



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**INSTRUMENTOS QUE INFLUYEN EN EL TURISMO  
SOSTENIBLE DE LAS COMUNIDADES CAFETALERAS  
DE VILLA RICA, AÑO 2019**

**PRESENTADO POR  
MERCEDES SABINA AGUILAR RODRIGUEZ  
WINNY ALISSON DAVILA JIMENEZ**

**ASESORA  
MARGRORY AYMETT MERE ORTEGA**

**TESIS  
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**LIMA – PERÚ**

**2020**



**CC BY-NC-ND**

**Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**  
**INTERNACIONALES**

**INSTRUMENTOS QUE INFLUYEN EN EL TURISMO SOSTENIBLE DE LAS**  
**COMUNIDADES CAFETALERAS DE VILLA RICA, AÑO 2019**

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN**  
**ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PRESENTADO POR:**

**AGUILAR RODRIGUEZ, MERCEDES SABINA**

**DAVILA JIMENEZ, WINNY**

**ASESORA:**

**MG. MERE ORTEGA, MARGRORY AYMETT**

**LIMA - PERÚ**

**2020**

La presente investigación está dedicada a mi madre Fanny y a mi hermano Alfonzo, por su amor, comprensión trabajo y sacrificio, ya que gracias a ellos he obtenido todos mis logros.

Dedicado a Érica, Yolanda y Juana, por ser motivo de inspiración de mis logros en la vida.

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradecemos a Dios, por ser nuestro guía en estos meses, los cuales nos enfocamos en la realización de la investigación hoy presente a ustedes.

Toda investigación tiene obstáculos a manera que se va desarrollando, son en esos momentos en los cuales nuestros familiares, sobre todo a nuestros padres, y amigos quienes nos brindaron sus fuerzas y energías para no rendirnos ante cualquier circunstancia, por lo cual estamos totalmente agradecidas.

Agradecemos por su orientación, atención, dedicación y apoyo a nuestra asesora, la profesora Margrory Mere Ortega, quien brindó todo su conocimiento, durante el desarrollo de la presente tesis, haciéndonos trabajar con rigor, pero demostrándonos que nos tiene confianza desde el primer día que le presentamos la idea del proyecto de investigación.

A la Ing. Mónica Díaz y a la Dra. Lucrecia Mendoza, quienes con su experiencia nos ayudaron a contactar a las personas que brindaron la información necesaria para la realización de la investigación.

A nuestras compañeras, las licenciadas Lucero Palomino y Patricia Ruiz con quienes hemos compartido distintos proyectos e ideas durante nuestros años de estudios superiores.

Agradecemos también, a todas las personas que nos ayudaron y se comprometieron con el desarrollo de esta investigación, por su tiempo y sus valiosas sugerencias.

## ÍNDICE

1	CAPÍTULO I: MARCO TEORICO .....	12
1.1	Formulación del problema.....	14
1.1.1	Problema general .....	14
1.1.2	Problemas específicos.....	14
1.2	Objetivos de la investigación.....	14
1.2.1	Objetivo General.....	14
1.2.2	Objetivos Específicos .....	14
1.3	Justificación.....	15
1.3.1	Importancia de la investigación.....	15
1.4	Viabilidad de la investigación .....	18
1.4.1	Viabilidad técnica.....	18
1.4.2	Viabilidad económica.....	19
1.4.3	Viabilidad Social .....	19
1.5	Limitaciones .....	20
2	CAPÍTULO II: ANTECEDENTES Y BASES TEORICAS .....	21
2.1	Antecedentes de la investigación .....	21
2.1.1	Antecedentes Internacionales .....	21
2.1.2	Antecedentes Nacionales:.....	27
2.2	Bases teóricas.....	32
2.2.1	Marco Teórico y Estudios Aplicados de la Variable Dependiente.....	32
2.2.2	Marco Teórico y Estudios Aplicados de la Variable Independiente ...	34
2.3	Definición de términos básicos.....	50
2.3.1	Alianza estratégica .....	50
2.3.2	Promoción .....	50
2.3.3	Turismo Sostenible .....	51
3	CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	51
3.1	Formulación de Hipótesis General y Específicas .....	51
3.1.1	Hipótesis General .....	51
3.1.2	Hipótesis Específicas.....	51
3.2	Variables y Definición Operacional.....	52
3.3	Modelo de relaciones teóricas.....	53
4	CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA .....	55
4.1	Diseño metodológico.....	55

4.2	Diseño de la muestra .....	56
4.2.1	Población .....	56
4.2.2	Muestra .....	56
4.3	Métodos de recolección de datos:.....	57
4.3.1	Técnicas de recolección de datos.....	57
4.3.2	Validación del contenido.....	60
4.3.3	Resultados de la validación del instrumento:.....	61
4.4	Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información .....	63
4.4.1	Confiabilidad y validez de los instrumentos .....	63
4.4.1.1	Confiabilidad y validez para la ruta del café.....	64
4.5	Resultados preliminares.....	68
4.5.1	Estadística descriptiva .....	68
4.5.2	Proceso para seleccionar el Método cuantitativo.....	70
4.5.3	Análisis de datos Estadísticos .....	72
4.5.4	Relación causal de las variables.....	73
4.5.5	Coeficientes de Regresión del Modelo .....	75
4.6	Discusión de los resultados.....	76
5	<b>CONCLUSIONES</b> .....	78
	ANEXO 1: FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS .....	81
	ANEXO 2: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN - JUAN CARLOS VALERO PUGA.....	88
	ANEXO 3: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN – MIGUEL ÁNGEL LEÓN VELÁZQUEZ .....	93
	ANEXO 4: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN – MONICA DEL ROSARIO DIAZ JAMANCA.....	98
	ANEXO 5: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN – TANIA ARIAS TORRES.....	103
	ANEXO 6: INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN APLICADO.....	108
	ANEXO 7: MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	109
	Anexo 8: Circuito Turístico Ruta del Café en Villa Rica.....	110
	ANEXO 8: MAPA TURISTICO EN EL DISTRITO DE VILLA RICA .....	112
	ANEXO 10: LAGUNA EL OCONAL.....	113
	ANEXO 11: PLAZA DE ARMAS DE VILLA RICA.....	114
	ANEXO 12: MIRADOR LA CUMBRE DE VILLA RICA.....	115
	ANEXO 13: FINCA SANTA ROSA.....	116
	ANEXO 14: GRANOS DE CAFÉ Y PLANTACIONES .....	117

## ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1: Proyección de la Población del Departamento de Pasco.....	43
Tabla 2: Cuadro General de Variables.....	54
Tabla 3: Técnica / Instrumento de Recolección de Datos .....	58
Tabla 4: Constructo del instrumento de investigación.....	59
Tabla 5: Promedio de la validación del instrumento de investigación .....	62
Tabla 6: Confiabilidad de la variable - Ruta del café .....	64
Tabla 7: Confiabilidad de la variable - Alianzas estratégicas .....	65
Tabla 8: Confiabilidad de la variable: Promoción del café .....	66
Tabla 9: Confiabilidad de la variable - Turismo Sostenible.....	67
Tabla 10: Resumen de Alpha de Cronbach .....	68
Tabla 11: Características demográficas y laborales de los pobladores de Villa Rica .....	69
Tabla 12: Estadística Descriptiva de las Variables .....	70
Tabla 13: Prueba de normalidad univariada y multivariada de las variables.....	70
Tabla 14: Test de Normalidad de las variables .....	72
Tabla 15: Hipótesis planteadas en la investigación .....	73
Tabla 16: Estructura factorial y causal de las variables .....	74
Tabla 17: Coeficientes de Regresión del Modelo.....	75
Tabla 18: Hipótesis Planteadas en la Investigación .....	75

## ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1: Componentes del Proyecto La Ruta del Café.....	44
Figura 2: Modelo Esquemático de Hipótesis.....	52

## **RESUMEN**

El Perú cuenta con una gran cantidad de recursos naturales y culturales, los cuales cuentan con el potencial para convertirse en destinos reconocidos mundialmente, en el caso de la Selva Central no solo encontramos atractivos turísticos, sino que también es una de las zonas cafetaleras con mayor prestigio y calidad en la producción del café.

El distrito de Villa Rica, ubicada en la provincia de Cerro de Pasco ha desarrollado una propuesta turística que involucra al café como principal atractivo, creando una ruta turística que conlleva a mucho de los amantes del café a ser parte de esta experiencia.

La presente investigación busca identificar cuáles son los instrumentos que tienen mayor influencia en el desarrollo del Turismo Sostenible en las comunidades cafetaleras de Villa Rica, es por ello por lo que se ha aplicado una investigación de tipo cuantitativa no experimental.

**PALABRAS CLAVES:** Ruta del Café, Alianzas Estratégicas, Turismo sostenible, Comunidad Cafetalera, Distrito Villa Rica.

## **ABSTRACT**

Peru has a large number of natural and cultural resources, which have the potential to become world-renowned destinations; in the case of the Central Jungle they will not only find tourist destinations but also one of the most prestigious coffee areas and quality in coffee production.

The district of Villa Rica, located in the province of Cerro de Pasco, has developed a tourist proposal that involves coffee as the main attraction, creating a tourist route that leads many coffee lovers to be part of this experience.

This research seeks to identify which are the instruments that have the greatest influence on the development of Sustainable Tourism in the coffee communities of Villa Rica, which is why a non-experimental quantitative research has been applied.

**KEY WORDS:** Coffee Route, Strategic Alliances, Sustainable Tourism, Coffee Community, Villa Rica District.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación surge debido a una problemática identificada en el distrito de Villa Rica, en donde se busca determinar la influencia que tienen la Ruta del Café, las Alianzas Estratégicas y la Promoción del Café en el desarrollo del Turismo Sostenible del distrito, y cómo es que estos instrumentos pueden llegar a tener o no tener, un impacto en el desarrollo del sector turístico de la zona de manera sostenible.

Es por ello que se analizó a profundidad cada uno de los instrumentos identificados en la zona, es decir, la ruta del café, las alianzas estratégicas, la promoción del café y el turismo sostenible, ya que al ser Villa Rica una de las principales zonas cafetaleras del país, durante muchos años las comunidades se han enfocado en la producción del café como principal fuente de ingreso, dejando de lado sus riquezas turísticas y el desarrollo del turismo como alternativa de actividad económica.

De la misma forma en que el producto de mayor reconocimiento en Villa Rica los ha llevado a ser reconocidos por la producción de su exquisito café, es que se ha llegado a replantear la oferta del servicio turístico, dándole un mayor enfoque al posicionamiento de la actividad turística en el distrito para desarrollar propuestas de Turismo Sostenible que cumplan con expectativas de mayor envergadura y es por ello la importancia de identificar los instrumentos que influyen en el desarrollo de esto.

