglesia de Ninabamba* 82

Figura 7 Expo La Mar Vraem 84

Figura 8 *Carnaval Lamarino* 86

Figura 9 *Valle Torobamba* 88

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 *Provincia de La Mar: Superficie y ubicación geográfica, por distritos 2022*..... 61
Tabla 2 *Datos del recurso turístico: Mirador Cerro San Cristóbal*..... 75
Tabla 3 *Datos del recurso turístico: Sitio Arqueológico Manohuatoy*..... 77
Tabla 4 *Datos del recurso turístico: Catarata de Sayhuapata*..... 79
Tabla 5 *Datos del recurso turístico: Iglesia San Miguel Arcángel* 81
Tabla 6 *Datos del recurso turístico: Iglesia de Ninabamba*..... 83
Tabla 7 *Datos del recurso turístico: Expo La Mar Vraem*..... 85
Tabla 8 *Datos del recurso turístico: Carnaval Lamarino*..... 87
Tabla 9 *Datos del recurso turístico: Valle Torobamba*..... 89
Tabla 10 *Condiciones de infraestructura y accesibilidad identificadas para la Ruta de la Palta*..... 93
Tabla 11 *Servicios turísticos y complementarios identificados en San Miguel* 95
Tabla 12 *Condiciones identificadas de la planta y los servicios turísticos de San Miguel* 98
Tabla 13 *Actores potenciales y funciones propuestas para la articulación de la Ruta de la Palta*..... 103
Tabla 14 *Condiciones identificadas respecto de la gestión y articulación turística* 104
Tabla 15 *Síntesis descriptiva del objetivo específico 1* 106
Tabla 16 *Capacidades existentes y necesidades de los productores para su participación en la Ruta de la Palta* 113
Tabla 17 *Factores asociados con la participación de los productores en la Ruta de la Palta*..... 119
Tabla 18 *Actores y formas potenciales de apoyo para la incorporación de productores a la Ruta de la Palta* 124

Tabla 19 *Síntesis de los resultados relacionados con los productores de palta y su incorporación a la propuesta turística*..... 127
Tabla 20 *Características cualitativas de la demanda turística actual percibida en San Miguel*..... 133
Tabla 21 *Segmentos y motivaciones potenciales para la Ruta de la Palta*. 136
Tabla 22 *Motivaciones y experiencias potenciales identificadas para la Ruta de la Palta* 142
Tabla 23 *Estrategias potenciales para la promoción y posicionamiento de la Ruta de la Palta*..... 147
Tabla 24 *Síntesis de los resultados relacionados con la oferta y demanda turística para la Ruta de la Palta* 150
Tabla 25 *Componentes propuestos para la Ruta de la Palta del Valle de Torobamba – San Miguel* 157
Tabla 26 *Itinerario preliminar de un día para la Ruta de la Palta* 163
Tabla 27 *Itinerario preliminar de dos días para la Ruta de la Palta* 164
Tabla 28 *Condiciones preliminares para la implementación de la Ruta de la Palta* 168
Tabla 29 *Composición propuesta del Comité de Gestión de la Ruta de la Palta* 171
Tabla 30 *Roles propuestos para los actores de la Ruta de la Palta* 172
Tabla 31 *Requerimientos preliminares para la implementación de la Ruta de la Palta* 179
Tabla 32 *Plan preliminar para la implementación progresiva de la Ruta de la Palta* 185
Tabla 33 *Síntesis del diseño de la Ruta de la Palta del Valle de Torobamba – San Miguel* 189
Tabla 34 *Integración de los resultados para el cumplimiento del objetivo general* 197

INTRODUCCIÓN

El turismo constituye una actividad con capacidad para dinamizar las economías locales, generar oportunidades complementarias de ingreso y contribuir a la valorización de los recursos naturales, culturales y productivos de un territorio. En los espacios rurales, esta actividad puede adquirir especial relevancia cuando se articula con actividades económicas preexistentes y con experiencias vinculadas con el paisaje, la gastronomía, las prácticas productivas y la participación de la población local.

En este contexto, el distrito de San Miguel, ubicado en la provincia de La Mar, región Ayacucho, presenta recursos naturales, culturales y productivos susceptibles de ser aprovechados con fines turísticos. Entre ellos destaca la producción de palta, actividad agrícola de importancia para el territorio y particularmente vinculada con las zonas productivas del Valle de Torobamba. Sin embargo, pese a la presencia de este recurso productivo y de otros elementos complementarios, actualmente no existe un producto turístico estructurado específicamente en torno a la producción de palta que articule parcelas, productores, servicios y recursos turísticos del ámbito de estudio.

Frente a esta situación, la presente investigación tuvo como objetivo general **diseñar la Ruta de la Palta en San Miguel, Ayacucho, 2024**. Para alcanzar dicho propósito se plantearon cuatro objetivos específicos: realizar un diagnóstico del destino San Miguel; identificar a los principales productores de palta vinculados con la propuesta; identificar la oferta y demanda turística existente; y diseñar la Ruta de la Palta en San Miguel. Estos objetivos orientaron progresivamente el análisis del territorio y la estructuración del producto turístico.

La importancia de la investigación radica en que propone articular la actividad productiva de la palta con el turismo rural, vivencial y gastronómico, considerando a los productores como actores centrales de la experiencia. En este sentido, la propuesta no se limita a la visita de plantaciones, sino que incorpora preliminarmente actividades vinculadas con el conocimiento del proceso productivo, interacción con agricultores, degustación y gastronomía, recursos naturales y culturales complementarios y servicios de soporte.

La investigación se desarrolló mediante un enfoque cualitativo, orientado a comprender las percepciones y experiencias de los actores vinculados con la actividad productiva y turística del territorio. La información fue obtenida principalmente mediante entrevistas semiestructuradas, complementadas con observación y revisión documental. Las entrevistas permitieron recuperar las perspectivas de productores de palta, actores institucionales y especialistas en turismo, proporcionando información acerca de las condiciones del destino, posibilidades de participación, necesidades de fortalecimiento y criterios para el diseño de la ruta.

El análisis de la información se realizó mediante un procedimiento cualitativo de organización, codificación, categorización e interpretación de los discursos, complementado con apoyo descriptivo cuantificado cuando resultó pertinente para sintetizar recurrencias y tendencias identificadas en las entrevistas. Este procedimiento permitió relacionar los testimonios con las categorías y subcategorías establecidas en la investigación y posteriormente contrastar los hallazgos con los antecedentes y bases teóricas.

Los resultados evidenciaron que San Miguel y el Valle de Torobamba disponen de recursos productivos, naturales, culturales y paisajísticos que pueden servir como base para estructurar una propuesta turística. Asimismo, se identificó la existencia de servicios de hospedaje, alimentación, transporte y comercio que podrían brindar soporte al visitante, aunque también se reconocieron necesidades relacionadas con señalización, accesibilidad hacia determinados espacios rurales, acondicionamiento de puntos de visita, fortalecimiento de capacidades y articulación institucional.

En relación con los productores, los participantes entrevistados manifestaron disposición para compartir sus conocimientos y recibir visitantes en sus espacios productivos. No obstante, también identificaron necesidades de capacitación, infraestructura básica, organización y acompañamiento institucional. Estos resultados muestran que la incorporación de agricultores a una futura ruta deberá desarrollarse de manera voluntaria, progresiva y previa evaluación de las condiciones de cada parcela.

Respecto de la oferta y demanda turística, se identificaron recursos y servicios susceptibles de integrarse a la propuesta, así como percepciones relacionadas con una

mayor afluencia de visitantes durante festividades y acontecimientos locales. Además, los especialistas identificaron segmentos potenciales vinculados con turismo rural, vivencial y gastronómico. Sin embargo, debido a que la investigación no aplicó instrumentos directamente a turistas, dichos segmentos deben considerarse preliminares y requieren validación mediante estudios posteriores de mercado.

A partir de los resultados obtenidos se estructuró la propuesta denominada **"Ruta de la Palta del Valle de Torobamba – San Miguel"**, concebida como un diseño técnico preliminar. La propuesta integra parcelas productivas, participación de productores, actividades agrícolas según temporada, experiencias gastronómicas, recursos complementarios, servicios de soporte e itinerarios preliminares de uno y dos días. Asimismo, incorpora criterios para la selección de parcelas, requerimientos de infraestructura y capacitación, un modelo de articulación entre actores y un plan progresivo de implementación.

Es importante señalar que la propuesta desarrollada no constituye un producto turístico actualmente operativo ni comercialmente validado. La investigación no incluyó una prueba piloto, un estudio financiero ni una medición directa de la demanda; por ello, sus resultados permiten estructurar técnicamente la ruta y establecer condiciones preliminares para una futura implementación, pero no afirmar todavía su viabilidad económica o comercial.

La presente tesis se encuentra organizada en cuatro capítulos principales. El Capítulo I, Planteamiento del problema, desarrolla la realidad problemática, la formulación del problema, los objetivos y la justificación de la investigación. El Capítulo II, Marco teórico, presenta los antecedentes, las bases teóricas y la definición de términos vinculados con las categorías de estudio. El Capítulo III, Metodología, describe el enfoque, tipo, diseño, participantes, técnicas e instrumentos, procedimiento de análisis y aspectos éticos de la investigación. Finalmente, el Capítulo IV, Resultados y discusión, presenta los hallazgos organizados según los objetivos de investigación, incorpora la propuesta de la Ruta de la Palta dentro del cuarto objetivo específico y desarrolla la discusión mediante la contrastación de los resultados con los antecedentes

y bases teóricas. Posteriormente se presentan las conclusiones, recomendaciones, referencias y anexos.

CAPÍTULO I
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción y formulación del problema

A nivel internacional, el turismo rural ha adquirido importancia como una alternativa para diversificar las economías de los territorios rurales, generar oportunidades de empleo y complementar las actividades productivas tradicionales. ONU Turismo señala que el turismo rural posee potencial para estimular el crecimiento económico local y favorecer procesos de transformación social debido a su capacidad de articularse con otras actividades económicas y poner en valor los recursos naturales, culturales y productivos de las comunidades rurales (ONU Turismo, s. f.). En este contexto, los productos turísticos vinculados con actividades agrícolas y gastronómicas representan una oportunidad para transformar determinados recursos productivos en experiencias capaces de motivar la visita a un territorio.

Dentro de estas modalidades se encuentran las rutas turísticas temáticas, que permiten organizar territorialmente atractivos, servicios, actividades y actores alrededor de un elemento articulador. López-Guzmán y Sánchez-Cañizares (2008), al analizar las rutas enológicas como productos turísticos en espacios rurales, sostienen que estas iniciativas permiten integrar la producción local con servicios turísticos y requieren la participación coordinada de actores públicos y privados para su desarrollo. Este modelo constituye un antecedente aplicable a otros productos agrícolas capaces de generar una narrativa y una experiencia turística diferenciada.

En América Latina, la relación entre agricultura, gastronomía, cultura local y turismo ha favorecido el desarrollo de diferentes rutas y experiencias temáticas. Estas iniciativas responden a la búsqueda de productos turísticos capaces de diferenciar los territorios rurales mediante elementos propios de su identidad productiva y cultural. En ese sentido, las rutas basadas en alimentos o productos agrícolas pueden constituirse en mecanismos de articulación territorial cuando incorporan no solamente la visita al espacio de producción, sino también actividades interpretativas, gastronómicas, comerciales y culturales que incrementen el valor de la experiencia turística.

En el Perú, la recuperación reciente de la actividad turística genera condiciones favorables para el desarrollo y diversificación de nuevos productos. Al cierre de 2024, el turismo receptivo aumentó aproximadamente 29 % respecto de 2023, evidenciando una recuperación progresiva de los flujos internacionales hacia el país (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], 2025). Este escenario plantea el reto de diversificar la oferta turística nacional y ampliar sus beneficios hacia territorios rurales que cuentan con recursos culturales, naturales y productivos, pero que todavía no poseen productos turísticos suficientemente estructurados.

Paralelamente, la producción de palta constituye una actividad agrícola relevante en el país y particularmente en los valles interandinos. De acuerdo con el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, aproximadamente el 97 % de los productores peruanos de palta Hass registrados por el SENASA son pequeños agricultores con menos de cinco hectáreas. Asimismo, Ayacucho concentra 5 826 productores registrados, constituyéndose en la región con el mayor número reportado dentro de dicha información oficial (MIDAGRI, 2025). Estos datos ponen de manifiesto que la cadena productiva de la palta se encuentra estrechamente relacionada con la agricultura familiar, por lo que su articulación con actividades complementarias podría contribuir a diversificar las oportunidades económicas de los productores.

En la región Ayacucho, además de su reconocida riqueza histórica y cultural, existen territorios rurales cuya producción agrícola puede incorporarse a nuevas experiencias turísticas. En este contexto resulta especialmente relevante la provincia de La Mar. Durante 2025, pequeños productores de esta provincia concretaron una primera exportación conjunta de 21 toneladas de palta Hass mediante una organización articulada con el proyecto ProPALTA, lo que evidencia la importancia y capacidad de organización que está adquiriendo esta actividad productiva en el territorio (MIDAGRI, 2025). Sin embargo, el aprovechamiento económico de la palta se encuentra fundamentalmente vinculado con su producción y comercialización, mientras que su potencial como elemento articulador de experiencias turísticas aún presenta posibilidades de desarrollo.

En el distrito de San Miguel, provincia de La Mar, la producción de palta constituye una actividad vinculada con la economía de productores locales. Al mismo tiempo, el distrito cuenta con recursos naturales, culturales, gastronómicos y productivos susceptibles de incorporarse a experiencias turísticas. No obstante, actualmente dichos componentes se encuentran dispersos y no conforman un producto turístico estructurado capaz de integrar la producción de palta con los atractivos, servicios y actividades disponibles en el territorio. Los resultados preliminares de la propia investigación muestran precisamente una oferta turística todavía incipiente, recursos dispersos, infraestructura y servicios limitados y una demanda principalmente local, aunque los actores entrevistados reconocen posibilidades para el turismo vivencial y gastronómico.

Esta situación evidencia una brecha entre el potencial agrícola y turístico existente y su transformación en un producto articulado. La inexistencia de una propuesta técnicamente estructurada dificulta vincular a los productores de palta, recursos turísticos, gastronomía, servicios y actores institucionales dentro de una experiencia capaz de diversificar la oferta turística de San Miguel. Por ello, resulta necesario diagnosticar las condiciones del destino, identificar a los productores que potencialmente pueden integrarse a la experiencia, analizar la oferta y demanda turística y, sobre esa base, diseñar una ruta temática que utilice la palta como elemento articulador del producto turístico.

En consecuencia, la presente investigación plantea el diseño de la **Ruta de la Palta en San Miguel, Ayacucho**, concebida como una propuesta de producto turístico que articule la actividad agrícola con los recursos naturales, culturales y gastronómicos del territorio, considerando las condiciones reales del destino y la participación de los actores locales.

1.2. Formulación del problema

Problema general

¿Cómo diseñar una ruta turística basada en la producción de palta en el distrito de San Miguel, Ayacucho, 2024?

Problemas específicos

- ¿Cuáles son las condiciones actuales del destino turístico de San Miguel para el desarrollo de la Ruta de la Palta?
- ¿Qué productores de palta presentan condiciones y disposición para integrarse a la propuesta de la Ruta de la Palta en San Miguel?
- ¿Cuáles son las características de la oferta turística existente y de la demanda actual y potencial vinculada con la propuesta de la Ruta de la Palta?
- ¿Qué componentes técnicos, actividades, servicios e itinerario deben integrar el diseño de la Ruta de la Palta en San Miguel?

1.3.Objetivos

Objetivo general

Diseñar una ruta turística basada en la producción de palta en el distrito de San Miguel, Ayacucho, 2024.

Objetivos específicos

- Diagnosticar las condiciones actuales del destino turístico de San Miguel para el desarrollo de la Ruta de la Palta.
- Identificar a los productores de palta con condiciones y disposición para integrarse a la propuesta de la Ruta de la Palta en San Miguel.
- Analizar la oferta turística existente y la demanda actual y potencial vinculado con la propuesta de la Ruta de la Palta.
- Diseñar los componentes técnicos, actividades, servicios e itinerario de la Ruta de la Palta en San Miguel.

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1. Justificación teórica

La investigación se justifica teóricamente porque permite analizar la relación existente entre los conceptos de producto turístico, rutas turísticas temáticas, turismo rural y aprovechamiento turístico de actividades productivas agrícolas dentro de un contexto territorial específico. Las rutas temáticas constituyen productos capaces de articular diversos componentes de un territorio en torno a un elemento común; de acuerdo con López-Guzmán y Sánchez-Cañizares (2008), la estructuración de rutas vinculadas con productos agroalimentarios permite integrar recursos, establecimientos, actividades y diferentes actores dentro de una oferta turística organizada.

Asimismo, ONU Turismo reconoce que el turismo rural puede complementar otras actividades económicas y contribuir al desarrollo de los territorios y comunidades rurales. En tal sentido, el estudio permitirá aplicar y contextualizar estos planteamientos en San Miguel, donde la producción de palta constituye el eje temático alrededor del cual se propone articular recursos productivos, naturales, culturales y gastronómicos. La investigación generará, por tanto, conocimiento contextualizado sobre las condiciones necesarias para transformar un recurso agrícola representativo en un componente de una propuesta turística territorial.

1.4.2. Justificación metodológica

La investigación se justifica metodológicamente porque plantea un procedimiento sistemático para diagnosticar el territorio y estructurar una propuesta de ruta turística a partir de información proveniente de actores directamente relacionados con la actividad productiva y turística de San Miguel. La utilización de entrevistas semiestructuradas permite recoger las percepciones y experiencias de productores, funcionarios y especialistas, mientras que la observación y revisión documental complementan la comprensión de las condiciones existentes en el destino.

Asimismo, la información cualitativa será organizada mediante un proceso de codificación y categorización que permita identificar patrones, relaciones y elementos relevantes para el diseño de la propuesta. Este procedimiento busca mantener correspondencia entre los objetivos de investigación, las categorías de análisis, los

instrumentos de recolección de información y los resultados obtenidos. De esta manera, el estudio establece una secuencia metodológica susceptible de ser considerada como referencia para investigaciones orientadas al diseño de productos turísticos basados en actividades productivas desarrolladas en contextos rurales similares.

1.4.3. Justificación práctica

La investigación posee justificación práctica porque responde a la necesidad de contar con una propuesta técnicamente organizada que permita convertir diversos recursos actualmente dispersos en un producto turístico estructurado. El diseño de la Ruta de la Palta permitirá establecer los espacios de visita, actividades, servicios, recorridos, tiempos, requerimientos de acondicionamiento y mecanismos de articulación necesarios para una eventual implementación.

Esta propuesta podrá constituir un instrumento de referencia para la Municipalidad Provincial de La Mar, organismos vinculados al turismo, productores y prestadores de servicios interesados en desarrollar un producto turístico basado en la identidad productiva del distrito. Además, permitirá identificar deficiencias de infraestructura, accesibilidad, capacitación, señalización y organización que deben ser atendidas antes de la puesta en funcionamiento de la ruta. Por consiguiente, la investigación no se limita a describir las condiciones existentes, sino que plantea una alternativa concreta construida a partir del diagnóstico territorial.

1.4.4. Justificación social

La investigación se justifica socialmente porque busca favorecer la participación de los actores locales en el desarrollo turístico del territorio, particularmente de los productores vinculados con la cadena de la palta. En el Perú, la producción de palta Hass se sustenta predominantemente en pequeños productores; el MIDAGRI informa que aproximadamente el 97 % de los productores registrados posee menos de cinco hectáreas y que Ayacucho concentra un número importante de ellos.

La incorporación voluntaria de productores y otros actores locales a una ruta turística podría generar oportunidades complementarias mediante visitas a parcelas, interpretación de procesos productivos, gastronomía, comercialización de productos y experiencias vivenciales. No obstante, los posibles beneficios dependerán de que la

implementación futura se realice de forma participativa, planificada y sostenible. Por ello, la propuesta busca contribuir al fortalecimiento de la identidad territorial y a una mayor valorización social de la actividad agrícola, evitando afirmar anticipadamente impactos económicos que solamente podrían comprobarse después de que la ruta sea implementada y evaluada.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del Problema

2.1.1. A Nivel Internacional

En Ecuador, Mendoza-Mendoza et al. (2023), en la investigación titulada *Estrategias para la gestión sostenible del turismo en la Ruta del Manglar, Ecuador*, tuvieron como objetivo construir estrategias para la gestión sostenible de las actividades turísticas en la Ruta del Manglar. Metodológicamente, desarrollaron una caracterización de la situación de los recursos naturales y culturales considerando las dimensiones económica, social y ambiental, determinaron características de la demanda potencial y utilizaron el análisis FODA como base para la formulación de estrategias. Los resultados del diagnóstico permitieron identificar las condiciones del territorio y formular estrategias orientadas a la gestión turística sostenible. Como resultado final se estructuraron programas y proyectos vinculados con la actividad turística, el componente socioeconómico y ambiental. Los autores concluyeron que la gestión sostenible de la Ruta del Manglar requiere acciones articuladas que permitan aprovechar turísticamente los recursos existentes considerando simultáneamente las dimensiones económica, social y ambiental.

En Ecuador, Salazar Duque y Espinoza Muñoz (2022), en el artículo *Análisis de competitividad del destino turístico y el desarrollo de las rutas del cacao ecuatoriano*, tuvieron como objetivo analizar la competitividad del destino turístico y el desarrollo de las rutas del cacao ecuatoriano en función del producto, desempeño, futuro y apoyo al turismo comunitario. La investigación empleó un enfoque cuantitativo, diseño no experimental, nivel descriptivo y corte transversal; se recopiló información correspondiente a nueve rutas turísticas de las dieciséis identificadas en Ecuador donde se cultivan variedades de cacao. Los resultados evidenciaron desequilibrios entre los factores evaluados y deficiencias relacionadas con estrategias, acciones y procesos de seguimiento y control. Los autores concluyeron que estas condiciones limitan la competitividad de los destinos frente a otros territorios que

ofrecen productos turísticos iguales o similares y destacaron la necesidad de fortalecer la planificación y gestión de las rutas vinculadas con la producción de cacao.

En Ecuador, Castillo et al. (2021), en la investigación denominada *Diseño de ruta de turismo de naturaleza en la Reserva de Producción Faunística Chimborazo, Ecuador*, plantearon el diseño de rutas turísticas alternativas mediante el análisis espacial de los recursos e instalaciones existentes en el territorio. Para ello identificaron puntos de interés e infraestructura turística y utilizaron herramientas de sistemas de información geográfica para determinar recorridos considerando variables relacionadas con distancia, tiempo, estado de las vías, velocidad de desplazamiento e infraestructura turística. Como resultado se estructuraron dos alternativas de ruta que integraron atractivos turísticos y servicios de apoyo, entre ellos establecimientos de alimentación, hospedaje y atención de salud. Los autores evidenciaron que el análisis territorial y de accesibilidad constituye un componente relevante para estructurar recorridos turísticos funcionales, aspecto que resulta pertinente para la presente investigación debido a la necesidad de integrar recursos, servicios y condiciones de desplazamiento en el diseño de la Ruta de la Palta.

En España, Vázquez et al. (2021), en la investigación *Turismo sostenible, crecimiento económico y empleo: el caso de las Rutas del Vino en España*, analizaron la relación entre el desarrollo del enoturismo, el crecimiento económico y el empleo. El estudio utilizó técnicas de datos de panel correspondientes a nueve rutas del vino durante el periodo 2008–2018. Los resultados mostraron la relevancia económica adquirida por las rutas enológicas y, al mismo tiempo, evidenciaron que los efectos sobre el empleo no necesariamente se producen de manera uniforme. Los autores resaltaron además la importancia de la participación y aceptación de la población local en proyectos turísticos sostenibles. Este antecedente resulta pertinente porque demuestra que una ruta basada en un producto agroalimentario puede convertirse en un elemento de articulación territorial, aunque sus posibles beneficios económicos y sociales requieren evaluación y no deben asumirse automáticamente antes de su implementación.

En España, Calderón-Puerta y Arcila-Garrido (2020), en la investigación *Propuesta de diseño de rutas turístico-culturales mediante el empleo de SIG: un caso aplicado*, plantearon una metodología para el diseño de rutas turísticas culturales mediante sistemas de información geográfica. El procedimiento comprendió la recopilación de información sobre bienes patrimoniales, el análisis de su potencialidad turística y la posterior estructuración espacial de recorridos. Los resultados mostraron que la presencia de patrimonio por sí sola no garantiza el aprovechamiento turístico, debido a que factores como accesibilidad, alojamiento, restauración e infraestructura condicionan la capacidad de un territorio para incorporarse a una ruta. Los autores concluyeron que la integración de recursos de distintas tipologías y el análisis de las condiciones territoriales permiten fundamentar técnicamente la selección de los componentes de una ruta turística.

En Ecuador, Sánchez et al. (2020), en la investigación *Ruta turística Maíz y Cascadas: estudio de caso con un enfoque del turismo cultural y natural*, tuvieron como objetivo diseñar una ruta turística destinada a contribuir a la difusión de los recursos y a la dinamización económica de sectores del cantón Pindal. El estudio empleó un enfoque mixto y utilizó observación directa y entrevistas dirigidas a actores públicos, privados y sociales. Como resultado se identificaron componentes vinculados con recursos, servicios, infraestructura y superestructura turística, a partir de los cuales se estructuró la propuesta de ruta. Los investigadores concluyeron que el territorio posee recursos naturales y culturales capaces de incorporarse a una oferta turística y señalaron que la articulación de estos elementos puede contribuir al fortalecimiento de las actividades económicas y de la identidad cultural local.

2.1.2. A nivel nacional

Belupu Marchan et al. (2024), en el estudio titulado *Turismo rural comunitario en un bosque seco de Perú: Diagnóstico y propuesta para la sostenibilidad*, tuvieron como objetivo formular una propuesta para el desarrollo del turismo rural comunitario en el Área de Conservación Privada Bosque Seco de Colina Juan Velasco Alvarado. Metodológicamente, realizaron un análisis situacional de la oferta y demanda turística del área, mediante el cual identificaron los principales recursos turísticos y las

condiciones existentes para el desarrollo de la actividad. Los resultados permitieron reconocer al Cerro Pilán, la Mina Inca y los jagüeyes Salas y Cerezo entre los recursos turísticos más importantes, además de identificar deficiencias en la gestión turística del área. A partir del diagnóstico, los autores formularon un plan de acción basado en el fortalecimiento de capacidades, mejoramiento de infraestructura ecológica y establecimiento de alianzas estratégicas. Concluyeron que el territorio posee potencial para desarrollar turismo rural comunitario, pero su sostenibilidad requiere fortalecer la gestión de los recursos y la participación de la comunidad local. Este antecedente aporta a la presente investigación debido a que demuestra la importancia de realizar un diagnóstico de la oferta y demanda antes de estructurar una propuesta turística en un territorio rural.

Cornejo Montibeller (2021), en la tesis de maestría titulada *La sociofonía del siglo XIX en el Damero de Pizarro para proponer una ruta turística en el Centro Histórico de Lima, 2021*, tuvo como objetivo analizar la contribución de la sociofonía del siglo XIX en el Damero de Pizarro para proponer una ruta turística en el Centro Histórico de Lima. La investigación presentó un enfoque cualitativo, nivel exploratorio y diseño narrativo-fenomenológico. Para la recopilación y análisis de información se consideraron fuentes documentales y participantes vinculados con el fenómeno estudiado. Los resultados evidenciaron la existencia limitada de registros históricos relacionados con la sociofonía, aunque permitieron identificar diferentes expresiones sonoras susceptibles de incorporarse a la interpretación turística del Centro Histórico. El estudio permitió estructurar una propuesta de ruta a partir de un elemento temático diferenciador del territorio. Este antecedente resulta pertinente para la presente investigación porque evidencia que una ruta turística puede estructurarse alrededor de un elemento temático particular, siempre que este se articule con los recursos y experiencias existentes en el destino.

Osorio Arrascue y Montenegro Carrasco (2019), en el estudio titulado *Ruta turística Señorío de los Huambos para el turismo rural comunitario. Alternativa para el desarrollo del turismo y la economía inclusiva*, tuvieron como propósito determinar la relación entre la propuesta de la Ruta Turística Señorío de los Huambos y el turismo

rural comunitario en las provincias de Chota, Cutervo y Santa Cruz, región Cajamarca. La investigación presentó un enfoque mixto y diseño correlacional-transversal; la muestra estuvo constituida por 120 pobladores de la ruta turística, a quienes se aplicaron un cuestionario y una ficha de observación. Los resultados evidenciaron asociaciones significativas entre los componentes propuestos para la ruta y el turismo rural comunitario, destacándose aspectos relacionados con la valoración de lo auténtico, información y visitas guiadas, hospedaje vivencial, gastronomía y promoción de productos locales. Los autores concluyeron que la Ruta Turística Señorío de los Huambos presenta condiciones favorables para contribuir al desarrollo del turismo rural comunitario y a la inclusión de la población local. Este estudio constituye un antecedente relevante debido a que evidencia la necesidad de integrar recursos turísticos, servicios, población local y actividades complementarias dentro del diseño de una ruta turística rural.

Paredes Pedraza (2021), en la tesis titulada *Diseño de una ruta turística para el desarrollo sostenible en el distrito de Zaña, Lambayeque, 2019*, tuvo como objetivo diseñar una ruta turística que contribuyera al desarrollo sostenible del distrito de Zaña. La investigación empleó un enfoque mixto, utilizando como técnicas la entrevista, la revisión documental y la encuesta. Se entrevistó al director del Museo Afroperuano, se revisaron fichas de inventario turístico elaboradas por MINCETUR y se aplicaron encuestas a una muestra de 241 visitantes. Los resultados evidenciaron que, pese a la existencia de recursos turísticos relevantes, estos presentaban problemas de deterioro y limitaciones asociadas con la gestión y disponibilidad financiera. Asimismo, los visitantes manifestaron interés en participar en una ruta que integrara actividades recreativas, conocimiento de la historia y cultura local, visitas a inmuebles históricos y degustación de gastronomía regional. A partir de estos resultados se estructuró una propuesta de ruta con actividades y duración definidas. Este antecedente aporta directamente a la presente investigación porque demuestra que el diseño de una ruta turística debe sustentarse en el diagnóstico de los recursos existentes y en el análisis de los intereses de los potenciales visitantes.

2.1.3. A Nivel Local

Reyes Anampa (2022), en la tesis de maestría titulada *Ecoturismo y desarrollo sostenible en el distrito de Puyusca, Provincia de Parinacochas, departamento de Ayacucho – 2020*, tuvo como objetivo determinar la relación existente entre el ecoturismo y el desarrollo sostenible en el distrito de Puyusca. La investigación fue de tipo básica, enfoque cuantitativo y diseño correlacional; la muestra estuvo conformada por 85 familias. El ecoturismo fue analizado considerando dimensiones económicas, sociales, culturales y ambientales, mientras que el desarrollo sostenible comprendió dimensiones económicas, sociales y ecológicas. Los resultados evidenciaron una relación significativa y positiva entre el ecoturismo y el desarrollo sostenible. La investigación concluyó que el aprovechamiento turístico de los recursos locales puede guardar relación con las dimensiones del desarrollo sostenible del territorio. Este antecedente resulta pertinente para la presente investigación porque aporta evidencia regional sobre la relación entre aprovechamiento turístico, territorio y sostenibilidad, aunque debe considerarse que su enfoque y diseño metodológico difieren del enfoque cualitativo utilizado para el diseño de la Ruta de la Palta.

Suclli Montañez et al. (2022), en el estudio *Valle de Sondondo Ayacucho-Perú: enfoque de un turismo con base en la agrobiodiversidad*, analizaron las posibilidades de desarrollar una experiencia turística sustentada en la agrobiodiversidad y en las características productivas y culturales del Valle de Sondondo, provincia de Lucanas, región Ayacucho. La propuesta metodológica se estructuró mediante una matriz de turismo sostenible que comprendió cuatro etapas: investigación del viajero, exploración del territorio, análisis de competencia y coopetencia, y conceptualización de la experiencia turística. A partir del análisis territorial, los autores identificaron como elementos relevantes la agricultura tradicional en andenes, la conservación del agua y los suelos, la gastronomía, las festividades, las danzas y los conocimientos agrícolas tradicionales. El estudio plantea que estos componentes pueden articularse para generar experiencias turísticas sostenibles vinculadas con la identidad agrícola y cultural del territorio. Este antecedente presenta una relación directa con la Ruta de la Palta, debido a que demuestra la posibilidad de utilizar la actividad agrícola y la

agrobiodiversidad como ejes articuladores de una experiencia turística en el contexto regional de Ayacucho.

Loayza Pérez (2021), en la tesis titulada *Potencial turístico para el desarrollo del turismo vivencial en la comunidad de Condorccocha Ayacucho, 2021*, tuvo como objetivo analizar el potencial turístico para el desarrollo del turismo vivencial en dicha comunidad. La investigación empleó una metodología fenomenológica; la unidad de análisis estuvo constituida por pobladores de la comunidad y la muestra comprendió 17 participantes. Como instrumentos se utilizaron una guía de preguntas, una guía de observación y una ficha de inventario de campo. Los resultados permitieron identificar recursos naturales, históricos y culturales con potencial turístico, entre ellos la catarata de Pumapaccha, los Megalitos de Pariahuanca, la laguna de Condorccocha y diferentes manifestaciones culturales. Asimismo, se identificó a la papa nativa como un recurso representativo asociado con la denominada "Ruta de la Papa", en la cual se desarrollan experiencias vinculadas con actividades agrícolas y participación comunitaria. Sin embargo, se encontraron limitaciones relacionadas con la planta turística, infraestructura y gestión de las autoridades. La autora concluyó que Condorccocha presenta condiciones para desarrollar turismo vivencial basado en actividades de agricultura y ganadería complementadas con sus recursos naturales, históricos y culturales, destacando además la disposición de la comunidad para participar en proyectos turísticos. Este antecedente guarda una estrecha relación con la presente investigación debido a que evidencia, dentro del contexto ayacuchano, la posibilidad de convertir un producto agrícola representativo en elemento articulador de una experiencia de turismo vivencial.

Sardón Huayapa (2019), en la tesis doctoral titulada *Recursos turísticos y posicionamiento de la Región Ayacucho como destino turístico sostenible*, tuvo como objetivo determinar los recursos turísticos existentes y describir el posicionamiento de la región Ayacucho como destino turístico sostenible. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo social y utilizó la observación de campo y el análisis de la percepción de visitantes nacionales y extranjeros. Los resultados evidenciaron que Ayacucho posee una importante riqueza cultural y natural susceptible de

aprovechamiento turístico; asimismo, el estudio identificó limitaciones relacionadas con su posicionamiento como destino. El autor concluyó que el posicionamiento de Ayacucho como destino turístico sostenible se encontraba en una etapa inicial, pese a que la región dispone de características culturales, naturales y ancestrales con potencial para incrementar su atractivo turístico. El estudio resulta relevante para la presente investigación porque evidencia la necesidad de diversificar y estructurar productos turísticos capaces de aprovechar recursos regionales que actualmente no se encuentran plenamente incorporados a la oferta turística de Ayacucho.

Echeverry Villamil et al. (2019), en el trabajo de maestría titulado *Planeamiento estratégico para la provincia de La Mar*, desarrollaron una propuesta de planificación estratégica orientada al aprovechamiento de las potencialidades económicas y territoriales de la provincia de La Mar, región Ayacucho. El estudio siguió los lineamientos del modelo secuencial de planeamiento estratégico de D'Alessio y realizó un diagnóstico de las condiciones económicas, productivas y territoriales de la provincia. Entre las potencialidades identificadas se encuentran las condiciones ambientales favorables para actividades agrícolas y la existencia de espacios con posibilidades para el turismo ecológico y de aventura. El estudio plantea que la provincia posee recursos cuyo aprovechamiento requiere planificación y articulación estratégica. Este antecedente resulta especialmente relevante para la presente investigación por corresponder directamente al ámbito provincial en el que se localiza San Miguel y porque proporciona un marco territorial para comprender las posibilidades de diversificación económica y turística de La Mar.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Turismo rural y desarrollo turístico local

El turismo rural comprende aquellas actividades turísticas desarrolladas en espacios no urbanos en las que la experiencia del visitante se encuentra vinculada principalmente con la naturaleza, las actividades agrícolas, las formas de vida, la cultura y los productos propios de las comunidades receptoras. ONU Turismo reconoce que esta modalidad puede favorecer el desarrollo de los territorios rurales cuando se incorpora dentro de procesos de planificación inclusivos y sostenibles, en los que la

actividad turística se articula con otras actividades económicas existentes en el territorio (ONU Turismo, s. f.).

La importancia del turismo rural radica en que permite diversificar las actividades económicas de las comunidades sin sustituir necesariamente sus actividades productivas tradicionales. La agricultura, ganadería, gastronomía, artesanía y conocimientos tradicionales pueden incorporarse como componentes de experiencias turísticas capaces de generar una relación más directa entre el visitante y la población local. En este sentido, la actividad agrícola puede adquirir un valor turístico adicional cuando se integra con actividades de interpretación, visita a espacios productivos, degustaciones, comercialización de productos locales y participación del visitante en determinadas etapas del proceso productivo.

La planificación constituye un elemento fundamental para el desarrollo turístico rural. De acuerdo con MINCETUR (2023), la planificación turística local implica analizar el territorio, su potencial turístico, las características y necesidades de la demanda, el perfil del visitante y las experiencias que pueden desarrollarse, con participación de actores públicos y privados. De esta manera, el desarrollo turístico no debe depender únicamente de la existencia de recursos, sino de su adecuada articulación dentro de una oferta organizada.

En el caso de San Miguel, este enfoque resulta pertinente debido a que la producción agrícola de palta puede constituirse en un elemento articulador de experiencias turísticas relacionadas con la producción local, gastronomía, paisaje y cultura del territorio.

2.2.2. Recursos y atractivos turísticos

Los recursos turísticos constituyen elementos naturales, culturales o productivos que presentan características susceptibles de despertar interés turístico. MINCETUR establece una clasificación nacional que considera sitios naturales, manifestaciones culturales, folclore, realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas y acontecimientos programados (MINCETUR, 2019).

Navarro (2015) diferencia conceptualmente el recurso del atractivo turístico señalando que un recurso constituye un elemento existente en el territorio que presenta

potencial para el turismo, mientras que el atractivo supone un proceso de valorización y acondicionamiento que permite su incorporación efectiva a la experiencia del visitante. De este modo, no todos los recursos de un territorio funcionan automáticamente como atractivos turísticos.

Boullón (1985) considera los atractivos turísticos como elementos esenciales del sistema turístico, debido a que constituyen una de las principales motivaciones del desplazamiento de los visitantes. Sin embargo, su sola existencia no garantiza el desarrollo turístico, pues necesitan relacionarse con infraestructura, accesibilidad, servicios y condiciones de gestión.

En la presente investigación, esta diferenciación resulta relevante porque San Miguel dispone de recursos naturales, culturales, gastronómicos y productivos que deben evaluarse para determinar cuáles pueden integrarse funcionalmente en la Ruta de la Palta.

2.2.3. Destino turístico

Un destino turístico puede entenderse como un espacio territorial en el cual convergen atractivos, servicios, infraestructura, organizaciones y actores que hacen posible la experiencia del visitante. El destino no constituye únicamente un espacio geográfico, sino un sistema de relaciones entre recursos, actividades, servicios y procesos de gestión.

Desde la perspectiva de la planificación territorial, MINCETUR (2023) señala que el desarrollo de un destino requiere analizar su potencial turístico, las condiciones del territorio, las necesidades de la demanda, la experiencia turística y la participación de actores públicos y privados. Esto implica que el diagnóstico de un destino debe considerar tanto sus recursos como las condiciones que permiten su aprovechamiento.

El análisis del destino también debe considerar factores relacionados con accesibilidad, infraestructura, seguridad, servicios, organización y capacidad institucional. Por ello, el diagnóstico constituye una etapa previa indispensable al diseño de productos turísticos.

En esta investigación, San Miguel es considerado como el espacio territorial sobre el cual se analiza la posibilidad de estructurar la Ruta de la Palta, tomando en

cuenta sus recursos turísticos, actividades productivas, servicios existentes, accesibilidad y participación de actores locales.

2.2.4. Infraestructura y accesibilidad turística

La infraestructura turística comprende aquellos elementos y servicios básicos que permiten el funcionamiento de la actividad turística, entre ellos vías de acceso, comunicaciones, saneamiento, energía, señalización y otros componentes que facilitan la permanencia y desplazamiento de los visitantes.

La accesibilidad constituye un componente particularmente importante debido a que condiciona la posibilidad efectiva de visitar un recurso o desarrollar un recorrido turístico. Un territorio puede poseer atractivos de interés, pero si presenta deficiencias graves de acceso, señalización o conectividad, su incorporación a un producto turístico puede resultar limitada.

Calderón-Puerta y Arcila-Garrido (2020), al analizar el diseño de rutas turístico-culturales, evidenciaron que factores como accesibilidad, alojamiento, restauración e infraestructura influyen directamente en la capacidad de un territorio para integrarse en recorridos turísticos.

En la Ruta de la Palta, la evaluación de vías, tiempos de desplazamiento, señalización, accesibilidad a parcelas productivas y disponibilidad de servicios básicos constituye un elemento necesario para determinar la funcionalidad del recorrido.

2.2.5. Planta y servicios turísticos

La planta turística está conformada por aquellos establecimientos y servicios directamente relacionados con la atención de visitantes, tales como hospedaje, alimentación, transporte, guiado y servicios complementarios.

Estos componentes cumplen una función de apoyo a la experiencia turística. Boullón (1985) señala que, aunque los servicios turísticos no constituyen por sí mismos la motivación principal del viaje, son indispensables para permitir que el turista desarrolle las actividades que originaron su desplazamiento.

Por esta razón, el diseño de un producto turístico debe evaluar la cantidad, calidad y disponibilidad de servicios existentes. La presencia de restaurantes,

transporte, establecimientos de hospedaje, guías y puntos de información condiciona la capacidad de un territorio para recibir visitantes.

En el caso de San Miguel, el análisis de la planta turística permite identificar las condiciones existentes y las brechas que deberían ser atendidas antes de una eventual implementación de la Ruta de la Palta.

2.2.6. Oferta turística

La oferta turística comprende el conjunto de recursos, atractivos, servicios, infraestructura y actividades disponibles para satisfacer las necesidades y motivaciones de los visitantes.

La oferta no debe interpretarse solamente como la presencia de hoteles o restaurantes, sino como una combinación de elementos capaces de conformar una experiencia turística. En consecuencia, incluye atractivos naturales y culturales, servicios de alojamiento y alimentación, actividades recreativas, transporte, accesibilidad e información.

El análisis de la oferta permite determinar si los componentes existentes se encuentran suficientemente articulados o si funcionan de manera aislada. Esta evaluación resulta especialmente importante cuando se pretende desarrollar un nuevo producto turístico.

En San Miguel, analizar la oferta permite determinar qué recursos y servicios pueden integrarse a la Ruta de la Palta y qué componentes necesitan fortalecerse para mejorar la experiencia del visitante.

2.2.7. Demanda turística

La demanda turística está conformada por las personas que realizan o potencialmente podrían realizar desplazamientos motivados por experiencias turísticas específicas. Su análisis permite identificar características, necesidades, preferencias, motivaciones y patrones de comportamiento de los visitantes.

MINCETUR (2023) considera que la planificación turística debe incorporar el conocimiento de las necesidades de la demanda y el perfil del visitante. Esto es fundamental porque un producto turístico debe diseñarse considerando no solo los recursos existentes, sino también las expectativas del mercado al cual se dirige.

En términos analíticos puede distinguirse entre demanda actual y demanda potencial. La demanda actual está constituida por las personas que efectivamente visitan un territorio, mientras que la demanda potencial corresponde a segmentos que podrían interesarse en visitarlo si existiese una oferta adecuada.

En la investigación, esta distinción permite analizar por un lado a los visitantes que actualmente llegan a San Miguel y, por otro, segmentos potencialmente interesados en turismo vivencial, rural, gastronómico o experiencias relacionadas con la producción de palta.

2.2.8. Producto turístico

El producto turístico comprende una combinación organizada de componentes tangibles e intangibles capaces de generar una experiencia para el visitante. Estos componentes pueden incluir recursos naturales y culturales, atractivos, actividades, servicios, instalaciones e infraestructura.

La Ley General de Turismo del Perú define el producto turístico como el conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, planta turística y actividades recreativas, organizados para satisfacer las expectativas y motivaciones de los visitantes (Congreso de la República, 2009).

Desde la perspectiva de Boullón (1985), el producto turístico no debe reducirse a los servicios consumidos durante el viaje. El alojamiento, alimentación y transporte son medios que permiten al visitante desarrollar las actividades que realmente motivaron su desplazamiento.

Por ello, la construcción de un producto turístico implica integrar atractivos, servicios, actividades y experiencias alrededor de una propuesta de valor claramente definida.

La Ruta de la Palta se concibe en esta investigación como un producto turístico integrado, cuyo eje temático corresponde a la producción de palta y cuya experiencia incorpora componentes agrícolas, gastronómicos, culturales y naturales.

2.2.9. Experiencia turística

La experiencia turística constituye la interacción global que se produce entre el visitante y los diferentes componentes del producto turístico antes, durante y después del viaje.

MINCETUR (2021) señala que el diseño de experiencias turísticas debe partir de la investigación del viajero, exploración del entorno, análisis de competencia y coopetencia, conceptualización y construcción de una propuesta diferenciada.

Esto supone que el diseño de productos contemporáneos no debe limitarse a organizar lugares para visitar, sino que debe construir experiencias significativas que permitan al visitante interactuar con elementos diferenciadores del territorio.

Dentro de una ruta agroproductiva, la experiencia puede incorporar observación de procesos productivos, participación en actividades agrícolas, interacción con productores, degustaciones, interpretación del paisaje, gastronomía y narrativas relacionadas con la identidad territorial.

En la Ruta de la Palta, este enfoque permite que el cultivo no funcione únicamente como elemento visual, sino como componente central de una experiencia participativa.

2.2.10. Rutas turísticas

Las rutas turísticas constituyen recorridos estructurados que conectan diferentes recursos, atractivos, servicios y actividades mediante una temática común y una secuencia organizada de desplazamiento.

Su diseño requiere determinar puntos de inicio y finalización, atractivos principales y complementarios, distancias, tiempos, medios de transporte, actividades y servicios.

Una ruta no debe considerarse simplemente como una sucesión de lugares. Para constituirse como producto turístico debe existir coherencia entre los componentes que forman parte del recorrido.

Calderón-Puerta y Arcila-Garrido (2020) evidencian que la planificación de rutas requiere evaluar la distribución territorial de los recursos, accesibilidad e infraestructura disponible, con el propósito de estructurar recorridos funcionales y coherentes.

En el presente estudio, la Ruta de la Palta se plantea como un recorrido temático que articula parcelas productivas, recursos culturales y naturales, gastronomía y servicios turísticos del distrito de San Miguel.

2.2.11. Rutas turísticas temáticas

Las rutas temáticas son productos turísticos estructurados alrededor de un elemento común que proporciona identidad y coherencia al recorrido.

López-Guzmán y Sánchez-Cañizares (2008) explican que las rutas vinculadas con productos agroalimentarios pueden funcionar como mecanismos para integrar actividades tradicionales del territorio con la actividad turística. El producto que da origen a la ruta se convierte en un elemento articulador de experiencias complementarias relacionadas con gastronomía, cultura, paisaje y producción.

Las rutas enológicas constituyen uno de los ejemplos más reconocidos de este modelo, pero el mismo principio puede aplicarse a otros productos agrícolas como café, cacao, papa, frutas y otros cultivos representativos.

La principal característica de estas rutas es que el producto temático no debe aparecer aisladamente, sino formar parte de una narrativa territorial que conecte productores, actividades, recursos y servicios.

En la presente investigación, la palta constituye el elemento temático alrededor del cual se estructura la propuesta turística.

2.2.12. Agroturismo y aprovechamiento turístico de actividades productivas

El agroturismo corresponde a una modalidad vinculada con la visita a espacios productivos agrícolas donde el visitante tiene contacto con actividades, procesos y formas de vida propias del medio rural.

Dentro de este enfoque, las actividades agrícolas dejan de ser exclusivamente procesos productivos y pueden adquirir también una función interpretativa y experiencial.

La visita a cultivos, explicación del proceso de siembra y cosecha, degustación de productos, preparación de alimentos, comercialización directa e interacción con agricultores constituyen ejemplos de actividades que pueden incorporarse a una experiencia agroturística.

Suclli Montañez et al. (2022), al estudiar el Valle de Sondondo en Ayacucho, evidenciaron que las prácticas agrícolas, la agrobiodiversidad, gastronomía, conocimientos tradicionales y paisaje pueden integrarse dentro de una experiencia turística sostenible.

Este planteamiento presenta una relación directa con la Ruta de la Palta porque permite interpretar las parcelas productivas y conocimientos asociados al cultivo como componentes de la experiencia turística.

2.2.13. Participación de los productores y actores locales

La participación de los actores locales constituye un elemento fundamental en el desarrollo de productos turísticos rurales debido a que una parte significativa de la experiencia depende de la interacción con productores, prestadores de servicios, organizaciones e instituciones.

El desarrollo turístico debe evitar que las comunidades funcionen únicamente como elementos pasivos del destino. La participación local implica capacidad para intervenir en planificación, organización, prestación de servicios y distribución de los beneficios asociados con la actividad.

ONU Turismo destaca que el desarrollo rural mediante turismo requiere procesos inclusivos de planificación y participación comunitaria.

La colaboración entre actores también influye en la coherencia del destino. Los productores, municipalidades, prestadores turísticos, organizaciones y entidades regionales deben desarrollar mecanismos de coordinación para evitar acciones aisladas.

En la Ruta de la Palta, la participación voluntaria de los productores constituye una condición necesaria porque parte de la experiencia propuesta se desarrolla en espacios agrícolas y requiere interacción directa entre visitantes y agricultores.

2.2.14. Capacidades locales y capacitación turística

La incorporación de productores y población local a actividades turísticas requiere capacidades diferentes a las estrictamente agrícolas.

Entre estas se encuentran atención al visitante, hospitalidad, interpretación turística, manipulación de alimentos, seguridad, organización, comunicación y conocimientos básicos de gestión turística.

El fortalecimiento de capacidades permite mejorar la calidad de las experiencias ofrecidas y reducir riesgos asociados con una implementación improvisada.

Por ello, la identificación de necesidades de capacitación constituye un componente relevante antes de poner en funcionamiento una ruta turística.

En la presente investigación se considera esta dimensión para determinar qué condiciones deberían fortalecerse entre los productores interesados en integrarse a la propuesta.

2.2.15. Diseño técnico de una ruta turística

El diseño técnico comprende la organización funcional de los componentes que constituyen una ruta.

Este proceso incluye la selección de atractivos, definición del recorrido, determinación de puntos de parada, duración, tiempos de traslado, actividades, servicios, condiciones de accesibilidad y requerimientos de infraestructura.

MINCETUR, mediante sus lineamientos de planificación y diseño de productos y experiencias turísticas, plantea que el proceso debe comenzar con el análisis del territorio y del visitante para posteriormente conceptualizar y estructurar el producto.

El diseño técnico también debe considerar la capacidad de los recursos para recibir visitantes, condiciones de seguridad y secuencia lógica del recorrido.

Para la Ruta de la Palta, estos aspectos permiten establecer itinerarios coherentes y funcionales que integren parcelas productivas con recursos complementarios.

2.2.16. Itinerario turístico

El itinerario turístico constituye la programación ordenada de las actividades y desplazamientos previstos dentro de un recorrido.

Un itinerario establece horarios aproximados, puntos de visita, duración de actividades, tiempos de traslado, servicios utilizados y secuencia de experiencias.

Su elaboración permite evaluar la viabilidad temporal del producto y determinar si el visitante puede realizar adecuadamente todas las actividades propuestas. Asimismo, permite diferenciar distintas alternativas según duración, perfil de visitante o disponibilidad de recursos.

En esta investigación se consideran itinerarios de diferente duración con el propósito de adaptar la Ruta de la Palta a distintas características de los visitantes.

2.2.17. Atractividad y viabilidad turística

La atractividad de un producto turístico hace referencia a la capacidad de sus componentes para generar interés y motivar la participación de potenciales visitantes.

La viabilidad, en cambio, se relaciona con la existencia de condiciones reales que permitan su funcionamiento, tales como accesibilidad, servicios, recursos humanos, seguridad, organización e infraestructura.

Un producto puede resultar atractivo desde el punto de vista conceptual, pero presentar restricciones importantes para su implementación.

En la Ruta de la Palta, la evaluación de atractividad y viabilidad permite establecer los requerimientos necesarios antes de iniciar una eventual implementación.

2.2.18. Gestión del producto turístico

La gestión turística comprende la coordinación de actores, recursos, actividades y decisiones necesarias para garantizar el funcionamiento continuo de un producto turístico.

En los productos rurales intervienen habitualmente municipalidades, productores, prestadores de servicios, asociaciones, organismos regionales y operadores turísticos.

La ausencia de coordinación puede producir duplicidad de funciones, dificultades operativas o falta de continuidad.

MINCETUR (2023) resalta la importancia de la participación coordinada de actores públicos y privados dentro de los procesos de planificación turística local.

Para la Ruta de la Palta, la gestión debe definir responsabilidades relacionadas con organización, mantenimiento, promoción, capacitación, seguridad y seguimiento del producto.

2.2.19. Articulación institucional

La articulación institucional consiste en la coordinación entre entidades públicas, privadas y organizaciones locales para alcanzar objetivos comunes relacionados con el desarrollo turístico.

En un destino rural, las competencias necesarias para implementar una ruta suelen encontrarse distribuidas entre diferentes instituciones.

La municipalidad puede intervenir en infraestructura y planificación; las entidades regionales de turismo en promoción y asistencia técnica; los productores en la prestación de experiencias; y los operadores en comercialización.

En la Ruta de la Palta, esta dimensión resulta necesaria para determinar responsabilidades institucionales y mecanismos de cooperación.

2.2.20. Implementación y plan de acción

La implementación constituye la fase mediante la cual una propuesta turística pasa de su diseño conceptual y técnico a su ejecución.

Para ello se requiere establecer actividades, responsables, recursos, plazos e indicadores de seguimiento.

Un plan de acción permite organizar estas medidas y determinar prioridades, especialmente cuando existen necesidades de infraestructura, capacitación o acondicionamiento.

La implementación debe desarrollarse progresivamente, considerando las condiciones reales del territorio y evitando asumir que el producto puede operar inmediatamente después de su diseño.

Por esta razón, la propuesta de la Ruta de la Palta contempla acciones previas de fortalecimiento de capacidades, acondicionamiento, articulación institucional y promoción antes de una puesta en operación definitiva.

2.2.21. Sostenibilidad turística

La sostenibilidad turística implica considerar de manera equilibrada los efectos económicos, sociales y ambientales presentes y futuros de la actividad turística, atendiendo las necesidades de visitantes, comunidad receptora, entorno y actividad económica.

ONU Turismo establece que el turismo sostenible debe considerar integralmente estas dimensiones y procurar un uso adecuado de los recursos naturales y culturales.

En contextos rurales, la sostenibilidad adquiere particular relevancia debido a que los recursos que sustentan la experiencia turística suelen encontrarse estrechamente vinculados con los medios de vida de la población.

En la Ruta de la Palta, la sostenibilidad se relaciona con el respeto a las actividades agrícolas existentes, uso adecuado de recursos, participación voluntaria de productores y distribución equitativa de oportunidades derivadas de la actividad turística.

2.3. Definición de términos básicos

Agroturismo. Modalidad de turismo desarrollada en espacios rurales y vinculada con actividades agrícolas, en la que el visitante puede conocer o participar en procesos productivos, prácticas tradicionales y experiencias asociadas con la vida rural. Para la presente investigación, comprende las experiencias relacionadas con el cultivo de palta, visita a parcelas, interacción con productores y actividades complementarias desarrolladas en San Miguel.

Atractivo turístico. Elemento natural, cultural o creado que ha sido acondicionado y valorizado para posibilitar su aprovechamiento turístico. Navarro (2015) diferencia el atractivo del recurso turístico señalando que el primero implica una transformación o valorización que permite su incorporación a la actividad turística.

Demanda turística. Conjunto de visitantes actuales o potenciales cuyas necesidades, motivaciones y preferencias orientan el consumo de productos y experiencias turísticas. En la investigación se diferencia entre la demanda que actualmente visita San Miguel y aquella que potencialmente podría interesarse en experiencias rurales, vivenciales, gastronómicas y agro productivas.

Destino turístico. Espacio territorial en el que convergen recursos, atractivos, infraestructura, servicios, actividades y actores vinculados con la experiencia del visitante. En esta investigación, el distrito de San Miguel constituye el territorio analizado para determinar las condiciones necesarias para el desarrollo de la Ruta de la Palta.

Experiencia turística. Conjunto de interacciones, percepciones y actividades que experimenta el visitante durante su relación con un destino o producto turístico.

MINCETUR (2021) plantea que el diseño de experiencias debe considerar al viajero, las características del entorno y los elementos diferenciadores capaces de generar una propuesta de valor.

Infraestructura turística. Conjunto de obras, instalaciones y servicios básicos que facilitan el desarrollo de la actividad turística, tales como vías de acceso, comunicaciones, servicios básicos y señalización. En el estudio, su análisis permite establecer las condiciones de accesibilidad y funcionamiento necesarias para la propuesta de ruta.

Itinerario turístico. Programación ordenada de los desplazamientos, visitas, actividades y servicios que forman parte de un recorrido turístico, especificando su secuencia, duración y tiempos aproximados. En la Ruta de la Palta, el itinerario permite organizar funcionalmente los puntos de visita y las experiencias propuestas.

Oferta turística. Conjunto articulado de recursos, atractivos, servicios, actividades e infraestructura disponible en un territorio para atender las necesidades de los visitantes. Su análisis permite determinar qué componentes existentes en San Miguel pueden incorporarse a la propuesta turística y cuáles requieren fortalecimiento.

Palta. Fruto del árbol *Persea americana* Mill., especie perteneciente a la familia Lauraceae y ampliamente cultivada con fines alimentarios y comerciales. En la presente investigación, la palta constituye el producto agrícola que funciona como eje temático para la estructuración de la ruta turística.

Planta turística. Conjunto de establecimientos, equipamientos y servicios destinados directamente a satisfacer las necesidades de los visitantes durante su permanencia en un destino, incluyendo principalmente alojamiento, alimentación, transporte turístico y otros servicios complementarios.

Producto turístico. Conjunto organizado de componentes tangibles e intangibles que integra recursos o atractivos turísticos, infraestructura, planta turística y actividades para satisfacer las motivaciones y expectativas de los visitantes. Esta concepción guarda correspondencia con la Ley N.º 29408, Ley General de Turismo (Congreso de la República del Perú, 2009).

Productor de palta. Persona dedicada al cultivo y manejo productivo de la palta. Para efectos de esta investigación, comprende a los productores de San Miguel que, por sus características productivas y disposición voluntaria, podrían participar en las actividades propuestas para la Ruta de la Palta.

Recurso turístico. Elemento natural, cultural, histórico, productivo o social que posee características susceptibles de generar interés turístico. Navarro (2015) señala que el recurso constituye la base potencial sobre la cual puede desarrollarse posteriormente un atractivo turístico mediante procesos de valorización y acondicionamiento.

Ruta turística. Recorrido planificado que integra diferentes atractivos, recursos, servicios y actividades mediante una secuencia territorial y temática determinada. Su diseño requiere considerar accesibilidad, distancias, tiempos de desplazamiento, actividades, servicios y características de los espacios incluidos en el recorrido.

Ruta turística temática. Producto turístico organizado alrededor de un elemento común que proporciona identidad y coherencia al recorrido. López-Guzmán y Sánchez-Cañizares (2008) evidencian que las rutas asociadas con productos agroalimentarios permiten relacionar actividades productivas tradicionales con gastronomía, cultura, paisaje y servicios turísticos. En esta investigación, dicho elemento articulador corresponde a la palta.

Ruta de la Palta. Propuesta de producto turístico temático diseñada para el distrito de San Miguel, provincia de La Mar, Ayacucho, cuyo eje articulador es la producción local de palta. La propuesta integra parcelas productivas, interacción con productores, gastronomía, recursos naturales y culturales, actividades y servicios mediante un recorrido planificado.

Servicios turísticos. Prestaciones destinadas a atender las necesidades de los visitantes durante el desarrollo de la experiencia turística, tales como alojamiento, alimentación, transporte, orientación, guiado y otros servicios complementarios.

Sostenibilidad turística. Enfoque de desarrollo turístico que considera los efectos económicos, sociales y ambientales presentes y futuros de la actividad y busca

atender las necesidades de visitantes, territorio y comunidad receptora. En la Ruta de la Palta, implica considerar el uso responsable de los recursos, respeto por las actividades agrícolas y participación de los actores locales.

Turismo rural. Modalidad turística desarrollada en espacios rurales en la que las experiencias del visitante se relacionan principalmente con naturaleza, agricultura, formas de vida y cultura rural. ONU Turismo reconoce además su capacidad potencial para complementar las actividades económicas de las comunidades rurales.

Turismo vivencial. Forma de turismo caracterizada por la interacción directa del visitante con las actividades cotidianas, prácticas culturales y formas de vida de la población receptora. En el contexto de la investigación, comprende experiencias de interacción con productores y conocimiento de actividades relacionadas con el cultivo de palta.

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA

3.1. Enfoque, tipo, diseño, nivel y método

3.1.1. Enfoque de investigación

La investigación se desarrolló bajo un **enfoque cualitativo**, debido a que estuvo orientada a comprender e interpretar las condiciones turísticas y productivas existentes en el distrito de San Miguel a partir de las perspectivas de actores directamente relacionados con el fenómeno estudiado. Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) señalan que la investigación cualitativa permite examinar los fenómenos desde la perspectiva de los participantes dentro de su ambiente natural y considerando las características del contexto.

La elección de este enfoque respondió a la necesidad de obtener información contextualizada sobre las condiciones del destino turístico, las características y disposición de los productores de palta, la oferta y demanda turística y los componentes necesarios para estructurar la propuesta de la Ruta de la Palta. En consecuencia, no se buscó medir estadísticamente las categorías ni establecer relaciones causales entre variables, sino comprenderlas e interpretarlas dentro del contexto territorial en el que se desarrolla la investigación.

3.1.2. Tipo de investigación

La investigación fue de **tipo aplicada**, debido a que estuvo orientada a utilizar conocimientos y procedimientos propios de la planificación y diseño turístico para responder a una necesidad concreta identificada en el distrito de San Miguel: estructurar una propuesta de ruta turística basada en la producción local de palta.

El Reglamento de Calificación, Clasificación y Registro de los Investigadores del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica de CONCYTEC conceptualiza la investigación aplicada como aquella orientada a determinar, mediante conocimiento científico, los medios que permitan satisfacer una necesidad reconocida y específica (CONCYTEC, 2018). En correspondencia con ello, la presente investigación no se limitó al conocimiento de las condiciones turísticas y

productivas existentes, sino que utilizó los hallazgos obtenidos para formular una propuesta concreta de Ruta de la Palta.

3.1.3. Diseño de investigación

La investigación presentó un **diseño no experimental**, debido a que el fenómeno fue estudiado en su contexto real sin manipulación deliberada de las categorías de análisis. La investigadora recopiló e interpretó información sobre las condiciones existentes en el distrito de San Miguel tal como estas se presentaban durante el desarrollo del estudio.

Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) explican que en los diseños no experimentales los fenómenos se observan y analizan en su contexto sin que exista manipulación intencional de las variables o condiciones estudiadas. En esta investigación no se introdujeron tratamientos ni modificaciones sobre la actividad turística, producción de palta o participantes, sino que se analizaron las condiciones existentes para fundamentar posteriormente el diseño de la propuesta turística.

3.1.4. Nivel de investigación

La investigación presentó un **nivel descriptivo**, debido a que buscó caracterizar las condiciones turísticas y productivas existentes en el distrito de San Miguel relevantes para el diseño de la Ruta de la Palta.

Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) señalan que los estudios descriptivos buscan especificar propiedades y características importantes del fenómeno sometido a análisis. En el presente estudio, el componente descriptivo permitió caracterizar los recursos y atractivos, infraestructura, servicios, productores de palta, oferta y demanda turística y otros elementos relacionados con la estructuración del producto turístico.

A partir de esta caracterización se desarrolló posteriormente el **componente propositivo** de la investigación, representado por el diseño técnico de la Ruta de la Palta.

3.1.5. Método de investigación

Se empleó el **método de estudio de caso**, debido a que la investigación se concentró en el análisis profundo de un contexto territorial delimitado: el distrito de San Miguel, provincia de La Mar, región Ayacucho.

Yin (2018) señala que el estudio de caso permite investigar fenómenos contemporáneos en profundidad y dentro de su contexto real, particularmente cuando las relaciones entre el fenómeno y el contexto son relevantes para su comprensión. En esta investigación, el contexto territorial resulta fundamental, debido a que el diseño de la Ruta de la Palta depende de las características particulares de San Miguel, sus recursos turísticos, actividad productiva, servicios, accesibilidad y actores locales.

El estudio de caso permitió integrar información procedente de diferentes actores y fuentes para comprender las condiciones existentes y utilizar posteriormente los hallazgos como fundamento para el diseño de la propuesta turística.

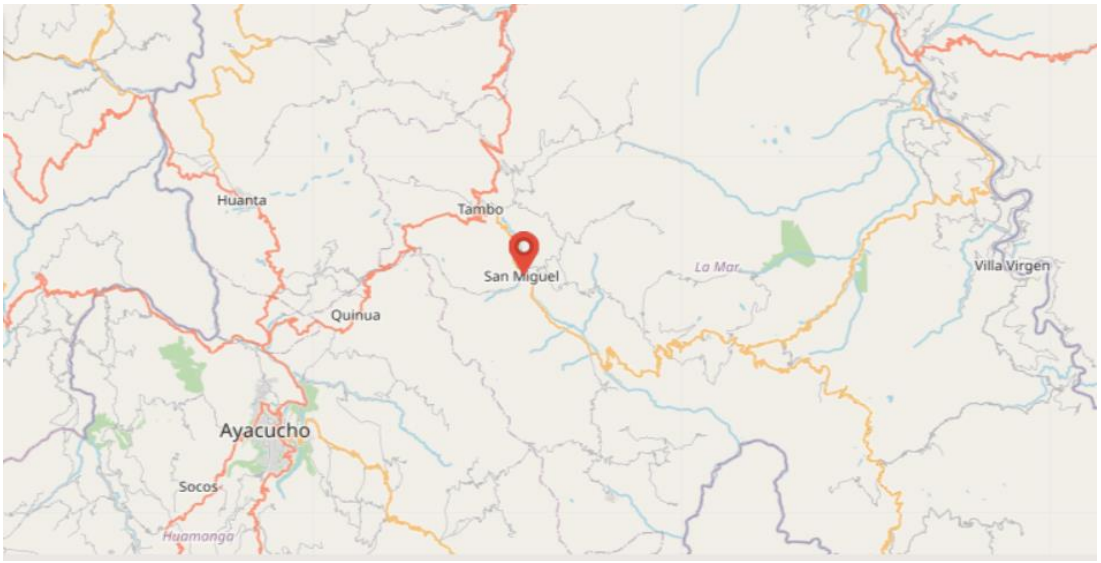
3.2. Ámbito temporal y espacial de la investigación

3.2.1. Ámbito espacial

La investigación se desarrolló en el distrito de San Miguel, capital de la provincia de La Mar, departamento de Ayacucho, Perú. La capital distrital, denominada igualmente San Miguel y categorizada como ciudad, se encuentra ubicada a una altitud de 2 696 m s. n. m**.**, aproximadamente en las coordenadas geográficas 13°00′46″ de latitud sur y 73°58′52″ de longitud oeste, de acuerdo con información publicada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2020).

Figura 1

Ubicación geográfica del distrito de San Miguel, provincia de La Mar, Ayacucho



Nota. Fuente (Google Maps).

3.2.2. Límites

Según la delimitación consignada por CENEPRED, limita por **el** norte con el distrito de Tambo; por el este con los distritos de Samugari, Anchihuay y Anco; por el sur con el distrito de Chilcas; y por el oeste con los distritos de Quinua y Acocro, pertenecientes a la provincia de Huamanga**.**

Superficie

El distrito de San Miguel posee una superficie territorial de 902,98 km², dato registrado tanto por el INEI como en documentos técnicos de evaluación territorial de CENEPRED. Geográficamente, se localiza en el sector suroeste de la provincia de La Mar.

Tabla 1

Provincia de La Mar: Superficie y ubicación geográfica, por distritos 2022

N°	CÓDIGO UBIGEO	SUPERFICIE		ALTITUD (M.S.N.M)	LATITUD SUR	LONGITUD OESTE
		DISTRITOS	Km2			
1	50501	SAN MIGUEL	459.64	2647	13° 00' 42''	73° 58' 44''
2	50502	ANCO	1074.93	3155	13° 03' 33''	73° 42' 26''
3	50503	AYNA	290.51	620	12° 37' 28''	73° 47' 24''
4	50504	CHILCAS	149.60	3248	13° 10' 20''	73° 54' 30''
5	50505	CHUNGUI	1093.05	3572	13° 13' 20''	73° 37' 30''
6	50506	LUIS CARRANZA	207.60	2926	13° 13' 42''	73° 53' 33''
7	50507	SANTA ROSA	396.58	708	12° 41' 22''	73° 44' 06''
8	50508	TAMBO	308.85	3319	12° 57' 02''	74° 01' 24''
9	50509	SAMUGARI	387.45	810	12° 47' 27''	73° 38' 29''
10	50510	ANCHIHUAY	-	752	12° 51' 48''	73° 34' 54''
11	50511	ORONCCOY		3723	13° 22' 51''	73° 26' 09''
12	50512	UNION PROGRESO		680	12° 55' 57''	73° 31' 54''
13	50513	RIO MAGDALENA		657	12° 49' 30''	73° 35' 31''
14	50514	NINABAMBA		2327	13° 05' 23''	73° 54' 59''
15	50515	PATIBAMBA		2437	13° 03' 45''	73° 56' 31''

Nota. Municipalidad Provincial de La Mar (2018).

3.2.3. Ámbito temporal

La investigación se desarrolló durante el periodo comprendido entre julio y agosto de 2024. Durante este periodo se realizaron la revisión documental, el reconocimiento del ámbito de estudio, la identificación y selección de los informantes clave, la aplicación de las entrevistas semiestructuradas y la recopilación de información necesaria para el diagnóstico de las condiciones turísticas y productivas del distrito de San Miguel.

Posteriormente, se efectuaron la transcripción, organización, codificación y análisis cualitativo de las entrevistas, así como la sistematización de la información obtenida. A partir de los resultados del diagnóstico y del análisis de los discursos de los participantes se estructuró la propuesta de la **Ruta de la Palta del Valle de Torobamba–San Miguel**.

3.3. Población y muestra

3.3.1. Unidad de análisis

La unidad de análisis estuvo constituida por los actores vinculados directamente con las dimensiones turística y productiva relevantes para el diseño de la Ruta de la

Palta en el distrito de San Miguel. Se consideraron tres grupos de informantes**:** productores de palta, actores vinculados con la gestión municipal y especialistas relacionados con la actividad turística**.**

Estos actores constituyeron unidades de análisis pertinentes debido a que poseen conocimientos y experiencias diferenciadas sobre las categorías consideradas en el estudio. Los productores aportaron información relacionada con la actividad productiva y su posible participación en la ruta; los actores vinculados con la gestión municipal proporcionaron información relacionada con las condiciones y gestión del territorio; y los especialistas en turismo contribuyeron con apreciaciones técnicas relacionadas con el desarrollo y diseño del producto turístico.

3.3.2. Población

La población de interés estuvo conformada por los actores vinculados con la actividad productiva de la palta y la actividad turística del distrito de San Miguel, considerando principalmente productores de palta, actores relacionados con la gestión municipal y especialistas con conocimiento de la actividad turística relevante para el ámbito de estudio.

Debido al enfoque cualitativo de la investigación, la delimitación de la población no tuvo como finalidad establecer una muestra estadísticamente representativa, sino identificar los perfiles de actores capaces de proporcionar información pertinente para responder a los objetivos planteados. Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) señalan que, en los estudios cualitativos, la selección de los casos responde a propósitos analíticos y a las características particulares de la investigación, más que a criterios de representatividad probabilística.

3.3.3. Criterios de inclusión

Se establecieron los siguientes criterios de inclusión:

- Ser mayor de edad.
- Ser productor de palta con actividad productiva desarrollada en el ámbito de San Miguel; o desempeñar actividades relacionadas con la gestión municipal o la actividad turística pertinente para el estudio.

- Poseer conocimiento o experiencia relacionada con al menos una de las categorías consideradas en la investigación.
- Tener disponibilidad para participar en la entrevista.
- Aceptar voluntariamente participar en la investigación mediante la suscripción del consentimiento informado.

3.3.4. Criterios de exclusión

Se consideraron los siguientes criterios de exclusión:

- Personas que no presentaran vinculación directa con las categorías analizadas en la investigación.
- Productores cuya actividad productiva no se desarrollará en el ámbito territorial considerado en el estudio.
- Actores que, pese a pertenecer a alguno de los perfiles considerados, no dispusieran de conocimiento o experiencia suficiente sobre los aspectos abordados en la entrevista.
- Personas que no aceptaran participar voluntariamente en la investigación o que decidieran retirar su consentimiento.
- Participantes que no completaran la entrevista de manera suficiente para aportar información relacionada con los objetivos del estudio.

3.3.5. Muestra

La muestra estuvo constituida por **seis** informantes clave, distribuidos en tres grupos: dos productores de palta del distrito de San Miguel, dos actores vinculados con la gestión municipal y dos especialistas relacionados con la actividad turística**.**

El número de participantes respondió a la selección de informantes clave pertenecientes a los grupos considerados relevantes para los objetivos de la investigación. La selección priorizó la pertinencia de los participantes y la diversidad de perspectivas vinculadas con el fenómeno estudiado. Debido a que el estudio se concentró en un caso territorial específico, no se buscó representatividad estadística ni generalización probabilística de los resultados, sino obtener información relevante y contextualizada que permitiera comprender el caso estudiado.

En consecuencia, la suficiencia de la muestra cualitativa se sustentó principalmente en la pertinencia de los perfiles seleccionados respecto de los objetivos y categorías de investigación. No se atribuyó el tamaño de la muestra al criterio de saturación teórica, debido a que dicho criterio requiere evidenciar que el proceso progresivo de recolección y análisis dejó de aportar información sustancialmente nueva, condición que debe encontrarse documentada para poder afirmarse metodológicamente (Hennink & Kaiser, 2022).

3.3.6. Tipo de muestreo utilizado

Se empleó un muestreo no probabilístico intencional o por criterios, debido a que los participantes fueron seleccionados deliberadamente considerando su conocimiento, experiencia y vinculación con las categorías analizadas.

Creswell y Poth (2018) señalan que en la investigación cualitativa la selección intencional permite elegir participantes y escenarios que pueden contribuir significativamente a la comprensión del problema de investigación. En este estudio, la selección no se realizó mediante procedimientos aleatorios, sino a partir de criterios previamente establecidos que permitieron incorporar actores capaces de aportar información desde las perspectivas productiva, institucional y turística.

En consecuencia, la selección de dos productores de palta, dos actores vinculados con la gestión municipal y dos especialistas relacionados con la actividad turística respondió a la necesidad de disponer de perspectivas complementarias para analizar las condiciones del territorio y fundamentar el diseño de la Ruta de la Palta.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de información

En correspondencia con el enfoque cualitativo de la investigación, se emplearon técnicas e instrumentos orientados a obtener información contextualizada sobre las condiciones turísticas y productivas del distrito de San Miguel. Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) señalan que la recolección de datos cualitativos busca obtener información profunda sobre personas, situaciones y procesos dentro de sus contextos naturales.

Para la presente investigación se consideraron como técnicas la entrevista semiestructurada, la observación directa y la revisión documental**,** las cuales

permitieron obtener información procedente de diferentes fuentes y relacionada con los objetivos y categorías de estudio.

3.4.1. Técnicas de recolección de información

a) Entrevista semiestructurada

La entrevista semiestructurada constituyó la principal técnica de recolección de información. Se utilizó debido a que permitió abordar temas previamente establecidos en función de los objetivos, categorías y subcategorías de investigación, manteniendo al mismo tiempo flexibilidad para profundizar en determinados aspectos a partir de las respuestas de los participantes.

Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) señalan que las entrevistas semiestructuradas se sustentan en una guía de asuntos o preguntas, pero permiten al entrevistador introducir preguntas adicionales con la finalidad de precisar conceptos u obtener más información.

Las entrevistas fueron dirigidas a los seis informantes clave: dos productores de palta, dos actores vinculados con la gestión municipal y dos especialistas relacionados con la actividad turística. Las preguntas estuvieron orientadas a obtener información sobre las condiciones del destino turístico, la actividad productiva de la palta, la disposición de los productores para participar, las características de la oferta y demanda turística y los elementos necesarios para el diseño de la Ruta de la Palta.

b) Observación directa

Se empleó la **observación directa** como técnica complementaria para reconocer las características del territorio vinculadas con el desarrollo de la propuesta turística.

La observación permitió identificar aspectos relacionados con los recursos y atractivos existentes, condiciones de accesibilidad, infraestructura, servicios, espacios productivos y otros elementos territoriales relevantes para el diseño de la Ruta de la Palta.

La información obtenida mediante esta técnica permitió complementar los datos proporcionados por los informantes clave y disponer de evidencia directa sobre determinadas condiciones existentes en el ámbito de estudio.

c) Revisión documental

La **revisión documental** se utilizó para recopilar y analizar información secundaria relacionada con las características turísticas, territoriales y productivas del ámbito de estudio.

Se consideraron documentos institucionales, estadísticas oficiales, instrumentos de planificación, inventarios turísticos, normativa y literatura científica relacionada con turismo rural, productos turísticos, rutas temáticas y producción agrícola. La información obtenida permitió complementar la caracterización del territorio y proporcionar sustento técnico y contextual para el diseño de la propuesta.

3.4.2. Instrumentos de recolección de información

a) Guía de entrevista semiestructurada

El principal instrumento de recolección de información fue la **guía de entrevista semiestructurada**, elaborada en correspondencia con los objetivos, categorías y subcategorías establecidas en la investigación.

La guía estuvo constituida por preguntas abiertas orientadas a obtener información sobre las condiciones turísticas de San Miguel, características de la producción de palta, disposición de los productores para participar en una propuesta turística, oferta y demanda, limitaciones y oportunidades existentes y componentes considerados necesarios para el diseño de la Ruta de la Palta.

Las preguntas abiertas permitieron que los participantes desarrollaran sus respuestas de acuerdo con sus conocimientos y experiencias, facilitando posteriormente la identificación de unidades de significado y códigos durante el proceso de análisis cualitativo.

La correspondencia entre los objetivos, categorías, subcategorías y elementos considerados en el instrumento se presenta en la **matriz de categorización** incorporada en los anexos.

3.3.3. Validez del instrumento

La validez de contenido de la guía de entrevista semiestructurada se estableció mediante **juicio de expertos**, con la participación de tres profesionales con conocimiento relacionado con el área de estudio y/o metodología de investigación.

Los expertos evaluaron la correspondencia entre las preguntas del instrumento y los objetivos de la investigación, considerando criterios de pertinencia, claridad y coherencia. A partir de las observaciones formuladas se realizaron los ajustes necesarios antes de la aplicación definitiva de la guía.

Las fichas de validación correspondientes al juicio de expertos se incorporan en los anexos como evidencia del procedimiento realizado.

3.5. Procedimiento

El procedimiento de investigación se desarrolló mediante etapas sucesivas relacionadas con los objetivos planteados.

En una primera etapa se realizó la **revisión documental y bibliográfica**, mediante la consulta de literatura científica, documentos institucionales, normativa, estadísticas e instrumentos de planificación relacionados con turismo rural, rutas turísticas, productos turísticos y características territoriales y productivas del ámbito de estudio. Esta etapa permitió establecer los fundamentos conceptuales y recopilar información secundaria necesaria para la investigación.

En una segunda etapa se efectuó el **reconocimiento del ámbito de estudio**, orientado a identificar las condiciones existentes para el desarrollo de la propuesta turística. Se consideraron los recursos y atractivos turísticos, accesibilidad, infraestructura, servicios, espacios productivos y otros componentes territoriales relacionados con la futura Ruta de la Palta.

Posteriormente se realizó la selección de los informantes clave de acuerdo con los criterios de inclusión y exclusión previamente establecidos. Se seleccionaron productores de palta, actores vinculados con la gestión municipal y especialistas relacionados con la actividad turística debido a su conocimiento y vinculación con las categorías analizadas.

Antes de realizar las entrevistas, se informó a cada participante acerca del propósito de la investigación, características de su participación, utilización académica de la información y tratamiento confidencial de sus datos. La participación se realizó de manera voluntaria mediante la aceptación del consentimiento informado.

Seguidamente se aplicaron las entrevistas semiestructuradas de manera individual. La información obtenida fue organizada y preparada para su posterior codificación y análisis cualitativo.

Posteriormente se realizó el procesamiento e interpretación de la información obtenida mediante las entrevistas, complementándola con los hallazgos procedentes de la observación y revisión documental.

Finalmente, a partir de los resultados obtenidos en el diagnóstico, se desarrolló la conceptualización y diseño técnico de la Ruta de la Palta**,** considerando los recursos y atractivos seleccionados, espacios productivos, actividades, servicios, recorrido, tiempos, itinerarios, requerimientos y actores relacionados con su eventual implementación.

3.6. Procesamiento y análisis de la información

La información obtenida mediante las entrevistas semiestructuradas fue procesada a través de un análisis cualitativo de contenido, orientado a identificar, organizar e interpretar los significados presentes en los discursos de los participantes en correspondencia con los objetivos de la investigación. Este tipo de análisis permite examinar sistemáticamente el contenido de los datos cualitativos mediante procesos de codificación, categorización e interpretación (Schreier, 2012).

El proceso de análisis se inició con la transcripción textual de las entrevistas grabadas y la posterior lectura comprensiva y reiterada del material, con la finalidad de lograr familiarización con los discursos e identificar fragmentos relevantes para el fenómeno estudiado. Posteriormente, las transcripciones fueron segmentadas en unidades de significado, entendidas como fragmentos del discurso que contenían una idea relevante para responder a los objetivos de la investigación.

A cada unidad de significado se le asignó un código descriptivo, destinado a sintetizar conceptualmente el contenido expresado por el participante. La codificación siguió una estrategia deductiva-inductiva. El componente deductivo estuvo orientado por las categorías y subcategorías previamente establecidas en la matriz de categorización a partir de los objetivos específicos; mientras que el componente inductivo permitió incorporar códigos emergentes derivados directamente de los

discursos cuando se identificaron aspectos relevantes que no habían sido contemplados inicialmente.

Para sistematizar el proceso se elaboró una matriz de análisis cualitativo, en la que se registraron el código de identificación del participante, el fragmento relevante de la entrevista, la unidad de significado, el código asignado, la subcategoría, la categoría y el objetivo específico correspondiente. Esta organización permitió mantener la trazabilidad entre los testimonios originales y las interpretaciones realizadas durante el análisis.

Posteriormente, los códigos conceptualmente relacionados fueron agrupados dentro de las subcategorías y categorías correspondientes. Se realizó una comparación entre los discursos de los diferentes informantes con la finalidad de identificar patrones de recurrencia, coincidencias, diferencias y perspectivas particulares entre los perfiles participantes. La presencia de opiniones divergentes fue conservada durante el análisis, evitando asumir como consenso aquellas apreciaciones que correspondían únicamente a determinados informantes.

De manera complementaria, se efectuó una cuantificación descriptiva de los códigos identificados. Para ello se consideraron dos indicadores: a) frecuencia de participantes, correspondiente al número de informantes distintos en cuyos discursos estuvo presente un determinado código; y b) frecuencia de menciones, correspondiente al número total de veces que dicho código fue identificado en el conjunto de las entrevistas. Esta diferenciación permitió evitar que la reiteración de una misma idea por un solo participante fuera interpretada como una opinión compartida por el conjunto de informantes.

Las frecuencias obtenidas fueron utilizadas exclusivamente como apoyo descriptivo al análisis cualitativo, con la finalidad de facilitar la identificación de recurrencias y patrones en los discursos. Debido al enfoque cualitativo, al tamaño de la muestra y al muestreo no probabilístico intencional empleado, estos resultados no fueron utilizados para realizar inferencias estadísticas, estimaciones poblacionales ni generalizaciones probabilísticas. En consecuencia, la recurrencia de un código no fue

interpretada automáticamente como indicador de mayor importancia, sino juntamente con su contenido, contexto y distribución entre los diferentes participantes.