La metodología aplicada para la comprobación de las hipótesis, corresponde a un diseño descriptivo correlacional no experimental de tipo cuantitativo, en donde se usó como instrumento de investigación el cuestionario aplicado a una muestra considerable de pobladores de las comunidades cafetaleras de Villa Rica, este cuestionario fue diseñado de acuerdo a la validación de jueces expertos.

En el primer capítulo se desarrolla el planteamiento del problema, así como la formulación del mismo, definiendo el problema general y detallando los específicos, así como también del planteamiento del objetivo general y de los objetivos específicos. En este capítulo también se incluye la justificación de la elección de la problemática a tratar y que tan viable es el desarrollo de este tema, teniendo en cuentas las limitaciones presentadas en el camino de la investigación.

En el segundo capítulo se desarrolla el marco teórico de la investigación, en donde se obtuvo información de fuentes nacionales e internacionales buscando el sustento teórico adecuado para cada variable a estudiar, se extrajo información de trabajos de investigación, revistas científicas, informes y fuentes electrónicas y bibliográficas.

En el tercer capítulo se realizó el planteamiento de las hipótesis donde se detallan las posibles soluciones a la problemática planteada en el Capítulo Uno, y de la misma forma se definen tanto la variable independiente, en donde se explica a mayor profundidad el Turismo Sostenible; como también se definen las variables dependientes, es decir, la ruta del café, las alianzas estratégicas y la promoción del café; las cuales fueron investigadas con mayor detalle en el segundo capítulo.

El cuarto capítulo hace referencia a la metodología aplicada en la investigación, donde se define el modelo en el cual se enfocará la investigación para dar respuestas a las hipótesis planteadas; así como también se explica el método que se usó para la recolección de los datos, el análisis de los datos y la discusión de los resultados con la información extraída de fuentes nacionales e internacionales detalladas en el capítulo dos.

Para terminar, en el capítulo número cinco se plantean las conclusiones que se pudieron obtener de acuerdo a los resultados que se obtienen con el análisis de los datos detallados en el capítulo anterior, además la información es contrastada con las fuentes investigadas, y por último se brindan las recomendaciones pertinentes para cada conclusión.

## **CAPÍTULO I: MARCO TEORICO**

El café es considerado como el soporte económico de muchos países del trópico, el negocio del café es uno de los más grandes del mundo y solo puede ser superado con el negocio del petróleo, además de ser la segunda bebida más consumida en el mundo, después del agua lo cual determina su importancia. (El Nuevo Diario, 2018)

Según El País (2018), el consumo de café ha aumentado en un 94.6 % en los últimos 35 años, el sabor y el aroma de este producto que ha conquistado al mundo ha llevado a que la demanda se dispare, sin embargo; la situación del cambio climático está reduciendo las áreas de cultivo en los principales países productores. Actualmente, se consumen más de 9.537 millones de kilos de café en el planeta y se espera que esta cifra siga en aumento.

De acuerdo a Marco Trade News (2018) los principales países productores de café a nivel mundial son Brasil (30.16%); Vietnam (19.18%) y Colombia (9.42%); sin embargo, hay una serie de países con producciones de menor volumen, como el Perú (2.23%) y otros; de los cuales producen lo que los expertos consideran como los mejores cafés del mundo.

Por otro lado, Vilchez, Perez, & Garcia (2014) indican que la actividad turística emplea a más de 250 millones de trabajadores en todo el mundo y genera cerca del 11% del PIB mundial; sin embargo, las consecuencias que esta actividad está teniendo pueden ser contradictorias, ya que por una parte genera ingresos y desarrollo económico, por otra no se está realizando de manera sostenible en diversas partes del mundo.

En Colombia un grupo de 400 productores de café, crearon la marca “Ruta del Café” para promover el grano y el paisaje de la zona cafetalera, la cual es considerada por la UNESCO como patrimonio de la humanidad, asimismo la creación de esta marca ayudará a mantener la calidad del producto según estándares internacionales de cata. (MVS Noticias, 2012)

El café fue por muchos años la principal actividad económica de El Salvador, generando empleo y exportación, el también conocido “grano de oro”, se ha

convertido en un producto clave para atraer turismo, es por ello que se relanzó la “Ruta del Café”, con el objetivo de mostrar el proceso del cultivo, manejo del grano y combinarlo con una serie de actividades de ocio; el proyecto involucra a pequeños, medianos y grandes empresarios fortaleciendo emprendimientos y cadenas productivas que aportan a la dinamización de la economía salvadoreña. (Corado, 2016)

El Perú fue elegido como el ‘Mejor Destino Verde’ de Sudamérica, en los World Travel Awards Latin América del 2017, esto no es solo un reconocimiento a la diversidad de nuestra oferta turística de naturaleza, sino también los esfuerzos que se realizan en temas de protección y conservación de recursos naturales, y del desarrollo social y económico de las comunidades locales. (Castro, 2017)

Constantes huelgas generadas a falta de soluciones y apoyo por parte del estado, a los problemas productivos, económicos y financieros de los productores cafetaleros; menciona (Meza, 2018) en su noticia. Se informa que diversos grupos y asociaciones de la Selva Central se encuentran totalmente descontentos, ya que la brutal caída del precio café ha generado que no puedan pagar la deuda que tienen con Agrobanco por lo que exigen reunirse con el ministro de agricultura, presidente de la república o con el premier para que les otorguen toda la condonación de la deuda.