Finalmente, los resultados fueron organizados de acuerdo con los objetivos específicos, categorías y subcategorías de la investigación. Para sustentar la interpretación se seleccionaron fragmentos representativos de las entrevistas, identificando a los participantes mediante códigos para preservar su confidencialidad. Los hallazgos fueron complementados, cuando correspondió, con información procedente de la observación directa y revisión documental, y posteriormente contrastados con los antecedentes y bases teóricas durante la discusión de resultados.

3.7. Rigor científico

El rigor científico de la investigación se consideró mediante los criterios de credibilidad, transferibilidad, dependencia y conformabilidad**,** propuestos por Lincoln y Guba (1985), los cuales permiten valorar la calidad y consistencia de los estudios cualitativos.

La **credibilidad** estuvo relacionada con la incorporación de informantes que poseían conocimiento y experiencia vinculados con el fenómeno estudiado. La participación de productores de palta, actores vinculados con la gestión municipal y especialistas relacionados con la actividad turística permitió obtener perspectivas complementarias sobre las categorías analizadas. Asimismo, la información procedente de las entrevistas fue contrastada con información obtenida mediante otras fuentes consideradas en la investigación.

La **transferibilidad** se favoreció mediante la descripción del contexto territorial, las características de los participantes, los criterios utilizados para su selección y el procedimiento seguido durante la investigación. Esta descripción permite que otros investigadores determinen la posible aplicabilidad de los hallazgos en contextos con características semejantes, sin pretender una generalización estadística de los resultados.

La **dependencia** se procuró mediante la descripción sistemática de las etapas de recolección, organización, codificación y análisis de la información, manteniendo

correspondencia entre los problemas, objetivos, categorías, instrumentos y presentación de los resultados.

La **confirmabilidad** se procuró mediante la vinculación de las interpretaciones con la información proporcionada por los participantes y con las evidencias documentales y de campo consideradas durante la investigación, buscando que las conclusiones derivaran de los datos recopilados y no exclusivamente de apreciaciones personales.

3.8. Consideraciones éticas

La investigación se desarrolló respetando principios éticos relacionados con la participación voluntaria, consentimiento informado, confidencialidad, respeto a los participantes e integridad académica**.**

Antes de la aplicación de las entrevistas se informó a los participantes acerca del propósito académico de la investigación, las características de su participación y la utilización de la información recopilada. La participación fue voluntaria y se realizó previa aceptación del correspondiente consentimiento informado**.**

Asimismo, se respetó el derecho de los participantes a decidir libremente sobre su participación y a retirarse del estudio si así lo consideraban, sin que ello implicara consecuencia alguna.

La información recopilada fue utilizada exclusivamente para los fines académicos establecidos en la investigación. Para proteger la identidad de los participantes, los resultados se presentaron mediante códigos de identificación**,** evitando consignar nombres u otra información personal que permitiera identificarlos innecesariamente.

Finalmente, se consideraron principios de integridad académica mediante el reconocimiento adecuado de las fuentes consultadas, la citación y elaboración de referencias de acuerdo con las normas académicas establecidas y el compromiso de presentar los hallazgos obtenidos sin fabricación, falsificación o alteración de la información.

CAPÍTULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Presentación y organización de los resultados

Los resultados se presentan de acuerdo con los objetivos específicos, categorías y subcategorías establecidas en la investigación. La información procede principalmente de las entrevistas semiestructuradas realizadas a actores vinculados con la producción de palta, gestión local y actividad turística, y se complementa con información documental y de campo disponible en el estudio.

El análisis de las entrevistas se realizó mediante análisis cualitativo de contenido con apoyo descriptivo cuantificado, siguiendo el procedimiento establecido en el apartado metodológico. Las transcripciones fueron sometidas a lectura comprensiva, identificación de unidades de significado y codificación deductiva-inductiva. Posteriormente, los códigos fueron agrupados en subcategorías y categorías en correspondencia con los objetivos específicos.

La cuantificación de códigos fue utilizada exclusivamente como apoyo para identificar recurrencias y distribución de determinadas ideas entre los participantes, sin atribuir representatividad estadística a los resultados. Asimismo, durante la interpretación se conservaron las opiniones divergentes, debido a que la existencia de perspectivas diferentes constituye información relevante para comprender las condiciones reales de implementación de la propuesta.

Para proteger la identidad de los participantes en la presentación de los resultados, las citas textuales deberán identificarse mediante los códigos establecidos para cada perfil de informante.

4.2. Resultados del objetivo específico 1

Objetivo específico 1

Diagnosticar las condiciones actuales del destino turístico de San Miguel para el desarrollo de la Ruta de la Palta.

El análisis correspondiente al primer objetivo permitió identificar las condiciones existentes en el distrito de San Miguel que pueden favorecer o limitar el desarrollo de una ruta turística vinculada con la producción de palta. Los hallazgos fueron organizados en cuatro subcategorías: recursos y atractivos turísticos; infraestructura y accesibilidad; planta y servicios turísticos; y gestión y articulación turística**.**

4.2.1. Recursos y atractivos turísticos

El análisis evidencia que la producción de palta constituye uno de los principales componentes productivos sobre los cuales podría estructurarse la propuesta turística. No obstante, los testimonios indican que el producto agrícola no debería analizarse de manera aislada, sino como parte de una experiencia que articule producción, gastronomía, paisaje y contacto con los productores.

Uno de los productores entrevistados manifestó una disposición favorable para compartir con los visitantes su experiencia en el cultivo y señaló la posibilidad de incorporar preparaciones gastronómicas elaboradas con palta. Al mismo tiempo, reconoció que los productores poseen conocimientos limitados sobre la actividad turística y que requerirían capacitación para participar adecuadamente.

Este hallazgo permite identificar dos componentes diferenciados. Por un lado, existe un recurso productivo susceptible de incorporarse a una experiencia turística; por otro, la transformación de dicho recurso en una experiencia organizada requiere capacidades que actualmente no forman parte necesariamente de la actividad agrícola cotidiana.

La revisión de los recursos incorporados en el propio estudio muestra, además, la presencia de elementos naturales, culturales, históricos y productivos que podrían complementar el recorrido, entre ellos:

a) **Mirador Cerro San Cristóbal**

Figura 2
Mirador cerro San *Cristóbal*



Nota. Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Ayacucho (2024). Ficha de Inventario de Recurso Turístico: Mirador Cerro San Cristóbal

Es una zona natural destacada que permite disfrutar una visita panorámica de 360 grados de la ciudad de San Miguel y el valle de Torobamba. Este mirador se encuentra a una altitud de 2885 m.s.n.m. y se extiende por 4 hectáreas, presentando una formación geológica peculiar, similar a una piedra gigante en forma de pirámide. Se accede a través de un sendero, que comienza en el centro de San Miguel, con una caminata de aproximadamente 35 minutos, o desde el poblado de Tunaspampa, tras un corto trayecto motorizado de 8 minutos y luego una caminata de 15 minutos. Durante el recorrido, los visitantes pueden disfrutar de una gran diversidad de vegetación, incluyendo plantas medicinales y frutos de tunas, además de observar el paisaje natural de la zona.

Este sitio además de ser un lugar ideal para la observación de paisajes y la práctica de senderismo tiene un valor cultural significativo, ya que se ha convertido en un espacio donde se realizan rituales tradicionales, como el pago a la tierra, una costumbre ancestral que aún se conserva. La zona es de fácil acceso durante todo el

año, con horarios de visita entre las 06:00 am y las 05:00 pm. Sin embargo, se encuentra en condiciones regulares, especialmente durante la temporada de lluvias, cuando el sendero puede estar cubierto de vegetación. A pesar de la falta de infraestructura básica, como áreas de descanso o señalización, el mirador sigue siendo un atractivo importante para los excursionistas locales.

Tabla 2

Datos del recurso turístico: Mirador Cerro San Cristóbal2024

Aspecto	Descripción
Ubicación	Provincia de La Mar, distrito de San Miguel, Ayacucho, Perú.
Altitud	2885 m.s.n.m.
Acceso	Sendero de 35 minutos desde el centro de San Miguel o 8 minutos en transporte + 15 minutos caminando.
Extensión	4 hectáreas
Características geológicas	Formación geológica en forma de pirámide, con una vista panorámica del valle Torobamba.
Actividades	Senderismo, observación de paisajes, rituales de pago a la tierra.
Flora	Diversidad de vegetación, incluyendo plantas medicinales y frutos de tunas.
Condiciones de acceso	Acceso durante todo el año, con dificultades en temporada de lluvias debido a la vegetación del sendero.
Valor cultural	Espacio utilizado para rituales tradicionales como el pago a la tierra.
Horarios de visita	06:00 a.m. - 05:00 p.m.
Infraestructura	Condiciones regulares, falta de áreas de descanso y señalización.

Nota. Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Ayacucho (2024). Ficha de Inventario de Recurso Turístico: Mirador Cerro San Cristóbal.

b) **Sitio Arqueológico Manohuatoy**

Figura 3
Sitio Arqueológico Manohuatoy



Nota. Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Ayacucho (2024). Ficha de Inventario de Recurso Turístico: Sitio Arqueológico Manohuatoy.

Ubicado al suroeste del distrito de San Miguel, a 3347 m.s.n.m. es un importante vestigio de la cultura chancas. Este sitio cuenta con doce chulpas, construcciones funerarias de piedra utilizadas para almacenar alimentos y enterrar muertos. Aunque algunas chulpas están destruidas, otras seis se encuentran en buen estado de conservación. Las chulpas tienen una estructura cuadrangular y trapezoidal, con techos a punta, construidas a base de piedra y barro de mortero. Además, en el sitio se han encontrado fragmentos de cerámica y herramientas líticas. El área también alberga un recinto circular y una cista funeraria, donde se realizó el entierro de personas en posición fetal, cubierto con una piedra grande. Las investigaciones arqueológicas han determinado que las chulpas formaban parte de la cosmovisión andina de la cultura Chancas, alineándose con sus creencias espirituales. A pesar de estar rodeado de terrenos de cultivo, el sitio sigue siendo de interés turístico. Para acceder al lugar, los

visitantes deben tomar un sendero de 1 km desde el centro poblado de Huayanay, lo que lleva aproximadamente 15 minutos a pie.

Tabla 3

Datos del recurso turístico: Sitio Arqueológico Manohuatoy

Aspecto	Descripción
Ubicación	Distrito de San Miguel, suroeste de la región, a 3347 m.s.n.m.
Características	12 chulpas de piedra, algunas destruidas, otras en buen estado de conservación.
Tipo de estructuras	Chulpas cuadrangulares y trapezoidales, techadas a punta con **lajas de piedra** y **barro de mortero**.
Otros elementos encontrados	Fragmentos de cerámica y herramientas líticas.
Acceso	Sendero de 1 km desde el centro poblado de **Huayanay**, 15 minutos caminando.
Valor cultural	Relacionado con la cosmovisión andina de la cultura Chancas.
Infraestructura	No se cuenta con infraestructura básica, pero el sitio sigue siendo un atractivo turístico.

Nota. Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Ayacucho (2024). Ficha de Inventario de Recurso Turístico: Sitio Arqueológico Manohuatoy

c) **Catarata de Sayhuapata**

Figura 4
Catarata de Sayhuapata



Nota. Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Ayacucho (2024). Ficha de Inventario de Recurso Turístico: Catarata de Sayhuapata.

Ubicada en la comunidad de Capillapampa, al norte del distrito de San Miguel, a 3162 m.s.n.m. esta caída de agua tiene una altura aproximada de 100 metros y se alimenta de los puquiales que formar el rio Leqleeqa, el cual desemboca en el río Torobamba, el más grande de la provincia de La Mar. El acceso al recurso turístico se realiza mediante vehículos motorizados hasta el puente del rio Leqleeqa, desde donde comienza una caminata de 25 minutos cuesta arriba a través de un bosque de uncas y un entorno natural de gran belleza, con fauna como colibríes y flora representativa de la región. La catarata también forma pozas de color verde esmeralda, ideales para baños y nado. La temporada de visita recomendada es durante la época de lluvias (diciembre a marzo), ya que el caudal del agua es más impresionante, aunque la caída del agua se mantiene durante todo el año. El recurso turístico es ideal para actividades como senderismo, observación de flora y paisaje, y baños en las pozas.

Tabla 4

Datos del recurso turístico: Catarata de Sayhuapata

Aspecto	Descripción
Ubicación	Comunidad de Capillapampa, al norte de San Miguel, a 3162 m.s.n.m.
Altitud	3162 m.s.n.m.
Altura de la catarata	Aproximadamente 100 metros
Acceso	20 minutos en vehículo desde San Miguel hasta el puente de río Leqleeqa, luego 25 minutos caminando.
Flora y fauna	Bosque de uncas, presencia de colibríes y otras especies locales.
Actividades	Senderismo, observación de flora y paisaje, baño en pozas de agua verde esmeralda.
Época recomendada para visita	Temporada de lluvias (diciembre a marzo), aunque se puede visitar durante todo el año.
Servicios disponibles	Caminos peatonales, no se especifica infraestructura adicional dentro del recurso.

Nota. Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Ayacucho (2024). Ficha de Inventario de Recurso Turístico: Catarata de Sayhuapata.

d) **Iglesia San Miguel Arcángel**

Figura 5
Iglesia San Miguel Arcangel



Nota. Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Ayacucho (2024). Ficha de Inventario de Recurso Turístico: Iglesia San Miguel Arcángel.

Ubicada en el distrito de San Miguel, en la provincia de La Mar, se encuentra a 2661 m.s.n.m., frente al parque principal del distrito. Su construcción data de 1824 y fue ordenada por los jesuitas en un estilo mestizo. La iglesia tiene una planta rectangular y una sola nave, destacando un altar mayor dorado de gran valor artístico. Su estructura exterior presenta una sola torre y campanarios de ladrillo, con una sencilla portada con un vano de ingreso de arco de medio punto. El techo está cubierto con tejas de arcilla roja cocida. Las paredes interiores albergan imágenes religiosas que se pasean en andas durante las festividades religiosas, como la Semana Santa y la fiesta patronal en honor a San Miguel Arcángel.

Se dice que la iglesia guarda la imagen de San Miguel Arcángel, quien, según la leyenda, protegió a la comunidad durante la guerra de la Independencia. La iglesia fue restaurada en 2012, y hoy sigue un centro de fe y tradición para los locales,

especialmente el 29 de setiembre, cuando se celebra su festividad. Los servicios incluyen misas dominicales y otras actividades religiosas, siendo el acceso restringido en días de festividades.

Tabla 5

Datos del recurso turístico: Iglesia San Miguel Arcángel

Aspecto	**Descripción**
Ubicación	Distrito de San Miguel, provincia La Mar, a 2661 m.s.n.m., frente al parque principal.
Fecha de construcción	1824, ordenada por los Jesuitas.
Estilo arquitectónico	Mestizo, con altar mayor dorado de gran valor artístico.
Características exteriores	Una torre, campanarios de ladrillo, portada sencilla con arco de medio punto, techo de tejas rojas.
Imágenes religiosas	Imagen de San Miguel Arcángel, Virgen María, y otras imágenes bañadas en pan de oro.
Actividades	Procesión de San Miguel Arcángel, misa dominical, actividades religiosas en festividades locales.
Restauración	Restaurada en 2012, incluyendo la puerta de madera donada por el alcalde Ciro Gavilán.
Acceso	Semirrestringida, previo permiso en días de misas y procesiones.
Época de visita	Fines de semana y durante festividades (29 de septiembre, Semana Santa).

Nota. Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Ayacucho (2024). Ficha de Inventario de Recurso Turístico: Iglesia San Miguel Arcángel

e) **Iglesia de Ninabamba**

Figura 6
Iglesia de Ninabamba



Nota: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Ayacucho (2024). *Ficha de Inventario de Recurso Turístico: Iglesia de Ninabamba*.

La iglesia de Ninabamba se ubica en el centro poblado del mismo nombre, en la provincia de La Mar, región Ayacucho. Su construcción fue ordenada por los jesuitas alrededor del año 1600, presentando un modelo arquitectónico colonial jesuita, posteriormente reconstruido en el siglo XVIII con influencia de estilo mestizo. La edificación posee planta rectangular y una sola nave, destacando en su exterior una torre con campanarios de ladrillo y una portada sencilla con arco de medio punto. En su interior resalta el altar mayor con hornacinas y elementos decorativos como balcones de madera tallada con motivos religiosos.

Este recurso tiene un importante valor cultural y social, ya que constituye un espacio central para la vida religiosa de la población, especialmente durante la festividad de la Virgen del Carmen, celebrada el 16 de julio. Asimismo, presenta interés

turístico por su arquitectura, historia vinculada a la presencia jesuita y las tradiciones religiosas que aún se mantienen.

Tabla 6

Datos del recurso turístico: Iglesia de Ninabamba

Aspecto	Descripción
Ubicación	Distrito de Ninabamba, provincia de La Mar, región Ayacucho, en el ámbito del valle del río Torobamba.
Origen / referencia histórica	La iglesia matriz de Ninabamba se remonta al periodo de influencia jesuita, constituyendo uno de los principales testimonios históricos del origen del distrito.
Tipo de recurso	Manifestación cultural
Tipo específico	Arquitectura y espacios urbanos
Subtipo	Iglesia
Características exteriores	Infraestructura religiosa de carácter tradicional, integrada al entorno urbano del distrito, con función central en la vida comunitaria.
Características interiores	Espacio destinado a actividades litúrgicas, con presencia de imágenes religiosas y elementos propios del culto católico.
Actividades	Actividades religiosas, celebraciones patronales, observación arquitectónica y toma de fotografías.
Accesibilidad	Acceso terrestre desde el distrito de San Miguel mediante vías locales y caminos afirmados.
Estado de conservación	Regular
Potencial turístico	Medio

Nota. Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Ayacucho (2024). Ficha de Inventario de Recurso Turístico: Iglesia de Ninabamba.

f) **Expo La Mar Vraem**

Figura 7
Expo La Mar Vraem



Nota. Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Ayacucho (2024). Ficha de Inventario de Recurso Turístico: Expo La Mar Vraem.

Es un evento anual que se lleva a cabo en el distrito de San Miguel, durante el mes de setiembre, coincidiendo con el aniversario de la provincia de La Mar. Desde su inicio en el año 2000, su objetivo ha sido fomentar el desarrollo económico y social de la localidad mediante una serie de actividades deportivas, artísticas y la exposición de productos agropecuarios locales. Durante los cinco días de celebración, se realizan concursos deportivos, gastronómicos y culturales, como el certamen de belleza, concursos de danza y canto, además de actividades de integración como el rally “Por las rutas de la palta”. El evento también incluye exhibiciones de ganado vacuno, caballos de paso y actividades taurinas. La Expo La Mar Vraem se lleva a cabo en el campo ferial de San Miguel, con la participación de turistas nacionales e internacionales, y tienen un fuerte enfoque en la promoción de la identidad cultural de la región.

Tabla 7

Datos del recurso turístico: Expo La Mar Vraem

Aspecto	Descripción
Ubicación	Distrito de San Miguel, provincia de La Mar, Ayacucho.
Fecha de celebración	Del **23 al 27 de septiembre** (anualmente).
Objetivo principal	Fomentar el desarrollo económico y social mediante actividades deportivas, artísticas y exposiciones agropecuarias.
Actividades destacadas	Concurso de belleza, maratón, festivales gastronómicos, pasacalle, concurso de cosechas, rally "Por las rutas de la palta", exhibición de ganado vacuno, entre otros.
Duración del evento	5 días
Público objetivo	Turistas locales, nacionales e internacionales.
Infraestructura	Campo ferial en San Miguel, actividades en parques, calles y diversos recintos del distrito.
Enfoque cultural	Promoción de la identidad cultural y agropecuaria de la provincia.

Nota. Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Ayacucho (2024). Ficha de Inventario de Recurso Turístico: Expo La Mar Vraem.

g) **Carnaval Lamarino**

Figura 8
Carnaval Lamarino



Nota. Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Ayacucho (2024). Ficha de Inventario de Recurso Turístico: Carnaval Lamarin

El Carnaval Lamarino es una fiesta tradicional que se celebra anualmente en el distrito de San Miguel, como parte del carnaval de la provincia de La Mar. Esta festividad, que ha evolucionado a lo largo de los años, fue nombrada Carnaval Lamarino hace poco más de dos décadas. Desde 2018, el carnaval ha incorporado actividades como concursos de comparsa, cantos y coreografías. Cada distrito de la región presenta sus propios trajes y propuestas artísticas, lo que genera una competencia saludable entre las distintas comunidades.

En la programación del evento, que tienen lugar en febrero (de acuerdo con el calendario lunar), se incluyen actividades como la Festi Lamar, el Festival de la Naranja, y el Festival de la Palta, en los cuales se exhiben productos agroindustriales y gastronómicos locales. El carnaval también cuenta con pasacalles, concursos de danzas y la popular elección del Ño Carnavalón, figura que es proclamada mediante un

discurso sarcástico sobre la situación social, política o económica de la región. El evento culmina con la quema del Ño Carnavalón, simbolizando el fin de las festividades.

Tabla 8

Datos del recurso turístico: Carnaval Lamarino

Aspecto	Descripción
Ubicación	Distrito de San Miguel, provincia de La Mar, Ayacucho.
Fecha de celebración	**Febrero** (fecha movible según el calendario lunar).
Actividades principales	Concurso de comparsas, certamen de belleza, festivales gastronómicos (Festival de la Naranja, Festival de la Palta).
Características destacadas	Competencia de trajes, coreografías y concursos, proclamación del Ño Carnavalón.
Duración del evento	5 días (del sábado al martes).
Enfoque cultural	Celebración de la **identidad cultural** local a través de bailes, danzas y gastronomía típica.
Reconocimientos	Premio "Tinya de Oro" en el **Carnaval Ayacuchano** en 2017 en la categoría Nacional Mestizo.
Participación	Turistas locales e internacionales participan en las comparsas y otras actividades.
Fecha de inicio	Inicia con el **ingreso del Ño Carnavalón** y el concurso de carros alegóricos.

Nota. Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Ayacucho (2024). Ficha de Inventario de Recurso Turístico: Carnaval Lamarino

h) **Valle Torobamba**

Figura 9
Valle Torobamba



Nota. Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (2024). Ficha de Inventario de Recurso Turístico: Valle Torobamba.

Valle Torobamba, ubicado en la región andina, abarca los distritos de San Miguel, Patibamba y Ninabamba, a una altitud de 2426 m.s.n.m. este valle es irrigado por el rio Torobamba, el cual recorre de manera paralela al valle, creando un paisaje natural impresionante. La vegetación del área es mixta, con una mezcla de flora de la sierra y árboles frutales como palta, naranja mango, y chirimoya, entre otras. Además, la fauna del lugar incluye especies como carachupas, colibríes, y loros.

En el valle, la agricultura es una actividad predominante, especialmente la producción de frutas que se venden en las ferias agroindustriales, como la Feria del Camacho y la Feria de la Palta. Las actividades turísticas incluyen senderismo, pesca deportiva, y observación de fauna y paisaje. El acceso al valle es fácil, con distancias cortas desde San Miguel, y se puede visitar durante todo el año, con un horario de 08:00 a.m. a 06:00 p.m. en días normales y hasta las 09:00 p.m. en épocas de festividad.

Ubicado en la región de Ayacucho, provincia de La Mar, extendiéndose en la margen izquierda de los distritos de San Miguel, Patibamba y Ninabamba. La vegetación es mixta, y se puede ver una variedad de flora perteneciente a la sierra, mostrando un paisaje lleno de vegetación, con bosques secos interandinos y diversidad, y árboles frutales como: naranjo, palto, pacay, mango, plátano, chirimoya, tuna y flores.

Tabla 9

Datos del recurso turístico: Valle Torobamba

Aspecto	Descripción
Ubicación	Distritos de San Miguel, Patibamba y Ninabamba, Ayacucho, a 2426 m.s.n.m.
Vegetación	Mixta, con árboles frutales como palta, naranja, mango, chirimoya, entre otros.
Fauna	Carachupas, colibríes, loros.
Actividades turísticas	Senderismo, pesca deportiva, observación de fauna, observación de paisajes.
Acceso	Acceso fácil, con distancia de 1.8 km desde el centro de San Miguel (10 minutos en combi).
Clima	Templado, con lluvias en verano.
Época propicia de visita	Todo el año, con horario de 08:00 a.m. - 06:00 p.m. (hasta las 09:00 p.m. en épocas festivas).
Eventos relacionados	Feria Agroindustrial, Feria de la Palta, Feria del Camacho.

Nota. (Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Ayacucho, 2024h) Ficha de Inventario de Recurso Turístico: Valle Torobamba.

4.2.2. Infraestructura y accesibilidad

El análisis de la infraestructura y accesibilidad permitió identificar las condiciones que pueden facilitar o limitar el desplazamiento de los visitantes hacia San Miguel y los espacios productivos considerados para la propuesta de la Ruta de la Palta. Los resultados muestran que la accesibilidad constituye un componente determinante para la estructuración del producto turístico, debido a que la experiencia propuesta requiere conectar el centro urbano de San Miguel con las parcelas y demás recursos localizados principalmente en los espacios rurales vinculados con el Valle de Torobamba.

Se identificaron inversiones y acciones orientadas al mejoramiento de las condiciones urbanas y de acceso, entre ellas el mejoramiento del parque principal, el proyecto de mejoramiento y ampliación del servicio turístico en el distrito de San Miguel y vías de acceso peatonal y vehicular hacia determinados atractivos. Estos elementos constituyen condiciones de soporte para el desarrollo turístico; sin embargo, su existencia no implica que todos los puntos potencialmente incorporables a la Ruta de la Palta cuenten actualmente con condiciones homogéneas de accesibilidad.

4.2.3. Accesibilidad hacia los espacios productivos

La accesibilidad adquiere especial relevancia debido a que la propuesta plantea utilizar a San Miguel como punto articulador y desarrollar parte de la experiencia en las zonas productivas del Valle de Torobamba. Se identificó al distrito como espacio de concentración de servicios, mientras que las parcelas, paisajes agrícolas y otros componentes de la experiencia se encuentran distribuidos en el valle y sectores rurales vinculados funcionalmente con San Miguel.

Por ello, el diseño de la ruta requiere considerar no solamente la posibilidad de llegar al distrito, sino también las condiciones de desplazamiento entre San Miguel y cada uno de los puntos específicos que conformarían el recorrido**.**

Esta necesidad también fue identificada en las entrevistas. Uno de los productores señaló que, para recibir visitantes adecuadamente, sería necesario contar con mejores condiciones de acceso y señalización, además de infraestructura básica en los espacios de recepción.

En consecuencia, las parcelas que eventualmente sean incorporadas a la Ruta de la Palta deberán seleccionarse considerando criterios como estado de la vía de acceso, distancia respecto del eje principal, tiempo de desplazamiento, posibilidad de ingreso de vehículos, seguridad del trayecto y facilidad de acceso para diferentes tipos de visitantes**.**

4.2.4. Señalización turística

Otro elemento relevante corresponde a la señalización. La dispersión territorial de los espacios productivos hace necesario contar con mecanismos que permitan orientar al visitante desde San Miguel hacia las parcelas y demás puntos que formen parte del recorrido.

La necesidad de señalización también fue señalada por los productores dentro de las condiciones que deberían mejorarse para desarrollar la actividad turística. En este sentido, la implementación de señalización direccional e interpretativa contribuiría no solo a facilitar el desplazamiento, sino también a proporcionar información sobre los puntos de visita, actividades permitidas y características del entorno.

La señalización deberá considerarse principalmente durante una eventual fase de implementación, una vez que se hayan seleccionado y validado las parcelas y recursos que integrarán definitivamente el recorrido. De esta manera se evitaría instalar infraestructura en puntos que posteriormente no formen parte de la ruta.

4.2.5. Conectividad y distancia respecto del mercado

Las entrevistas a especialistas muestran que la accesibilidad debe analizarse también en función del lugar de procedencia del visitante y de la ciudad que funcionará como soporte del producto turístico. Jhoely Chipana señaló que antes de definir la ruta es necesario determinar desde dónde partirá el visitante, cuál será la ciudad soporte, cuánto tiempo demandará el desplazamiento y si las condiciones de acceso permiten ofrecer una experiencia competitiva.

Este planteamiento resulta relevante porque la distancia y el tiempo de desplazamiento forman parte de la experiencia turística y pueden influir en la decisión de visita. Por tanto, la accesibilidad de la Ruta de la Palta no debe evaluarse únicamente desde una perspectiva física, sino también desde una perspectiva funcional y operativa**,**

considerando la relación entre tiempo de viaje, actividades ofrecidas y duración total del recorrido.

En este sentido, la selección del itinerario deberá buscar un equilibrio entre la incorporación de espacios productivos representativos y la optimización de los tiempos de traslado, evitando recorridos excesivamente extensos o poco articulados.

4.2.6. Condiciones de infraestructura para la implementación

A partir del análisis realizado, la infraestructura requerida para una eventual implementación de la Ruta de la Palta comprende dos niveles. El primero corresponde a la infraestructura general de acceso, conformada por las vías que permiten conectar San Miguel con los espacios rurales y productivos. El segundo corresponde a la infraestructura específica de los puntos de visita**,** relacionada con las condiciones necesarias para que los visitantes puedan ingresar, desplazarse y permanecer de manera segura en las parcelas seleccionadas.

Los resultados indican que la infraestructura existente proporciona una base inicial para estructurar la propuesta; sin embargo, antes de su implementación será necesario realizar una evaluación técnica de cada tramo y punto de visita**,** debido a que las condiciones de acceso pueden variar entre parcelas y sectores del valle.

Asimismo, las mejoras deberán priorizar aquellos elementos indispensables para la operación inicial de la ruta, como accesos seguros, señalización, zonas de ingreso y circulación, antes de plantear intervenciones de mayor escala.

4.2.7. Síntesis de infraestructura y accesibilidad

Tabla 10

Condiciones de infraestructura y accesibilidad identificadas para la Ruta de la Palta

Componente	Condición identificada	Implicancia para la propuesta
Acceso a San Miguel	El distrito funciona como punto articulador de la propuesta	Permite organizar desde allí el recorrido
Acceso a zonas productivas	Los puntos de visita se encuentran distribuidos en espacios rurales del Valle de Torobamba	Requiere evaluar individualmente accesos y tiempos de desplazamiento
Vías hacia atractivos	El diagnóstico identifica intervenciones y accesos peatonales y vehiculares	Constituyen infraestructura de soporte, pero no garantizan acceso homogéneo a todas las parcelas
Señalización	Se identifica como una necesidad para la actividad turística	Debe implementarse una vez definido el recorrido definitivo
Parcelas	Presentan diferentes condiciones para recibir visitantes	Deben seleccionarse considerando accesibilidad y seguridad
Tiempo de desplazamiento	Depende del origen del visitante y del recorrido seleccionado	Debe incorporarse al diseño operativo del itinerario
Infraestructura de recepción	Requiere fortalecimiento en los futuros puntos de visita	Debe acondicionarse antes de la operación formal

Nota. Elaboración propia a partir del diagnóstico territorial y del análisis de las entrevistas.

4.2.8. Resultado de la subcategoría

En conjunto, los resultados muestran que San Miguel presenta condiciones de infraestructura y accesibilidad que permiten plantear preliminarmente la articulación de una ruta turística, pero estas condiciones no son homogéneas en todos los espacios que potencialmente podrían formar parte del recorrido. La localización de las experiencias productivas en sectores rurales del Valle de Torobamba hace necesario evaluar de manera específica las vías, distancias, tiempos de desplazamiento, señalización y seguridad de cada punto antes de su incorporación definitiva.

Por tanto, la accesibilidad constituye tanto una condición existente como un aspecto por fortalecer. La futura implementación de la Ruta de la Palta requerirá seleccionar parcelas accesibles, definir un recorrido operativo, mejorar la señalización y acondicionar los puntos de recepción, procurando que el desplazamiento entre San Miguel y las zonas productivas sea seguro y compatible con la duración de la experiencia turística.

4.2.9. Planta y servicios turísticos

El análisis de la planta y los servicios turísticos permitió identificar que el distrito de San Miguel dispone de una base de establecimientos y servicios que puede brindar soporte inicial a la actividad turística, aunque presenta limitaciones que deberán ser consideradas para la implementación de la Ruta de la Palta. Se identificaron establecimientos de alimentación, hospedaje, transporte y otros servicios complementarios como parte de la oferta existente; asimismo, San Miguel fue considerado como el principal punto de articulación logística debido a la concentración de estos servicios en comparación con los espacios rurales del Valle de Torobamba.

Esta función de soporte resulta relevante para la estructuración del producto turístico, dado que la planta turística constituye uno de los componentes necesarios para transformar los recursos y atractivos de un territorio en una experiencia organizada. De acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, un producto turístico integra los recursos o atractivos con la planta turística, infraestructura y actividades destinadas a satisfacer las necesidades y expectativas del visitante.

4.2.10. Servicios de hospedaje y alimentación

Respecto de los establecimientos disponibles, el actor institucional entrevistado indicó que en San Miguel existen hospedajes en condiciones de recibir visitantes, aunque algunos no se encuentran categorizados, así como restaurantes que presentan condiciones aceptables de atención. De manera aproximada, señaló la presencia de cuatro restaurantes recomendables y tres establecimientos de hospedaje en condiciones adecuadas para visitantes**.**

En palabras del participante:

“Hay alrededor de cuatro restaurantes recomendables y tres hospedajes en condiciones adecuadas para visitantes”.

A partir de las entrevistas, resulta más adecuado establecer que San Miguel sí dispone de una planta turística básica, aunque esta todavía requiere fortalecimiento para responder a una eventual ampliación de la actividad turística.

Asimismo, el entrevistado señaló que existen al menos dos o tres establecimientos de hospedaje que, desde su perspectiva, reunirían condiciones para cumplir requisitos de categorización establecidos por la autoridad competente, pero que requieren acompañamiento institucional para avanzar en dicho proceso. Este aspecto evidencia que la principal limitación no corresponde necesariamente a la ausencia absoluta de establecimientos, sino también al nivel de formalización, categorización y fortalecimiento de los servicios existentes**.**

Tabla 11

Servicios turísticos y complementarios identificados en San Miguel

Tipo de servicio	Establecimientos o servicios identificados
Servicios financieros	Agente Interbank; Banco de la Nación
Transporte	Asociación “Los Pioneros de Valle Express”
Boticas y farmacias	Botica La Mar; Botica Lamarina; Botica Farid; Botica San Miguel; Botica Virgen del Carmen; Farmacia La Merced
Hospedaje	Gran Hotel Sumac Riqchay; Hotel La Oficina San Miguel; Hospedaje Victoria; Hostal Aurora; Hostal Heidi
Restaurantes y alimentación	Blady Burger; Fogón San Miguelino; Juguería y cafetería Disfruta; Mario’s Chicken; Marcelo’s; Pizzería Marco’s; Pollería Cesia; Pollería Chifa El Rey; Pollería La Retama; Restaurante Quilla – La Choza
Comercio y abastecimiento	Bodega Juanita; Bodega Dulce Hogar; Mercado San Miguel; Minimarket Danna

Nota. Elaboración propia a partir de la información recopilada durante el diagnóstico del distrito de San Miguel.

Como se observa en la Tabla 11, San Miguel dispone de diversos servicios de hospedaje, alimentación, transporte, servicios financieros, establecimientos farmacéuticos y comercios que pueden contribuir al soporte de la actividad turística. Esta concentración de servicios fortalece la función de la ciudad de San Miguel como punto de articulación para la propuesta de la Ruta de la Palta. No obstante, la identificación de estos establecimientos no implica que todos posean categorización turística, estándares homogéneos de calidad o capacidad suficiente para atender un incremento de visitantes, por lo que sería necesaria una evaluación posterior de sus condiciones operativas.

4.2.11. Capacidad de atención

La suficiencia de la planta turística fue valorada de manera diferenciada según el tipo de visitante y la temporada. AI1 consideró que la capacidad existente puede resultar suficiente para determinados segmentos de turismo interno, regional y nacional; sin embargo, reconoció que podría no responder de la misma manera ante visitantes con mayores exigencias de servicio. Además, señaló que, durante temporadas de mayor movimiento, como carnavales y las festividades de septiembre, la capacidad existente puede resultar insuficiente.

Este resultado muestra que la evaluación de la planta turística no debe limitarse a determinar si existen o no establecimientos, sino también considerar su capacidad, calidad y adecuación al perfil del visitante**.** Por tanto, la oferta actual puede constituir una base inicial para la Ruta de la Palta, pero una eventual ampliación del flujo turístico requeriría evaluar previamente la capacidad efectiva de alojamiento y alimentación.

Esta consideración resulta especialmente importante para la propuesta de itinerarios de más de un día, debido a que su funcionamiento dependería directamente de la disponibilidad de establecimientos capaces de atender adecuadamente a los visitantes.

4.2.12. Transporte y servicios complementarios

Además del hospedaje y la alimentación, las entrevistas identificaron la disponibilidad de servicios de transporte durante el día y servicios complementarios

como grifos, boticas y farmacias, los cuales contribuyen a las condiciones de soporte de San Miguel.

La presencia de estos servicios fortalece la función de la ciudad de San Miguel como centro de soporte y articulación de la propuesta, mientras que las actividades vivenciales y productivas se desarrollarían principalmente en las parcelas y espacios rurales vinculados con el Valle de Torobamba.

Sin embargo, la existencia de servicios en el centro urbano no garantiza por sí misma que las parcelas productivas se encuentren preparadas para recibir visitantes. En este sentido, uno de los productores señaló que para integrarse a la ruta requeriría mejoras como servicios higiénicos y áreas de recepción, además de capacitación y promoción.

Este hallazgo permite distinguir dos niveles de necesidades: por una parte, los servicios turísticos existentes en San Miguel, que pueden funcionar como soporte general de la ruta; y, por otra, las instalaciones básicas requeridas en los puntos específicos de visita**,** particularmente en las parcelas que eventualmente sean incorporadas al recorrido.

4.2.13. Articulación de los prestadores de servicios

Otro aspecto identificado fue la necesidad de mejorar la articulación entre los diferentes prestadores vinculados con la actividad turística. AI1 señaló que San Miguel ya posee una base de planta turística, pero reconoció deficiencias en la coordinación entre gobierno local, agencias de viaje, sector privado y DIRCETUR.

Esta situación resulta relevante porque el funcionamiento de una ruta turística requiere que los diferentes componentes de la experiencia operen de manera articulada. Los establecimientos de hospedaje y alimentación no deben considerarse únicamente como servicios aislados, sino como potenciales integrantes de una cadena de atención que incluya productores, transporte, guiado, alimentación, alojamiento y actividades complementarias.

La importancia económica de esta articulación también fue señalada por AI1, quien consideró que una eventual actividad turística podría generar oportunidades en servicios de guiado, hospedaje, restaurantes y otras actividades complementarias. Sin

embargo, debido al carácter cualitativo de la investigación, esta afirmación debe interpretarse como una expectativa del informante respecto de los beneficios potenciales y no como una estimación económica comprobada.

4.2.14. Síntesis de la planta y servicios turísticos

Tabla 12

Condiciones identificadas de la planta y los servicios turísticos de San Miguel

Componente	Condición identificada	Implicancia para la Ruta de la Palta
Hospedaje	Existen aproximadamente tres establecimientos considerados adecuados por el informante; algunos requieren fortalecimiento de categorización	Base inicial para recibir visitantes, especialmente en itinerarios con pernoctación
Alimentación	Se identifican aproximadamente cuatro restaurantes recomendables	Posibilidad de integrar alimentación y gastronomía a la experiencia
Capacidad	Puede ser suficiente en determinados periodos, pero limitada en temporadas de mayor afluencia	Requiere evaluación según temporada y número de visitantes
Transporte	Disponibilidad de servicios de transporte durante el día	Facilita la articulación entre San Miguel y los puntos de visita
Servicios complementarios	Presencia de grifos, boticas y farmacias	Contribuyen al soporte general del visitante
Parcelas productivas	Requieren servicios higiénicos, recepción y acondicionamiento básico	Necesidad de intervención previa antes de incorporar parcelas al recorrido
Articulación	Limitada coordinación entre sector público y prestadores privados	Requiere mecanismos de coordinación para operar la ruta como producto integrado

Nota. Elaboración propia a partir del análisis de las entrevistas y de la información contenida en el diagnóstico de la investigación.

4.2.15. Gestión y articulación turística

El análisis de la gestión y articulación turística permitió identificar que el desarrollo de la Ruta de la Palta requiere la participación coordinada de productores,

gobierno local, entidades vinculadas con el sector turismo, prestadores de servicios y otros actores del territorio**.** Los discursos de los informantes evidenciaron que, si bien existe interés en desarrollar actividades relacionadas con el turismo, todavía se presentan limitaciones en la coordinación institucional, organización de los actores y continuidad de las iniciativas.

En este sentido, la gestión constituye un componente transversal de la propuesta, debido a que la existencia de recursos productivos, atractivos, infraestructura y servicios no garantiza por sí misma la conformación de un producto turístico. Para ello, es necesario establecer mecanismos de coordinación que permitan definir responsabilidades, organizar la participación de los productores y articular los diferentes servicios que formarían parte de la experiencia.

4.2.16. Articulación entre actores públicos y privados

Uno de los principales aspectos identificados en las entrevistas fue la necesidad de fortalecer la articulación entre las instituciones públicas y los actores privados relacionados con la actividad turística.

El actor institucional entrevistado señaló que San Miguel dispone de una base para el desarrollo turístico, pero reconoció deficiencias en la coordinación entre el gobierno local, las agencias de viaje, los prestadores privados y la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR)**.** Desde su perspectiva, la ausencia de una articulación permanente dificulta la continuidad de las iniciativas y la consolidación de productos turísticos.

Asimismo, el participante destacó la importancia de involucrar a organizaciones profesionales, universidades y empresas privadas, debido a que estos actores pueden contribuir con asistencia técnica, capacitación, promoción y organización. También mencionó experiencias previas de coordinación institucional que no llegaron a concretarse, lo cual evidencia que la existencia de iniciativas o acuerdos preliminares no garantiza su ejecución cuando no existe continuidad en la gestión.

Este resultado permite establecer que una eventual implementación de la Ruta de la Palta requerirá un mecanismo formal de coordinación, evitando que las acciones dependan exclusivamente de iniciativas individuales o temporales.