Según Los Andes (2018) *“La Ruta del Café de Perú recupera uno de sus tramos conocidos. Esta zona de la provincia de Oxapampa, considerada Tierra del café más fino del mundo, convoca a unos 22 mil visitantes por año a descubrir este patrimonio agroturístico”*

De acuerdo a la problemática identificada se busca determinar si es que existe relación entre la ruta del café, las alianzas estratégicas, la promoción del café y el aprovechamiento de los recursos turísticos de una manera sostenible, ya que siendo el cultivo del café, la principal actividad económica de las comunidades cafetaleras de Villa Rica, no se está generando los ingresos esperados y a comparación de otros países, esta actividad económica viene acompañada del desarrollo sostenible de actividades turísticas que también pueden ser aprovechadas dentro de las comunidades cafetaleras de Villa Rica, lo cual sería muy beneficioso para la población del lugar.

## **1.1 Formulación del problema**

### **1.1.1 Problema general**

¿Cuáles son los instrumentos que influyen en el turismo sostenible de las comunidades cafetaleras de Villa Rica?

### **1.1.2 Problemas específicos**

- ¿La ruta del café influye en el turismo sostenible de las comunidades cafetaleras de Villa Rica?
- ¿Las alianzas estratégicas influyen en el turismo sostenible de las comunidades cafetaleras de Villa Rica?
- ¿La promoción del café influye en el turismo sostenible de las comunidades cafetaleras de Villa Rica?

## **1.2 Objetivos de la investigación**

### **1.2.1 Objetivo General**

Determinar cuáles son los instrumentos que influyen en el turismo sostenible de las comunidades cafetaleras de Villa Rica

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

1. Verificar si la ruta del café influye en el turismo sostenible de las comunidades cafetaleras de Villa Rica
2. Determinar si las alianzas estratégicas influyen en el turismo sostenible de las comunidades cafetaleras de Villa Rica.
3. Comprobar si la promoción del café influye en el turismo sostenible de las comunidades cafetaleras de Villa Rica

## **1.3 Justificación**

### **1.3.1 Importancia de la investigación**

#### **1.3.1.1 Justificación Teórica**

Según Nelson, y otros (2009), en el Perú y el mundo el cambio climático y la crisis económica generan un desbalance en todos los mercados, los cuales afectan en su mayoría a los productores y agricultores de productos agropecuarios. Por lo cual esta investigación está orientada a determinar cuál es la relación que tienen ciertos instrumentos identificados en la comunidad con el desarrollo del turismo como actividad económica para de esta forma poder diversificar los negocios de la mano de la producción del café y el turismo, y es así que se va poder potencializar la comercialización y exportación de su producto bandera en nuevos mercados, y de la misma forma promover el turismo de la comunidad de una manera sostenible.

De acuerdo con la situación actual del distrito de Villa Rica gracias a los constantes esfuerzos de toda la comunidad se ha logrado el reconocimiento a nivel internacional por la calidad de su café, ganando premios internacionales en diversos concursos como fue la edición del Concurso Internacional de Cafés Tostados al Origen organizado por la Asociación para la Valorización de los Productos Agrícolas (AVPA); sin embargo, no está siendo aprovechado ya que la producción de café no logra obtener los ingresos necesarios, esto ha generado un desequilibrio dentro del desarrollo de las comunidades cafetaleras de Villa Rica, por lo que la Municipalidad de Villa Rica, ha realizados un estudio de Pre inversión al 2021. (Andina, 2017)

Según Plan COPESCO Nacional (2018), las obras para el mejoramiento de los servicios turísticos de la Ruta del café en Villa Rica, tiene como objetivo lograr mayor afluencia de visitantes en el distrito siendo los principales beneficiarios los turistas extranjeros que van en busca de uno de los mejores cafés del Perú.

Las mejoras que se han visto durante los últimos años vienen siendo desarrolladas gracias a las alianzas que se han ido generando dentro de la

comunidad, ya sea de manera interna, externa o con entidades gubernamentales de la región y país; es por ello que la comunidad se ha comprometido en implementar actividades de tipo turísticas y comerciales como fuentes de ingreso para su crecimiento.

De acuerdo a Boluarte (2018), se inauguró la nueva Plaza de Armas y la construcción de un Centro de Interpretación por el presidente de la república de acuerdo al plan para impulsar el turismo en el distrito de Villa Rica, todos estos esfuerzos vienen acompañados y trabajados en conjunto con la comunidad, quienes al ver el interés de las autoridades también están implementando la creación de la Cámara de Comercio de Villa Rica.

### **1.3.1.2 Justificación Práctica**

Esta investigación se llevó a cabo gracias a la decisión de apoyo de las familias cafetaleras, y de la misma forma al ver como entidades nacionales han despertado la necesidad de mejorar e implementar actividades económicas en el distrito de Villa Rica, considerando al agroturismo como una de las principales actividades que es fuente de ingreso en la comunidad, la cual tiene un gran potencial para los conocedores y amantes del café.

La Ruta del Café representa una alternativa de turismo sostenible que puede ser muy bien aprovechada no solo para el desarrollo e implementación de diversas actividades económicas, sino que también promueve el consumo del café dentro y fuera del país.