4.2.17. Participación de los productores

La participación de los productores constituye otro elemento fundamental de la gestión de la ruta. Los dos productores entrevistados manifestaron disposición para recibir visitantes y compartir sus conocimientos y experiencias relacionadas con el cultivo de palta. Sin embargo, esta disposición estuvo acompañada de necesidades relacionadas con capacitación, organización, promoción e infraestructura básica.

Uno de los productores consideró necesaria la participación conjunta de agricultores, gobiernos locales y DIRCETUR**,** mientras que otro amplió esta necesidad hacia el gobierno regional y programas públicos relacionados con agricultura y turismo.

No obstante, desde la perspectiva institucional se indicó que la disposición para participar todavía no estaría extendida entre todos los agricultores del territorio. Por ello, no corresponde generalizar la actitud favorable de los dos productores entrevistados al conjunto de productores de San Miguel**.**

Este hallazgo evidencia que la incorporación de agricultores a la Ruta de la Palta deberá realizarse de manera voluntaria y progresiva**,** priorizando inicialmente a aquellos productores que manifiesten interés y cuyas parcelas presenten condiciones adecuadas para recibir visitantes.

4.2.18. Sensibilización y fortalecimiento de capacidades

La sensibilización y capacitación fueron identificadas como condiciones necesarias para fortalecer la participación local.

Los productores entrevistados reconocieron que poseen experiencia y conocimiento respecto del cultivo de palta, pero no necesariamente conocimientos relacionados con atención turística, hospitalidad, interpretación del patrimonio productivo o manejo de grupos de visitantes. En consecuencia, el conocimiento agrícola constituye un recurso fundamental para la experiencia, pero requiere complementarse con capacidades vinculadas con la actividad turística.

Desde la perspectiva de los especialistas también se destacó la necesidad de contar con personas capacitadas para interpretar adecuadamente el componente agrícola y acompañar a los visitantes. En particular, se señaló la conveniencia de disponer de profesionales o guías con conocimiento del ámbito agrario y, dependiendo del segmento de visitantes, competencias adicionales como manejo de idiomas.

Por tanto, antes de una eventual implementación se requeriría desarrollar acciones de capacitación relacionadas, entre otros aspectos, con atención al visitante, interpretación del proceso productivo, seguridad, hospitalidad y organización de la experiencia turística**.**

4.2.19. Gestión institucional del turismo

Otro aspecto relevante corresponde a la capacidad institucional para gestionar el turismo de manera continua. El actor institucional entrevistado planteó la necesidad de fortalecer la estructura responsable de la actividad turística dentro del gobierno local y propuso contar con una unidad o subgerencia especializada, integrada por personal profesional y con continuidad en sus funciones.

Este planteamiento evidencia una preocupación por la sostenibilidad administrativa de las iniciativas turísticas. La gestión de una ruta requiere actividades permanentes de planificación, coordinación, promoción, seguimiento y evaluación; por ello, su funcionamiento no debería depender únicamente de acciones temporales o de cambios periódicos de responsables.

En consecuencia, la Municipalidad Provincial de La Mar podría desempeñar un papel articulador dentro de la propuesta, especialmente en la coordinación con productores, DIRCETUR, prestadores de servicios, instituciones académicas y otros actores relacionados con el turismo. Sin embargo, las funciones específicas de cada institución deberán definirse durante una futura fase de implementación.

4.2.20. Financiamiento y continuidad de la propuesta

Las entrevistas también permitieron identificar el financiamiento y la continuidad de las iniciativas como aspectos relevantes para la gestión de la Ruta de la Palta.

Los especialistas señalaron que la implementación de una propuesta de estas características puede requerir recursos para acondicionamiento, señalización, capacitación, promoción y otras acciones. Entre las alternativas mencionadas se encuentran la participación de gobiernos locales, fondos concursables y alianzas con actores privados.

Desde la perspectiva de los productores también se identificó preocupación respecto de la continuidad de los proyectos. Uno de ellos manifestó incertidumbre ante la posibilidad de realizar inversiones para adecuar su parcela sin tener certeza sobre la llegada sostenida de visitantes, mientras que otro expresó preocupación por iniciativas que generan expectativas entre los agricultores, pero posteriormente no llegan a ejecutarse.

Estas percepciones muestran que la participación local puede verse afectada no solamente por la disponibilidad de recursos económicos, sino también por la confianza de los actores en la continuidad de las acciones institucionales**.** En consecuencia, una eventual implementación debería desarrollarse progresivamente, mediante compromisos claramente establecidos y resultados verificables.

4.2.21. Actores propuestos para la articulación de la ruta

A partir de las entrevistas y del diagnóstico realizado, pueden identificarse los principales actores que potencialmente participarían en la gestión de la propuesta.

Tabla 13

Actores potenciales y funciones propuestas para la articulación de la Ruta de la Palta

Actor	Participación propuesta
Productores de palta	Facilitar experiencias en parcelas, interpretar el proceso productivo y participar voluntariamente en las actividades
Municipalidad Provincial de La Mar	Articulación local, acondicionamiento básico, coordinación y apoyo promocional
DIRCETUR Ayacucho	Asistencia técnica, capacitación, orientación turística y articulación regional
Gobierno Regional	Apoyo institucional y articulación con programas y proyectos
Prestadores de hospedaje y alimentación	Atención de necesidades de alojamiento, alimentación y gastronomía
Empresas y servicios de transporte	Traslado de visitantes hacia los puntos de la ruta
Agencias y operadores turísticos	Comercialización y operación de la experiencia, una vez validado el producto
Universidades	Asistencia técnica, investigación, capacitación y seguimiento
Profesionales y guías de turismo	Interpretación, conducción y atención de visitantes
Sector privado	Posibles alianzas para promoción, servicios e inversión

Nota. Elaboración propia a partir del análisis de las entrevistas. Las funciones presentadas corresponden a una propuesta derivada de los hallazgos y no implican compromisos institucionales formalmente establecidos.

Tabla 14

Condiciones identificadas respecto de la gestión y articulación turística

Componente	Hallazgo	Implicancia para la Ruta de la Palta
Coordinación institucional	Se identifican debilidades en la articulación entre actores públicos y privados	Requiere establecer mecanismos formales de coordinación
Participación de productores	Los productores entrevistados presentan disposición favorable, pero esta no puede generalizarse	Incorporación voluntaria y progresiva
Capacitación	Se identifican necesidades de formación turística	Debe preceder a la recepción formal de visitantes
Gestión municipal	Se plantea fortalecer la unidad responsable del turismo	Favorecería continuidad en planificación y seguimiento
Financiamiento	Se requieren recursos para acondicionamiento, promoción y capacitación	Necesidad de gestionar recursos y alianzas
Continuidad	Existe preocupación por proyectos que no llegan a implementarse	Requiere compromisos claros y ejecución progresiva
Sector privado	Hospedajes, restaurantes, transporte y operadores son necesarios para integrar el producto	Deben incorporarse al proceso de articulación

Nota. Elaboración propia a partir del análisis cualitativo de las entrevistas.

4.2.22. Resultado de la subcategoría

En conjunto, los resultados evidencian que la gestión y articulación constituyen una de las principales condiciones por fortalecer para el desarrollo de la Ruta de la Palta**.** Si bien se identificó disposición entre determinados productores y reconocimiento institucional del potencial de la propuesta, persisten necesidades relacionadas con coordinación entre actores, capacitación, organización, financiamiento y continuidad de las iniciativas.

La implementación de la ruta requeriría, por tanto, un modelo de gestión participativo en el que los productores constituyan actores centrales de la experiencia

y se articulen con el gobierno local, DIRCETUR, prestadores de servicios, operadores turísticos, instituciones académicas y otros actores pertinentes. Esta articulación deberá establecer funciones y responsabilidades diferenciadas, evitando atribuir compromisos institucionales que todavía no hayan sido formalizados.

Asimismo, los resultados muestran que la participación de los productores deberá desarrollarse progresivamente, comenzando con aquellos que manifiesten disposición voluntaria y presenten condiciones adecuadas para integrarse a una fase piloto. La capacitación, el acompañamiento institucional y la generación de resultados concretos serán factores relevantes para fortalecer la confianza y ampliar posteriormente la participación.

Por consiguiente**,** la existencia de recursos productivos y turísticos en San Miguel no resulta suficiente para consolidar la Ruta de la Palta si no se acompaña de una estructura de coordinación capaz de integrar a los diferentes actores y garantizar continuidad en la gestión**.**

4.2.23. Síntesis descriptiva del objetivo específico 1

A partir del análisis cualitativo, las condiciones del destino pueden sintetizarse de la siguiente manera:

Tabla 15

Síntesis descriptiva del objetivo específico 1

Subcategoría	Principales hallazgos	Implicancia para la Ruta de la Palta
Recursos y atractivos	Presencia de producción de palta y recursos naturales, culturales, históricos y gastronómicos complementarios	Posibilidad de estructurar una experiencia temática integrada
Infraestructura y accesibilidad	Existen condiciones de acceso, pero también necesidades de acondicionamiento y señalización	Requiere evaluación y mejoras según recorrido y segmento
Planta y servicios	Existen restaurantes y hospedajes, pero la capacidad puede resultar limitada en temporadas de mayor demanda	Existe una base de servicios que requiere fortalecimiento
Gestión y articulación	Existe interés entre determinados actores, pero la disposición de los productores no puede generalizarse	Requiere sensibilización, capacitación y coordinación institucional

Nota. Elaboración propia a partir del análisis cualitativo de las entrevistas.

4.2.24. Resultado integrador del OE1

Los resultados permiten establecer que San Miguel dispone de una base territorial, productiva, cultural y de servicios susceptible de ser articulada en torno a una propuesta turística basada en la palta. Sin embargo, las condiciones actuales presentan limitaciones relacionadas con infraestructura, capacidad de servicios, preparación turística de los productores y articulación entre actores.

Por tanto, el diagnóstico no permite afirmar todavía que el destino se encuentre plenamente preparado para implementar la Ruta de la Palta**,** sino que identifica recursos y condiciones potenciales cuya transformación en un producto turístico requiere procesos adicionales de planificación, acondicionamiento, capacitación y coordinación.

4.2.25. Discusión del objetivo específico 1

Los hallazgos muestran que la existencia de recursos agrícolas, naturales y culturales constituye una condición necesaria, pero no suficiente, para configurar un

producto turístico. Esta situación guarda correspondencia con el enfoque de planificación de productos turísticos incluido en las bases teóricas de la propia investigación, según el cual el análisis del destino debe considerar atractivos, demanda, infraestructura, servicios, participación de actores locales y condiciones para la estructuración de experiencias.

En el caso de San Miguel, la producción de palta puede funcionar como elemento temático articulador; sin embargo, los resultados muestran que la propuesta requiere integrar otros componentes territoriales y superar limitaciones relacionadas con infraestructura, servicios y capacidades locales. Esto resulta particularmente relevante porque una ruta turística no se configura únicamente mediante la existencia de un recurso productivo, sino mediante su articulación con actividades, servicios, accesibilidad y experiencias capaces de ser consumidas por un visitante.

Asimismo, los resultados evidencian la necesidad de diferenciar entre potencial y producto turístico consolidado**.** La presencia del Valle de Torobamba, recursos culturales, gastronomía y producción agrícola proporciona una base para la propuesta, pero no demuestra por sí misma que exista un producto listo para su comercialización. Esta distinción es fundamental para evitar sobreestimar las condiciones actuales del destino.

Finalmente, las diferencias encontradas respecto de la disposición de los productores refuerzan la importancia de la participación local. Mientras los productores entrevistados manifiestan interés en recibir visitantes y compartir sus experiencias, la perspectiva institucional advierte que dicha disposición podría no encontrarse extendida entre todos los agricultores. En consecuencia, una eventual implementación requeriría procesos de sensibilización, fortalecimiento de capacidades y construcción de acuerdos con los actores directamente involucrados.

4.3. Resultados del objetivo específico 2

Objetivo específico 2

Identificar a los productores de palta con condiciones y disposición para integrarse a la propuesta de la Ruta de la Palta en San Miguel.

El análisis del segundo objetivo se centró en las características de los productores entrevistados, su disposición para participar en actividades turísticas, las capacidades y necesidades identificadas y los posibles beneficios y limitaciones percibidos frente a una eventual integración a la Ruta de la Palta.

Los resultados fueron organizados en cuatro subcategorías: características de la actividad productiva, disposición para participar, capacidades y necesidades, y beneficios y limitaciones percibidas**.**

4.3.1. Características de la actividad productiva

Los productores entrevistados presentan experiencia prolongada en el cultivo de palta y una clara orientación hacia la variedad Hass, principalmente por su demanda comercial.

Senovio Lizana señaló que lleva aproximadamente veinte años dedicado a esta actividad y que su producción se concentra exclusivamente en palta Hass, debido a su orientación hacia el mercado exterior.

Por su parte, Percy Marapi indicó contar con aproximadamente doce años de experiencia en el cultivo. Su producción se concentra también en la variedad Hass, aunque conserva en menor proporción árboles de Fuerte y variedades criollas, estas últimas relacionadas principalmente con consumo familiar y mercados locales.

Estos resultados permiten identificar que los productores seleccionados poseen experiencia y conocimiento directo del proceso productivo, condición relevante para una propuesta turística en la que el agricultor no actúe únicamente como proveedor del producto, sino también como intérprete de la experiencia agrícola**.**

Las entrevistas también evidenciaron limitaciones productivas. Percy identificó problemas relacionados con plagas y enfermedades, disponibilidad de riego, variabilidad climática, precios e intermediación; además, señaló haber recurrido a procesos asociativos y capacitaciones para enfrentar algunas de estas dificultades.

Esto implica que la participación turística no debe analizarse separadamente de las condiciones productivas del agricultor. La actividad turística constituiría, en todo caso, una actividad complementaria y no un reemplazo de la función agrícola principal.

4.3.2. Disposición de los productores para participar

Uno de los hallazgos más claros corresponde a la disposición favorable de los dos productores entrevistados para recibir visitantes en sus espacios productivos**.**

Senovio manifestó expresamente que estaría dispuesto a recibir visitantes y compartir sus experiencias; además, planteó la posibilidad de incorporar preparaciones gastronómicas vinculadas con la palta. Sin embargo, señaló también que los productores poseen conocimientos limitados sobre turismo.

Percy expresó igualmente interés en recibir turistas en su parcela y propuso actividades concretas como explicar el proceso desde la siembra hasta la cosecha, realizar degustaciones e incorporar la palta dentro de experiencias gastronómicas.

Por tanto, entre los dos productores participantes se observa una disposición positiva hacia la incorporación de actividades turísticas. Sin embargo, esta conclusión debe limitarse estrictamente a los participantes entrevistados.

Una perspectiva institucional introduce un matiz importante. Elmer Huamán señaló que, desde su apreciación, solo algunos productores estarían actualmente dispuestos a abrir sus parcelas a visitantes y que la sensibilización constituye uno de los principales retos para ampliar la participación.

En consecuencia, los resultados permiten sostener que existe disposición favorable entre los productores entrevistados, pero no permiten afirmar que esta actitud sea compartida por la totalidad de productores del territorio.

4.3.3. Capacidades y necesidades para la participación turística

El análisis de las entrevistas permitió identificar que los productores participantes poseen como principal fortaleza su experiencia y conocimiento del cultivo de palta, lo cual constituye una capacidad relevante para el desarrollo de actividades vivenciales vinculadas con la Ruta de la Palta. No obstante, ambos productores reconocieron la necesidad de fortalecer capacidades relacionadas

específicamente con la actividad turística y de contar con condiciones mínimas de infraestructura para recibir visitantes de manera organizada.

Los conocimientos de los productores abarcan diferentes etapas del proceso agrícola, desde el establecimiento y manejo del cultivo hasta la cosecha y comercialización. Esta experiencia representa un recurso para la propuesta, debido a que permitiría transmitir directamente al visitante conocimientos relacionados con la producción y generar una interacción con los agricultores. Percy, por ejemplo, identificó la floración, la cosecha y las técnicas tradicionales empleadas en el cuidado de los árboles como aspectos que podrían mostrarse durante una visita.

Sin embargo, el conocimiento productivo no implica necesariamente experiencia en la prestación de servicios turísticos. Senovio reconoció expresamente esta limitación al señalar que los productores conocen poco sobre turismo y que necesitarían preparación para ampliar las actividades que podrían ofrecer a los visitantes.

Esta situación permite identificar una diferencia entre las capacidades productivas existentes y las capacidades turísticas que todavía deben fortalecerse**.**

4.3.4. Necesidad de capacitación turística

La capacitación constituye una de las principales necesidades identificadas en las entrevistas. Senovio la calificó como un componente esencial para integrar a los productores dentro de la propuesta y consideró que posteriormente deberían desarrollarse proyectos articulados con los gobiernos locales y DIRCETUR.

El participante manifestó:

“Primero el componente esencial es la capacitación” (PP1).

Percy también identificó esta necesidad al señalar que para recibir visitantes de forma segura y organizada se requerirían, además de mejoras físicas, conocimientos relacionados con la atención al visitante**.**

A partir de estos resultados, la capacitación requerida para una eventual participación de los productores debería orientarse principalmente hacia atención y hospitalidad, interpretación del proceso productivo, manejo de grupos, seguridad durante las visitas y organización de actividades vivenciales**.**

Estas necesidades no significan que los agricultores deban convertirse necesariamente en guías profesionales. Su función dentro de la experiencia podría concentrarse en transmitir sus conocimientos productivos y compartir las prácticas asociadas con el cultivo, mientras que la conducción turística especializada podría complementarse con personal capacitado.

4.3.5. Infraestructura y acondicionamiento de las parcelas

Una segunda necesidad corresponde al acondicionamiento físico de los espacios destinados a recibir visitantes.

Senovio señaló que sería necesario disponer de espacios acondicionados y cómodos para brindar tranquilidad a los turistas durante el recorrido. Asimismo, manifestó que este tipo de infraestructura todavía constituye una carencia desde su perspectiva.

Percy identificó necesidades más específicas relacionadas con las condiciones de acceso y permanencia en los espacios productivos:

"Se necesitaría caminos en buen estado, señalización, áreas de descanso y un poco de capacitación en atención al visitante" (PP2).

Estos testimonios muestran que la incorporación de una parcela productiva a la ruta no debería depender únicamente de la disposición del propietario o de la existencia de cultivos de palta. También deben considerarse condiciones mínimas de accesibilidad, seguridad, circulación y permanencia del visitante.

Por tanto, antes de incorporar formalmente las parcelas al recorrido sería necesario evaluar individualmente sus condiciones y determinar las mejoras indispensables, evitando asumir que todas requieren las mismas intervenciones.

4.3.6. Experiencias previas de capacitación y apoyo

Las entrevistas muestran que los productores no parten completamente de una ausencia de asistencia técnica. Senovio manifestó haber recibido apoyo mediante un proyecto de Sierra y Selva Exportadora, principalmente a través de capacitaciones relacionadas con aspectos técnicos de la producción y comercialización. Según su testimonio, estas acciones contribuyeron a mejorar determinados aspectos productivos y promovieron experiencias iniciales de comercialización hacia mercados externos.

Por su parte, Percy señaló haber recibido capacitaciones relacionadas con manejo de plagas y utilización de biofertilizantes, aunque manifestó que todavía existen necesidades de apoyo, particularmente en riego tecnificado.

Estos antecedentes evidencian que existe experiencia previa de participación en procesos de capacitación, pero que dicha formación estuvo orientada principalmente a la actividad agrícola y comercial**,** no específicamente a la prestación de servicios turísticos.

En consecuencia, una futura intervención no tendría que iniciar necesariamente desde la capacitación productiva básica, sino complementar las capacidades existentes con competencias específicamente vinculadas con el turismo.

4.3.7. Necesidad de acompañamiento institucional

Los productores también relacionaron su posible participación con la existencia de apoyo institucional. Senovio consideró que la integración de la producción con la actividad turística requeriría la articulación entre agricultores, gobiernos locales y DIRCETUR**.**

Este resultado muestra que la capacitación no debería plantearse como una acción aislada. Para que los conocimientos adquiridos puedan traducirse en una experiencia turística efectiva, sería necesario complementarlos con acciones de planificación, acondicionamiento, promoción y articulación institucional.

Asimismo, la percepción de los productores indica que la participación podría fortalecerse progresivamente mediante sensibilización y demostración de resultados. Senovio consideró que, luego de explicar adecuadamente el proyecto y mostrar resultados concretos, otros productores podrían incorporarse a la iniciativa.

4.3.8. Necesidad de personal especializado

Desde la perspectiva de los especialistas, la Ruta de la Palta también requeriría personas con conocimientos suficientes para interpretar adecuadamente tanto el componente turístico como el agrícola.

Pipo Yupari señaló que podrían capacitarse guías profesionales o personas vinculadas con carreras agropecuarias debido a su conocimiento del ámbito agrario.

Este hallazgo resulta particularmente relevante porque permite plantear un modelo complementario de interpretación: el productor aporta su conocimiento práctico y experiencia directa, mientras que el personal turístico capacitado puede contribuir con conducción de grupos, interpretación, seguridad y organización del recorrido.

Tabla 16

Capacidades existentes y necesidades de los productores para su participación en la Ruta de la Palta

Dimensión	Condición identificada	Necesidad para la ruta
Conocimiento productivo	Experiencia directa en cultivo, manejo y cosecha de palta	Incorporarlo como contenido de la experiencia turística
Experiencia agrícola	Conocimiento de floración, cosecha y técnicas de manejo	Fortalecer capacidades de interpretación para visitantes
Formación turística	Limitada experiencia específica en turismo	Capacitación en atención y hospitalidad
Atención al visitante	Identificada como necesidad por los productores	Formación previa a las visitas
Infraestructura de parcelas	Existen necesidades de acondicionamiento	Áreas de recepción, descanso y circulación segura
Accesibilidad	Se requieren mejores condiciones en determinados puntos	Evaluación de caminos y accesos
Señalización	Identificada como necesaria	Implementación según el recorrido definitivo
Capacitación previa	Existen antecedentes de capacitación agrícola y comercial	Complementar con formación específicamente turística
Apoyo institucional	Los productores reconocen la necesidad de acompañamiento	Articulación con gobierno local, DIRCETUR y otros actores
Guiado e interpretación	Se requiere conocimiento turístico y agrario	Complementar productor + personal capacitado

Nota. Elaboración propia a partir del análisis cualitativo de las entrevistas.

4.3.9. Resultado de la subcategoría

Los resultados permiten establecer que los productores entrevistados poseen capacidades productivas relevantes para su incorporación a una experiencia agroturística**,** principalmente por su conocimiento directo del cultivo de palta y de las diferentes etapas del proceso productivo. Estas capacidades constituyen un recurso importante para generar experiencias de aprendizaje e interacción entre productores y visitantes.

No obstante, se identificó una brecha entre el conocimiento agrícola existente y las capacidades necesarias para la atención turística. Los propios productores reconocieron necesidades de capacitación, acondicionamiento de espacios, mejora de accesos, señalización y apoyo institucional. En consecuencia, su incorporación a la Ruta de la Palta requeriría un proceso previo de fortalecimiento de capacidades y adecuación básica de las parcelas seleccionadas.

Asimismo, los resultados sugieren que el modelo de atención podría articular el conocimiento práctico del productor con las competencias de personal capacitado en turismo, evitando trasladar al agricultor responsabilidades técnicas para las cuales no necesariamente posee formación.

Por tanto, la principal necesidad no consiste en enseñar a los productores sobre la palta, sino en proporcionarles herramientas que les permitan transformar y comunicar su conocimiento productivo dentro de una experiencia turística segura, organizada y comprensible para el visitante**.**

4.3.10. Disposición, motivaciones y limitaciones para la participación en la Ruta de la Palta

El análisis de las entrevistas permitió identificar una disposición favorable de los dos productores participantes hacia su incorporación en una eventual Ruta de la Palta**.** Ambos manifestaron interés en recibir visitantes en sus parcelas y compartir conocimientos relacionados con el proceso productivo; sin embargo, dicha disposición estuvo condicionada por factores como la organización de la propuesta, la capacitación, la obtención de beneficios y la continuidad de las acciones.

Es importante precisar que estos resultados corresponden exclusivamente a los productores entrevistados, por lo que no permiten afirmar que todos los productores de palta del distrito de San Miguel presentan el mismo nivel de interés. Esta precisión resulta especialmente relevante porque la percepción del actor institucional muestra que la apertura hacia el turismo todavía sería limitada entre el conjunto de agricultores.

4.3.11. Disposición de los productores para recibir visitantes

Los dos productores entrevistados expresaron interés en incorporar actividades turísticas a sus espacios productivos. Senovio manifestó que estaría dispuesto a recibir visitantes y compartir su experiencia vinculada con la producción de palta, aunque reconoció que previamente sería necesario fortalecer los conocimientos de los productores respecto de la actividad turística.

Percy presentó una posición similar y planteó actividades concretas que podrían desarrollarse durante las visitas:

"Sí, me gustaría. Podríamos enseñar desde la siembra hasta la cosecha, hacer degustaciones de palta y mostrar cómo la combinamos en nuestra gastronomía" (PP2).

Estos testimonios evidencian que la disposición identificada no se limita a permitir el ingreso de visitantes a las parcelas, sino que incluye la posibilidad de participar activamente en la construcción de la experiencia, mediante explicaciones, demostraciones productivas, degustaciones y actividades vinculadas con la gastronomía.

En consecuencia, el productor podría asumir un papel central dentro de la propuesta, no solamente como propietario de la parcela o proveedor de palta, sino como portador del conocimiento productivo y protagonista de la experiencia vivencial**.**

4.3.12. Motivaciones para participar

Las entrevistas permitieron identificar diferentes factores que podrían incentivar la participación de los productores. Entre ellos destacan la posibilidad de obtener ingresos complementarios, generar nuevas oportunidades de comercialización, obtener reconocimiento por su actividad y establecer una relación más directa con los consumidores**.**

Percy consideró que la llegada de visitantes podría generar oportunidades de venta directa en las parcelas y contribuir a promocionar el Valle de Torobamba. Asimismo, señaló que el contacto con los visitantes permitiría establecer una relación más cercana, debido a que los agricultores podrían explicar directamente su trabajo y mostrar la calidad de sus productos.

Respecto de los factores que podrían motivar a otros agricultores, indicó:

"Si ven que genera ingresos adicionales, oportunidades de venta y reconocimiento, seguro se animan" (PP2).

Este resultado muestra que la percepción de beneficios concretos podría desempeñar un papel importante en la incorporación progresiva de nuevos productores.

Senovio presentó una perspectiva más cautelosa respecto del beneficio económico. Desde su experiencia, la ruta tendría mayor capacidad para fortalecer el comercio local que para modificar sustancialmente la comercialización principal de la palta, debido a que una proporción importante de la producción se orienta al mercado exterior.

Sin embargo, identificó una oportunidad en el aprovechamiento de una parte de la producción que no se destina a exportación, mediante actividades como degustación y generación de valor agregado.

Esta diferencia entre ambos participantes constituye un hallazgo importante: los dos muestran interés en la actividad turística, pero no atribuyen el mismo nivel de beneficio económico a la ruta. Mientras Percy enfatiza la venta directa, los ingresos adicionales y el reconocimiento, Senovio considera que el impacto sobre el mercado principal de la palta sería reducido y observa mayores oportunidades en el comercio local y el aprovechamiento de excedentes.

4.3.13. Disposición de otros productores

Respecto de la posible participación de otros agricultores, los entrevistados mostraron una expectativa favorable, aunque condicionada.

Senovio consideró que previamente sería necesario desarrollar actividades de capacitación y sensibilización para explicar a los productores en qué consistiría la

propuesta. Asimismo, señaló que la observación de resultados podría incentivar posteriormente la incorporación de otros agricultores.

Percy, por su parte, respondió que la disposición de la comunidad productora "depende de cómo se organice" la iniciativa.

Sin embargo, esta percepción optimista de los productores debe contrastarse con la opinión del actor institucional. Este señaló que uno de los principales retos sería precisamente lograr que los agricultores permitan el ingreso de visitantes a sus parcelas y estimó que actualmente solo un grupo reducido tendría disposición para hacerlo.

Esta divergencia es especialmente importante para la investigación. Mientras los productores entrevistados perciben que otros agricultores podrían incorporarse mediante sensibilización, organización y demostración de resultados**,** la perspectiva institucional advierte que actualmente la disposición general sería limitada.

Por ello, los resultados no permiten afirmar que exista aceptación generalizada de la Ruta de la Palta entre los productores de San Miguel**.**

4.3.14. Principales limitaciones para la participación

Además de las necesidades de capacitación e infraestructura identificadas en el apartado anterior, las entrevistas revelaron factores sociales, económicos y organizativos que podrían limitar la participación de los agricultores.

Percy identificó tres preocupaciones principales: disponibilidad de tiempo, incertidumbre respecto de la continuidad de la demanda turística y posibles costos de participación**.** Explicó que numerosos agricultores concentran su tiempo en las actividades productivas y que podría existir temor a realizar gastos si el flujo de turistas no es constante.

Senovio identificó una limitación diferente y particularmente relevante**:** la falta de continuidad de los proyectos**.** Según su testimonio, uno de los principales riesgos sería generar expectativas entre los agricultores mediante una propuesta que posteriormente no llegue a concretarse:

"Los obstáculos principales sería exclusivamente que se proponga este proyecto y quede en nada" (PP1).

Su testimonio evidencia que la confianza de los productores puede estar condicionada por experiencias o percepciones respecto de proyectos que se anuncian, pero no alcanzan una implementación efectiva. Por ello, la participación no dependería exclusivamente del interés inicial, sino también de la capacidad de las instituciones y actores involucrados para proporcionar continuidad, acompañamiento y resultados verificables**.**

4.3.15. Organización de los productores

Inicialmente se percibió la existencia de dificultades relacionadas con la organización y asociatividad de los productores, dando a entender una participación reducida en organizaciones agrarias y dificultades para alcanzar acuerdos colectivos.

Sin embargo, aquí debemos hacer una corrección metodológica importante: no conviene presentar la "débil asociatividad" como un hallazgo general demostrado por las dos entrevistas, salvo que exista información documental u observacional adicional que la sustente. Las transcripciones nos permitieron afirmar con mayor seguridad que la organización de la iniciativa constituye una preocupación para los productores**,** especialmente porque Percy condicionó la participación comunitaria a la manera en que se organice la propuesta.

Por ello, para esta investigación es más prudente concluir que será necesario establecer mecanismos de organización entre los productores participantes, sin afirmar que todos los agricultores del territorio presentan problemas de asociatividad.

Tabla 17

Factores asociados con la participación de los productores en la Ruta de la Palta

Dimensión	Hallazgo identificado	Implicancia para la propuesta
Disposición de entrevistados	Los dos productores manifiestan interés en recibir visitantes	Existe una base inicial para desarrollar experiencias piloto
Actividades propuestas	Visita a parcelas, explicación del cultivo, cosecha, degustación y gastronomía	El productor puede participar directamente en la experiencia
Beneficios esperados	Ingresos complementarios, venta directa, reconocimiento y promoción	Pueden funcionar como incentivos para participar
Comercialización	Existen percepciones diferentes sobre el impacto de la ruta	No debe prometerse incremento significativo en ventas o precios
Participación de otros productores	Se considera posible, pero condicionada a sensibilización, organización y resultados	La incorporación debería ser progresiva
Percepción institucional	Se advierte una disposición actualmente limitada entre otros agricultores	No puede generalizarse el interés de los entrevistados
Tiempo disponible	La actividad agrícola demanda dedicación de los productores	Las visitas deben coordinarse con sus actividades productivas
Costos	Existe preocupación por realizar inversiones sin demanda constante	Conviene iniciar con acondicionamiento básico y experiencias piloto
Continuidad	Existe temor a que la propuesta no llegue a concretarse	Se requieren compromisos y acciones verificables
Organización	La forma de organizar la iniciativa influye en la disposición	Deben definirse mecanismos claros de participación

Nota. Elaboración propia a partir del análisis cualitativo de las entrevistas.

4.3.16. Resultado de la subcategoría

Los resultados permiten concluir que los dos productores entrevistados presentan una disposición favorable para participar en la Ruta de la Palta y recibir visitantes en sus espacios productivos. Entre las principales motivaciones identificadas

se encuentran la generación de ingresos complementarios, las oportunidades de venta, el reconocimiento de la actividad agrícola y la posibilidad de compartir directamente con los visitantes los conocimientos relacionados con la producción de palta.

No obstante, la participación se encuentra condicionada por factores como la capacitación, la organización, la disponibilidad de tiempo, los costos de acondicionamiento, la continuidad del flujo turístico y, especialmente, la confianza en que la propuesta llegue efectivamente a implementarse.

Asimismo, la comparación de los discursos evidencia que no existe información suficiente para sostener que todos los productores del distrito estarían dispuestos a participar. Mientras los productores entrevistados muestran apertura y consideran posible incorporar posteriormente a otros agricultores, el actor institucional señala que actualmente la disposición sería reducida entre el conjunto de productores.

Por consiguiente, la Ruta de la Palta debería plantear una incorporación voluntaria y progresiva de productores, iniciando con aquellos que manifiesten interés y cuenten con condiciones mínimas para participar. Una fase piloto permitiría evaluar la respuesta de los visitantes, los costos operativos y los beneficios obtenidos antes de promover una ampliación hacia otros agricultores.

4.3.17. Limitaciones y obstáculos para la participación

El análisis de las entrevistas permitió identificar que la incorporación de los productores a la Ruta de la Palta no dependería exclusivamente de su disposición individual, sino también de la existencia de mecanismos de coordinación y acompañamiento institucional que permitan fortalecer capacidades, acondicionar los espacios productivos, promocionar la experiencia y facilitar la organización de las actividades turísticas.

Los productores entrevistados señalaron la necesidad de involucrar a diferentes instituciones públicas y programas de apoyo. Senovio consideró que el desarrollo de una propuesta turística vinculada con la producción de palta requeriría la articulación entre agricultores, gobiernos locales y la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR)**.** Su percepción evidencia que los productores reconocen la

necesidad de apoyo externo para complementar sus conocimientos agrícolas con capacidades y recursos relacionados con la actividad turística.

Por su parte, Percy identificó como actores relevantes al municipio, gobierno regional y programas públicos vinculados con agricultura y turismo, debido a que podrían contribuir mediante capacitación, infraestructura y promoción. También manifestó haber recibido anteriormente apoyo para la comercialización de su producción mediante programas agrarios y asociaciones, aunque indicó que no había recibido asistencia específicamente orientada al turismo.

Esta experiencia previa constituye un antecedente favorable, pues demuestra que los productores poseen cierta familiaridad con procesos de capacitación y asistencia institucional. Sin embargo, el apoyo recibido hasta el momento se ha concentrado principalmente en producción y comercialización agrícola, por lo que una futura Ruta de la Palta requeriría incorporar un componente específicamente turístico**.**

4.3.18. Rol del gobierno local

La Municipalidad Provincial de La Mar aparece como uno de los actores con mayor capacidad potencial para articular la participación de productores, prestadores de servicios e instituciones del sector turismo.

El actor institucional entrevistado señaló que San Miguel cuenta con antecedentes de planificación turística a nivel distrital y que previamente se habían considerado rutas vinculadas con San Miguel Arcángel y el Valle de Torobamba. Esto evidencia la existencia de antecedentes institucionales relacionados con la planificación turística del territorio, aunque no implica que la Ruta de la Palta se encuentre actualmente implementada.

Asimismo, el entrevistado señaló la necesidad de desarrollar políticas y ordenanzas locales que otorguen mayor prioridad al turismo, advirtiendo que varias iniciativas no han avanzado por falta de continuidad institucional y compromiso político.

Por ello, el gobierno local podría asumir principalmente una función de articulación y facilitación, promoviendo espacios de coordinación, apoyando la gestión

de infraestructura básica, vinculando a los productores con instituciones especializadas y facilitando procesos de capacitación y promoción.

No obstante, esta función debe presentarse como una propuesta derivada de los resultados y no como una responsabilidad formalmente asumida por la municipalidad, salvo que exista un convenio, ordenanza o documento institucional que así lo establezca.

4.3.19. Rol de DIRCETUR y entidades especializadas

DIRCETUR fue identificada por los entrevistados como una institución relevante para el desarrollo de capacidades y la articulación de la actividad turística. Senovio la mencionó expresamente junto con los agricultores y gobiernos locales como uno de los actores que deberían intervenir en proyectos de este tipo.

Desde el punto de vista técnico, su eventual participación podría orientarse a aspectos como capacitación turística, orientación para la formalización de servicios, promoción regional y asistencia técnica, siempre que estas acciones sean coordinadas institucionalmente.

Asimismo, el actor institucional señaló que algunos establecimientos de alojamiento podrían acceder a procesos de categorización o programas de apoyo si contaran con acompañamiento adecuado. Este hallazgo refuerza la importancia de la asistencia técnica no solamente para los productores, sino también para los prestadores de servicios que podrían integrarse a la ruta.

4.3.20. Programas públicos y fuentes de apoyo

Las entrevistas también hicieron referencia a programas como Sierra Exportadora y Turismo Emprende como posibles mecanismos de apoyo.

Percy señaló que programas agrícolas y asociaciones ya habían contribuido con anterioridad a mejorar procesos de comercialización, mientras que el actor institucional mencionó la posibilidad de acceder a programas de cofinanciamiento con un acompañamiento adecuado.

Sin embargo, estos programas cuentan como alternativas potenciales identificadas por los informantes, cuya disponibilidad y requisitos deberían evaluarse durante una futura fase de implementación.

4.3.21. Articulación con prestadores y operadores turísticos

La incorporación de productores también requeriría coordinación con otros actores privados que intervienen en la experiencia del visitante, como establecimientos de alimentación y hospedaje, empresas de transporte, guías y operadores turísticos.

Por ello se plantea precisamente un enfoque participativo en el que productores, autoridades, prestadores de servicios e instituciones de apoyo desempeñan funciones complementarias en una eventual implementación. Además, la incorporación de actores se realice de manera gradual, comenzando con un número reducido de participantes y ampliándose posteriormente según los resultados obtenidos.

Este planteamiento resulta coherente con los resultados de las entrevistas, especialmente porque no todos los productores mostrarían actualmente la misma disposición a participar.

En consecuencia, no sería recomendable intentar incorporar desde el inicio a una gran cantidad de agricultores. Una estrategia más viable consistiría en seleccionar inicialmente a productores voluntarios, articularlos con servicios básicos y operadores interesados y evaluar el funcionamiento mediante experiencias piloto.

4.3.22. Importancia de una implementación progresiva

Los resultados también evidencian que la articulación institucional deberá orientarse hacia una implementación gradual.

La incertidumbre manifestada por los productores respecto de los costos, la continuidad de los visitantes y la posibilidad de que los proyectos no lleguen a concretarse indica que una implementación inmediata y de gran escala podría generar desconfianza o expectativas difíciles de cumplir.

Por ello, la importancia de una fase inicial con productores sensibilizados y posteriormente una fase piloto que integre productores, guías, prestadores de alimentación y transporte, municipalidad y operadores turísticos.

Esta modalidad permitiría evaluar aspectos como:

- capacidad de atención de los productores;
- funcionamiento de las actividades;
- tiempos del recorrido;

- satisfacción de los visitantes;
- costos operativos;
- coordinación entre los diferentes actores;
- y mejoras necesarias antes de ampliar la propuesta.

Tabla 18

Actores y formas potenciales de apoyo para la incorporación de productores a la Ruta de la Palta

Actor o institución	Necesidad identificada	Participación potencial
Productores de palta	Organización y capacitación	Desarrollo de experiencias en parcelas y transmisión de conocimiento productivo
Municipalidad Provincial de La Mar	Articulación y continuidad institucional	Coordinación local, apoyo en infraestructura y organización
DIRCETUR Ayacucho	Asistencia especializada	Capacitación, orientación técnica y promoción
Gobierno Regional	Apoyo institucional	Articulación con programas y proyectos regionales
Programas de apoyo público	Recursos y asistencia técnica	Potenciales mecanismos de cofinanciamiento o fortalecimiento
Prestadores de servicios	Integración de la experiencia	Alimentación, hospedaje, transporte y servicios complementarios
Operadores y agencias	Comercialización y operación	Incorporación de la ruta a productos turísticos una vez validada
Instituciones académicas	Asistencia técnica	Investigación, capacitación y evaluación de experiencias piloto

Nota. Elaboración propia a partir del análisis de las entrevistas. Las funciones señaladas representan posibilidades de articulación derivadas de los discursos de los participantes y no compromisos institucionales formalmente asumidos.

4.3.23. Resultado de la subcategoría

Los resultados permiten establecer que la incorporación de los productores a la Ruta de la Palta requeriría una estructura de acompañamiento interinstitucional, debido a que las necesidades identificadas exceden las capacidades que puede asumir individualmente cada agricultor. Entre ellas destacan la capacitación turística, acondicionamiento de espacios, promoción, organización y articulación con servicios complementarios.

Los productores entrevistados identificaron principalmente al gobierno local, gobierno regional, DIRCETUR y diferentes programas públicos como posibles actores de apoyo. Sin embargo, la existencia de estas instituciones no garantiza por sí misma su participación efectiva, por lo que una futura implementación requeriría formalizar mecanismos de coordinación y definir responsabilidades.

En consecuencia, la integración de los agricultores debería realizarse mediante un modelo progresivo y voluntario, iniciando con productores interesados y articulándolos con instituciones y prestadores de servicios dentro de una fase piloto. Los resultados de dicha experiencia podrían posteriormente orientar la incorporación de nuevos productores y el fortalecimiento de la Ruta de la Palta.

4.3.24. Síntesis descriptiva del objetivo específico 2

El análisis de las entrevistas permitió identificar que los productores participantes constituyen actores fundamentales para la estructuración de la Ruta de la Palta, debido tanto a su experiencia en el cultivo como a los conocimientos prácticos que poseen sobre las diferentes etapas del proceso productivo. La interacción directa entre productor y visitante representa, además, uno de los componentes que podría diferenciar la propuesta de una visita turística convencional.

Los dos productores entrevistados manifestaron interés en recibir visitantes en sus parcelas y compartir experiencias vinculadas con el cultivo de palta. Entre las

actividades propuestas se encuentran la explicación del proceso desde la siembra hasta la cosecha, la observación de la floración, demostraciones de prácticas tradicionales, degustaciones y preparación de alimentos a base de palta.

Sin embargo, la disposición identificada no implica que las parcelas estén actualmente preparadas para operar como espacios turísticos. Los testimonios evidenciaron necesidades relacionadas con capacitación en turismo, atención al visitante, acondicionamiento de áreas de recepción, servicios higiénicos, señalización, mejora de accesos y promoción. Percy, por ejemplo, señaló expresamente la necesidad de capacitación turística, baños, áreas de recepción y apoyo promocional.

Asimismo, la participación presenta condicionantes de carácter económico y organizativo. Uno de los productores manifestó que la generación de ingresos complementarios, oportunidades de venta y reconocimiento podría incentivar la incorporación de otros agricultores; no obstante, también identificó como obstáculos la falta de tiempo, la incertidumbre respecto de la continuidad del turismo y el temor a asumir gastos que posteriormente no puedan recuperarse.

A ello se suma la preocupación por la continuidad institucional. Las entrevistas muestran que la participación de los agricultores podría verse afectada si las iniciativas generan expectativas, pero no alcanzan una fase de implementación concreta. Por este motivo, la incorporación de productores debería realizarse de manera progresiva, evitando compromisos o inversiones importantes antes de comprobar el funcionamiento de la propuesta mediante experiencias piloto.

Otro hallazgo relevante corresponde a la necesidad de articulación institucional. Los productores identificaron al gobierno local, gobierno regional, DIRCETUR y programas públicos como actores que podrían contribuir mediante capacitación, promoción, infraestructura o asistencia técnica. Sin embargo, dichos actores deben considerarse como potenciales participantes y no como instituciones que ya hayan asumido formalmente responsabilidades dentro de la Ruta de la Palta.

Por otra parte, los resultados evidenciaron que la percepción favorable de los dos productores entrevistados no puede proyectarse al conjunto de agricultores del distrito. El actor institucional señaló que uno de los principales retos consiste

precisamente en sensibilizar a los productores para que permitan el ingreso de visitantes a sus parcelas y estimó que actualmente solo un grupo reducido presentaría disposición para hacerlo.

Esta diferencia entre perspectivas sugiere que una futura implementación debería iniciarse con productores voluntarios y posteriormente evaluar la incorporación progresiva de otros actores conforme se obtengan resultados y aumente la confianza en el proyecto.

Tabla 19

Síntesis de los resultados relacionados con los productores de palta y su incorporación a la propuesta turística

Subcategoría	Principal hallazgo	Implicancia para la Ruta de la Palta
Experiencia productiva	Los productores poseen conocimientos directos sobre cultivo, manejo y cosecha de palta	Constituyen una fuente central de conocimiento para la experiencia vivencial
Disposición para participar	Los dos productores entrevistados manifestaron interés en recibir visitantes	Existe una base inicial para desarrollar experiencias piloto
Capacidades turísticas	Se reconoce limitada experiencia específica en atención turística	Requiere capacitación previa
Infraestructura en parcelas	Se necesitan áreas de recepción, baños, señalización y mejores condiciones de acceso	Las parcelas deben ser evaluadas y acondicionadas antes de su incorporación
Motivaciones	Ingresos complementarios, venta directa, reconocimiento y valorización del trabajo agrícola	Pueden incentivar la participación
Limitaciones	Tiempo, costos, incertidumbre del flujo turístico y continuidad del proyecto	La implementación debe ser gradual
Participación de otros productores	No existe evidencia de aceptación generalizada	La incorporación debe ser voluntaria y progresiva
Apoyo institucional	Se identifican municipalidad, DIRCETUR, gobierno regional y programas de apoyo	Requiere coordinación formal antes de asignar responsabilidades
Modelo de participación	Productor como transmisor del conocimiento agrícola,	Favorece una experiencia organizada sin

	complementado por personal turístico capacitado	desnaturalizar el rol del agricultor

Nota. Elaboración propia a partir del análisis cualitativo de las entrevistas.

4.3.25. Resultado integrador del OE2

En respuesta al segundo objetivo específico, los resultados permiten establecer que los productores entrevistados presentan características productivas y una disposición inicial compatibles con su posible incorporación a la Ruta de la Palta, debido a su experiencia en el cultivo, conocimiento del proceso agrícola e interés en compartir dichas prácticas con los visitantes.

No obstante, la incorporación efectiva de productores no debe definirse únicamente por la existencia de cultivos de palta. La selección de participantes deberá considerar criterios adicionales como disposición voluntaria, accesibilidad de la parcela, condiciones mínimas de seguridad, disponibilidad para atender visitantes, interés en capacitarse y posibilidades de acondicionamiento del espacio.

Asimismo, los resultados muestran que la participación estaría condicionada por la percepción de beneficios, los costos asociados, la continuidad del flujo turístico y la confianza en que la propuesta llegue efectivamente a implementarse. Por ello, resulta recomendable iniciar con un grupo reducido de productores interesados, desarrollar una experiencia piloto y evaluar sus resultados antes de ampliar la propuesta.

En consecuencia, el productor constituye un actor central de la Ruta de la Palta, pero su incorporación requiere un proceso previo de selección, capacitación, acondicionamiento y articulación institucional. La participación progresiva permitiría reducir riesgos, generar aprendizajes y proporcionar evidencia concreta que eventualmente motive la integración de otros agricultores.

4.3.26. Discusión del objetivo específico 2

Los resultados guardan una relación particularmente cercana con el antecedente de Loayza Pérez (2021) sobre turismo vivencial en Condorccocha, debido a que en ambos casos la actividad agrícola constituye un componente central de la experiencia y la comunidad participa directamente en la interacción con los visitantes. En el caso

de la Ruta de la Palta, los productores entrevistados no solo aportarían el recurso agrícola, sino conocimientos productivos, experiencias, relatos y actividades susceptibles de incorporarse al producto turístico.

Asimismo, los hallazgos coinciden con el estudio de Suclli Montañez et al. (2022) en el Valle de Sondondo, donde la actividad agrícola, los conocimientos tradicionales, la gastronomía y la relación con el territorio son considerados componentes capaces de estructurar experiencias turísticas vinculadas con la agrobiodiversidad.

Sin embargo, los resultados de esta investigación muestran que la presencia de productores y recursos agrícolas no garantiza automáticamente la existencia de una experiencia turística. La necesidad de capacitación expresada por ambos productores indica que la transición desde una actividad estrictamente productiva hacia una experiencia de atención al visitante requiere fortalecer capacidades relacionadas con hospitalidad, interpretación y organización.

Asimismo, las diferencias observadas respecto de los beneficios potenciales muestran que la actividad turística no necesariamente tendría el mismo efecto sobre todos los productores. Mientras uno de ellos identifica posibilidades de comercialización directa e ingresos adicionales, otro considera limitado el posible impacto sobre un producto cuya comercialización principal está orientada a la exportación.

Esta divergencia refuerza la necesidad de plantear la Ruta de la Palta como una actividad económica complementaria, y no como una estrategia destinada a sustituir los canales comerciales existentes.

Finalmente, la necesidad de articulación entre agricultores, municipalidad, DIRCETUR y prestadores de servicios coincide con los planteamientos de participación local desarrollados en las bases teóricas: una ruta agroproductiva requiere coordinación entre los actores que producen la experiencia y aquellos responsables de infraestructura, promoción, regulación y servicios.

Por ello, el principal resultado del segundo objetivo no es simplemente que “los productores quieren participar”, sino que existe una disposición inicial condicionada

por capacitación, organización, infraestructura, confianza institucional y beneficios suficientemente claros para los agricultores**.**

4.4. Resultados del objetivo específico 3

Objetivo específico 3

Analizar la oferta turística existente y la demanda actual y potencial vinculado con la propuesta de la Ruta de la Palta en San Miguel.

El análisis correspondiente al tercer objetivo permitió identificar las características de la oferta turística existente en San Miguel y las percepciones de los informantes respecto de los segmentos de visitantes que podrían mostrar interés en una experiencia vinculada con la producción de palta.

Los resultados se organizaron en cuatro subcategorías: oferta turística existente, demanda actual, demanda potencial y condiciones para el posicionamiento de la Ruta de la Palta**.**

4.4.1. Oferta turística existente

Los resultados muestran que San Miguel dispone de una oferta básica conformada por establecimientos de alimentación, hospedaje, recursos naturales y culturales, espacios productivos y servicios complementarios que podrían integrarse progresivamente a una propuesta turística.

Desde la perspectiva institucional, se reportó la existencia aproximada de cuatro restaurantes recomendables y tres establecimientos de hospedaje en condiciones de recibir visitantes**.** Sin embargo, se indicó que la capacidad disponible presenta limitaciones en temporadas de mayor afluencia, particularmente durante carnavales y las festividades de septiembre.

Este resultado permite establecer que San Miguel no parte de una ausencia absoluta de servicios turísticos, sino de una oferta existente que requiere articulación y fortalecimiento**.** La presencia de alojamiento y alimentación constituye una base para la estructuración de la ruta, aunque su suficiencia dependerá del número y características de los visitantes que se pretenda atender.

Asimismo, las entrevistas muestran que la producción de palta puede incorporarse a la oferta mediante actividades complementarias. Los productores

plantearon experiencias relacionadas con visitas a parcelas, explicación del proceso productivo, cosecha, degustación y gastronomía. En particular, Senovio Lizana destacó la posibilidad de aprovechar parte de la producción mediante preparaciones gastronómicas y generación de valor agregado.

Por tanto, la oferta potencial no se limita a la comercialización de la fruta, sino que podría integrar servicios + producción agrícola + gastronomía + recursos territoriales + interacción con productores**.**

4.4.2. Demanda turística actual

El análisis de las entrevistas permitió identificar que la demanda turística actual de San Miguel se encuentra vinculada principalmente con festividades locales, eventos culturales y desplazamientos de población regional o personas que retornan temporalmente al distrito**.** Sin embargo, debido al enfoque cualitativo de la investigación y a que no se aplicaron encuestas directamente a turistas, los resultados no permiten cuantificar el número de visitantes, su gasto, duración de estancia o frecuencia de viaje.

El actor institucional entrevistado señaló que, durante determinadas temporadas, particularmente en carnavales y en septiembre, con motivo de la festividad de San Miguel Arcángel**,** se incrementa la presencia de visitantes y usuarios de los servicios locales. Asimismo, indicó que en estos periodos la capacidad de los establecimientos disponibles puede llegar a resultar insuficiente.

Este resultado permite identificar una concentración temporal de visitantes asociada con acontecimientos específicos, más que un flujo turístico regular durante todo el año. En ese sentido, las festividades religiosas y culturales constituyen actualmente uno de los principales momentos de movilidad hacia el distrito y pueden representar oportunidades para articular futuras actividades turísticas complementarias.

Los informantes perciben una afluencia principalmente asociada con eventos locales y regionales, cuya magnitud y perfil no fueron cuantificados en el presente estudio**.**

4.4.3. Estacionalidad de la demanda percibida

La información disponible permite identificar una posible estacionalidad vinculada con el calendario cultural y religioso del distrito. La festividad de San Miguel Arcángel, celebrada en septiembre, constituye uno de los acontecimientos que puede incrementar temporalmente la llegada de personas al territorio.

Asimismo, el Carnaval Lamarino y las ferias agroindustriales forman parte de los recursos y acontecimientos programados considerados dentro de la oferta territorial.

En este contexto, la demanda actual puede caracterizarse cualitativamente como estacional y vinculada con acontecimientos específicos**,** aunque se requiere información adicional para determinar si estas visitas corresponden efectivamente a turistas, excursionistas, residentes temporales, familiares de habitantes locales u otros tipos de visitantes.

Esta distinción es importante porque la presencia de personas durante una festividad no equivale automáticamente a la existencia de una demanda turística consolidada para la Ruta de la Palta.

4.4.4. Limitaciones para caracterizar la demanda actual

Una de las principales limitaciones del presente análisis es que los entrevistados fueron productores, un actor institucional y especialistas en turismo, pero no turistas o visitantes. En consecuencia, las afirmaciones respecto de la demanda reflejan percepciones de los actores clave y no respuestas directas del mercado consumidor.

Por ello, los resultados no permiten establecer con precisión variables como:

- edad predominante de los visitantes;
- procedencia exacta;
- motivación principal de viaje;
- duración de estancia;
- gasto promedio;
- frecuencia de visita;
- actividades preferidas;
- disposición de pago por una Ruta de la Palta.

Estas variables requerirían una investigación específica de demanda mediante encuestas, entrevistas a visitantes u otros instrumentos orientados directamente al mercado.

Tabla 20

Características cualitativas de la demanda turística actual percibida en San Miguel

Aspecto	Hallazgo
Temporalidad	Mayor presencia percibida durante festividades y acontecimientos locales
Periodos destacados	Carnavales y festividad de San Miguel Arcángel en septiembre
Procedencia	Se percibe presencia local y regional, aunque no fue medida directamente
Tipo de visita	Asociada principalmente con festividades, reuniones familiares y eventos
Flujo permanente	No existe evidencia suficiente para afirmar un flujo turístico sostenido durante todo el año
Perfil del visitante	No fue medido directamente
Gasto y permanencia	No fueron determinados en la investigación
Implicancia	Se requiere un estudio directo de demanda para caracterizar el mercado actual

Nota. Elaboración propia a partir del análisis de las entrevistas y del diagnóstico del territorio.

4.4.5. Resultado de la subcategoría

Los resultados permiten establecer que existe una afluencia de visitantes percibida principalmente durante determinadas festividades y acontecimientos locales, lo que evidencia un comportamiento estacional. Sin embargo, la información disponible no permite determinar con precisión el volumen ni el perfil de la demanda turística actual.

En consecuencia, la investigación identifica indicios cualitativos de demanda existente**,** pero no una demanda turística cuantificada. Este resultado debe considerarse como punto de partida para el diseño preliminar de la propuesta y no como evidencia suficiente para estimar el tamaño de mercado de la Ruta de la Palta.

4.4.6. Demanda turística potencial

El análisis de las entrevistas permitió identificar diferentes segmentos potenciales de visitantes que podrían mostrar interés en una experiencia turística vinculada con la producción de palta, el entorno rural, la gastronomía y la interacción con los productores.

No obstante, estos segmentos representan percepciones y propuestas de los informantes, debido a que la investigación no realizó una medición directa de intención de visita, preferencias o disposición de pago entre turistas potenciales.

4.4.7. Turismo rural, vivencial y gastronómico

Los especialistas entrevistados identificaron como uno de los principales mercados potenciales a visitantes interesados en turismo rural, experiencias vivenciales y gastronomía**.**

Jhoely Chipana señaló que el visitante contemporáneo busca cada vez más experiencias relacionadas con aprendizaje, contacto con elementos nuevos, bienestar e interacción activa con el entorno, superando una modalidad de visita centrada únicamente en la observación.

Desde esta perspectiva, la Ruta de la Palta podría responder a estas motivaciones si logra convertir la producción agrícola en una experiencia participativa que permita al visitante conocer el proceso productivo, interactuar con agricultores, participar en determinadas actividades y acceder a preparaciones gastronómicas vinculadas con la palta.

La especialista también mencionó como referencia experiencias de turismo agroproductivo orientadas hacia mercados interesados en gastronomía y actividades vivenciales, señalando que estos productos han requerido varios años de desarrollo y la incorporación de servicios de alojamiento, alimentación y actividades participativas.

Este testimonio evidencia que el componente gastronómico y vivencial podría constituir una oportunidad de diferenciación**,** pero también que su desarrollo requeriría planificación y consolidación progresiva.

4.4.8. Segmentación del visitante potencial

Uno de los principales hallazgos corresponde a la necesidad de evitar la definición de un mercado objetivo demasiado amplia.

Jhoely señaló expresamente que antes de diseñar y comercializar la ruta sería necesario realizar un estudio de mercado que permita determinar quiénes serían los visitantes, si corresponderían al público local o nacional, qué edades tendrían, qué actividades buscarían y desde qué ciudad iniciarían el viaje.

En ese sentido, manifestó que la propuesta debería considerar:

"Un buen estudio de mercado para saber cuál es tu segmento de visitante" (ET1).

Este resultado constituye una advertencia importante para la tesis**:** no corresponde establecer un único mercado objetivo definitivo a partir de las entrevistas realizadas**.**

Por ello, resulta más adecuado hablar de segmentos potenciales preliminares, cuya pertinencia deberá validarse posteriormente con visitantes reales o potenciales.

4.4.9. Visitantes locales y regionales como mercado inicial

Una de las perspectivas identificadas en las entrevistas plantea que la Ruta de la Palta podría comenzar orientándose hacia un mercado de proximidad, especialmente visitantes procedentes del propio ámbito regional.

Esta alternativa resulta coherente con una implementación piloto, debido a que permitiría probar las actividades y servicios con visitantes que requieren desplazamientos relativamente menores y facilitaría realizar ajustes antes de intentar posicionar el producto en mercados de mayor distancia. Por esta razón, el público local y regional puede considerarse como un segmento potencial inicial**.**

4.4.10. Turismo nacional y receptivo

Las entrevistas también muestran perspectivas favorables respecto de una posible proyección hacia turistas nacionales y extranjeros. Sin embargo, esta posibilidad debe entenderse como una fase posterior de desarrollo, condicionada por la calidad de la experiencia, servicios disponibles, promoción y capacidad de atención.

La especialista entrevistada insistió precisamente en que la procedencia del visitante debe relacionarse con la ciudad soporte, tiempo de desplazamiento y disponibilidad de alimentación, salud, descanso y otros servicios necesarios para la experiencia.

Esto implica que el mercado potencial no debe definirse únicamente por el interés temático en la palta, sino también por la viabilidad práctica del viaje desde el punto de origen del visitante**.**

4.4.11. Motivaciones potenciales

A partir de los discursos de los especialistas y productores, pueden identificarse como principales motivaciones potenciales:

- conocer directamente el proceso de producción de palta;
- interactuar con productores;
- participar en cosecha u otras actividades agrícolas;
- aprender sobre técnicas y prácticas productivas;
- degustar palta y preparaciones derivadas;
- experimentar gastronomía local;
- disfrutar del paisaje rural;
- buscar experiencias diferentes a las disponibles en la ciudad;
- establecer contacto con la naturaleza y la cultura productiva local.

Tabla 21

Segmentos y motivaciones potenciales para la Ruta de la Palta

Segmento potencial	**Motivaciones identificadas**	**Nivel de evidencia**
Visitantes locales	Recreación, contacto con el entorno rural y experiencias diferentes	Percepción de informantes
Visitantes regionales	Turismo de proximidad, gastronomía y experiencias rurales	Percepción de informantes
Turistas nacionales	Experiencias vivenciales, gastronomía y conocimiento productivo	Segmento potencial
Turistas extranjeros	Interés especializado en experiencias rurales, gastronómicas o productivas	Segmento potencial no validado
Jóvenes y estudiantes	Aprendizaje, actividades recreativas y experiencias agrícolas	Percepción de informantes
Turismo gastronómico	Degustación, preparación de alimentos y conocimiento del producto	Potencial identificado por especialistas

Turismo rural/vivencial	Interacción con productores, cosecha y vida rural	Potencial identificado por especialistas

Nota. Elaboración propia a partir del análisis cualitativo de las entrevistas. Los segmentos señalados representan mercados potenciales identificados por los informantes y no resultados de una medición directa de demanda.

4.4.12. Resultado de la subcategoría

Los resultados permiten identificar que la Ruta de la Palta podría orientarse preliminarmente hacia segmentos interesados en turismo rural, vivencial y gastronómico**,** debido a que la propuesta ofrece posibilidades de interacción con productores, aprendizaje del proceso agrícola, participación en actividades productivas y degustación de productos locales.

Sin embargo, los especialistas advierten que la definición definitiva del mercado objetivo requiere conocer variables como procedencia, edad, motivaciones, actividades preferidas, tiempos de desplazamiento y servicios demandados.

En consecuencia, la existencia de una demanda potencial debe interpretarse como una hipótesis de mercado derivada de la percepción de los informantes y no como una demanda comercial demostrada. Una futura fase de implementación deberá incluir un estudio directo de mercado que permita determinar qué segmento presenta mayor interés, intención de visita y disposición de pago por la experiencia.

4.4.13. Motivaciones y experiencias potenciales del visitante

El análisis de las entrevistas permitió identificar diversas motivaciones potenciales que podrían relacionarse con una futura experiencia de la Ruta de la Palta, principalmente aquellas vinculadas con el aprendizaje, la participación en actividades productivas, la gastronomía, el contacto con productores y el disfrute del entorno rural. Sin embargo, debido a que la investigación no aplicó instrumentos directamente a turistas, estas motivaciones deben interpretarse como percepciones de los informantes y criterios preliminares para el diseño del producto, y no como preferencias de mercado estadísticamente comprobadas.

Los especialistas entrevistados identificaron las experiencias agrícolas, vivenciales y gastronómicas como posibles motivaciones de los segmentos potenciales**.**

4.4.14. Búsqueda de experiencias participativas y de aprendizaje

Uno de los hallazgos más relevantes fue la percepción de que la propuesta no debería limitarse a mostrar parcelas de cultivo o permitir la observación del producto. Jhoely Chipana sostuvo que la experiencia turística debe incorporar actividades que permitan al visitante conocer, aprender e interactuar con aspectos diferentes de su entorno cotidiano. Desde su perspectiva, actualmente el interés puede orientarse hacia experiencias relacionadas con salud, bienestar, aprendizaje y contacto con nuevos espacios.

Este planteamiento permite diferenciar entre una experiencia de carácter contemplativo y una experiencia participativa. En el primer caso, el visitante únicamente observaría las plantaciones; en el segundo, podría conocer directamente el proceso productivo, conversar con el agricultor, participar en determinadas actividades y comprender la relación entre la producción de palta y el territorio.

En este sentido, uno de los principales elementos que podría motivar la visita sería la posibilidad de **"**hacer" y no solamente "observar**"**.

Pipo Yupari reforzó esta perspectiva al señalar que la temporada de cosecha podría permitir al visitante participar directamente en la recolección de palta y destacó que los productores deberían desempeñar un papel central dentro de la experiencia.

Por tanto, las experiencias prácticas vinculadas con la producción constituyen un componente relevante para el diseño preliminar de la ruta.

4.4.15. Interacción con los productores y autenticidad de la experiencia

Otro elemento identificado corresponde al contacto directo con los productores locales. Las entrevistas sugieren que el agricultor no debería ser considerado únicamente como proveedor de la materia prima, sino como uno de los principales actores encargados de transmitir conocimientos, experiencias y prácticas relacionadas con el cultivo.

Pipo señaló que los productores son protagonistas porque la propuesta gira alrededor de su producto y que su participación resulta fundamental para el desarrollo de la experiencia.

Desde esta perspectiva, la interacción entre productor y visitante puede contribuir a otorgar un carácter auténtico a la experiencia, permitiendo que el turista conozca directamente aspectos como:

- características del cultivo;
- manejo de la plantación;
- temporada de producción;
- proceso de cosecha;
- historias y experiencias de los agricultores;
- formas tradicionales o locales de utilización del producto.

Este componente coincide con la percepción de Pipo respecto de tendencias asociadas con turismo sostenible, contacto con comunidades y búsqueda de autenticidad, aunque estas tendencias deben presentarse como la valoración del especialista y no como resultados medidos directamente en la población turística.

4.4.16. Gastronomía y productos derivados de la palta

La gastronomía constituye otra motivación potencial identificada recurrentemente en las entrevistas.

Los especialistas plantearon que la experiencia podría incorporar degustaciones, talleres de cocina, ferias gastronómicas y productos derivados de la palta. Pipo Yupari señaló específicamente la posibilidad de complementar la visita a los campos de cultivo con experiencias de cosecha, talleres gastronómicos y espacios de comercialización de productos derivados.

Asimismo, mencionó como experiencia personal la elaboración de productos poco habituales, como jugos y helados de palta, lo que evidencia posibilidades de transformación gastronómica que podrían explorarse en el diseño del producto.

Sin embargo, no corresponde presentar estos productos como parte de la oferta turística actual de San Miguel si no se ha verificado que sean efectivamente elaborados y comercializados en el territorio. Por ello, actividades como talleres de transformación, helados, bebidas u otros derivados deben plantearse como posibilidades para el diseño futuro, sujetas a validación técnica y disponibilidad local.

4.4.17. Contacto con la naturaleza y paisaje rural

Las entrevistas también sugieren que la producción de palta no debería constituir el único motivo para desplazarse hacia San Miguel. Jhoely advirtió que, en territorios donde otros destinos también producen palta, la sola posibilidad de conocer el cultivo podría no ser suficiente para generar un desplazamiento turístico significativo.

Por ello, la experiencia debería complementarse con elementos del entorno como:

- paisajes agrícolas;
- caminatas;
- miradores;
- recursos naturales;
- actividades culturales;
- gastronomía;
- experiencias recreativas compatibles con el perfil del visitante.

Jhoely utilizó como referencia otras experiencias rurales donde el producto agrícola se integra con visitas paisajísticas, caminatas y actividades complementarias, enfatizando que el tipo de actividad debe definirse de acuerdo con el segmento al cual se dirija la propuesta.

Por tanto, la motivación potencial del visitante no debería sustentarse exclusivamente en el cultivo de palta, sino en una experiencia territorial integrada.

4.4.18. Actividades diferenciadoras según el perfil del visitante

Otro aspecto relevante es que no todas las actividades serían igualmente apropiadas para todos los segmentos de visitantes.

Jhoely señaló que las actividades deportivas o de aventura podrían ser adecuadas para determinados grupos, mientras que otros públicos podrían requerir experiencias de menor exigencia física relacionadas con descanso, bienestar, gastronomía o interpretación cultural.

Esta observación evidencia que el diseño no debería ofrecer una única experiencia rígida para todos los visitantes, sino considerar alternativas de acuerdo con factores como:

- edad;
- condición física;
- interés por gastronomía;
- interés por agricultura;
- búsqueda de recreación;
- disponibilidad de tiempo;
- procedencia;
- expectativas de comodidad.

4.4.19. Estacionalidad de las experiencias agrícolas

La temporada agrícola constituye también un aspecto relevante para la experiencia turística.

Pipo destacó que la programación debería considerar las fechas de producción y cosecha, debido a que la participación del visitante en la cosecha dependerá directamente de la disponibilidad del producto.

Esto significa que actividades como cosechar palta no pueden prometerse de manera permanente durante todo el año sin verificar previamente el calendario productivo de las parcelas seleccionadas.

La estacionalidad debe, por tanto, incorporarse al diseño operativo mediante alternativas. Durante la época de cosecha podrían priorizarse actividades participativas de recolección, mientras que en otros periodos podrían desarrollarse actividades de interpretación del cultivo, observación de floración, manejo agrícola, gastronomía o comercialización.

4.4.20. Calidad de la experiencia y motivación de retorno

Los testimonios también muestran que la motivación inicial no sería suficiente para consolidar el producto. La calidad percibida durante la visita tendría influencia en la recomendación y posible continuidad de la ruta.

Pipo indicó que una buena experiencia puede generar recomendaciones positivas, mientras que una experiencia deficiente puede afectar el desarrollo posterior del producto.

Asimismo, señaló que aspectos como servicios, infraestructura y atención profesional pueden condicionar la satisfacción del visitante y cuestionó la conveniencia de realizar desplazamientos largos si otros destinos ofrecen productos similares con mejores condiciones de servicio.

Este hallazgo refuerza la necesidad de comprender la motivación turística como una combinación entre interés por la experiencia y condiciones adecuadas para disfrutarla**.**

Tabla 22

Motivaciones y experiencias potenciales identificadas para la Ruta de la Palta

Motivación potencial	**Experiencias relacionadas**	**Consideración para el diseño**
Aprendizaje	Conocer cultivo, manejo y cosecha	Requiere interpretación clara del proceso
Participación	Cosecha y actividades agrícolas	Condicionada por temporada y seguridad
Autenticidad	Interacción con productores	Debe preservar la participación real del agricultor
Gastronomía	Degustaciones y preparaciones con palta	Requiere identificar oferta realmente disponible
Contacto con naturaleza	Paisajes, caminatas y espacios rurales	Complementa el atractivo agrícola
Bienestar y recreación	Actividades de descanso y contacto con el entorno	Deben ajustarse al perfil del visitante
Cultura local	Conocimiento de costumbres y prácticas del territorio	Puede ampliar la experiencia más allá de la palta
Compra de productos	Fruta y productos derivados	Depende de disponibilidad y formalización
Actividades diferenciadas	Caminatas, experiencias recreativas u otras	Deben seleccionarse según segmento

Experiencia memorable	Integración de actividades, servicios y atención	La calidad condiciona recomendación y retorno

Nota. Elaboración propia a partir del análisis cualitativo de las entrevistas. Las motivaciones señaladas corresponden a percepciones de los informantes y no a preferencias obtenidas directamente de turistas.

4.4.21. Resultado de la subcategoría

Los resultados permiten identificar que las principales motivaciones potenciales asociadas con la Ruta de la Palta se relacionan con aprendizaje, participación en actividades agrícolas, interacción con productores, gastronomía, contacto con el entorno rural y búsqueda de experiencias diferenciadas.

No obstante, los especialistas advierten que la palta por sí sola podría no constituir una motivación suficiente para generar desplazamientos desde mercados donde también existe producción similar. Por ello, el atractivo de la propuesta dependería de su capacidad para transformar el recurso agrícola en una experiencia integral, combinando producción, gastronomía, paisaje, cultura local y actividades adaptadas al perfil del visitante.

Asimismo, la naturaleza de las actividades deberá considerar la estacionalidad productiva, el segmento de mercado, los tiempos de desplazamiento y las condiciones de servicio. En consecuencia, la motivación potencial del visitante no puede asumirse a partir del producto agrícola únicamente, sino que deberá construirse mediante una experiencia diferenciada y posteriormente validarse a través de un estudio directo de mercado**.**

4.4.22. Promoción, posicionamiento y condiciones para la competitividad de la Ruta de la Palta

El análisis de las entrevistas permitió identificar que la promoción de la Ruta de la Palta deberá orientarse no solamente a difundir la existencia del producto agrícola, sino a comunicar una experiencia diferenciada vinculada con el territorio, los productores, la gastronomía y las actividades vivenciales. Los especialistas señalaron que la visibilidad del producto dependerá de una estrategia de comunicación coherente

con el segmento de visitantes seleccionado y con las características reales de la experiencia ofrecida.

En este sentido, el posicionamiento de la ruta no debería basarse exclusivamente en el hecho de que San Miguel produzca palta, debido a que este cultivo también se desarrolla en otras zonas del país. Una de las especialistas entrevistadas señaló la necesidad de definir previamente el público objetivo, la ciudad soporte, los tiempos de desplazamiento y las características que diferenciarían la propuesta respecto de otros territorios donde también existe producción de palta.

Por tanto, la estrategia promocional deberá construirse después de definir con mayor precisión el segmento de visitantes y la propuesta de valor del producto, evitando promocionar una ruta de manera general antes de determinar qué experiencia ofrecerá y a quién estará dirigida.

4.4.23. Marketing experiencial y digital

El marketing experiencial y digital fue identificado como una alternativa relevante para la futura promoción de la Ruta de la Palta. Desde la perspectiva de los especialistas, la comunicación debería mostrar las historias de los productores, las actividades disponibles y la autenticidad de la experiencia, en lugar de limitarse únicamente a promocionar la palta como producto agrícola.

Pipo Yupari señaló que las estrategias de marketing podrían centrarse en mostrar a los productores y las características propias de la experiencia, destacando el uso de medios digitales para incrementar su visibilidad. Asimismo, recomendó el empleo de contenido audiovisual y herramientas tecnológicas para proporcionar información al visitante.

En consecuencia, los contenidos promocionales podrían considerar las experiencias de los productores, las actividades agrícolas disponibles, el proceso de cultivo y cosecha, la gastronomía vinculada con la palta, los paisajes del Valle de Torobamba y los recursos culturales y naturales complementarios.

No obstante, la promoción deberá mostrar únicamente actividades y servicios efectivamente disponibles, evitando generar expectativas sobre experiencias que todavía no hayan sido implementadas o validadas.

4.4.24. Canales de difusión potenciales

Entre los canales de difusión identificados se encuentran principalmente las redes sociales, los contenidos audiovisuales, las ferias gastronómicas y turísticas, las alianzas con operadores y agencias de viaje y, posteriormente, la posible articulación con plataformas institucionales de promoción turística.

Pipo Yupari manifestó que las redes sociales representan un medio especialmente relevante para la promoción turística y destacó la utilidad de los videos para generar expectativa respecto de las actividades de la ruta. Asimismo, mencionó la utilización de códigos QR como una herramienta que permitiría brindar al visitante información sobre el recorrido, características del producto y actividades disponibles.

De acuerdo con estos resultados, una estrategia promocional futura podría incorporar redes sociales oficiales, material audiovisual, códigos QR vinculados con información interpretativa, participación en eventos promocionales y alianzas con operadores turísticos.

La incorporación de la Ruta de la Palta en plataformas oficiales de promoción deberá considerarse como una posibilidad futura, debido a que las entrevistas no evidencian que actualmente exista un acuerdo formal para su inclusión.

4.4.25. Narrativa e identidad de la propuesta

Otro aspecto identificado corresponde a la necesidad de construir una narrativa que permita relacionar la producción agrícola con las características del territorio y las experiencias de los productores.

Pipo Yupari consideró que el mensaje promocional podría relacionarse con la identidad, tradición y experiencia de los agricultores, proponiendo narrativas orientadas a vincular al visitante con el origen del producto.

En concordancia con ello, se plantea la denominación **“Ruta de la Palta del Valle de Torobamba – San Miguel”**, la cual permite identificar tanto el eje temático como el territorio donde se desarrollaría la experiencia.

La narrativa del producto se estructura alrededor de tres componentes principales: el territorio, representado por San Miguel y el Valle de Torobamba; el producto**,** representado por la producción y manejo de la palta; y la experiencia

humana, representada por los productores, sus conocimientos y su participación directa en las actividades ofrecidas al visitante.

De esta manera, la palta se plantea como un elemento temático y narrativo asociado con la actividad productiva del Valle de Torobamba, sin asumir que constituye necesariamente un símbolo identitario compartido por toda la población.

4.4.26. Diferenciación de la propuesta

Uno de los principales retos identificados para el posicionamiento de la Ruta de la Palta corresponde a la existencia de otros territorios productores de este fruto. La producción de palta, por sí sola, no garantiza que un visitante decida desplazarse hasta San Miguel, especialmente si existen otros destinos donde puede acceder a productos o experiencias semejantes.

Los especialistas señalaron que la propuesta deberá ofrecer características diferenciadoras y considerar variables como distancia, accesibilidad, tiempo de viaje, calidad de los servicios y diversidad de actividades.

En consecuencia, la diferenciación potencial de la Ruta de la Palta podría sustentarse en la combinación de la producción agrícola con la participación del visitante, la interacción con agricultores, la gastronomía, el paisaje rural y los recursos naturales y culturales complementarios.

Por tanto, el principal elemento diferenciador no sería únicamente la posibilidad de observar plantaciones de palta, sino la forma en que los diferentes componentes del territorio se articulen para generar una experiencia turística integral.

4.4.27. Calidad del servicio y posicionamiento

El posicionamiento de la propuesta también dependerá de la calidad de los servicios ofrecidos. Las entrevistas muestran que condiciones como infraestructura, accesos, atención y preparación del personal pueden influir en la satisfacción del visitante y en la posterior recomendación de la experiencia.

Pipo Yupari señaló que la infraestructura básica y la calidad de la atención constituyen factores relevantes para evitar experiencias negativas, especialmente cuando el visitante debe realizar desplazamientos prolongados.

Asimismo, indicó que la distancia puede convertirse en una limitación cuando existen destinos más cercanos que ofrecen productos similares y mejores condiciones de servicio. En este sentido, la competitividad de la ruta dependería de que la experiencia ofrecida justifique el desplazamiento y responda adecuadamente a las expectativas del segmento seleccionado.

Por ello, la promoción deberá desarrollarse de acuerdo con la capacidad real del destino y de los prestadores involucrados. Una difusión amplia antes de garantizar condiciones mínimas de atención podría generar experiencias negativas y afectar el posicionamiento posterior del producto.

4.4.28. Articulación promocional

La promoción de la Ruta de la Palta también requeriría coordinación entre diferentes actores. Los especialistas señalaron experiencias de rutas agroproductivas que han logrado fortalecerse mediante la articulación entre productores, gobiernos locales y operadores turísticos.

En una futura fase de implementación podrían participar productores, gobierno local, DIRCETUR, prestadores de alojamiento y alimentación, empresas de transporte, agencias y operadores turísticos, así como instituciones académicas y otros actores interesados.

No obstante, estas formas de participación deben entenderse como mecanismos potenciales de articulación y no como compromisos institucionales formalmente establecidos dentro de la presente investigación.

Tabla 23

Estrategias potenciales para la promoción y posicionamiento de la Ruta de la Palta

Componente	Estrategia propuesta	Consideración
Propuesta de valor	Comunicar una experiencia rural, productiva y gastronómica	Debe definirse según el segmento objetivo
Marketing experiencial	Mostrar actividades, productores y características del territorio	Debe reflejar experiencias realmente disponibles
Redes sociales	Difusión de fotografías y videos de la experiencia	Requiere actualización periódica
Material audiovisual	Videos sobre producción, gastronomía y paisaje	Permite mostrar previamente la experiencia

Códigos QR	Información digital del recorrido y puntos de visita	Implementar cuando la ruta esté definida
Ferias	Participación en eventos turísticos y gastronómicos	Puede incrementar la visibilidad del producto
Operadores turísticos	Alianzas para comercialización	Recomendable después de validar el producto
Plataformas institucionales	Posible incorporación futura en espacios oficiales de promoción	Requiere coordinación y cumplimiento de requisitos
Narrativa	Integrar territorio, producción y experiencia de los agricultores	Debe sustentarse en características reales del territorio
Calidad	Garantizar correspondencia entre lo promocionado y lo ofrecido	Condición necesaria para recomendación y posicionamiento

Nota. Elaboración propia a partir del análisis cualitativo de las entrevistas. Las estrategias señaladas constituyen alternativas potenciales para una futura fase de implementación.

En conjunto, los resultados permiten establecer que el posicionamiento potencial de la Ruta de la Palta dependerá de la capacidad de transformar la producción agrícola en una experiencia turística diferenciada y comunicarla mediante canales adecuados al mercado seleccionado.

Las entrevistas identificaron como alternativas relevantes el marketing experiencial, el uso de redes sociales, los contenidos audiovisuales, las ferias, los códigos QR y la articulación con operadores turísticos. No obstante, estas estrategias deberán desarrollarse de manera progresiva y una vez que el recorrido, las actividades y las condiciones mínimas de atención hayan sido previamente definidos y validados.

Asimismo, la existencia de otros territorios productores de palta evidencia que este cultivo no constituye por sí solo un elemento suficiente para garantizar el posicionamiento del producto turístico. La diferenciación deberá sustentarse en la integración de la experiencia agrícola con la interacción con los productores, la gastronomía, los recursos complementarios y la calidad de los servicios.

En consecuencia, la promoción de la Ruta de la Palta se concibe como un proceso progresivo, basado en una propuesta de valor claramente definida y coherente

con las condiciones reales del territorio y las características del segmento de visitantes al que se dirija.

4.4.29. Síntesis de los resultados del objetivo específico 3

El análisis de la información permitió identificar que el distrito de San Miguel dispone de una oferta turística básica y de recursos naturales, culturales y productivos susceptibles de integrarse a una propuesta turística vinculada con la producción de palta**.** No obstante, actualmente no existe un producto turístico estructurado en torno a este cultivo, y persisten necesidades relacionadas con articulación de servicios, promoción, señalización y organización de la experiencia. La oferta se encuentra todavía dispersa y sin un producto organizado.

Respecto de la demanda turística actual, las entrevistas permiten reconocer una afluencia percibida principalmente durante determinadas festividades y acontecimientos locales, especialmente en carnavales y en las celebraciones vinculadas con San Miguel Arcángel. Sin embargo, debido a que no se aplicó instrumentos directamente a turistas o visitantes, no es posible determinar con precisión el volumen de la demanda, su procedencia, frecuencia de viaje, gasto, permanencia o motivaciones específicas.

En consecuencia, no se podría afirmar que la demanda actual es "escasa", "mayoritariamente local" o que presenta un determinado perfil como si estos aspectos hubieran sido medidos directamente. En la presente investigación, esta información debe interpretarse únicamente como percepción de los actores entrevistados**.**

En relación con la demanda potencial, los especialistas identificaron posibilidades de orientar la propuesta hacia segmentos interesados en turismo rural, vivencial y gastronómico, así como hacia visitantes interesados en experiencias de aprendizaje, contacto con productores y participación en actividades agrícolas. Sin embargo, estos grupos constituyen segmentos preliminares y no mercados comercialmente validados. Por ello, la definición del público objetivo requerirá posteriormente un estudio específico de mercado que permita conocer sus características, intención de visita, disposición de pago y expectativas respecto del producto.

Las entrevistas también evidenciaron que la propuesta no debería sustentarse exclusivamente en la palta como recurso agrícola. La existencia de otros territorios productores implica que el visitante necesitaría encontrar una experiencia suficientemente diferenciada que justifique el desplazamiento hacia San Miguel. En este sentido, el producto podría integrar la producción de palta con gastronomía, interacción con agricultores, paisajes rurales, recursos culturales y naturales y actividades participativas.

Asimismo, la promoción y el posicionamiento fueron identificados como condiciones relevantes para canalizar la demanda potencial. Los especialistas propusieron el uso de estrategias de marketing experiencial y digital, redes sociales, contenidos audiovisuales, ferias, códigos QR y articulación con operadores turísticos. No obstante, estas acciones deberían implementarse progresivamente y una vez que el recorrido y los servicios hayan sido definidos y validados, evitando promocionar actividades que aún no puedan ofrecerse de manera efectiva.