Además, el café siendo el principal producto de la comunidad, ha generado diversas alianzas que han logrado involucrar a toda la comunidad para su comercialización, estas alianzas dentro de la comunidad pueden llegar a ser provechosas de la misma forma para el desarrollo de un turismo sostenible ya que el turismo es una actividad que requiere de la participación concertada de todas las partes de la cadena, para la construcción de destinos turísticos sostenibles y competitivos. La cual generará desarrollo, conservación inclusión,

para que futuras generaciones puedan disfrutar de estos beneficios. (Lombardi, 2017)

Por lo tanto, esta actividad económica no solo genera nuevas y mejores oportunidades para la comunidad, sino que también brinda una experiencia diferente a los consumidores; en donde las comunidades cafetaleras podrían aprovechar la oportunidad de diversificar sus fuentes de ingresos y empezar por apostar por los atractivos turísticos que tienen en su comunidad.

Según Navarro (2015) un atractivo turístico puede generar diversas representaciones de acuerdo al lugar, zona y a los recursos que se encuentren, de esta forma se pueden transformar o crear a estos recursos naturales en atractivos turísticos, de manera que se creen nuevas oportunidades, actividades y formas de atraer visitas de turistas.

La identificación de recursos para convertirlos en atractivos turísticos representa una oportunidad para la generación de nuevas actividades económicas que pueden ser aprovechadas por la comunidad involucrada. Es por ello que se hace necesario que la comunidad de Villa Rica pueda identificar estos recursos naturales que conlleven a desarrollar el turismo de una manera sostenible.

### **1.3.1.3 Justificación Metodológica**

Para el cumplimiento de los objetivos que presenta esta investigación, la cual se enfoca en la ruta del café, las alianzas estratégicas, la promoción del café y su influencia en el turismo sostenible en la comunidad de Villa Rica, se ha decidido utilizar como elemento de investigación encuestas cerradas.

Según, Malhotra (2008) las encuestas están diseñadas para obtener información específica, ya que ayudan a la retroalimentación y en la medición de opiniones, obteniendo así una expectativa de la realidad problemática, aparte de ello este elemento será complementado con la observación directa, la cual ayuda a confirmar o refutar las hipótesis planteadas.

Esta investigación servirá como fuente de información preliminar a la población de la comunidad de Villa Rica, sobre la situación actual en la cual se encuentran las principales actividades económicas que desempeña la comunidad. También ayudará a potenciales empresarios, inversionistas, y a la comunidad estudiantil, que podrá obtener una visión de las nuevas oportunidades económicas a explotar en esta zona del país, y a poder evaluar el comportamiento de una comunidad en general.

## **1.4 Viabilidad de la investigación**

### **1.4.1 Viabilidad técnica**

Esta investigación se enfoca en determinar si la ruta del café, las alianzas estratégicas y la promoción del café, son instrumentos que influyen en el turismo sostenible de las comunidades cafetaleras de Villa Rica, es por ello que con la visita a las comunidades de la región, nos contactamos con la Asociación Clúster Café Selva Central (CLUSCAFÉ) y con la Sra. Ana Salazar quien es la encargada de proyectos de calidad de café en la organización, estos proyectos fortalecerán la productividad y competitividad del café en la zona de la selva central. Esta organización proporciona gran información sobre los productores, el proceso de elaboración del producto final y también de los principales consumidores. Asimismo, se contactó con uno de los integrantes de una de las familias proveedoras del café, el Sr. Eddie Contreras, quien se encarga del manejo de una de las fincas más importantes de Villa Rica, producen la marca Monteutz y también es conecedor de los servicios turísticos que se brindan dentro de su finca cafetalera.

La investigación la realizan las estudiantes de la carrera de Administración de Negocios Internacionales, Mercedes Aguilar Rodríguez y Winny Dávila Jiménez, quienes cuentan con los conocimientos previos desarrollados a lo largo de los años y el asesoramiento de profesores capacitados que facilitaran la ejecución de la investigación.

### **1.4.2 Viabilidad económica**

La disponibilidad de recursos económicos con los que se realizó la investigación es de procedencia propia de las investigadoras, se hizo uso de los recursos necesarios para la obtención de información de fuentes confiables y bases de datos, así como para realizar la ejecución de entrevistas a expertos, encuestas y lo que conlleva el trabajo de campo para la ejecución de la investigación.

### **1.4.3 Viabilidad Social**

Esta investigación busca repercutir en el desarrollo y crecimiento de la comunidad de Villa Rica, puesto que se enfoca en la determinación de los instrumentos que influyen en el turismo sostenible en las comunidades cafetaleras, para que estos una vez identificados puedan ser usados de una manera más productiva, y así contribuir con el incremento de actividades sociales y económicas que generen una mayor conciencia con la conservación de los recursos naturales.

Se tomó como referencia lo suscrito por Reina (2013), quien en su investigación tiene como objetivo implementar una nueva opción para que los turistas puedan llegar de forma rápida y sin ningún inconveniente a los diferentes sitios que deseen conocer dentro de la comunidad Tulcán en Ecuador, desarrolla nuevas actividades económicas las cuales complementan al turismo y aumenten las visitas tanto de turistas nacionales como internacionales.

Sin embargo, para Villa Rica, la cual está dentro de la Selva Central es muy importante la producción del café, es así que teniendo en cuenta la conservación de su hábitat natural, esta investigación busca determinar que está influyendo en el desarrollo del turismo sostenible para así poder aprender del cuidado y conservación de nuestros recursos naturales y que estos también sean aprovechados por futuras generaciones.