Tabla 24

Síntesis de los resultados relacionados con la oferta y demanda turística para la Ruta de la Palta

Subcategoría	Hallazgo principal	Implicancia para la propuesta
Oferta turística existente	San Miguel dispone de recursos productivos, naturales, culturales y una base de servicios	Existe una base susceptible de articulación en un producto turístico
Organización de la oferta	Los recursos y servicios todavía no conforman una Ruta de la Palta estructurada	Se requiere integración de actividades, servicios y actores
Demanda actual	Se percibe mayor presencia de visitantes durante festividades y acontecimientos específicos	La demanda presenta indicios de estacionalidad
Caracterización del visitante actual	No fue medida directamente en la investigación	No deben realizarse generalizaciones sobre procedencia, gasto o permanencia
Demanda potencial	Se identifican segmentos rurales, vivenciales y gastronómicos	Constituyen mercados potenciales que requieren validación

Motivaciones potenciales	Aprendizaje, participación agrícola, gastronomía, interacción con productores y contacto con el entorno	Deben orientar preliminarmente el diseño de la experiencia
Diferenciación	La producción de palta por sí sola no garantiza atractivo suficiente	Es necesario integrar actividades y recursos complementarios
Promoción	Se proponen medios digitales, contenidos audiovisuales, ferias y articulación con operadores	Debe realizarse después de definir y validar el producto
Mercado objetivo	No se determinó de manera definitiva	Se requiere un estudio directo de mercado

Nota. Elaboración propia a partir del análisis cualitativo de las entrevistas y del diagnóstico de la oferta turística. Las referencias a demanda actual y potencial corresponden a percepciones de los informantes y no a estimaciones estadísticas del mercado.

4.4.30. Resultado integrador del OE3

En respuesta al tercer objetivo específico, los resultados permiten establecer que San Miguel dispone de una oferta turística básica y de recursos susceptibles de articularse con la producción de palta para estructurar una experiencia turística rural, vivencial y gastronómica**.** Sin embargo, dicha oferta se encuentra todavía fragmentada y requiere integrar recursos, actividades, servicios y actores dentro de un producto organizado.

En cuanto a la demanda actual, la información recopilada permite identificar únicamente indicios cualitativos de afluencia, particularmente asociados con festividades y acontecimientos locales. Debido a que no se entrevistó ni encuestó directamente a turistas, la investigación no permite determinar de manera concluyente el volumen, procedencia, perfil o comportamiento de la demanda existente.

Respecto de la demanda potencial, los actores entrevistados identificaron posibles segmentos interesados en experiencias rurales, agrícolas, vivenciales y gastronómicas; no obstante, estos perfiles deben considerarse hipótesis preliminares de mercado. En consecuencia, no existe evidencia suficiente para afirmar que actualmente se cuenta con una demanda comercial comprobada para la Ruta de la Palta.

Los resultados muestran además que el potencial de la propuesta dependería de la capacidad para ofrecer una experiencia diferenciada, en la que la palta funcione como eje temático, pero se articule con la interacción con productores, gastronomía, paisaje, cultura y actividades participativas. La promoción deberá responder a esta propuesta de valor y desarrollarse de manera progresiva, empleando canales acordes con el segmento finalmente seleccionado.

En consecuencia, el análisis de la oferta y demanda proporciona elementos suficientes para orientar el diseño preliminar de la Ruta de la Palta, pero no para afirmar su viabilidad comercial ni definir de manera definitiva su mercado objetivo. La validación de estos aspectos requerirá una investigación posterior dirigida directamente a visitantes actuales y potenciales.

4.4.31. Discusión de los resultados del objetivo específico 3

Los resultados correspondientes al tercer objetivo específico muestran que San Miguel dispone de recursos productivos, naturales y culturales, además de una planta básica de servicios, que podrían articularse para desarrollar una experiencia turística vinculada con la producción de palta. Sin embargo, estos componentes todavía no conforman un producto turístico organizado, situación que evidencia la necesidad de integrar atractivos, servicios, actividades, infraestructura y actores dentro de una propuesta estructurada.

Este resultado guarda relación con lo planteado por Swisscontact (2014)**,** que concibe el producto turístico como la integración de componentes tangibles e intangibles, entre ellos atractivos, infraestructura, actividades y elementos simbólicos, percibidos por el visitante como una experiencia conjunta. Asimismo, el manual establece que el análisis del destino y del mercado constituye una etapa previa a la conceptualización y diseño del producto turístico. En el caso de San Miguel, los resultados evidencian precisamente que la existencia aislada de parcelas productivas, recursos paisajísticos, establecimientos de hospedaje o gastronomía no garantiza por sí misma la existencia de una Ruta de la Palta; estos elementos requieren ser organizados dentro de una experiencia común.

Los hallazgos también presentan similitudes con el estudio de Suclli et al. (2022) desarrollado en el Valle de Sondondo, donde se plantea el aprovechamiento turístico de la actividad agrícola mediante la articulación de recursos productivos, agricultura tradicional, gastronomía, cultura y conocimientos locales. Dicho estudio propone una experiencia turística basada en la agrobiodiversidad y en el contacto con las prácticas agrícolas de las comunidades. De manera semejante, los resultados obtenidos en San Miguel muestran que la producción de palta podría convertirse en el eje temático de la experiencia, pero debería complementarse con gastronomía, paisaje, interacción con productores y otros recursos del territorio.

Asimismo, los resultados presentan correspondencia con Loayza (2021), quien identificó en Condorccocha a la papa nativa como uno de los recursos centrales de una experiencia de turismo vivencial. En dicha propuesta, la actividad productiva se complementa con visitas a espacios naturales y arqueológicos, aprendizaje sobre agricultura, actividades rurales y participación de agricultores organizados. Esta experiencia constituye un referente pertinente para la Ruta de la Palta, debido a que demuestra que un producto agrícola puede actuar como eje articulador de una experiencia más amplia, siempre que se integre con actividades y servicios complementarios.

En relación con la demanda turística, los resultados del presente estudio deben interpretarse con mayor cautela. Las entrevistas permitieron identificar percepciones acerca de una mayor presencia de visitantes durante festividades y acontecimientos específicos, así como la posibilidad de orientar la propuesta hacia segmentos interesados en turismo rural, vivencial y gastronómico. Sin embargo, la investigación no aplicó instrumentos directamente a turistas, por lo que no es posible establecer con precisión el perfil, tamaño o comportamiento de la demanda.

Esta limitación adquiere especial relevancia al contrastar los resultados con los planteamientos de Swisscontact (2014), según los cuales el análisis del mercado y la identificación de segmentos turísticos forman parte de las condiciones necesarias para planificar un producto. En consecuencia, los segmentos identificados en esta

investigación deben considerarse una aproximación cualitativa inicial y no una segmentación comercial definitiva.

Los resultados también permiten no dar por concluyente que la demanda turística es escasa, predominantemente local y concentrada en festividades. Dado que los visitantes no formaron parte de la muestra, resulta más adecuado interpretar estas características como percepciones de los informantes. Por ello, la presente investigación permite identificar tendencias y posibles segmentos, pero no calcular el volumen de visitantes ni demostrar la existencia de una demanda suficiente para garantizar comercialmente la ruta.

Otro hallazgo relevante corresponde a la importancia de generar una experiencia diferenciada. La sola existencia de producción de palta no garantiza que el territorio sea competitivo frente a otros lugares que ofrecen productos agrícolas similares. Este resultado es consistente con Salazar y Espinoza (2022), quienes, al analizar las rutas del cacao ecuatoriano, identificaron problemas de competitividad cuando existen deficiencias de planificación, estrategias, control y calidad de los servicios ofrecidos. Los autores recomendaron fortalecer la evaluación técnica de los servicios y la gestión de las rutas para mejorar su competitividad.

En San Miguel, esta consideración resulta particularmente importante porque la palta se produce también en otros territorios. Por ello, la ventaja potencial de la propuesta no debería sustentarse únicamente en la disponibilidad del cultivo, sino en la combinación de producción agrícola, interacción con productores, gastronomía, paisaje rural, actividades participativas y calidad de los servicios. La diferenciación dependerá, por tanto, de la manera en que estos componentes sean integrados y presentados al visitante.

En cuanto a la promoción, los resultados muestran que los especialistas consideran relevantes el marketing experiencial, los contenidos audiovisuales, las redes sociales y la articulación entre diferentes actores. Esta perspectiva coincide con las bases teóricas incorporadas en la investigación, donde se señala que la comercialización de una ruta requiere organizar la oferta, construir una imagen del producto y coordinar las acciones promocionales entre actores públicos y privados.

Sin embargo, la promoción debe realizarse una vez que las características fundamentales del producto hayan sido definidas. Promocionar ampliamente la ruta antes de validar el recorrido, los servicios y las actividades podría generar expectativas que el destino todavía no se encuentre en condiciones de satisfacer. Por ello, la secuencia más coherente sería diseñar, probar, evaluar, ajustar y posteriormente ampliar la promoción**.**

En conjunto, la discusión del tercer objetivo permite establecer que los resultados son consistentes con antecedentes sobre turismo rural y rutas agroproductivas, especialmente en cuanto a la necesidad de articular producción agrícola, servicios, comunidad, experiencias y promoción.

Por consiguiente, el principal aporte del objetivo específico 3 consiste en identificar las condiciones de la oferta existente, plantear segmentos y motivaciones potenciales que pueden orientar preliminarmente el diseño de la Ruta de la Palta, sin asumir que existe todavía un mercado validado. Esta distinción permite sustentar técnicamente el paso hacia el objetivo específico 4, en el cual la propuesta deberá estructurarse como un diseño preliminar susceptible de ser posteriormente probado y validado con el mercado turístico.

4.5. Resultados del objetivo específico 4

Objetivo específico 4

Diseñar los componentes técnicos, actividades, servicios e itinerario de la Ruta de la Palta en San Miguel.

4.5.1. Diseño de la Ruta de la Palta

El cuarto objetivo específico estuvo orientado al diseño de la Ruta de la Palta en San Miguel, tomando como base los resultados obtenidos mediante el diagnóstico territorial, la identificación de productores, el análisis de la oferta turística existente y la aproximación cualitativa a la demanda potencial. En consecuencia, la propuesta se plantea como un diseño técnico preliminar, sustentado en la información recopilada mediante entrevistas, revisión documental y análisis de las condiciones del territorio.

El diseño considera la articulación entre los recursos productivos vinculados con la palta, los recursos turísticos complementarios, las actividades vivenciales, los servicios disponibles, la infraestructura, los productores y demás actores involucrados. La propuesta busca organizar dichos componentes bajo una temática común que permita convertir la actividad productiva de la palta en una experiencia turística rural, vivencial y gastronómica.

4.5.2. Conceptualización del producto turístico

La propuesta se denomina **"Ruta de la Palta del Valle de Torobamba – San Miguel"** y se concibe como un producto turístico temático basado en la producción de palta, articulado con experiencias de turismo rural, vivencial y gastronómico.

El eje central de la experiencia corresponde al conocimiento directo del proceso productivo de la palta y a la interacción con los agricultores. A partir de este componente principal, se plantea incorporar actividades complementarias relacionadas con la gastronomía, el paisaje rural, los recursos culturales y naturales del territorio y la comercialización de productos locales.

El ámbito territorial de la propuesta considera a San Miguel como eje articulador y centro de soporte, debido a la concentración de servicios de hospedaje, alimentación, transporte y otros servicios complementarios. Por su parte, el Valle de

Torobamba constituye el principal espacio donde se desarrollarían las experiencias agrícolas y rurales vinculadas con la producción de palta.

En este sentido, la Ruta de la Palta no se limita a un recorrido por plantaciones, sino que se concibe como una experiencia organizada en torno a tres componentes principales: territorio, producción y participación del visitante.

La propuesta busca que el visitante tenga la posibilidad de conocer el proceso productivo directamente en los espacios donde se desarrolla, interactuar con los agricultores, participar en actividades compatibles con la temporada agrícola, degustar productos locales y complementar su recorrido con recursos naturales, culturales y paisajísticos del territorio.

4.5.3. Componentes del producto turístico

A partir del análisis de las entrevistas, el diagnóstico territorial y la revisión de los componentes inicialmente considerados en la propuesta, se identificaron los elementos que podrían estructurar la Ruta de la Palta.

Tabla 25

Componentes propuestos para la Ruta de la Palta del Valle de Torobamba – San Miguel

Componente	Descripción propuesta
Recurso productivo principal	Producción de palta y proceso agrícola desarrollado en el Valle de Torobamba
Productores	Participación directa de agricultores interesados en recibir visitantes y compartir su experiencia
Espacios productivos	Parcelas seleccionadas de acuerdo con accesibilidad, seguridad y disposición del productor
Experiencia vivencial	Interacción con productores y participación en determinadas actividades agrícolas
Gastronomía	Degustación y preparaciones relacionadas con la palta y otros productos locales
Recursos complementarios	Paisajes, miradores, recursos naturales, culturales y acontecimientos programados
Servicios turísticos	Alimentación, hospedaje, transporte y guiado
Interpretación	Explicación del cultivo, manejo, cosecha y características del territorio

Comercialización	Venta directa de palta y otros productos disponibles
Servicios de apoyo	Seguridad, primeros auxilios, señalización e información turística

Nota. Elaboración propia a partir del diagnóstico del destino y del análisis cualitativo de las entrevistas.

La selección definitiva de estos componentes deberá realizarse durante una futura fase de validación. Algunas actividades consideradas inicialmente, como talleres especializados, elaboración de determinados productos derivados o experiencias complementarias, deberán incorporarse únicamente cuando se compruebe su disponibilidad y existan actores locales preparados para ofrecerlas.

4.5.4. Experiencia central de la ruta

Los resultados obtenidos muestran que el principal valor de la propuesta se encuentra en la experiencia desarrollada dentro de las parcelas y en el contacto directo con los productores. En consecuencia, el agricultor constituye uno de los actores principales de la Ruta de la Palta, debido a que posee los conocimientos y experiencias relacionados con el proceso productivo que pueden ser transmitidos al visitante.

La experiencia central podría organizarse mediante la siguiente secuencia:

Recepción del visitante → interpretación del territorio → visita a parcela → explicación del cultivo → interacción con el productor → actividad agrícola según temporada → degustación o experiencia gastronómica → comercialización directa → visita a recurso complementario.

Esta estructura busca transformar la visita a una plantación en una experiencia participativa y educativa, evitando limitar la ruta a la observación del cultivo.

La participación del visitante en determinadas actividades dependerá de las condiciones de cada parcela y del calendario agrícola. Durante la época de cosecha podría incorporarse la recolección de frutos bajo supervisión del productor, mientras que en otros periodos podrían desarrollarse actividades relacionadas con la interpretación de la floración, manejo del cultivo, reconocimiento de variedades, selección de frutos, prácticas agrícolas o gastronomía.

Asimismo, la experiencia deberá mantener el carácter productivo de las parcelas y evitar interferir con las actividades agrícolas habituales. Por ello, las visitas deberán organizarse previamente, establecer horarios y determinar la cantidad de visitantes que puede recibir cada espacio sin afectar las labores de los productores.

4.5.5. Actividades propuestas

Las actividades propuestas para la Ruta de la Palta se estructuran a partir de los conocimientos de los productores, las características del territorio y las recomendaciones formuladas por los especialistas entrevistados.

Entre las principales actividades se consideran las siguientes:

- visita guiada a parcelas productoras de palta;
- explicación del proceso de cultivo;
- reconocimiento de variedades de palta;
- interpretación de las etapas de floración, manejo y cosecha;
- participación en actividades de cosecha cuando la temporada lo permita;
- interacción y conversación directa con los productores;
- demostración de prácticas agrícolas;
- degustación de palta;
- preparaciones gastronómicas elaboradas con palta y productos locales;
- venta directa de productos disponibles;
- recorridos paisajísticos;
- visitas a recursos naturales y culturales complementarios.

También podrían incorporarse progresivamente actividades como talleres de injerto, siembra de plantones, elaboración de productos derivados o experiencias relacionadas con otros sistemas productivos presentes en el territorio. Sin embargo, estas actividades deberán ser previamente verificadas y validadas antes de incorporarse formalmente a la oferta turística.

La programación deberá adaptarse al calendario productivo, debido a que no todas las actividades agrícolas pueden desarrollarse durante todo el año. Por ello, la Ruta de la Palta deberá contar con alternativas que permitan mantener la experiencia turística durante diferentes etapas del ciclo productivo.

4.5.6. Servicios requeridos

La operación de la Ruta de la Palta requerirá articular los servicios existentes en la ciudad de San Miguel con aquellos que deberán implementarse o fortalecerse en los puntos específicos del recorrido.

El servicio de alimentación podrá desarrollarse mediante restaurantes existentes y otros establecimientos previamente seleccionados que cumplan con condiciones adecuadas para atender visitantes. Asimismo, la gastronomía podrá constituir parte de la experiencia mediante preparaciones vinculadas con la palta y productos locales.

El hospedaje será especialmente relevante para las modalidades de recorrido que consideren permanencia de más de un día. Para ello deberá evaluarse previamente la capacidad, calidad y disponibilidad de los establecimientos existentes.

El servicio de transporte permitirá articular San Miguel con los sectores productivos del Valle de Torobamba y demás puntos considerados dentro del recorrido. Su organización deberá contemplar las características de las vías, número de visitantes y condiciones de seguridad.

El guiado o acompañamiento interpretativo deberá estar a cargo de personal capacitado. Este servicio puede complementarse con la participación directa de los productores, quienes podrán transmitir sus conocimientos agrícolas, mientras que el personal turístico podrá contribuir con la conducción del grupo, interpretación general y organización del recorrido.

También serán necesarios servicios higiénicos, áreas de descanso, señalización, información turística, primeros auxilios y medidas básicas de seguridad**,** especialmente en los espacios rurales seleccionados.

En consecuencia, la existencia de servicios en San Miguel constituye una base inicial para la propuesta, pero la operación de la ruta requerirá evaluar su capacidad real y complementar dichos servicios con acondicionamientos específicos en los puntos de visita.

4.5.7. Selección de parcelas y puntos de visita

La incorporación de parcelas a la Ruta de la Palta no deberá realizarse únicamente en función de la cantidad de producción agrícola. Los resultados obtenidos

muestran que deben considerarse también la disposición del productor, accesibilidad, seguridad y condiciones mínimas para recibir visitantes.

En ese sentido, se establecen como criterios preliminares para la selección de parcelas los siguientes:

- disposición voluntaria del productor para participar;
- experiencia y conocimiento sobre la producción de palta;
- disponibilidad para interactuar con visitantes;
- accesibilidad de la parcela;
- estado de las vías de ingreso;
- seguridad durante el recorrido;
- disponibilidad de espacio para recibir grupos;
- posibilidad de desarrollar actividades interpretativas;
- proximidad con otros puntos del recorrido;
- disponibilidad de actividades según temporada;
- posibilidad de realizar acondicionamientos básicos.

La aplicación de estos criterios permitirá priorizar inicialmente aquellas parcelas que presenten mejores condiciones para participar en una fase piloto.

Las parcelas identificadas en la propuesta deberán considerarse como puntos potenciales de visita**,** debido a que su incorporación definitiva dependerá de una evaluación técnica posterior, del consentimiento de los propietarios y de la verificación de las condiciones reales de acceso y seguridad.

La selección también deberá considerar el número máximo de visitantes que puede recibir cada espacio, procurando evitar impactos negativos sobre las actividades agrícolas y garantizar una interacción adecuada entre visitantes y productores.

4.5.8. Estructuración preliminar del recorrido

La propuesta establece a la ciudad de San Miguel como punto articulador de la Ruta de la Palta y plantea conectar desde este espacio los diferentes sectores productivos del Valle de Torobamba.

El recorrido podrá incorporar parcelas productoras de palta, espacios paisajísticos y recursos naturales y culturales complementarios, procurando establecer

una secuencia lógica que reduzca tiempos innecesarios de desplazamiento y favorezca la continuidad de la experiencia.

La estructuración definitiva del recorrido deberá considerar la distancia entre los puntos seleccionados, tiempo de desplazamiento, estado de las vías, disponibilidad de transporte, duración de las actividades y capacidad de atención de cada espacio.

Asimismo, deberá existir correspondencia entre el tiempo invertido en el traslado y el valor de las experiencias ofrecidas al visitante. Esta condición resulta relevante debido a que un recorrido excesivamente prolongado podría reducir la competitividad de la propuesta frente a otros destinos con productos similares.

Antes de implementar formalmente la ruta se recomienda efectuar una visita técnica de validación del recorrido, mediante la cual se registren distancias reales, tiempos, condiciones de accesibilidad y seguridad y necesidades de señalización.

Por esta razón, el trazado presentado en la investigación corresponde a un recorrido propuesto**,** sujeto a ajustes posteriores antes de su operación turística.

4.5.9. Itinerarios preliminares

Con la finalidad de adaptar la propuesta a diferentes tiempos de permanencia, se plantean preliminarmente dos modalidades de recorrido: itinerario de un día e itinerario de dos días**.**

a) Itinerario de un día

El recorrido de un día está orientado principalmente a visitantes que realizan estadías cortas y busca concentrar los componentes centrales de la experiencia en una sola jornada.

Tabla 26

Itinerario preliminar de un día para la Ruta de la Palta

Momento	Actividad propuesta
Inicio de la experiencia	Recepción e introducción a la Ruta de la Palta
Traslado	Desplazamiento hacia el Valle de Torobamba
Primera experiencia	Visita a parcela productora y explicación del proceso agrícola
Actividad vivencial	Participación en una actividad agrícola según disponibilidad y temporada
Mediodía	Almuerzo o experiencia gastronómica
Segunda experiencia	Degustación, interacción con productores y comercialización directa
Actividad complementaria	Visita a recurso paisajístico, natural o cultural
Cierre	Retorno a San Miguel

Nota. Elaboración propia. Itinerario preliminar sujeto a validación operativa, disponibilidad de productores y condiciones estacionales.

Durante la visita a las parcelas, el productor podrá explicar las características del cultivo, las variedades presentes, técnicas de manejo y aspectos relacionados con la cosecha y comercialización. Cuando las condiciones productivas lo permitan, el visitante podrá participar en actividades previamente autorizadas y supervisadas.

La experiencia gastronómica permitirá complementar el componente agrícola mediante preparaciones elaboradas con palta y otros insumos locales. La jornada podrá finalizar con la visita a un recurso complementario antes del retorno a San Miguel.

b) Itinerario de dos días

La modalidad de dos días busca ampliar la experiencia mediante una mayor permanencia en el territorio y permitir la incorporación de actividades complementarias.

Tabla 27

Itinerario preliminar de dos días para la Ruta de la Palta

Día	Momento	Actividad propuesta
Día 1	Inicio	Recepción e introducción a la Ruta de la Palta
Día 1	Mañana	Traslado hacia el Valle de Torobamba
Día 1	Mañana	Visita a parcela e interpretación del proceso productivo
Día 1	Mediodía	Experiencia gastronómica
Día 1	Tarde	Actividad agrícola o visita a una segunda parcela
Día 1	Final de tarde	Retorno a San Miguel
Día 1	Noche	Alojamiento
Día 2	Mañana	Visita a recurso natural, cultural o productivo complementario
Día 2	Mediodía	Almuerzo y degustación de productos locales
Día 2	Tarde	Comercialización directa, cierre y evaluación de la experiencia
Día 2	Final	Retorno

Nota. Elaboración propia. La programación definitiva deberá ajustarse según distancias, disponibilidad de servicios, condiciones de las parcelas y resultados de una futura prueba piloto.

La modalidad de dos días dependerá especialmente de la capacidad de alojamiento y alimentación disponible en San Miguel. En consecuencia, antes de comercializar este itinerario será necesario verificar los establecimientos que puedan atender a los visitantes y determinar el número máximo de participantes que podría manejarse adecuadamente.

4.5.10. Resultado parcial del diseño

Los resultados permiten estructurar preliminarmente la **Ruta de la Palta del Valle de Torobamba – San Miguel** como un producto turístico temático basado en la

interacción entre producción agrícola, territorio y experiencia del visitante. El diseño integra parcelas productivas, participación de agricultores, actividades vivenciales, gastronomía, recursos complementarios y servicios de soporte.

La propuesta permite organizar los recursos identificados durante el diagnóstico bajo una temática común y establece criterios preliminares para seleccionar parcelas, estructurar actividades, articular servicios y organizar recorridos de uno y dos días.

Sin embargo, los componentes definidos constituyen un diseño técnico preliminar y no un producto turístico actualmente operativo o comercialmente validado**.** Su implementación requerirá seleccionar definitivamente las parcelas participantes, verificar los servicios, validar los tiempos y recorridos, acondicionar determinados espacios y realizar experiencias piloto.

Por tanto, el diseño desarrollado constituye una base técnica para una futura etapa de validación e implementación progresiva de la Ruta de la Palta, en la cual podrán ajustarse sus componentes de acuerdo con la respuesta de los visitantes, las capacidades de los productores y las condiciones operativas del territorio.

4.5.11. Evaluación técnica preliminar de las condiciones para la implementación

La evaluación técnica de la Ruta de la Palta se realizó a partir de los resultados obtenidos en el diagnóstico del territorio, las condiciones de infraestructura y servicios, la disposición de los productores entrevistados, las características de la oferta turística existente y las recomendaciones formuladas por los especialistas. Esta evaluación tiene carácter preliminar, debido a que la investigación no incluyó un estudio financiero, una medición directa de la demanda ni una prueba piloto del producto turístico.

4.5.12. Recursos productivos y turísticos

Una de las principales condiciones favorables corresponde a la presencia de producción de palta en el Valle de Torobamba, la cual proporciona el eje temático y productivo de la ruta. Asimismo, el territorio dispone de recursos naturales, culturales, paisajísticos y acontecimientos programados que pueden complementar la experiencia.

La disponibilidad de estos recursos permite plantear una propuesta que combine actividades agrícolas, gastronomía, paisaje y contacto con los productores. No obstante, la existencia de los recursos no implica que todos se encuentren actualmente

acondicionados para su incorporación inmediata a un recorrido turístico, por lo que será necesaria una selección y evaluación previa de los puntos de visita.

4.5.13. Participación de los productores

La participación de los agricultores constituye una condición indispensable para la implementación de la propuesta. Los dos productores entrevistados manifestaron disposición para recibir visitantes y compartir conocimientos relacionados con el cultivo de palta; sin embargo, los resultados no permiten generalizar esta disposición al conjunto de productores del territorio.

En consecuencia, la participación local puede considerarse una condición favorable inicial, pero requiere fortalecerse mediante sensibilización, capacitación y selección voluntaria de productores. La fase inicial de la ruta debería desarrollarse con un grupo reducido de agricultores interesados, permitiendo evaluar posteriormente la incorporación de nuevos participantes.

4.5.14. Infraestructura y accesibilidad

La infraestructura existente en San Miguel proporciona una base para la organización de la propuesta, particularmente por su conectividad y concentración de determinados servicios. No obstante, se identificaron necesidades relacionadas con señalización, acondicionamiento de accesos a parcelas, servicios higiénicos, áreas de descanso y espacios adecuados para la recepción de visitantes.

Por ello se identificó como requerimientos el acondicionamiento de accesos, señalización turística, servicios higiénicos, áreas de estacionamiento y espacios de información.

Por ello, la infraestructura debe considerarse una condición parcialmente favorable, debido a que existe una base funcional, pero todavía se requieren intervenciones específicas antes de operar formalmente la ruta.

4.5.15. Planta y servicios turísticos

San Miguel dispone de establecimientos de hospedaje, alimentación, transporte y servicios complementarios que podrían brindar soporte inicial al producto turístico. Sin embargo, los resultados mostraron diferencias respecto de su capacidad, categorización y adecuación para atender distintos perfiles de visitantes.

Esta condición adquiere especial importancia para el itinerario de dos días, debido a que su funcionamiento depende de la existencia de alojamiento, alimentación y transporte suficientes. En consecuencia, antes de comercializar el producto será necesario seleccionar los prestadores participantes y verificar su capacidad operativa.

4.5.16. Capacidades para la atención turística

Los productores poseen conocimientos agrícolas que representan una fortaleza para la interpretación del proceso productivo; sin embargo, se identificaron necesidades de capacitación en atención al visitante, hospitalidad, seguridad y organización de experiencias.

Es por ello, que se consideran prioritarias la capacitación en atención al visitante, guiado, manejo de grupos, turismo sostenible y comercialización del producto agrícola.

Por tanto, el fortalecimiento de capacidades constituye una condición necesaria previa a la implementación**,** especialmente para garantizar que la experiencia sea organizada y segura.

4.5.17. Gestión y articulación institucional

Los resultados evidencian que la coordinación entre productores, prestadores de servicios, gobierno local y entidades relacionadas con turismo deberá fortalecerse antes de implementar la ruta.

La propuesta requiere establecer responsabilidades y mecanismos de coordinación que permitan organizar las visitas, capacitar a los participantes, gestionar mejoras y realizar acciones de promoción. Se plantea un modelo participativo que incorpora actores públicos, privados, productores y organizaciones locales.

No obstante, las instituciones mencionadas no deben presentarse como actores que ya hayan asumido formalmente compromisos con la propuesta. Su participación deberá definirse mediante coordinaciones posteriores.

4.5.18. Mercado turístico

La existencia de un mercado interesado constituye uno de los aspectos que requieren mayor validación. Las entrevistas permitieron identificar segmentos

potenciales vinculados con turismo rural, vivencial y gastronómico; sin embargo, no se realizó una investigación directa con visitantes potenciales.

Por esta razón, no es posible afirmar que exista actualmente una demanda suficiente para garantizar la operación comercial de la Ruta de la Palta**.** La identificación del mercado objetivo, intención de visita y disposición de pago deberá realizarse posteriormente mediante un estudio específico de demanda.

4.5.19. Inversión requerida

La propuesta requiere intervenciones relacionadas con infraestructura básica, acondicionamiento, capacitación, promoción y gestión.

Las necesidades económicas deben entenderse como rubros de inversión identificados preliminarmente, cuyos costos deberán estimarse posteriormente mediante cotizaciones y evaluación técnica.

Tabla 28

Condiciones preliminares para la implementación de la Ruta de la Palta

Componente	Condición identificada	Valoración preliminar	Acción requerida
Recursos productivos	Presencia de producción de palta y conocimiento agrícola	Favorable	Seleccionar parcelas y actividades
Recursos complementarios	Existencia de recursos naturales, culturales y paisajísticos	Favorable con evaluación previa	Determinar cuáles serán incorporados
Participación de productores	Disposición favorable de los productores entrevistados	Favorable inicialmente	Sensibilización y selección voluntaria
Infraestructura	Base existente con necesidades de mejora	Requiere fortalecimiento	Accesos, señalización, recepción y servicios básicos
Servicios turísticos	Existen servicios de apoyo en San Miguel	Requiere verificación	Evaluar capacidad y calidad
Capacitación	Experiencia agrícola pero	Requiere fortalecimiento	Capacitación previa

	limitada formación turística		
Gestión institucional	Existen actores potenciales, pero no estructura formal de gestión	Requiere articulación	Establecer coordinación y responsabilidades
Promoción	Existen alternativas de difusión identificadas	Pendiente de implementación	Diseñar estrategia después de validar el producto
Mercado	Segmentos potenciales identificados cualitativamente	Requiere validación	Realizar estudio directo de demanda
Inversión	Se identifican rubros necesarios	No cuantificada	Elaborar presupuesto y estudio económico
Operatividad	Se cuenta con un diseño preliminar	No validada	Ejecutar recorrido y experiencia piloto

Nota. Elaboración propia a partir del diagnóstico territorial y del análisis cualitativo de las entrevistas. La valoración corresponde a condiciones preliminares y no constituye una evaluación de viabilidad económica o financiera.

4.5.20. Resultado de la evaluación técnica preliminar

La evaluación realizada permite establecer que la Ruta de la Palta presenta condiciones iniciales que justifican avanzar hacia una fase posterior de validación, principalmente por la existencia de producción agrícola, recursos complementarios, servicios básicos y productores entrevistados interesados en participar.

Sin embargo, también se identificaron aspectos que requieren fortalecimiento antes de una implementación formal, entre ellos la selección definitiva de parcelas, capacitación de actores, acondicionamiento de espacios, señalización, articulación institucional, definición del mercado objetivo y evaluación de los costos requeridos.

Por consiguiente, los resultados no permiten afirmar que la Ruta de la Palta sea actualmente un producto turística, económica o financieramente viable, sino que presenta condiciones preliminares favorables para continuar con su desarrollo y someterla a una fase piloto.

La prueba piloto permitirá evaluar aspectos que no pueden determinarse únicamente mediante entrevistas y análisis documental, tales como tiempos reales de recorrido, funcionamiento de las actividades, coordinación entre actores, respuesta de los visitantes, dificultades operativas y calidad de los servicios permitiendo avanzar posteriormente hacia una etapa de consolidación y ampliación.

En consecuencia, la evaluación técnica permite recomendar un modelo de implementación progresiva, comenzando con un número reducido de parcelas y actividades, evaluando los resultados obtenidos y realizando ajustes antes de ampliar la ruta.

4.5.21. Modelo de gestión y articulación institucional para la Ruta de la Palta

La implementación y sostenibilidad de la Ruta de la Palta requieren un modelo de gestión participativo que permita coordinar a los diferentes actores involucrados en el territorio. Debido a que el turismo constituye una actividad multisectorial, la operación del producto dependerá de la articulación entre productores, prestadores de servicios, gobiernos locales, entidades del sector turismo y organizaciones sociales, evitando que las acciones se desarrollen de manera aislada o fragmentada.

Los resultados obtenidos en los objetivos anteriores evidenciaron que los productores poseen el conocimiento agrícola necesario para liderar la experiencia vivencial, mientras que las instituciones públicas pueden desempeñar un papel facilitador en aspectos relacionados con capacitación, promoción, infraestructura y coordinación territorial. En este contexto, el modelo de gestión propuesto busca distribuir responsabilidades de acuerdo con las competencias y capacidades de cada actor.

4.5.22. Estructura organizativa propuesta

Se propone la conformación de un Comité de Gestión de la Ruta de la Palta, entendido como un órgano de coordinación local encargado de planificar, supervisar y fortalecer el funcionamiento del producto turístico. Este comité no constituye una organización actualmente existente, sino una propuesta técnica derivada de las necesidades de articulación identificadas durante la investigación.

El comité tendría una composición representativa que permita integrar a los principales actores del territorio.

Tabla 29

Composición propuesta del Comité de Gestión de la Ruta de la Palta

Actor	Función principal
Municipalidad Provincial de La Mar	Coordinación general y articulación institucional.
Productores de palta	Organización de las experiencias agrícolas y representación del sector productivo.
Prestadores de servicios turísticos	Coordinación de hospedaje, alimentación y atención al visitante.
DIRCETUR Ayacucho	Asistencia técnica y fortalecimiento turístico.
Sociedad civil u organizaciones locales	Participación comunitaria y seguimiento de la propuesta.

Nota. Elaboración propia. La composición corresponde a una propuesta organizativa derivada del análisis de los actores del territorio.

La conformación de este comité permitiría establecer un espacio permanente de coordinación entre los sectores involucrados, facilitando la toma de decisiones y la planificación conjunta del producto turístico.

4.5.23. Funciones del Comité de Gestión

El comité tendría como finalidad garantizar la operación organizada y progresiva de la Ruta de la Palta. Entre sus principales funciones se proponen las siguientes:

- coordinar la planificación y operación del recorrido turístico;
- supervisar la calidad de los servicios ofrecidos;
- organizar programas de capacitación para productores y prestadores;
- promover la formalización de los actores participantes;
- gestionar proyectos de mejora e inversión;
- coordinar acciones de promoción turística;
- evaluar periódicamente el funcionamiento de la ruta;
- proponer ajustes en itinerarios, actividades y servicios.

Estas funciones responden directamente a las necesidades identificadas durante las entrevistas, especialmente en relación con la capacitación, la articulación institucional y la continuidad de la propuesta.

4.5.24. Roles de los actores involucrados

El éxito de la Ruta de la Palta dependerá de una distribución clara de responsabilidades entre los diferentes actores del territorio. A partir del análisis realizado, se propone la siguiente estructura funcional.

Tabla 30

Roles propuestos para los actores de la Ruta de la Palta

Actor	Rol dentro de la propuesta
Productores	Desarrollar experiencias agrícolas, recibir visitantes y transmitir conocimientos productivos.
Municipalidad	Coordinar la gestión territorial, infraestructura y promoción local.
DIRCETUR	Brindar asistencia técnica, capacitación y articulación regional.
Prestadores de servicios	Ofrecer hospedaje, alimentación y servicios complementarios.
Operadores turísticos	Comercializar el producto una vez validado el recorrido.
Instituciones académicas	Apoyar procesos de investigación, capacitación y evaluación del producto.

Nota. Elaboración propia.

4.5.25. Mecanismos de coordinación institucional

Para garantizar el funcionamiento del modelo de gestión se proponen mecanismos permanentes de coordinación entre los actores participantes. Estas acciones permitirían mantener una comunicación fluida y facilitar la toma de decisiones durante las diferentes etapas de implementación.

Los principales mecanismos propuestos son:

- convenios de cooperación entre la municipalidad y DIRCETUR;
- mesas técnicas trimestrales con participación de productores y prestadores;
- elaboración de planes operativos anuales para la ruta;

- protocolos estandarizados de atención al visitante;
- reuniones periódicas de evaluación y mejora del producto;
- sistema básico de registro de visitantes y satisfacción turística.

Estos instrumentos permitirían fortalecer la gobernanza local y facilitar la continuidad del producto más allá de los cambios administrativos o institucionales.

4.5.26. Enfoque de sostenibilidad del modelo

El modelo de gestión incorpora un enfoque de sostenibilidad económica, social y ambiental, procurando que la actividad turística contribuya al desarrollo local sin afectar la función productiva del territorio.

Desde la dimensión económica, la ruta busca generar ingresos complementarios para productores y prestadores de servicios mediante actividades agrícolas, gastronómicas y comerciales.

En la dimensión social, la propuesta promueve la participación de los agricultores, el fortalecimiento de capacidades locales y la valorización del conocimiento productivo como patrimonio del territorio.

En la dimensión ambiental, la experiencia prioriza el uso responsable de los recursos naturales, la conservación del paisaje agrícola y la implementación de buenas prácticas durante las visitas.

Este enfoque resulta especialmente pertinente para San Miguel, debido a que el desarrollo turístico se plantea como una actividad complementaria a la producción agrícola y no como un sustituto de ella.

4.5.27. Gobernanza participativa

La gobernanza constituye uno de los elementos centrales del modelo propuesto. En lugar de concentrar la toma de decisiones en una única institución, la Ruta de la Palta plantea un esquema colaborativo donde los productores mantienen un papel protagónico en el diseño y operación de las experiencias.

La participación comunitaria favorece la apropiación local del producto turístico, incrementa el compromiso de los actores y contribuye a que las decisiones respondan a las necesidades reales del territorio. Asimismo, permite que los beneficios

derivados del turismo se distribuyan de manera más equitativa entre quienes participan directamente en la experiencia.

En consecuencia, la sostenibilidad de la Ruta de la Palta dependerá no solamente de la calidad del recorrido, sino también de la capacidad del territorio para mantener procesos permanentes de coordinación, capacitación y mejora continua.

4.5.28. Resultado del modelo de gestión

Los resultados permiten establecer que la implementación de la Ruta de la Palta requiere un modelo de gestión participativo y articulado, donde productores, instituciones públicas y prestadores de servicios compartan responsabilidades dentro de una estructura organizativa común.

La propuesta del Comité de Gestión constituye un mecanismo técnico para coordinar la planificación, operación, promoción y evaluación del producto turístico, favoreciendo la continuidad institucional y la participación de los actores locales.

Asimismo, el modelo incorpora principios de sostenibilidad económica, social y ambiental, promoviendo que el turismo funcione como una actividad complementaria a la producción agrícola y contribuya al fortalecimiento del desarrollo rural del distrito de San Miguel.

4.5.29. Requerimientos de infraestructura, equipamiento y fortalecimiento de capacidades

La implementación de la Ruta de la Palta requiere el fortalecimiento de determinadas condiciones físicas y humanas que permitan desarrollar las actividades propuestas de manera organizada y segura. Los resultados de las entrevistas muestran que, si bien existen recursos productivos y servicios que constituyen una base para el diseño de la ruta, persisten necesidades relacionadas principalmente con accesibilidad, señalización, espacios para la recepción de visitantes, servicios higiénicos y capacitación turística.

Estas necesidades también fueron reconocidas por los propios productores. Percy Marapi señaló que para recibir visitantes de manera segura y organizada serían necesarios caminos en buen estado, señalización, áreas de descanso y capacitación en

atención al visitante. Asimismo, manifestó la necesidad de contar con mejoras de infraestructura, como baños y áreas de recepción.

Por su parte, Senovio Lizana destacó la necesidad de contar con espacios acondicionados que proporcionen comodidad a los visitantes y señaló que la capacitación constituye un componente esencial para incorporar a los productores a la actividad turística.

En consecuencia, los requerimientos planteados para la Ruta de la Palta deben entenderse como necesidades preliminares de acondicionamiento y fortalecimiento, cuya magnitud definitiva deberá establecerse mediante una evaluación técnica de los puntos seleccionados para el recorrido.

4.5.30. Requerimientos de infraestructura turística básica

La infraestructura turística básica constituye una condición necesaria para facilitar el desplazamiento, orientación y permanencia de los visitantes durante el recorrido. Se identificó como principales necesidades la señalización, el acondicionamiento de accesos a parcelas, los puntos de información, los servicios higiénicos y las áreas de estacionamiento.

En función de estos resultados, se plantean los siguientes requerimientos:

Señalización turística. Se requiere implementar señalización direccional que facilite la orientación desde San Miguel hacia los puntos seleccionados del Valle de Torobamba. Asimismo, en los espacios de visita podrían incorporarse elementos interpretativos que proporcionen información sobre el cultivo, el territorio y las actividades desarrolladas.

Accesos a las parcelas. Los accesos deberán evaluarse individualmente para determinar las condiciones de tránsito peatonal y vehicular. Cuando corresponda, deberán acondicionarse senderos o puntos de ingreso que permitan el desplazamiento seguro de los visitantes sin interferir con las actividades agrícolas.

Áreas de recepción y descanso. Las parcelas incorporadas al recorrido deberán disponer, según sus características y capacidad, de espacios básicos para recibir visitantes, proporcionar indicaciones iniciales y permitir periodos breves de descanso.

Servicios higiénicos. Se deberá garantizar la disponibilidad de servicios higiénicos en puntos estratégicos del recorrido. Esto no implica necesariamente que cada parcela deba contar con infraestructura independiente, sino que el diseño operativo deberá determinar dónde estarán ubicados estos servicios y garantizar su disponibilidad durante la visita.

Áreas de estacionamiento. En aquellos puntos donde se contemple el ingreso de vehículos deberá verificarse la existencia de espacios seguros para el embarque, desembarque y estacionamiento temporal.

Punto de información turística. San Miguel, en su condición de centro articulador de la propuesta, podría disponer de un punto de orientación donde el visitante reciba información sobre el recorrido, actividades, horarios, recomendaciones y condiciones de visita.

Estas intervenciones deberán priorizar el acondicionamiento de infraestructura existente y evitar modificaciones innecesarias que alteren el carácter productivo y paisajístico del territorio.

4.5.31. Requerimientos de equipamiento

Además de las condiciones físicas, la operación de la ruta requerirá equipamiento básico para facilitar la interpretación, organización y seguridad durante las visitas. Se identificó como requerimientos materiales para guiado, señalización preventiva, botiquines, espacios para degustación y recursos gráficos o audiovisuales.

El equipamiento básico podría comprender materiales interpretativos sobre el proceso productivo de la palta, señalización portátil para determinadas actividades, botiquines de primeros auxilios, elementos de identificación para responsables del recorrido y materiales destinados a la orientación de los visitantes.

Asimismo, cuando se desarrollen degustaciones o actividades gastronómicas, deberán disponerse espacios y utensilios adecuados de acuerdo con las características de la actividad y las condiciones sanitarias correspondientes.

Los puntos destinados a comercialización directa también deberán organizarse de manera que permitan exhibir y entregar los productos sin afectar las labores productivas habituales.

El equipamiento deberá seleccionarse según las actividades que finalmente sean validadas para la ruta. Por tanto, no resulta necesario adquirir implementos correspondientes a experiencias que todavía no formen parte de la operación efectiva.

4.5.32. Fortalecimiento de capacidades de los productores

El fortalecimiento del capital humano constituye uno de los principales requerimientos para la futura implementación. Los productores poseen conocimientos sobre el cultivo y manejo de la palta; sin embargo, las entrevistas evidenciaron una limitada experiencia específica en turismo.

Senovio Lizana reconoció expresamente esta situación al señalar que los productores conocen poco sobre turismo y consideró que la capacitación debería constituir uno de los primeros componentes de una eventual implementación.

En concordancia con estas necesidades, se proponen procesos de fortalecimiento de capacidades relacionados con:

- atención al visitante y hospitalidad;
- interpretación del proceso productivo;
- comunicación con visitantes;
- manejo básico de grupos;
- seguridad y actuación ante incidentes;
- buenas prácticas ambientales;
- manipulación higiénica de alimentos para quienes participen en actividades gastronómicas;
- comercialización directa de productos;
- organización y coordinación entre participantes.

Estas capacitaciones no pretenden convertir necesariamente a los productores en guías turísticos profesionales. Su finalidad es proporcionar herramientas básicas para que puedan compartir sus conocimientos productivos dentro de una experiencia organizada, mientras que las funciones especializadas de conducción e interpretación turística podrán complementarse con personal capacitado.

Además, cabe mencionar la atención al visitante, hospitalidad rural, guiado, turismo sostenible, comercialización y trabajo colaborativo como áreas prioritarias de fortalecimiento.

4.5.33. Fortalecimiento de capacidades de los prestadores de servicios

El fortalecimiento de capacidades no debe limitarse a los productores. Los establecimientos de alimentación, hospedaje, transporte y demás servicios que eventualmente formen parte de la ruta deberán mantener condiciones adecuadas de atención.

Por ello, se plantea que los prestadores participantes puedan recibir orientación o capacitación en temas relacionados con calidad del servicio, atención al visitante, coordinación con operadores de la ruta, manejo de información turística y buenas prácticas de sostenibilidad.

La capacitación conjunta también favorecería la integración del producto, debido a que permitiría que productores y prestadores comprendan que la experiencia del visitante depende del funcionamiento coordinado de todos los componentes del recorrido.

4.5.34. Seguridad y atención de contingencias

La seguridad deberá incorporarse transversalmente al diseño de la experiencia. Antes de iniciar la operación será necesario identificar posibles riesgos en caminos, parcelas, zonas de estacionamiento y actividades participativas.

Cada punto deberá contar con indicaciones claras respecto de las zonas permitidas para visitantes y aquellas destinadas exclusivamente a actividades productivas. Asimismo, deberán establecerse procedimientos básicos de actuación frente a accidentes o emergencias y garantizar la disponibilidad de botiquines en puntos estratégicos.

Las actividades agrícolas participativas deberán realizarse únicamente cuando las condiciones sean seguras y bajo supervisión. La interacción turística no deberá exponer al visitante a maquinaria, herramientas, insumos agrícolas u otras condiciones propias de la producción sin las medidas correspondientes.

4.5.35. Gestión ambiental de las visitas

El acondicionamiento de la ruta deberá procurar que la incorporación de visitantes no genere efectos negativos sobre las parcelas ni sobre el entorno rural.

Por ello, se considera acciones relacionadas con disposición adecuada de residuos, reducción del uso de materiales desechables, educación ambiental, protección de cultivos y delimitación de espacios de circulación entre los aspectos asociados con la sostenibilidad de la propuesta.

Asimismo, el número de visitantes deberá ajustarse a la capacidad de cada espacio. En una primera fase resulta recomendable trabajar con grupos pequeños hasta conocer el comportamiento real del recorrido y determinar la capacidad operativa de los productores y prestadores.

4.5.36. Priorización de requerimientos

Tabla 31

Requerimientos preliminares para la implementación de la Ruta de la Palta

Área	Requerimiento	Prioridad propuesta	Etapa
Accesibilidad	Evaluación y acondicionamiento básico de accesos	Alta	Previa al piloto
Señalización	Señales direccionales y preventivas básicas	Alta	Previa al piloto
Recepción	Acondicionamiento básico de puntos de visita	Alta	Previa al piloto
Servicios higiénicos	Identificación y adecuación de puntos disponibles	Alta	Previa al piloto
Seguridad	Botiquines, identificación de riesgos y protocolos básicos	Alta	Previa al piloto
Capacitación	Atención al visitante, hospitalidad y manejo de grupos	Muy alta	Previa al piloto
Interpretación	Material informativo sobre producción y territorio	Media	Piloto
Áreas de descanso	Espacios básicos en puntos seleccionados	Media	Piloto
Comercialización	Espacios organizados para venta directa	Media	Piloto

Promoción	Material digital y comunicación de la experiencia	Media	Después de la validación inicial
Equipamiento adicional	Recursos específicos para nuevas actividades	Progresiva	Etapa de consolidación

Nota. Elaboración propia a partir del análisis cualitativo de las entrevistas y de los requerimientos identificados en el diseño preliminar. La prioridad propuesta corresponde al orden técnico de intervención y no representa una estimación presupuestal.

4.5.37. Resultado del análisis de requerimientos

Los resultados permiten establecer que la futura implementación de la Ruta de la Palta requiere principalmente acondicionamientos básicos y fortalecimiento de capacidades, antes que una intervención inmediata de gran escala. Las necesidades prioritarias corresponden a accesibilidad, señalización, espacios de recepción, servicios higiénicos, seguridad y capacitación de los actores participantes.

Las entrevistas respaldan particularmente la importancia de estas intervenciones. Percy Marapi identificó caminos, señalización, áreas de descanso, baños, áreas de recepción y capacitación turística como condiciones necesarias para recibir visitantes. Senovio Lizana, por su parte, enfatizó la necesidad de espacios acondicionados y capacitación.

En consecuencia, la implementación deberá comenzar con una evaluación individual de las parcelas y puntos seleccionados**,** debido a que las necesidades de acondicionamiento pueden variar entre espacios. Posteriormente deberán ejecutarse las mejoras indispensables para una experiencia piloto y evaluar su funcionamiento antes de realizar inversiones de mayor magnitud.

Este enfoque permitirá evitar inversiones prematuras, reducir riesgos y ajustar progresivamente la infraestructura, el equipamiento y las capacidades locales de acuerdo con las necesidades observadas durante la operación inicial de la Ruta de la Palta.

4.5.38. Plan de implementación progresiva de la Ruta de la Palta

La puesta en marcha de la Ruta de la Palta requiere un proceso progresivo que permita fortalecer previamente las condiciones organizativas, técnicas y operativas

identificadas durante la investigación. En consecuencia, el plan de implementación se plantea como una propuesta orientadora para una etapa posterior al presente estudio, y no como un conjunto de acciones actualmente ejecutadas o formalmente comprometidas por las instituciones mencionadas.

La estrategia se sustenta en un enfoque escalonado, iniciando con un número reducido de productores previamente sensibilizados, parcelas, actividades y prestadores de servicios, para posteriormente ampliar la propuesta de acuerdo con los resultados obtenidos. Este planteamiento permite reducir riesgos, identificar dificultades operativas y realizar ajustes antes de incrementar la escala de funcionamiento.

Asimismo, los especialistas entrevistados destacaron la importancia de que cualquier proceso de colaboración se desarrolle con transparencia, participación y metas definidas a corto y mediano plazo.

Fase I. Organización y preparación inicial

La primera fase tiene como finalidad establecer las condiciones básicas necesarias antes de recibir visitantes. En esta etapa deberá socializarse la propuesta con productores y otros actores potencialmente involucrados, identificar voluntariamente las parcelas interesadas y verificar sus condiciones de accesibilidad y seguridad.

Durante esta fase se propone desarrollar las siguientes acciones:

- socialización del diseño de la Ruta de la Palta con productores y actores locales;
- identificación de productores interesados en participar voluntariamente;
- evaluación preliminar de las parcelas propuestas;
- selección inicial de puntos de visita;
- reconocimiento técnico del recorrido;
- identificación de necesidades de acondicionamiento;
- capacitación básica en atención al visitante y seguridad;
- coordinación con prestadores de alimentación, transporte y otros servicios;
- definición preliminar de funciones entre los actores participantes.

Esta fase deberá culminar únicamente cuando exista un conjunto mínimo de condiciones que permita desarrollar una experiencia piloto de manera organizada y segura.

Fase II. Validación mediante experiencia piloto

La segunda fase corresponde a la ejecución controlada de la propuesta mediante una o más **visitas piloto**. Su propósito principal no será todavía comercializar masivamente la Ruta de la Palta, sino comprobar si el diseño desarrollado funciona adecuadamente en condiciones reales.

Se plantea que durante la fase piloto se ejecuten recorridos guiados, visitas a parcelas, actividades productivas y degustaciones, articulándolas con servicios de alimentación y transporte, y recopilando posteriormente observaciones de los participantes.

La experiencia piloto deberá permitir evaluar:

- duración real de los desplazamientos;
- tiempo destinado a cada actividad;
- capacidad de recepción de las parcelas;
- claridad de la información proporcionada;
- funcionamiento de las actividades agrícolas;
- coordinación entre productores y prestadores de servicios;
- condiciones de seguridad;
- satisfacción del visitante;
- dificultades presentadas durante el recorrido;
- ajustes necesarios antes de una nueva ejecución.

Para esta etapa resulta recomendable trabajar con grupos reducidos, debido a que ello facilitará la supervisión de la experiencia y permitirá identificar problemas sin generar una presión excesiva sobre los productores o espacios rurales.

Al finalizar cada recorrido piloto deberá recopilarse la opinión de los participantes mediante un instrumento breve de evaluación. Los resultados servirán para modificar actividades, horarios, recorrido, información interpretativa y servicios cuando resulte necesario.

Fase III. Ajuste y fortalecimiento del producto

Una vez ejecutadas las primeras experiencias piloto, deberá desarrollarse una etapa de evaluación y ajuste. Las modificaciones se realizarán a partir de los problemas identificados durante las visitas y de la retroalimentación proporcionada por los participantes.

Entre los posibles ajustes se consideran:

- modificación de los tiempos del itinerario;
- sustitución o reorganización de determinados puntos de visita;
- fortalecimiento de señalización;
- mejoras en espacios de recepción;
- ampliación de capacitación;
- adecuación de servicios higiénicos;
- mejoras en coordinación de transporte;
- incorporación o retiro de actividades;
- revisión de los materiales interpretativos.

La finalidad de esta fase será asegurar que el producto alcance condiciones mínimas de funcionamiento antes de desarrollar acciones promocionales de mayor alcance.

Fase IV. Promoción inicial y comercialización progresiva

La promoción deberá iniciarse una vez que la experiencia haya sido probada y se hayan corregido las principales deficiencias identificadas durante la fase piloto.

En una primera etapa, la difusión podría concentrarse en el mercado local y regional**,** utilizando medios digitales y espacios institucionales de promoción. Esta estrategia es coherente ya que al plantear una promoción inicial gradual las redes sociales y las visitas piloto pueden contribuir simultáneamente a divulgar y mejorar el producto.

Las acciones podrían considerar:

- difusión mediante redes sociales;
- elaboración de fotografías y videos del recorrido;
- información digital sobre actividades y condiciones de visita;

- coordinación con operadores turísticos interesados;
- participación en ferias o eventos turísticos y gastronómicos;
- promoción mediante instituciones locales y regionales.

La comunicación deberá reflejar únicamente servicios y actividades realmente disponibles, evitando promocionar experiencias cuya operación todavía no se encuentre asegurada.

Fase V. Consolidación y ampliación

Una vez que la ruta haya demostrado capacidad operativa y exista una respuesta favorable de los visitantes, podrá evaluarse una ampliación progresiva.

Se propone incorporar posteriormente nuevas parcelas, actores, actividades complementarias, mejoras en señalización, servicios y mecanismos adicionales de promoción y financiamiento.

La ampliación podría comprender:

- incorporación voluntaria de nuevos productores;
- incorporación de nuevas parcelas;
- desarrollo de nuevas actividades;
- fortalecimiento de gastronomía y productos locales;
- mejora de materiales interpretativos;
- ampliación de acciones promocionales;
- establecimiento de alianzas con operadores;
- búsqueda de mecanismos de financiamiento;
- evaluación periódica de la calidad del producto.

La incorporación de nuevos actores deberá depender de la capacidad del modelo de gestión y de los resultados alcanzados, evitando ampliar la ruta más rápidamente de lo que permita su capacidad operativa.

4.5.39. Seguimiento y evaluación

El seguimiento deberá desarrollarse desde la fase piloto y mantenerse durante las etapas posteriores. Para ello se recomienda emplear indicadores sencillos que permitan conocer el funcionamiento del producto y orientar decisiones de mejora.

Entre los indicadores propuestos se consideran:

- número de productores participantes;
- número de parcelas incorporadas;
- número de personas capacitadas;
- número de recorridos piloto ejecutados;
- número de visitantes atendidos;
- porcentaje de actividades cumplidas según itinerario;
- nivel de satisfacción de los visitantes;
- número y tipo de incidencias registradas;
- número de prestadores articulados;
- número de acciones promocionales desarrolladas.
- aplicación práctica de conocimientos

Tabla 32

Plan preliminar para la implementación progresiva de la Ruta de la Palta

Acción propuesta	Etapa	Plazo referencial	Actor articulador propuesto	Resultado esperado
Socialización de la propuesta	Organización	Corto plazo	Gobierno local y productores	Actores informados sobre el diseño
Identificación de productores voluntarios	Organización	Corto plazo	Productores y gobierno local	Grupo inicial de participantes
Evaluación de parcelas	Organización	Corto plazo	Equipo técnico y productores	Puntos potenciales verificados
Validación del recorrido	Organización	Corto plazo	Equipo técnico	Recorrido preliminar ajustado
Capacitación básica	Preparación	Corto plazo	Entidades de apoyo especializadas	Participantes con herramientas básicas de atención

Acondicionamiento mínimo	Preparación	Corto/mediano plazo	Actores competentes según intervención	Condiciones básicas para recibir visitantes
Ejecución de visitas piloto	Piloto	Mediano plazo	Productores y actores participantes	Experiencia probada en condiciones reales
Evaluación de visitantes	Piloto	Mediano plazo	Equipo responsable del seguimiento	Información para realizar mejoras
Ajuste de itinerario y actividades	Ajuste	Mediano plazo	Comité o grupo de gestión	Producto corregido
Promoción inicial	Promoción	Después de la validación	Actores de gestión y promoción	Difusión local y regional
Incorporación de nuevos actores	Consolidación	Progresiva	Modelo de gestión	Ampliación controlada de participantes
Evaluación periódica	Todas las etapas	Permanente	Instancia de gestión	Mejora continua

Nota. Elaboración propia. Los actores y plazos constituyen una propuesta orientadora y no representan compromisos institucionales formalmente asumidos.

4.6. Resultado del plan de implementación

El plan propuesto establece que la Ruta de la Palta deberá implementarse mediante un proceso gradual de organización, preparación, prueba piloto, evaluación, ajuste, promoción y posterior ampliación**.** La secuencia planteada responde a las condiciones identificadas durante la investigación y evita asumir que el producto puede ponerse en funcionamiento inmediatamente después de su diseño.

La fase piloto constituye el componente central del proceso, debido a que permitirá comprobar aspectos que no fueron evaluados directamente durante la investigación, entre ellos la duración real del recorrido, funcionamiento de las actividades, respuesta de los visitantes, capacidad de atención de los productores y coordinación entre los diferentes prestadores.

Por consiguiente, la implementación de la Ruta de la Palta deberá estar condicionada a los resultados obtenidos durante esta fase. Solo después de comprobar y ajustar su funcionamiento resultaría metodológicamente adecuado ampliar las acciones de promoción, comercialización e incorporación de nuevos productores.

4.7. Síntesis de los resultados del objetivo específico 4

El cuarto objetivo específico estuvo orientado a **diseñar la Ruta de la Palta en San Miguel**, integrando los resultados obtenidos en el diagnóstico territorial, la identificación de productores, el análisis de la oferta turística y la aproximación cualitativa a la demanda.

A partir de este proceso se estructuró la propuesta denominada **"Ruta de la Palta del Valle de Torobamba – San Miguel"**, concebida como un producto turístico temático de carácter rural, vivencial y gastronómico. La palta constituye el eje productivo de la experiencia, mientras que San Miguel funciona como punto articulador de servicios y el Valle de Torobamba como principal espacio para el desarrollo de las actividades agrícolas.

La estructura diseñada incorpora visitas a parcelas productivas, interacción directa con agricultores, interpretación del proceso de cultivo, actividades agrícolas condicionadas por la temporada, degustación y gastronomía, comercialización directa y articulación con recursos naturales, culturales y paisajísticos complementarios. De esta manera, la propuesta no se limita a la observación de plantaciones, sino que busca construir una experiencia integrada en torno al territorio y a la actividad productiva.

Este planteamiento resulta coherente con el enfoque teórico utilizado en la investigación. Swisscontact (2014) establece que el desarrollo de un producto turístico comprende el análisis del destino, la conceptualización, el diseño del producto y la formulación de un plan de acción, integrando infraestructura, actividades, experiencias, servicios, participación de actores y sostenibilidad. La estructura desarrollada para la Ruta de la Palta sigue esta lógica, debido a que parte de los resultados obtenidos en los tres objetivos específicos anteriores los transforma en una propuesta organizada.

Asimismo, el diseño contempla preliminarmente itinerarios de uno y dos días. No obstante, dichos itinerarios deben entenderse como propuestas sujetas a validación

operativa, debido a que la investigación no ejecutó el recorrido con visitantes ni determinó experimentalmente los tiempos reales, capacidad de atención o funcionamiento integrado de los servicios.

Otro componente relevante corresponde a la participación de los productores. Los resultados mostraron que los dos agricultores entrevistados presentan disposición para compartir sus conocimientos y recibir visitantes, pero también identificaron necesidades de capacitación, acondicionamiento e infraestructura básica. Por este motivo, el diseño establece que la incorporación de productores deberá ser voluntaria y progresiva, iniciando con un número reducido de parcelas que cumplan condiciones mínimas de accesibilidad, seguridad y disponibilidad.

La propuesta incorpora además un modelo preliminar de gestión y articulación institucional. Este modelo considera la participación potencial del gobierno local, productores, prestadores de servicios, DIRCETUR, operadores turísticos y otros actores. Sin embargo, estas funciones corresponden a una propuesta de articulación y no a compromisos institucionales previamente formalizados.

En relación con los requerimientos para una futura implementación, se identificaron necesidades prioritarias vinculadas con accesibilidad, señalización, servicios higiénicos, espacios de recepción, seguridad, interpretación turística y fortalecimiento de capacidades. La propuesta plantea que estas necesidades sean atendidas progresivamente, evitando inversiones de gran escala antes de validar el funcionamiento inicial del producto.

Finalmente, se formuló un plan de implementación gradual que comprende una etapa de organización y preparación, seguida por una experiencia piloto, evaluación y ajuste, promoción inicial y posterior consolidación. Esto permite reducir riesgos, comenzar con productores sensibilizados y actividades básicas e incorporar posteriormente nuevas experiencias y mejoras.

Tabla 33

Síntesis del diseño de la Ruta de la Palta del Valle de Torobamba – San Miguel

Componente	Resultado del diseño	Condición
Denominación	Ruta de la Palta del Valle de Torobamba – San Miguel	Definida como propuesta
Tipología	Turismo rural, vivencial y gastronómico	Propuesta
Eje temático	Producción de palta	Sustentado en el diagnóstico
Centro articulador	San Miguel	Propuesto según concentración de servicios
Espacio productivo	Valle de Torobamba	Identificado como ámbito principal
Productores	Participación directa en experiencias agrícolas	Requiere selección voluntaria
Parcelas	Puntos principales de experiencia productiva	Requieren evaluación técnica
Actividades	Cultivo, interpretación, interacción, degustación y actividades estacionales	Requieren validación
Recursos complementarios	Naturales, culturales, paisajísticos y gastronómicos	Selección definitiva pendiente
Servicios	Alimentación, hospedaje, transporte, guiado y servicios complementarios	Requieren verificación operativa
Itinerarios	Modalidades preliminares de uno y dos días	Pendientes de prueba
Gestión	Modelo participativo de articulación	Propuesta no formalizada
Infraestructura	Accesos, señalización, recepción, servicios higiénicos y seguridad	Requiere fortalecimiento
Capacitación	Atención al visitante, interpretación y seguridad	Prioritaria
Promoción	Inicialmente local y regional	Después de la validación
Implementación	Progresiva mediante prueba piloto	Recomendada
Viabilidad comercial	No determinada	Requiere estudio posterior

Nota. Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación. Los componentes sujetos a validación corresponden a elementos de diseño y no a servicios actualmente operativos.

4.8. Resultado integrador del objetivo específico 4

En respuesta al cuarto objetivo específico, se logró **estructurar un diseño técnico preliminar de la Ruta de la Palta del Valle de Torobamba – San Miguel**, integrando la producción agrícola con experiencias vivenciales, gastronomía, recursos turísticos complementarios y servicios de soporte.

El diseño establece una estructura temática, actividades potenciales, criterios de selección de parcelas, servicios requeridos, itinerarios preliminares, necesidades de infraestructura, mecanismos de gestión y una estrategia de implementación progresiva. En este sentido, la propuesta constituye una base organizada para transformar los resultados del diagnóstico en un producto turístico susceptible de desarrollo posterior.

Sin embargo, los resultados no permiten afirmar que la ruta constituya actualmente un producto turístico viable, operativo o comercialmente validado porque no se realizó una prueba piloto, estudio financiero ni medición directa del mercado.

Por ello, la conclusión metodológicamente sustentable es que **la Ruta de la Palta presenta condiciones preliminares que permiten estructurar una propuesta turística y justifican avanzar hacia una etapa de validación piloto**.

La implementación efectiva dependerá de la selección y acondicionamiento de parcelas, fortalecimiento de capacidades, articulación de actores, verificación de servicios, evaluación de accesibilidad y validación de la respuesta de visitantes reales.

En consecuencia, el producto diseñado constituye una **propuesta técnica preliminar y escalable**, cuya consolidación deberá producirse progresivamente a partir de evidencia obtenida durante experiencias piloto y estudios posteriores de demanda y viabilidad económica.

4.9. Discusión de los resultados del objetivo específico 4

Los resultados correspondientes al cuarto objetivo específico permitieron estructurar una propuesta técnica preliminar denominada **“Ruta de la Palta del Valle de Torobamba – San Miguel”**, integrando la producción agrícola con actividades

vivenciales, gastronomía, recursos naturales y culturales, servicios turísticos y mecanismos de participación local.

El diseño obtenido coincide con el enfoque de Swisscontact (2014), que plantea que el desarrollo de un producto turístico comprende cuatro etapas principales: análisis del destino, conceptualización del producto, diseño y formulación de un plan de acción. Asimismo, este enfoque considera como elementos relevantes el análisis del mercado, infraestructura y servicios, participación de actores locales y sostenibilidad. En la presente investigación, estos componentes fueron abordados progresivamente mediante el diagnóstico de San Miguel, la identificación de productores, el análisis cualitativo de la oferta y demanda y, finalmente, la estructuración de la Ruta de la Palta.

Desde el punto de vista conceptual, la propuesta también guarda correspondencia con la definición de ruta turística utilizada en las bases teóricas. El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo define las rutas como circuitos o corredores que adquieren un concepto temático a partir de los atractivos o lugares de interés que las integran, mientras que López (2006) señala que deben adecuarse al contexto territorial y a las motivaciones de los visitantes. Bajo esta perspectiva, la palta cumple en la propuesta una función de eje temático, alrededor del cual se articulan las parcelas, los conocimientos de los productores, la gastronomía y los demás recursos del Valle de Torobamba.

Los resultados muestran, además, que el componente productivo no debería funcionar de manera aislada. La estructura propuesta combina visitas a parcelas, interacción con agricultores, actividades agrícolas, degustaciones y recursos complementarios. Este planteamiento encuentra respaldo en Suclli et al. (2022), quienes propusieron en el Valle de Sondondo un turismo basado en la agrobiodiversidad, articulando agricultura tradicional, gastronomía, festividades, conocimientos locales y conservación del territorio. De manera semejante, la Ruta de la Palta plantea aprovechar la producción agrícola como elemento articulador de una experiencia territorial más amplia.

Asimismo, los resultados presentan una relación directa con lo encontrado por Loayza (2021) en la comunidad de Condorccocha, donde la papa nativa constituye el

recurso principal de una ruta vivencial complementada con actividades agrícolas, espacios naturales, sitios arqueológicos y participación de asociaciones de productores. En ambos casos, el producto agrícola funciona como núcleo temático, pero la experiencia turística se construye mediante la combinación con otros componentes del territorio y mediante la participación de quienes desarrollan la actividad productiva.

Esta coincidencia resulta especialmente importante para la presente investigación, debido a que confirma que la participación de los agricultores no debe reducirse a permitir el ingreso a sus parcelas. Su conocimiento, experiencia y relación cotidiana con la producción constituyen parte esencial de la experiencia ofrecida. Por ello, el diseño considera al productor como actor central y propone complementar su conocimiento agrícola con capacitación básica en atención al visitante, hospitalidad, seguridad e interpretación.

Otro aspecto relevante corresponde a la estructuración del recorrido. La investigación propone itinerarios preliminares de uno y dos días y considera criterios como accesibilidad, tiempos, disponibilidad de servicios y secuencia de actividades. Este planteamiento coincide con Castillo et al. (2021)**,** quienes, al diseñar rutas de turismo de naturaleza en Chimborazo, consideraron variables como distancia, tiempo, estado de las vías, velocidad de circulación e infraestructura turística para definir recorridos eficientes.

En el caso de San Miguel, esta comparación evidencia que la delimitación definitiva de la ruta no puede realizarse únicamente mediante criterios temáticos. También requiere comprobar en campo distancias reales, tiempos de traslado, estado de las vías y capacidad de los servicios. Por este motivo, los itinerarios formulados en la presente investigación deben mantenerse como preliminares hasta realizar una validación operativa.

Los resultados también muestran que la disponibilidad de recursos y actividades no garantiza por sí misma la competitividad del producto. Salazar y Espinoza (2022) encontraron en las rutas del cacao ecuatoriano problemas derivados de una planificación insuficiente, falta de estrategias, deficiencias en el control y

debilidades en la prestación de servicios, recomendando evaluaciones técnicas de las fincas y de los prestadores turísticos.

Este antecedente coincide con una de las principales conclusiones derivadas del diseño de la Ruta de la Palta: antes de promocionar o comercializar ampliamente la experiencia, será necesario verificar las condiciones de las parcelas, accesibilidad, servicios, seguridad y capacidad de atención. De esta manera, la calidad del producto no dependerá solamente de la originalidad de la temática, sino del funcionamiento integrado de todos sus componentes.

En cuanto a la infraestructura y los servicios, los resultados evidenciaron que San Miguel dispone de una base que puede brindar soporte a la propuesta, pero se requieren mejoras específicas como señalización, acondicionamiento de accesos, servicios higiénicos, espacios de recepción y fortalecimiento de capacidades. Esta situación es consistente con antecedentes de turismo rural comunitario incluidos en el marco teórico, donde se plantea que la sostenibilidad de este tipo de iniciativas requiere fortalecimiento de capacidades, mejoras de infraestructura y formación de alianzas estratégicas con participación de la población local.

La propuesta de implementación progresiva también responde a estas limitaciones. En lugar de plantear la operación inmediata de un producto completo, se propone comenzar con un número reducido de productores y actividades, realizar una prueba piloto y posteriormente ajustar el recorrido y los servicios. Esta decisión se fundamenta en la necesidad de reducir incertidumbre y obtener información real antes de ampliar la inversión o promoción.

Asimismo, el diseño incorpora un modelo de articulación entre productores, gobierno local, prestadores de servicios y entidades vinculadas al turismo ya que estas son fundamentales para la gestión y sostenibilidad de las rutas turísticas.

No obstante, la presente investigación introduce una precisión importante: la identificación de estos actores no implica que exista actualmente un compromiso institucional formal para implementar la Ruta de la Palta. Por tanto, el modelo de gestión debe interpretarse como una propuesta organizativa que deberá ser socializada, negociada y formalizada en una etapa posterior.

Otro elemento que requiere cautela corresponde a la viabilidad del producto. Los resultados obtenidos no permiten sostener todavía una conclusión de viabilidad comercial o financiera, debido a que no se realizó un estudio directo de demanda, presupuesto detallado ni prueba piloto.

En consecuencia, el diseño alcanzado permite afirmar que existen condiciones preliminares para avanzar hacia una etapa de validación, pero no que el producto ya posea viabilidad económica demostrada. Esta distinción fortalece la coherencia metodológica de la investigación y evita convertir expectativas de los actores en resultados comprobados.

En términos generales, la triangulación entre los resultados, los antecedentes y las bases teóricas evidencia que la estructuración de una ruta agro-productiva requiere integrar al menos cinco componentes: recurso temático, participación local, actividades experienciales, infraestructura, servicios y gestión articulada**.** La Ruta de la Palta incorpora preliminarmente estos componentes, aunque varios de ellos todavía requieren fortalecimiento y validación.

Por tanto, el principal aporte del cuarto objetivo específico consiste en haber transformado los hallazgos del diagnóstico en una propuesta técnica organizada y coherente con las características del territorio, estableciendo actividades, criterios de selección, itinerarios, servicios, requerimientos, modelo de gestión y fases de implementación. Sin embargo, su consolidación como producto turístico dependerá de una fase posterior de validación con productores, prestadores y visitantes reales.

Desde una interpretación crítica, la Ruta de la Palta debe entenderse como una oportunidad de diversificación de la oferta turística de San Miguel, pero su potencial no radica únicamente en la existencia del cultivo de palta. Su diferenciación dependerá de la capacidad para integrar de forma auténtica el conocimiento de los productores, la experiencia agrícola, la gastronomía, el paisaje y los servicios, garantizando simultáneamente condiciones mínimas de calidad, seguridad y organización.

En consecuencia, los resultados permiten sostener que el diseño de la Ruta de la Palta es técnicamente estructurable a partir de los recursos y actores identificados, pero su funcionamiento efectivo deberá demostrarse mediante una experiencia piloto y

posterior evaluación operativa, económica y de mercado. Esta interpretación resulta coherente con el alcance cualitativo de la investigación y delimita con mayor precisión aquello que el estudio demuestra frente a aquello que todavía requiere validación posterior.

4.10. Resultado integrador del objetivo general

El objetivo general de la investigación fue **diseñar la Ruta de la Palta en San Miguel, Ayacucho, 2024**. Para su cumplimiento se integraron los resultados derivados del diagnóstico del destino, la identificación y análisis de los productores de palta, la caracterización cualitativa de la oferta y demanda turística y la estructuración técnica de la propuesta.

El diagnóstico permitió identificar que San Miguel y el Valle de Torobamba presentan recursos productivos, naturales, culturales y paisajísticos que pueden constituir la base temática y territorial de una propuesta turística. Asimismo, se identificó una planta básica de servicios concentrada principalmente en San Miguel, aunque persisten necesidades relacionadas con accesibilidad a determinados puntos, señalización, acondicionamiento de espacios rurales, capacitación y articulación entre actores.

En relación con los productores, los resultados mostraron que los agricultores entrevistados poseen conocimientos y experiencia directa en el cultivo de palta y manifestaron disposición para compartir dichos conocimientos con visitantes. No obstante, su eventual incorporación a la actividad turística requiere capacitación, condiciones mínimas de infraestructura y organización previa. Asimismo, debido al carácter cualitativo y al número de productores entrevistados, esta disposición no puede generalizarse al conjunto de agricultores del distrito.

Respecto de la oferta turística, se identificaron recursos y servicios susceptibles de articularse con la actividad productiva de la palta. Sin embargo, actualmente dichos componentes se encuentran dispersos y no conforman un producto turístico estructurado específicamente alrededor de este cultivo.

En cuanto a la demanda, los resultados permitieron reconocer percepciones sobre una afluencia asociada principalmente con festividades y acontecimientos

locales, así como identificar segmentos potenciales vinculados con turismo rural, vivencial y gastronómico. No obstante, dado que la investigación no aplicó instrumentos directamente a turistas, no fue posible determinar cuantitativamente el tamaño del mercado, intención de visita, gasto, permanencia o disposición de pago. En consecuencia, los segmentos identificados constituyen una aproximación cualitativa que requiere validación posterior mediante un estudio directo de demanda.

A partir de estos resultados se diseñó la propuesta denominada **"Ruta de la Palta del Valle de Torobamba – San Miguel"**, cuya estructura tiene como eje temático la producción de palta y como componente central la interacción entre los visitantes y los productores.

La propuesta articula preliminarmente parcelas productivas, actividades agrícolas, interpretación del proceso de cultivo, degustación y gastronomía, recursos complementarios y servicios de soporte. Asimismo, establece a San Miguel como centro articulador del recorrido y al Valle de Torobamba como principal escenario de las experiencias agrícolas.

El diseño considera dos modalidades preliminares de itinerario, de uno y dos días, cuya estructura deberá ser validada mediante recorridos piloto antes de su comercialización. De igual manera, se establecieron criterios preliminares para la selección de parcelas, considerando disposición voluntaria del productor, accesibilidad, seguridad, capacidad de recepción y posibilidades de desarrollar actividades interpretativas.

La propuesta también incorpora requerimientos relacionados con señalización, accesos, espacios de recepción, servicios higiénicos, seguridad, materiales interpretativos y fortalecimiento de capacidades. Estos elementos responden a las necesidades identificadas durante el diagnóstico y constituyen condiciones que deberán fortalecerse antes de iniciar una operación regular.

Asimismo, se planteó un modelo de articulación entre productores, prestadores de servicios, gobierno local y entidades relacionadas con la actividad turística. Estas funciones constituyen una propuesta organizativa y no representan compromisos institucionales formalmente establecidos.

La estructura desarrollada guarda correspondencia con las etapas consideradas por Swisscontact (2014) para la planificación de productos turísticos, las cuales comprenden el análisis del destino, conceptualización, diseño y formulación de un plan de acción, considerando elementos como infraestructura, mercado, participación de actores y sostenibilidad.

Tabla 34

Integración de los resultados para el cumplimiento del objetivo general

Componente	Resultado obtenido	Aporte al diseño de la ruta
Diagnóstico territorial	Identificación de recursos productivos, naturales, culturales y servicios	Determina la base territorial de la propuesta
Producción de palta	Reconocimiento de la actividad agrícola como eje temático	Define el recurso principal de la ruta
Productores	Conocimiento productivo y disposición favorable de los entrevistados	Sustenta el componente vivencial
Infraestructura	Existencia de una base con necesidades de fortalecimiento	Permite identificar intervenciones previas
Oferta turística	Recursos y servicios susceptibles de articulación	Complementa la experiencia agrícola
Demanda actual	Indicios cualitativos de afluencia estacional	Proporciona una aproximación al contexto turístico
Demanda potencial	Segmentos rurales, vivenciales y gastronómicos identificados preliminarmente	Orienta el diseño inicial del producto
Actividades	Experiencias agrícolas, gastronómicas y complementarias	Estructuran la experiencia
Itinerarios	Recorridos preliminares de uno y dos días	Organizan temporalmente el producto
Gestión	Modelo preliminar de articulación entre actores	Orienta una futura implementación
Infraestructura requerida	Accesos, señalización, recepción, seguridad y servicios básicos	Define prioridades de acondicionamiento
Capacitación	Atención al visitante, interpretación y seguridad	Fortalece las capacidades locales

Implementación	Propuesta gradual con experiencia piloto	Permite validar y ajustar el producto
Validación comercial	No realizada	Requiere investigación posterior

Nota. Elaboración propia a partir de la integración de los resultados correspondientes a los cuatro objetivos específicos.

4.11. Resultado general de la investigación

La integración de los resultados permite concluir, dentro del alcance del estudio, que **fue posible diseñar técnicamente una propuesta preliminar de Ruta de la Palta para San Miguel y el Valle de Torobamba**, articulando la actividad productiva de la palta con experiencias rurales, vivenciales y gastronómicas, recursos complementarios y servicios turísticos.

El diseño desarrollado establece los componentes fundamentales del producto, las actividades potenciales, criterios de selección de parcelas, requerimientos básicos, itinerarios preliminares, mecanismos de articulación y una estrategia progresiva de implementación.

Sin embargo, la investigación **no demuestra que la Ruta de la Palta sea actualmente viable económica o comercialmente**, debido a que no se realizó una prueba piloto, evaluación financiera ni estudio directo de mercado. Por ello, la propuesta debe considerarse como un **diseño técnico preliminar susceptible de validación posterior**.

En este sentido, el cumplimiento del objetivo general no consiste en demostrar que la ruta ya funciona o que existe una demanda asegurada, sino en haber estructurado, a partir de evidencia territorial y cualitativa, una propuesta coherente que pueda servir como base para una futura fase de implementación y evaluación.

La consolidación de la Ruta de la Palta dependerá de la selección definitiva de productores y parcelas, acondicionamiento de espacios, capacitación, articulación institucional, validación de itinerarios y evaluación directa de la respuesta del mercado.

Por tanto, **la principal contribución de la investigación consiste en proporcionar una estructura técnica inicial para desarrollar una experiencia turística basada en la producción de palta, delimitando al mismo tiempo las**

condiciones y aspectos que todavía deben ser comprobados antes de su implementación definitiv

CONCLUSIONES

1. En relación con el objetivo general, se concluye que fue posible diseñar técnicamente la Ruta de la Palta del Valle de Torobamba – San Miguel como una propuesta turística preliminar que articula la producción de palta con experiencias rurales, vivenciales y gastronómicas, recursos turísticos complementarios y servicios de soporte. La propuesta establece una estructura temática, actividades potenciales, criterios para la selección de parcelas, itinerarios preliminares de uno y dos días, requerimientos de infraestructura, mecanismos de articulación y un plan progresivo de implementación. No obstante, debido a que la investigación no incluyó una prueba piloto, una evaluación económico-financiera ni una medición directa de la demanda, los resultados permiten sustentar el diseño de la propuesta, pero no afirmar todavía su viabilidad comercial o financiera.

2. Respecto del primer objetivo específico, el diagnóstico del destino permitió determinar que San Miguel y el Valle de Torobamba disponen de recursos productivos, naturales, culturales y paisajísticos susceptibles de articularse para el desarrollo de una experiencia turística, destacando la producción de palta como principal eje temático. Asimismo, San Miguel concentra servicios de hospedaje, alimentación, transporte, comercio y otros servicios complementarios que pueden brindar soporte inicial a la actividad turística. Sin embargo, se identificaron necesidades relacionadas con accesibilidad a determinados espacios rurales, señalización, acondicionamiento de puntos de visita, infraestructura básica, capacitación y articulación entre actores, por lo que las condiciones existentes requieren fortalecimiento antes de una implementación formal de la ruta.

3. En relación con el segundo objetivo específico, se concluye que los productores de palta entrevistados constituyen actores centrales para la estructuración de la Ruta de la Palta, debido a su experiencia en el cultivo, conocimiento del proceso productivo y disposición manifestada para recibir visitantes y compartir sus prácticas agrícolas. No obstante, dicha disposición corresponde a los productores participantes y no puede generalizarse al conjunto de

agricultores de San Miguel. Su incorporación efectiva a la propuesta requiere un proceso voluntario y progresivo que considere capacitación en atención al visitante, interpretación del proceso productivo, seguridad, acondicionamiento básico de las parcelas y articulación con instituciones y prestadores de servicios.

4. Respecto del tercer objetivo específico, se determinó que San Miguel cuenta con una oferta turística básica y recursos que pueden complementar una experiencia vinculada con la producción de palta, aunque actualmente estos componentes se encuentran dispersos y no conforman un producto turístico estructurado en torno a este cultivo. En cuanto a la demanda, la información recopilada permitió reconocer percepciones de una mayor afluencia de visitantes durante festividades y acontecimientos locales e identificar preliminarmente segmentos potenciales vinculados con turismo rural, vivencial y gastronómico. Sin embargo, debido a que no se aplicaron instrumentos directamente a turistas o visitantes potenciales, no fue posible determinar el tamaño, perfil, intención de visita ni disposición de pago del mercado, por lo que estos segmentos requieren validación mediante un estudio específico de demanda.

5. En relación con el cuarto objetivo específico, se concluye que la Ruta de la Palta del Valle de Torobamba – San Miguel puede estructurarse como una propuesta técnica preliminar cuyo eje central es la interacción entre el visitante, el territorio y los productores. El diseño integra visitas a parcelas, interpretación del cultivo, actividades agrícolas de acuerdo con la temporada, experiencias gastronómicas, comercialización directa y recursos complementarios, además de itinerarios preliminares de uno y dos días. Su futura implementación deberá desarrollarse de manera progresiva, iniciando con la selección de productores y parcelas, acondicionamiento mínimo, capacitación y una experiencia piloto que permita validar tiempos, actividades, servicios, seguridad y respuesta de los visitantes antes de ampliar su promoción y comercialización.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la Municipalidad Provincial de La Mar, en coordinación con los productores interesados y las entidades competentes del sector turismo, promover una fase piloto de la Ruta de la Palta del Valle de Torobamba – San Miguel, tomando como base el diseño desarrollado en la presente investigación. Previamente, deberá verificarse en campo el recorrido propuesto, las distancias y tiempos de desplazamiento, accesibilidad, seguridad, capacidad de recepción de las parcelas y disponibilidad real de los servicios necesarios.