Por otro lado, también será de gran utilidad para las próximas generaciones de estudiantes de la Universidad de San Martín de Porres, ya que contarán

con el acceso a las investigaciones realizadas por los alumnos de la facultad y a los nuevos conocimientos que se generarán con los resultados de esta investigación.

## **1.5 Limitaciones**

Las limitaciones para el desarrollo de esta investigación fueron principalmente la delimitación de tiempo y el acceso a la información, ya que, para la recopilación de la información durante el trabajo de campo, se tomó mayor tiempo de lo estimado puesto que, la cantidad de información a manejar fue relativamente abundante, sin embargo; esta muchas veces no era exactamente la necesaria para brindar una solución a la problemática de la investigación.

Además, el aspecto económico también fue una limitación importante, ya que se afrontan diversos gastos durante todo el proceso de investigación, presentación y desarrollo del trabajo de investigación.

## **CAPÍTULO II: ANTECEDENTES Y BASES TEORICAS**

### **2.1 Antecedentes de la investigación**

#### **2.1.1 Antecedentes Internacionales**

Según Ayala, Chavez, & Cruz (2016) en su investigación titulada *“Plan promocional para el posicionamiento de la marca Ruta Turística Café y Bálsamo del departamento de La Libertad”*, publicada en la Universidad de El Salvador en el año 2016, se tuvo como objetivo posicionar a la marca Ruta Turística Café y Bálsamo, mediante el desarrollo de un Plan Promocional que proporcione las estrategias adecuadas para dar a conocer los principales atractivos turísticos que posee la zona. Asimismo, la metodología de la investigación fue de tipo descriptiva, ya que para realizar el plan promocional se precisó observar la industria turística en el país, así como conocer las costumbres, gustos y preferencias, conductas, actitudes, aptitudes, y el comportamiento del mercado salvadoreño para posicionar a la marca Ruta Turística Café y Bálsamo como una opción más de entretenimiento y recreación para los amantes de la naturaleza.

Los resultados obtenidos en la investigación determinaron que la mayoría de personas del Área Metropolitana de San Salvador desconocen los nombres oficiales de las rutas turísticas del país, razón que los lleva a mencionar atractivos diferenciadores de los lugares o el nombre de las ciudades que componen la ruta. Por lo tanto, se vio necesario la implementación de este tipo de proyectos para promover el turismo nacional y extranjero en los países donde no se están aprovechando de manera adecuada los recursos naturales y turísticos con los que se cuentan, el desarrollo de una marca como recurso turístico puede ser una forma de posicionar y diferenciar a esta ruta del café de otras. (Ayala, Chavez, & Cruz; 2016)

De acuerdo a Reina (2013) en su tesis *“Diseño de la Ruta el Cafetal en el noroccidente del Carchi para fomentar el turismo en la parroquia de Maldonado”*, publicada en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Tulcán - Ecuador en el año 2013, tuvo como objetivo diseñar una ruta temática en el noroccidente de la provincia del Carchi como aporte al fomento del turismo en la parroquia de Maldonado. La metodología de la investigación es de tipo cualitativa, ya que se usó la observación, entrevistas, narraciones, notas de campo, grabaciones; y las entrevistas se realizaron a personas con conocimiento de la producción del café en las fincas del noroccidente del Carchi y en base a ello se pudo diseñar una posible ruta o circuito, el cual era el objetivo principal del proyecto de grado.

Como resultado de la investigación, se determinó que la “Ruta El Cafetal” permitió difundir el turismo en la parroquia de Maldonado proyectando y generando actividades enriquecedoras para el agrado de todos; además que contribuyó con el conocimiento de los procesos de productividad del café para que el turista descubra la importancia de este producto en las comunidades. Es por ello que se determinó que la actividad turística conlleva a un mayor conocimiento de los productos que se ofrezcan en cualquier región y que de esta forma se genera mayor valor a una actividad productiva, siempre que se dé a conocer como un atractivo del lugar. (Reina; 2013)

Según Florez (2013) en el proyecto de investigación *“Ruta Turística Cafetera Provincia Comunera Santander Colombia”*, publicada en la Universidad Libre Seccional Socorre de Bogotá- Colombia, en el año 2013, tuvo como objetivo principal desarrollar un turismo rural respetuoso con el medio ambiente. El proyecto usa una metodología descriptiva y exploratoria de forma cuantitativa, aplicando instrumentos de investigación como entrevistas, visitas de campo y encuestas.

En donde se obtuvo como resultado que la mayoría de las fincas cafetaleras ubicadas en la zona, tienen interés en fomentar un turismo responsable con la comunidad en donde se ha desarrollado gran parte de servicios y actividades que atraigan mayor afluencia de visitantes. (Florez, 2013)

Por otro lado, Morales (2005) en su investigación llamada *“La ruta del café como un factor de desarrollo regional”* publicada en la Universidad Americana de Managua, Nicaragua en el año 2005, tuvo como objetivo analizar la Ruta del Café impulsada por el Intur, como un factor de Desarrollo Regional, generador de divisas y de empleos en las zonas cafetaleras del país.

En esta investigación se utilizó un diseño metodológico no experimental y una investigación de tipo descriptiva, que consiste en explorar ciertos rasgos de la realidad y mostrar su comportamiento, es por ello que se realizaron encuestas a turistas y personas de las comunidades que brindaron información a mayor detalle sobre la ruta del café en la zona. (Morales, 2005)

Se obtuvo como resultado que la ruta del café es un producto turístico que pudo haberse diseñado mejor, ya que no se contó con la demanda suficiente y esperada por la población porque lo que su oferta no cumplió con las expectativas y por ende no pudo satisfacer las necesidades de los turistas y de los canales tradicionales de distribución; esta ruta no debió ser confundida con un tour tradicional sino como una propuesta que ofrece a los canales de distribución y turistas caminos o vías en donde se encuentra una variedad de destinos; es por ello que esta ruta no tuvo mayor impacto en la región, pues se considera que no fue desarrollada bajo una adecuada promoción, conducción y desarrollo a mediano plazo y no pudo lograr el impacto económico esperado.

De acuerdo a los resultados de la investigación señalan que un producto turístico que no está siendo bien aprovechado necesita ser reformado y promovido de una manera más objetiva y acertada, pues dirigir esfuerzos en vano puede llegar a ser perjudicial para la comunidad ya que los resultados obtenidos no van a ser los esperados.

De acuerdo a Sánchez J. (2015) en su investigación titulada *“Circuito de turismo de naturaleza enmarcado en el café y culturas de la Sierra Nevada de Santa Marta”*, publicada por la Universidad Tecnológica de Bolívar, Cartagena de Indias, en el año 2015 tuvo como objetivo diseñar una propuesta de circuito turístico de naturaleza enmarcado en el café para los turistas y comunidades que disfrutan el Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta. La metodología de la investigación fue de tipo descriptiva porque parte del trabajo consistió en esbozar características de la zona, sus atractivos turísticos, sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas a las que se enfrentaba, el resultado que se obtuvo es que el diseño del circuito entrega una parte de la solución, ya que fomenta la asociatividad entre expertos en un producto específico del turismo para innovar, unificar esfuerzos y promocionar debidamente el mismo.

Este circuito buscó que Santa Marta cambie su proyección de destinos de sol y playa a un turismo diversificado, de esta forma atraer un mayor número de turistas extranjeros y nacionales, y así contribuir a no saturar la capacidad de carga de las playas del territorio. La propuesta presentada generaría un valor agregado a los recursos turísticos con los que cuenta Santa Marta y de esta forma promoverían el consumo de uno de los productos bandera de Colombia, el cual es muy bien reconocido por la calidad de sus cultivos cafetaleros. (Sánchez, 2015)

Por otro lado Hidalgo & Vásquez, (2014) indican que no solo existe problemas de desarrollo sostenible entorno al turismo por falta de iniciativa entre las empresas por lo que en su investigación, la cual tiene como título *“Propuesta de marketing turístico para el desarrollo socioeconómico de la quinta San Raphael del cañón, Valle de Sonis, Municipio de Somoto departamento de Madriz, II semestre 2014”*, la cual fue publicada en Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua tiene como objetivo de investigación elaborar una propuesta de marketing turística que contribuya al desarrollo socioeconómico de la Quinta San Raphael en el Área Protegida Monumento Nacional Cañón de Somoto, departamento de Madriz durante el periodo del segundo semestre 2014, la cual se enfoca en identificar el posicionamiento del mercado de

La Quinta San Raphael, la cual se desarrolla como empresa dedicada al servicio de turismo en esta región, el método usado en esta investigación se basa en un modelo cualitativo en donde se realizaron entrevistas directamente a las personas encargadas de la empresa y a los turistas, los cual brinda una visión más compacta de lo necesita la empresa y de lo que están buscando los clientes.

Luego de obtener los resultados los investigadores se dieron cuenta que esta empresa si cuenta con varias ventajas para obtener un mejor posicionamiento en el mercado como es el entorno geográfico el cual es de fácil acceso, lo que género que se explotara esa ventaja para el beneficio de la empresa. Con respecto a los turistas, si bien no existieron quejas del servicio el nivel de satisfacción, estos no regresaban, por lo que se tuvo en cuenta también que una propuesta de publicidad es la recomendación que brinda el turista cada vez que pueda viajar o compartir diferentes experiencias, se implementó esta modalidad para poder saber en modo real el nivel de satisfacción del cliente. Esta tesis brinda otra visión respecto a la sostenibilidad del turismo, el cambio brindará beneficios ya que ayudará con la innovación de nuevos mercados dentro del rubro del turismo. (Hidalgo & Vásquez, 2014)

Al analizar al turismo se pudo encontrar con aspectos muy importantes que son el social y cultural, ya que realmente es necesario creer si el turismo solo se centrara en brindar un servicio el cual será receptivo y se enfoca solo en el turista, a partir de ello en la siguiente tesis de Romano (2005) que tiene como título, *“Impactos Socioculturales del Turismo en San Antonio de Areco”*, la cual fue publicada en la Universidad Abierta Interamericana, en Buenos Aires, la autora enfoca su investigación en la necesidad de evitar la “comercialización de la cultura” por los medios de mercantilismo los cuales se adoptan del turista, el objetivo conocer los impactos socioculturales producidos por la actividad turística en el residente de San Antonio de Areco, los cuales se darán a entender mediante el estudio con respecto a sus atractivos turísticos, infraestructura y equipamiento, del mismo modo analizó las conductas de los residentes de San Antonio de Areco frente al turista, así como también en la relación costo-beneficio aparejado por el turismo generado en esta zona.