2. Se recomienda a la Municipalidad Provincial de La Mar y a la DIRCETUR Ayacucho**,** dentro del ámbito de sus competencias y previa coordinación institucional, promover acciones de capacitación dirigidas a los productores y prestadores que voluntariamente decidan participar en la ruta, priorizando temas relacionados con atención al visitante, hospitalidad, interpretación del proceso productivo, manejo básico de grupos, seguridad, buenas prácticas ambientales, manipulación higiénica de alimentos y organización de experiencias turísticas.

3. Se recomienda a las entidades competentes y actores responsables de una futura implementación evaluar y gestionar progresivamente las mejoras mínimas de infraestructura requeridas en los puntos que finalmente integren el recorrido, particularmente accesos, señalización, espacios de recepción y descanso, servicios higiénicos y condiciones básicas de seguridad. Las intervenciones deberán realizarse después de seleccionar técnicamente las parcelas, evitando inversiones en espacios que posteriormente no formen parte del producto turístico.

4. Se recomienda que la incorporación de los productores de palta se realice de manera voluntaria y progresiva, comenzando con aquellos que manifiesten disposición para recibir visitantes y cuyas parcelas presenten condiciones adecuadas de accesibilidad y seguridad. La experiencia obtenida durante la fase piloto deberá emplearse para demostrar resultados, fortalecer la confianza de los agricultores y evaluar posteriormente la integración de nuevos participantes.

5. Se recomienda que las acciones de promoción y comercialización de la Ruta de la Palta se desarrollen después de validar la experiencia piloto y garantizar correspondencia entre las actividades promocionadas y las que efectivamente pueden ofrecerse. En una etapa inicial se sugiere priorizar el mercado local y regional mediante herramientas digitales, contenidos audiovisuales, redes sociales, ferias y posibles alianzas con operadores turísticos, ampliando progresivamente la difusión conforme se consolide la capacidad operativa del producto.

6. Se recomienda a futuras investigaciones realizar un estudio cuantitativo o mixto de la demanda turística, aplicando instrumentos directamente a visitantes actuales y potenciales para determinar procedencia, perfil sociodemográfico, motivaciones, intención de visita, actividades preferidas, disposición de pago, gasto y permanencia. Asimismo, deberá desarrollarse una evaluación económica y financiera que permita estimar costos de implementación, operación, ingresos potenciales, punto de equilibrio y rentabilidad antes de determinar la viabilidad comercial de la Ruta de la Palta.

REFERENCIAS

Belupu Marchan, G. M., Bermejo Requena, L. A., Charcape Ravelo, J. M., & Cipra-Rodriguez, J. A. (2024). Turismo rural comunitario en un bosque seco de Perú: Diagnóstico y propuesta para la sostenibilidad. *Manglar, 21*(1), 29–40. https://doi.org/10.57188/manglar.2024.003

Boullón, R. C. (1985). *Planificación del espacio turístico* (3.ª ed.). Trillas.

Bunghez, C. L. (2016). The importance of tourism to a destination's economy. *Journal of Eastern Europe Research in Business and Economics, 2016*, Article 143495. https://doi.org/10.5171/2016.143495

Cáceres, M. (2021). *La sociofonía del siglo XIX en el Damero Pizarro para proponer una ruta turística en el centro histórico de Lima, 2021* [Tesis, Universidad de San Martín de Porres].

Calderón-Puerta, D. M., & Arcila-Garrido, M. (2020). Proposal for the design of cultural tourist routes through the use of GIS: An applied case. *Revista de Estudios Andaluces, 39*, 134–148. https://doi.org/10.12795/rea.2020.i39.07

Castillo, D., Gavilanes, A., Chávez, C., Benalcázar, P., & Mestanza, C. (2021). Design of nature tourism route in Chimborazo Wildlife Reserve, Ecuador. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 18*(10), 5293. https://doi.org/10.3390/ijerph18105293

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2024). *Perfil del vacacionista nacional 2023*. PROMPERÚ. https://bit.ly/46NMtm2

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2025). *Perfil del turista extranjero 2024*. PROMPERÚ. https://acortar.link/vBW1ZE

Congreso de la República del Perú. (2009). *Ley N.º 29408, Ley General de Turismo*. Diario Oficial *El Peruano*. La Ley N.º 29408 fue publicada el 18 de septiembre de 2009.

Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Ayacucho. (2024a, 6 de marzo). *Recurso turístico Carnaval Lamarino*. Inventario Nacional de Recursos Turísticos, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

https://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/fichaInventario/index.aspx?cod_Ficha=12756

Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Ayacucho. (2024b, 12 de marzo). *Recurso turístico Catarata de Sayhuapata*. Inventario Nacional de Recursos Turísticos, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. https://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/fichaInventario/index.aspx?cod_Ficha=12762

Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Ayacucho. (2024c, 12 de marzo). *Recurso turístico Mirador Cerro San Cristóbal*. Inventario Nacional de Recursos Turísticos, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. https://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/fichaInventario/index.aspx?cod_Ficha=12764

Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Ayacucho. (2024d, 12 de marzo). *Recurso turístico Sitio Arqueológico Manohuatoy*. Inventario Nacional de Recursos Turísticos, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. https://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/fichaInventario/index.aspx?cod_Ficha=12763

Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Ayacucho. (2024e, 13 de marzo). *Recurso turístico Expo La Mar VRAEM*. Inventario Nacional de Recursos Turísticos, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. https://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/fichaInventario/index.aspx?cod_Ficha=12767

Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Ayacucho. (2024f, 13 de marzo). *Recurso turístico Iglesia San Miguel Arcángel*. Inventario Nacional de Recursos Turísticos, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. https://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/fichaInventario/index.aspx?cod_Ficha=12768

Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Ayacucho. (2024g, 27 de marzo). *Recurso turístico Iglesia de Ninabamba*. Inventario Nacional de Recursos Turísticos, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

https://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/fichaInventario/index.aspx?cod_Ficha=12793

Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Ayacucho. (2024h, 27 de marzo). *Recurso turístico Valle Torobamba*. Inventario Nacional de Recursos Turísticos, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. https://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/fichaInventario/index.aspx?cod_Ficha=12761

Echeverry, G., Granillo, C., Lara, J., & Teruya, M. (2019). *Planeamiento estratégico para la provincia de La Mar* [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional PUCP. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13905/ECHEVERRY_GRANILLO_PLANEAMIENTO_LA%20MAR.pdf

Escudero, C., & Cortez, L. (2017). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica*. Universidad Técnica de Machala. https://repositorio.utmachala.edu.ec/server/api/core/bitstreams/1700736d-5c7a-4f8d-bfc5-e7514042924c/content

García, M. (2013). *Diseño de la "Ruta del café" en la porción occidental del Macizo Guamuhaya* [Tesis, Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas].

Gobierno Regional de Ayacucho. (2021). *Plan Estratégico Regional de Turismo de Ayacucho 2020–2029*. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2424489/PERTUR%20AYACUCHO.pdf

Loayza, M. (2021). *Potencial turístico para el desarrollo del turismo vivencial en la comunidad de Condorccocha, Ayacucho, 2021* [Tesis, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/74900

López Fernández, I. (2006). Diseño y programación de itinerarios culturales. *PH: Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, 60*, 20–33. https://doi.org/10.33349/2006.60.2253

López, T., & Sánchez, S. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 6*(2), 159–171. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88160202

Martínez, J., Marco, B., Zaragoza, P., & Sánchez, E. (2023). Vino, turismo y COVID-19: El impacto de la COVID-19 en las Rutas del Vino de España. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 21*(1), 83–97. https://doi.org/10.25145/j.pasos.2023.21.006

Martorell Carreño, A. (2014). Criterios de comparación entre itinerarios culturales (patrimoniales) y rutas diseñadas. *Turismo y Patrimonio, 8*, 103–114. https://doi.org/10.24265/turpatrim.2014.n8.08

Mendoza-Mendoza, B. E., Villacrese-Viteri, J. C., Vera-Vera, J. R., Rengel-Vega, P., & Félix López, M. (2023). Estrategias para la gestión sostenible del turismo en la Ruta del Manglar, Ecuador. *593 Digital Publisher CEIT, 8*(1), 188–202. https://doi.org/10.33386/593dp.2023.1.1390

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2016). *Plan Estratégico Nacional de Turismo–PENTUR Perú 2025*. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/31487/22123_PENTUR_Final_JULIO2016.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2024). *Perú: Barómetro del turismo receptivo y emisivo*. https://www.gob.pe/institucion/mincetur/colecciones/47319-peru-barometro-de-turismo

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2025). *Reporte regional de turismo: Ayacucho, año 2025*. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/7909724/6659083-reporte-regional-de-turismo-ayacucho-ano-2025.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s. f.). *Sistema de Información Geográfica de Turismo–SIGMINCETUR*. Recuperado el 29 de mayo de 2025, de https://sigmincetur.mincetur.gob.pe/turismo/

Municipalidad Distrital de Ninabamba. (2023). *Plan de Desarrollo Local Concertado del distrito de Ninabamba al 2034*. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/6465893/5649857-plan-de-desarrollo-local-concertado-del-distrito-de-ninabamba-al-2034.pdf

Municipalidad Provincial de La Mar. (2018). *Plan de Desarrollo Local Concertado de la Provincia de La Mar 2018–2030*. https://munilamar.gob.pe/pte/documentos-de-gestion/PDCL%202018-2030.pdf

Municipalidad Provincial de La Mar. (2019). *Plan Estratégico Institucional 2019–2022*. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/963310/PEI_2019_-_2022.pdf

Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: Conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo, 35*, 335–357. https://doi.org/10.6018/turismo.35.221641

Osorio Arrascue, E. D., & Montenegro Carrasco, W. (2019). Ruta turística Señorío de los Huambos para el turismo rural comunitario: Alternativa para el desarrollo del turismo y la economía inclusiva. *Cultura, 33*, 235–270. https://doi.org/10.24265/cultura.2019.v33.13

Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *International Journal of Morphology, 35*(1), 227–232. https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037

Paredes, M. (2019). *Diseño de una ruta turística para el desarrollo sostenible en el distrito de Zaña, Lambayeque 2019* [Tesis, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo].

Peña Atao, R. (2022). *Factores competitivos y desarrollo exportador de paltas en el distrito de San Miguel, provincia de La Mar, Ayacucho* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga]. Repositorio Institucional UNSCH. http://repositorio.unsch.edu.pe/handle/UNSCH/5498

Reyes, Y. (2022). *Ecoturismo y desarrollo sostenible en el distrito de Puyusca, provincia de Parinacochas, departamento de Ayacucho–2020* [Tesis, Universidad

César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. https://hdl.handle.net/20.500.12692/89439

Salazar, D., & Espinoza, D. (2022). Análisis de competitividad del destino turístico y el desarrollo de las rutas del cacao ecuatoriano. *Turismo y Patrimonio, 18*, 95–112. https://doi.org/10.24265/turpatrim.2022.n18.05

Sánchez, J., Coronel, L., Suárez, A., & Maza, M. (2020). Ruta turística maíz y cascadas: Estudio de caso con un enfoque del turismo cultural y natural. *Universidad, Ciencia y Tecnología, 24*(99), 54–61.

Sardón, J. (2019). *Recursos turísticos y posicionamiento de la región Ayacucho como destino turístico sostenible* [Tesis doctoral, Universidad Nacional del Altiplano]. Repositorio Institucional UNAP. https://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14082/13426/Saron_Huayapa_Julio_Cesar.pdf

Suclli, E., Palomino, L. A., & Huaylla, P. C. (2022). Valle de Sondondo Ayacucho-Perú: Enfoque de un turismo con base en la agrobiodiversidad. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo, 18*(2), 248–259. https://doi.org/10.4067/S0718-235X2022000200248

Swisscontact. (2014). *Manual para la planificación de productos turísticos*. Swisscontact, Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/31520/22158_Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf

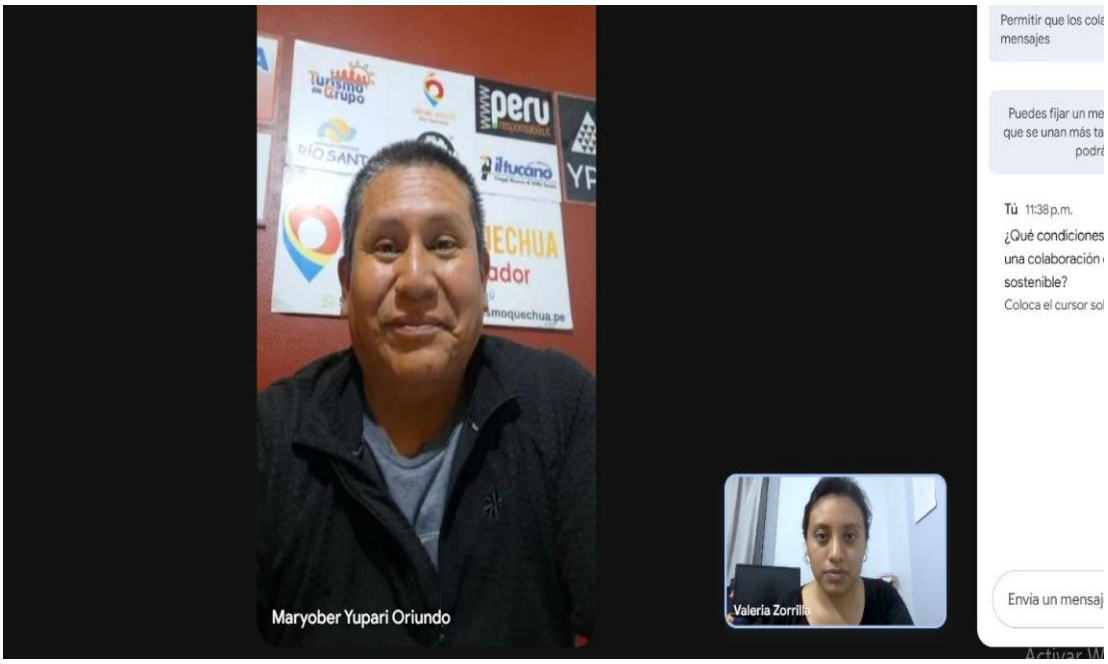
Vargas, J., Cervantes, J., & García, E. (2019). La Barranca del Río Santiago como atractivo turístico y ecoturístico para la marca ciudad Guadalajara, enfocado a un turismo nacional. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo, 15*(2), 130–147. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-235X2019000200130

Vázquez, G., Martín, V., & Blanco, F. J. (2021). Sustainable tourism, economic growth and employment—The case of the wine routes of Spain. *Sustainability, 13*(13), 7164. https://doi.org/10.3390/su13137164

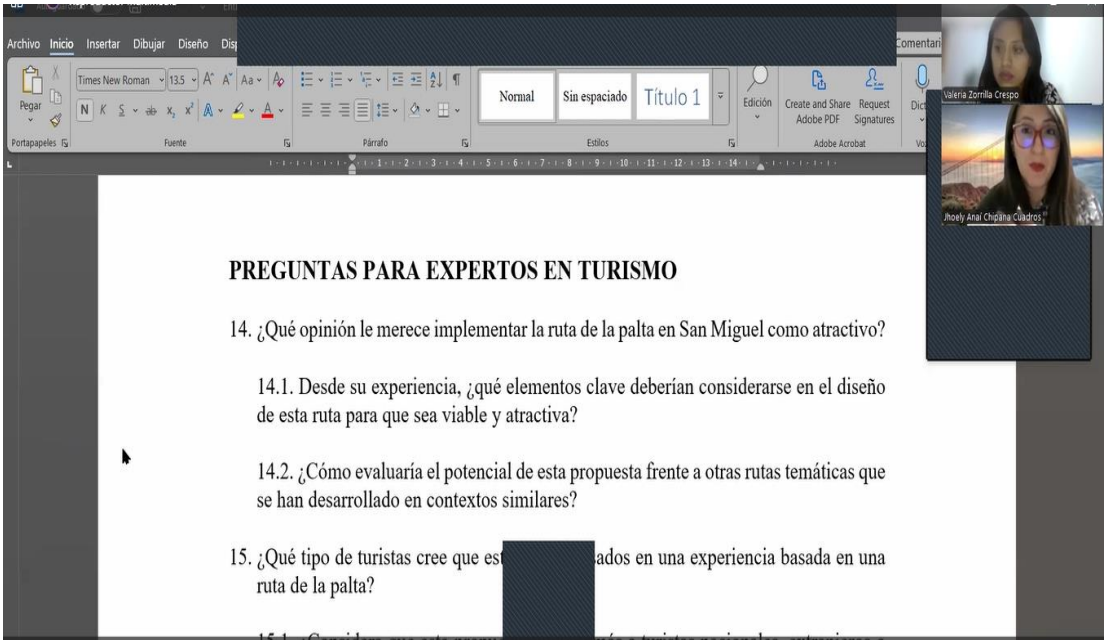
ANEXOS

Anexo 1 Panel Fotográfico de entrevistas

Fotografía 1. Entrevista a Pipo Yupari, experto en turismo



Fotografía 2. Entrevista a Jhoely Chipana Cuadros, experta en turismo



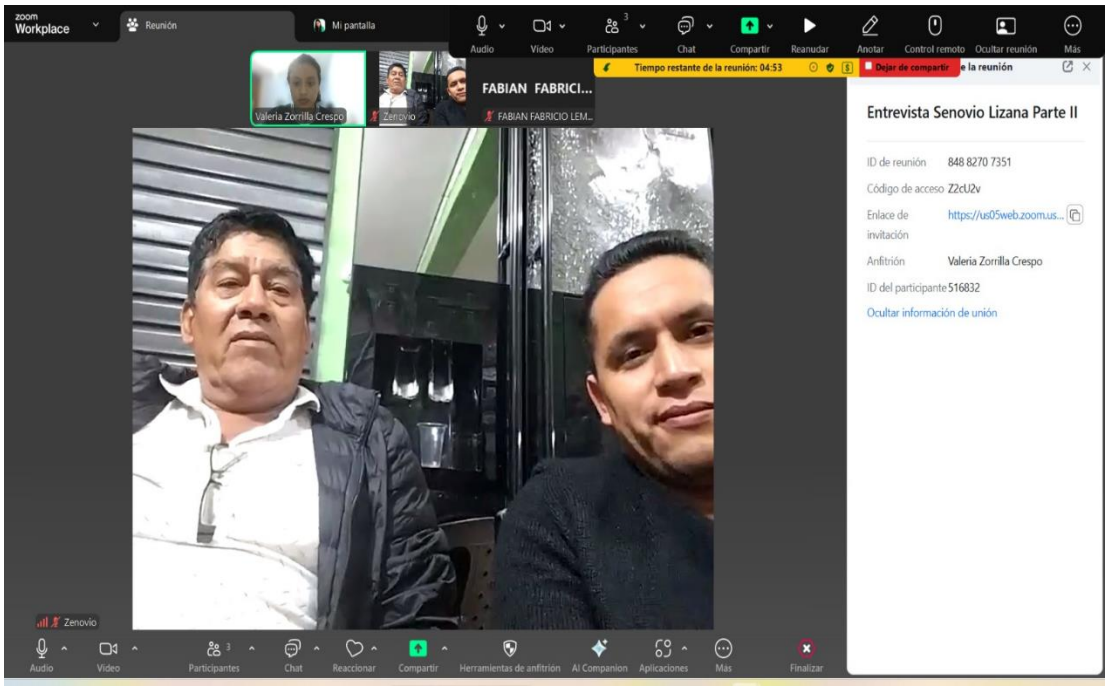
Fotografía 3. Entrevista a Elmer Huamán, regidor de la Municipalidad Provincial de La Mar



Fotografía 4. Visita al fundo de Cipriano Navarro



Fotografía 5. Entrevista a Zenobio Lizana



Anexo 2 Ruta de la Palta



Anexo 3 Validación por juicio de expertos

I. DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres Del Experto informante	Grado Académico	Cargo en la Institución	Nombre del instrumento de Evaluación	Autor del instrumento
Neyra Olivera, Cristian José	Magister	Docente	ENTREVISTA	VALERIA ALEJANDRA ZORRILLA CRESPO
Título de Investigación: "LA RUTA DE LA PALTA EN SAN MIGUEL, AYACUCHO-2024"."				

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE DE 00 A 20				REGULAR DE 21 A 40				BUENA DE 41 A 60				MUY BUENO DE 61 A80				EXCELENTE DE 81 A 100			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. Claridad	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado y comprensible															X					
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables															X					
3. Organización	Existe una organización lógica en la redacción de los ítems															X					
4. Suficiencia	Los ítems son suficiente para la medición de los indicadores en estudio															X					
5. Intencionalidad	Los ítems son adecuados para valorar los indicadores que se pretende medir															X					
6. Coherencia	Hay coherencia entre las variables e indicadores															X					
7. Consistencia	Los ítems están basados en aspectos teóricos - científicos sobre el tema en estudio															X					
8. Viabilidad	Es posible su aplicación y ejecución															X					

III. OPINION DE APLICABILIDAD

Es preciso indicar que al ser una investigación inicial; se sugiere indicar si puede ser realizable durante todo el año o precisa alguna temporalidad para la ejecución de la ruta de la palta

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN

PUNTAJE (DE 0 a 100)	75	Calificación (De Deficiente a Excelente)	Muy buena

Lugar y fecha	D.N.I		Firma del experto informante		Telefono
Huanta, 16 de Mayo de 2025	41844056				940794266

I. DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres Del Experto Informante	Grado Académico	Cargo en la Institución	Nombre del Instrumento de Evaluación	Autor del Instrumento
ACERO CACERES SANTUSA	MAGISTER	DOCENTE	ENTREVISTA	VALERIA ALEJANDRA ZORRILLA CRESPO
Título de Investigación: "LA RUTA DE LA FALTA EN SAN MIGUEL, AYACUCHO-2024".				

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE DE 00 A 20				REGULAR DE 21 A 40				BUENA DE 41 A 60				MUY BUENO DE 61 A80				EXCELENTE DE 81 A 100			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. Claridad	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado y comprensible															75					
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables																	82			
3. Organización	Existe una organización lógica en la redacción de los ítems																	83			
4. Suficiencia	Los ítems son suficientes para la medición de los indicadores en estudio															75					
5. Intencionalidad	Los ítems son adecuados para valorar los indicadores que se pretenda medir																		88		
6. Coherencia	Hay coherencia entre las variables e indicadores																			92	
7. Consistencia	Los ítems están basados en aspectos teóricos - científicos sobre el tema en estudio																		89		
8. Viabilidad	Es posible su aplicación y ejecución																	85			
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																		86		
10. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación																	83			

III. OPINION DE APLICABILIDAD

APLICABLE

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN

PUNTAJE (DE 0 a 100)	85.2	Calificación (De Deficiente a Excelente)	EXCELENTE

Lugar y fecha	DNI	Firma del experto informante	Teléfono
Huanta, 24 de Abril de 2025	42006998		969929218

I. DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres Del Experto informante	Grado Académico	Cargo en la Institución	Nombre del instrumento de Evaluación	Autor del instrumento
BERNAL HANANEL JOSE ANTONIO	MAGISTER	DOCENTE -UNDC	ENTREVISTA	VALERIA ALEJANDRA ZORRILLA CRESPO
Título de Investigación: "LA RUTA DE LA PALTA EN SAN MIGUEL, AYACUCHO-2025"				

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

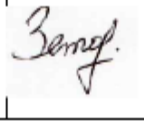
INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE DE 00 A 20				REGULAR DE 21 A 40				BUENA DE 41 A 60				MUY BUENO DE 61 A80				EXCELENTE DE 81 A 100			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. Claridad	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado y comprensible																				X
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																				X
3. Organización	Existe una organización lógica en la redacción de los ítems																				X
4. Suficiencia	Los ítems son suficiente para la medición de los indicadores en estudio																				X
5. Intencionalidad	Los ítems son adecuados para valorar los indicadores que se pretende medir																				X
6. Coherencia	Hay coherencia entre las variables e indicadores																				X
7. Consistencia	Los ítems están basados en aspectos teóricos - científicos sobre el tema en estudio																				X
8. Viabilidad	Es posible su aplicación y ejecución																				X

III. OPINION DE APLICABILIDAD

SI ES APLICABLE EN SU TOTALIDAD, LAS FELICITACIONES DEL CASO.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN

PUNTAJE (DE 0 a 100)	100	Calificación (De Deficiente a Excelente)	

Lugar y fecha	D.N.I	Firma del experto informante	Teléfono
Huanta, 16 de Mayo de 2025	40063319		980608067

Anexo 4. Instrumento de investigación

GUÍA DE ENTREVISTA

Proyecto de investigación: La Ruta de la Palta en San Miguel, Ayacucho 2024

Investigadora: Valeria Alejandra Zorrilla Crespo

Fecha de entrevista: [Día/Mes/Año]

Lugar de entrevista: San Miguel/La Mar - Virtual

Perfil del entrevistado: (Marcar con "X")

- Productor de palta
- Autoridad local
- Experto en turismo

1. Introducción

Presentación

El objetivo de esta entrevista es conocer su percepción y experiencia sobre la producción de palta y su potencial como atractivo turístico.

La información se usará exclusivamente con fines académicos y se mantendrá la confidencialidad de su identidad.

La entrevista durará aproximadamente **[indicar tiempo estimado]**.

Si en algún momento necesita una pausa o prefiere no responder alguna pregunta, puede indicármelo sin problema.

¿Está de acuerdo en participar en esta entrevista?
(En caso de respuesta afirmativa, continuar. Si el entrevistado no desea participar, agradecer su tiempo y finalizar).

2. Desarrollo de la Entrevista

(Durante la entrevista, se pueden usar preguntas de sondeo como: *"¿Podría contarme más sobre eso?"* o *"¿Por qué cree que eso sucede?"* para obtener más detalles).

PREGUNTAS PARA PRODUCTORES DE PALTA

¿Cuánto tiempo lleva cultivando palta y qué variedades produce?

1.1. ¿Por qué eligió esas variedades en particular?

1.2. ¿Ha notado cambios en la demanda o preferencia del mercado por alguna variedad específica?

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta en la producción y comercialización de la palta?

2.1. ¿Estos desafíos han cambiado en los últimos años o se mantienen constantes?

2.2. ¿Qué estrategias o soluciones ha intentado implementar para superarlos?

¿De qué manera podría el diseño de la ruta de la palta beneficiar su actividad agrícola a través del turismo?

3.1. ¿Cree que el turismo podría abrir nuevas oportunidades de venta o promoción para su producto?

3.2. ¿Qué cambios anticipa en la relación entre productores y consumidores si la ruta de la palta se llega a implementar?

¿Estaría interesado en recibir visitantes en su finca para mostrar el proceso de cultivo de la palta? ¿Qué tipo de actividades podrían ofrecer?

4.1. ¿Qué aspectos del cultivo considera más interesantes para mostrar a los visitantes?

4.2. ¿Qué condiciones cree que deberían darse para poder recibir turistas en su finca de forma segura y organizada?

¿Qué apoyo necesitaría para integrar su producción a la ruta turística (capacitación, infraestructura, promoción, etc.)?

5.1. ¿Ha recibido anteriormente algún tipo de apoyo relacionado al turismo o comercialización de su producto?

5.2. ¿Qué institución o actor considera clave para brindarle ese tipo de apoyo?

¿Cree que la comunidad de productores estaría dispuesta a participar en el proyecto?

6.1. ¿Qué factores motivarían a otros productores a involucrarse en una iniciativa turística?

6.2. ¿Qué obstáculos podrían dificultar su participación o generar desinterés?

PREGUNTAS PARA AUTORIDADES LOCALES

¿Coménteme, si a la fecha la municipalidad tiene implementado un plan de desarrollo turístico? ¿Cuáles son las razones?

7.1. ¿Qué metas o prioridades contempla ese plan respecto al desarrollo turístico local?

7.2. En caso no se tenga uno, ¿existe alguna intención o propuesta en proceso para formularlo?

¿Considera usted importante la implementación de políticas y/o medidas para fortalecer el turismo en torno a la producción de palta?

8.1. ¿Qué tipo de políticas cree que serían necesarias para fortalecer esta iniciativa?

8.2. ¿Qué ventajas cree que tendría un enfoque turístico basado en la producción de palta?

¿Qué proyectos turísticos se han desarrollado en San Miguel durante su gestión?

9.1. ¿Qué motivó la ejecución de esos proyectos y qué necesidades buscaban atender?

9.2. ¿Qué resultados o impactos considera que han tenido en la comunidad?

¿Tiene conocimiento sobre microempresas que estén participando en programas cofinanciados como Turismo Emprende o Innóvate Perú?

10.1. ¿La municipalidad ha promovido o facilitado el acceso a estos programas en la zona?

10.2. ¿Considera viable que productores u operadores turísticos del distrito postulen a este tipo de fondos?

¿Qué infraestructura turística existe actualmente para recibir turistas en la zona? Explicar o hacer énfasis.

11.1. ¿Cuántos establecimientos de hospedaje, alimentación u otros servicios turísticos existen aproximadamente en el distrito?

11.2. ¿Considera que la infraestructura actual es suficiente para recibir visitantes o se requieren mejoras?

¿Considera viable la implementación de una ruta turística basada en la producción de palta?

12.1. ¿Cuáles considera que serían los principales retos para esta ruta turística?

12.2. ¿Qué tipo de apoyo o articulación sería clave entre los actores locales para concretarla?

¿Qué impacto tendría en la economía local?

13.1. ¿Considera que generaría nuevas oportunidades económicas o empleo para los pobladores?

13.2. ¿Qué beneficios económicos directos e indirectos considera que podrían surgir de este proyecto?

PREGUNTAS PARA EXPERTOS EN TURISMO

14.0 ¿Qué opinión le merece implementar la ruta de la palta en San Miguel como atractivo?

14.1. Desde su experiencia, ¿qué elementos clave deberían considerarse en el diseño de esta ruta para que sea viable y atractiva?

14.2. ¿Cómo evaluaría el potencial de esta propuesta frente a otras rutas temáticas que se han desarrollado en contextos similares?

¿Qué tipo de turistas cree que estarían interesados en una experiencia basada en una ruta de la palta?

15.1. ¿Considera que esta propuesta atraería más a turistas nacionales, extranjeros o a nichos específicos como el turismo rural o gastronómico?

15.2. ¿Qué motivaciones o tendencias del mercado turístico actual podrían alinearse con esta experiencia?

¿Qué actividades considera importante incluir al implementar la ruta de la palta para aumentar el interés y la motivación de los turistas?

16.1. ¿Qué tipo de experiencias considera más efectivas para generar conexión entre el visitante y el territorio?

16.2. ¿Hay buenas prácticas o casos de éxito que podrían tomarse como referencia para estructurar esta ruta?

¿Qué estrategias de marketing podrían usarse para promocionar la ruta de la palta?

17.1. ¿Qué canales de difusión considera más efectivos para posicionar esta ruta a nivel regional o nacional?

17.2. ¿Qué tipo de mensaje o narrativa recomendaría usar para conectar emocionalmente con el público objetivo?

¿Cuáles son los principales desafíos para integrar una nueva ruta turística en el mercado?

18.1. ¿Qué limitaciones suelen presentarse en la fase de implementación y cómo podrían abordarse?

18.2. ¿Cuáles son los errores comunes que deberían evitarse en el proceso de diseño y promoción de una ruta temática?

¿Estaría interesado en colaborar con los productores y autoridades para promover esta iniciativa?

19.1. ¿Desde qué ámbito de su experiencia profesional considera que podría aportar al desarrollo de esta ruta temática?

19.2. ¿Qué condiciones considera necesarias para que una colaboración de este tipo sea efectiva y sostenible?

3. Cierre de la Entrevista

Síntesis y despedida

Muchas gracias por su tiempo y por compartir su experiencia.

Para cerrar, ¿hay algún otro aspecto que le gustaría mencionar sobre este tema?

La información que ha brindado será analizada cuidadosamente y contribuirá al desarrollo de esta investigación.

Si en el futuro quisiera recibir información sobre los resultados del estudio, estaré encantada de compartirlos.

Anexo 5. Consentimiento informado para participar en la investigación

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Título de la investigación:
"Ruta de la Palta en San Miguel, Ayacucho, 2024"

Investigadora:
Valeria Alejandra Zorrilla Crespo

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimado(a) participante:

Usted ha sido invitado(a) a participar voluntariamente en la investigación titulada **"Ruta de la Palta en San Miguel, Ayacucho, 2024"**, cuyo propósito es obtener información que contribuya al diseño de una propuesta de ruta turística vinculada con la producción de palta y los recursos turísticos del distrito de San Miguel.

Propósito de la participación

Su participación permitirá conocer sus experiencias, conocimientos y percepciones respecto de la producción de palta, las condiciones turísticas del territorio y las posibilidades de desarrollar una ruta turística vinculada con esta actividad productiva.

Procedimiento

Si acepta participar, se realizará una **entrevista semiestructurada** mediante preguntas relacionadas con el tema de investigación. La entrevista podrá realizarse de manera presencial o virtual.

Con su autorización, la entrevista podrá ser **grabada en audio** exclusivamente con la finalidad de garantizar la fidelidad de su posterior transcripción y análisis.

Participación voluntaria

Su participación es completamente voluntaria. Usted puede negarse a responder cualquier pregunta o retirarse de la entrevista en cualquier momento, sin necesidad de expresar una razón y sin que ello genere consecuencia o perjuicio alguno.

Riesgos y molestias

La investigación no contempla procedimientos físicos ni intervenciones que representen riesgos mayores para los participantes. No obstante, si alguna pregunta le genera incomodidad, puede optar por no responderla o solicitar la finalización de la entrevista.

Beneficios

La participación no implica un beneficio económico directo. Sin embargo, la información proporcionada contribuirá al conocimiento de las condiciones productivas y turísticas del territorio y al diseño académico de una propuesta de Ruta de la Palta para San Miguel.

Confidencialidad y tratamiento de la información

La información proporcionada será utilizada exclusivamente con fines académicos y de investigación. Los datos serán tratados de manera confidencial y se evitará divulgar información personal innecesaria que permita identificar al participante.

Las grabaciones y transcripciones serán utilizadas únicamente para el análisis de la investigación y deberán mantenerse bajo resguardo de la investigadora.

En la presentación de los resultados podrán emplearse fragmentos de las respuestas obtenidas durante las entrevistas, procurando preservar la confidencialidad del participante cuando corresponda.

Autorización para la grabación

Marque una opción:

☐ **Sí autorizo** la grabación de audio de la entrevista para fines exclusivamente académicos y de investigación.

☐ **No autorizo** la grabación de audio de la entrevista.

Declaración de consentimiento

Declaro que he leído o se me ha explicado la información contenida en este documento. He tenido la oportunidad de realizar preguntas y comprendo el propósito y las condiciones de mi participación.

Entiendo que mi participación es voluntaria y que puedo retirarme en cualquier momento sin consecuencia alguna.

Por lo tanto:

☐ **ACEPTO** participar voluntariamente en la investigación.

☐ **NO ACEPTO** participar en la investigación.

Nombre del participante: _____

Firma del participante: _____

Fecha: _____ / _____ / _____

Lugar: _____

Nombre de la investigadora: Valeria Alejandra Zorrilla Crespo

Firma de la investigadora: _____

Anexo 6. Matriz de Consistencia

Título: *Ruta de la Palta en San Miguel, Ayacucho, 2024*

Problemas de investigación	Objetivos de investigación	Categorías y subcategorías	Metodología
Problema general: ¿Cómo diseñar la Ruta de la Palta en San Miguel, Ayacucho, 2024?	**Objetivo general:** Diseñar la Ruta de la Palta en San Miguel, Ayacucho, 2024.	**Categoría central:** Ruta turística de la palta.	**Enfoque:** Cualitativo. **Tipo:** Aplicada. **Diseño:** No experimental, de corte transversal. **Nivel:** Descriptivo-propositivo. **Método:** Inductivo-interpretativo.
Problema específico 1: ¿Cuáles son las condiciones actuales del destino San Miguel para el diseño de la Ruta de la Palta?	**Objetivo específico 1:** Realizar un diagnóstico del destino San Miguel.	**Categoría 1: Diagnóstico del destino.** Subcategorías: recursos turísticos; infraestructura y accesibilidad; planta y servicios turísticos; condiciones territoriales; actores locales.	**Unidad de análisis:** Actores vinculados con la producción de palta y la actividad turística de San Miguel.
Problema específico 2: ¿Cuáles son las características de los productores de palta vinculados con el diseño de la Ruta de la Palta en San Miguel?	**Objetivo específico 2:** Identificar a los principales productores de palta vinculados con la propuesta de la Ruta de la Palta en San Miguel.	**Categoría 2: Productores de palta.** Subcategorías: características productivas; conocimientos y experiencia; organización; disposición hacia el turismo; necesidades y limitaciones.	**Población:** Actores vinculados con la producción de palta, gestión local y actividad turística del ámbito de estudio. **Muestra:** 6 participantes: 2 productores de palta, 2 colaboradores de la Municipalidad Provincial de La Mar y 2 expertos en turismo.
Problema específico 3: ¿Cuáles son las características de la oferta y demanda turística existente en San Miguel?	**Objetivo específico 3:** Identificar la oferta y demanda turística existente en San Miguel.	**Categoría 3: Oferta y demanda turística.** Subcategorías: recursos y atractivos; servicios turísticos; demanda actual percibida; demanda potencial; perfil potencial del visitante.	**Muestreo:** No probabilístico e intencional, mediante selección de informantes clave según pertinencia y conocimiento del fenómeno. **Técnicas:** entrevista semiestructurada, observación y revisión documental.
Problema específico 4: ¿Cómo podría estructurarse la Ruta de la Palta de acuerdo con las condiciones territoriales, productivas y turísticas identificadas en San Miguel?	**Objetivo específico 4:** Diseñar la Ruta de la Palta en San Miguel.	**Categoría 4: Diseño del producto turístico.** Subcategorías: conceptualización; componentes; actividades; recorrido e itinerario; servicios; gestión; infraestructura; implementación.	**Instrumentos:** guía de entrevista semiestructurada, ficha de observación y ficha de revisión documental. **Análisis:** análisis cualitativo de contenido mediante organización, codificación, categorización e interpretación, con apoyo descriptivo cuantificado.

Nota. Elaboración propia.

Anexo 7. Matriz de Categorización

Título: *Ruta de la Palta en San Miguel, Ayacucho, 2024*

Categoría	Definición conceptual	Subcategorías	Indicadores / elementos de análisis	Técnicas / fuentes
Diagnóstico del destino	Análisis de las condiciones territoriales y turísticas que permiten reconocer los recursos, servicios, infraestructura, actores y limitaciones existentes en un destino.	Recursos turísticos	Recursos naturales, culturales, paisajísticos y productivos; acontecimientos programados; recursos vinculados con la palta.	Entrevista, observación y revisión documental
		Infraestructura y accesibilidad	Estado de accesos; vías; conectividad; señalización; transporte; condiciones para desplazamiento de visitantes.	Entrevista, observación y revisión documental
		Planta y servicios turísticos	Hospedaje; alimentación; transporte; comercio; servicios complementarios; disponibilidad de servicios de apoyo.	Entrevista, observación y revisión documental
		Condiciones territoriales	Características del Valle de Torobamba; entorno rural; paisaje; localización de recursos y espacios productivos.	Observación y revisión documental
		Actores locales	Participación de productores; instituciones; prestadores de servicios; organizaciones locales; posibilidades de articulación.	Entrevista
Productores de palta	Actores agrícolas cuyo conocimiento, actividad productiva y participación constituyen el componente central de la experiencia propuesta para la Ruta de la Palta.	Características productivas	Variedades cultivadas; proceso productivo; experiencia agrícola; características de las parcelas.	Entrevista y observación
		Conocimiento y experiencia	Conocimiento sobre cultivo, manejo, cosecha, comercialización y características de la palta.	Entrevista
		Organización	Participación en asociaciones; trabajo colectivo; coordinación entre productores.	Entrevista

		Disposición hacia el turismo	Interés en recibir visitantes; disposición para compartir conocimientos; participación en actividades vivenciales.	Entrevista
		Necesidades y limitaciones	Capacitación; infraestructura; promoción; organización; seguridad; disponibilidad de tiempo; necesidades de apoyo.	Entrevista
Oferta y demanda turística	Conjunto de recursos, servicios y experiencias disponibles en el destino y características percibidas o potenciales de los visitantes a los cuales podría dirigirse el producto turístico.	Oferta turística	Recursos y atractivos existentes; servicios de alojamiento, alimentación, transporte y actividades complementarias.	Entrevista, observación y revisión documental
		Demanda turística actual percibida	Procedencia percibida de visitantes; temporadas de mayor afluencia; festividades y acontecimientos vinculados con visitas.	Entrevista y revisión documental
		Demanda potencial	Interés potencial por turismo rural, vivencial, gastronómico y actividades agrícolas.	Entrevista a especialistas
		Perfil potencial del visitante	Motivaciones; interés por experiencias auténticas; contacto con productores; gastronomía; naturaleza y actividades rurales.	Entrevista a especialistas
Diseño de la Ruta de la Palta	Estructuración técnica preliminar de un producto turístico temático que articula la producción de palta con experiencias rurales, vivenciales y gastronómicas y con recursos y servicios complementarios.	Conceptualización del producto	Temática; propuesta de valor; identidad de la ruta; experiencia central.	Integración de resultados y revisión documental
		Componentes y actividades	Visita a parcelas; interpretación del cultivo; interacción con productores; cosecha según temporada; degustación; gastronomía; comercialización.	Entrevista, observación y revisión documental
		Recorrido e itinerarios	Puntos de visita; secuencia del recorrido; accesibilidad; itinerarios	Observación, revisión documental e

		de uno y dos días; tiempos preliminares.	integración de resultados
	Servicios requeridos	Hospedaje; alimentación; transporte; guiado; servicios higiénicos; información turística; seguridad.	Entrevista y observación
	Gestión y articulación	Participación de productores; gobierno local; DIRCETUR; prestadores; operadores; coordinación institucional.	Entrevista e integración de resultados
	Infraestructura y fortalecimiento	Señalización; accesos; espacios de recepción; equipamiento; capacitación; seguridad.	Entrevista y observación
	Implementación	Selección de parcelas; capacitación; prueba piloto; evaluación; ajustes; promoción y ampliación progresiva.	Integración de resultados

Nota. Elaboración propia.