La investigación se realizó de forma cuantitativa utilizando encuestas cerradas, entrevistas directas, de las cuales se pueden concluir que si existe un nicho de mercado donde la región aún no ha innovado, ya que existe la tendencia de adaptación al consumo de los turistas mas no de las necesidades de desarrollo de la comunidad, asimismo el investigador con el resultado tiene presente que el turismo es una actividad muy significativa la cual debe ser insertada en la cultura viva de las comunidades, la cual debe constituirse como una construcción presente desarrollando la identidad de las comunidades de una manera simbólica y cambiante. Finalmente, se puede recalcar la labor del investigador que en esta tesis no busca un turismo sostenible mediante estrategias que ayuden aumentar esta actividad, sino todo lo contrario, lo que buscó es el desarrollo de la comunidad, que los pobladores participen en el turismo sostenible mediante el impacto social que esto implique, generando igualdad y un grado de identidad la cual ayudara a generar mayores ingresos por esta actividad. (Romano, 2005)

Se ha analizado de forma global y el turismo si bien se desarrolla de una manera conjunta con casi todas las actividades dentro de una región este puede generar grandes impactos dentro del medio ambiente, ya sean positivos o negativos, tenemos el ejemplo de la investigación de Pairumani (2016) la cual lleva por nombre "*Impactos ambientales generados por la actividad turística en el camino precolombino del Choro*", de la Universidad Mayor de San Andrés, en esta tesis el investigador ha observado el desarrollo de la actividad turística, el cual ha ido aumentando con la afluencia de turistas, los cuales llegan a estas zona para realizar diversas actividades, asimismo esto ha generado que la zona con el pasar de los años vaya perdiendo su esencia natural, generados por la contaminación de la naturaleza, acumulación de residuos sólidos y degradación del paisaje, estos son algunos problemas que junto al calentamiento global, cambio climático y contaminación ambiental, genera este problema de impacto dentro de la actividad turística, por lo que el objetivo de esta investigación se centra en identificar los aspectos ambientales que genera el desarrollo de la actividad turística en el Camino Precolombino del Choro y los impactos que producen los mismos.

Para obtener la información necesaria y así resolver el problema que viene aquejando a esta zona turística se usó una metodología cualitativa exploratoria, la cual se enfoca en descubrir el comportamiento de los turistas al realizar sus actividades dentro de esta zona, identificar las zonas más vulnerables, dar a conocer el impacto ambiental que se está generando y sobre todo verificar si se lleva a cabo acciones de prevención y control para mejorar el impacto ambiental. Obteniendo como resultados, que la gran parte de la contaminación emergida en ese lugar es por la gran cantidad de residuos generados en cada recorrido turístico en esa zona, ya que al no tener conocimientos en cómo realizar acciones de prevención un ejemplo es el manejo de los residuos sólidos, es necesario un estudio de impacto ambiental para contrarrestar los efectos negativos de la propuesta de turismo en esta zona, brindando así mayor porcentaje de vida tanto en la flora y fauna de esta zona. (Pairumani, 2016)

### **2.1.2 Antecedentes Nacionales:**

Figueroa (2013) con su tesis "*Turismo, pobreza Y Desarrollo Sostenible en el Perú los casos de Cuzco, Cajamarca y La Libertad*", la cual fue publicada en la Universidad de San Martín de Porres tiene como objetivo estudiar la relación entre el turismo y las condiciones socio económicas de las poblaciones marginadas social y culturalmente por su condición de pobreza; asimismo analizar la capacidad que tienen las prácticas turísticas como factor de desarrollo económico sostenible en los espacios subdesarrollados. Para poder desarrollar este estudio se enfoca en una metodología exploratoria la cual se enfocará en la revisión de libros enfocados con el tema y en las entrevistas realizadas según la muestra. Para finalizar el autor brinda los resultados los cuales nos dan una mejor perspectiva de la situación, estos se enfocan que no ha existido un desarrollo sostenible dentro de las actividades que se puedan desarrollar por el turismo.

Asimismo, cabe resaltar que en esta tesis se pudo encontrar que el autor compara las tres regiones para poder tener una expectativa centralizada, asimismo se enfoca en resaltar en la pobreza que aún existe en el país y que las actividades

económicas no están brindando ninguna ayuda para remediar esta situación. Por lo que se percibe que existe un problema en el cual no se está enfocando de una manera productiva estos ingresos, o de lo contrario no existe un plan estratégico, el cual ayude a la mejora del crecimiento y desarrollo de estas comunidades. Esta tesis proporciona información que refleja la falta de iniciativa tanto de las empresas privadas y públicas en consolidar un turismo sostenible en estas regiones con una alta influencia de promoción para el turismo. (Figuroa, 2013)

Por otro lado, los jóvenes también son parte del cambio de la sociedad y en torno a lo que pueda generar el turismo, porque hay que tener en cuenta que es esta nueva generación la cual no tiene miedo y se lanza a la aventura de viajar, conocer y vivir nuevas experiencias. En la tesis de Quispe & Sánchez (2014) titulada *“Impacto de la campaña turística de Promperú ¿Y Tú Que Planes? en los jóvenes de 18 a 30 años del distrito de Trujillo”*, da a conocer que Promperú siendo el eje central de las campañas para la promoción de un turismo sostenible, ha realizado diversos cortos los cuales incentivan a los jóvenes a ser partícipes de conocer al Perú, y uno de estas actividades de promoción de en cuenta *“¿Y tú que planes?”*, gracias a esta iniciativa del estado peruano se incrementa la afluencia del turismo, por lo que esta investigación tiene como objetivo determinar el impacto de la campaña turística de Promperú denominada *“¿Y tú qué planes?”* en los jóvenes de 18 a 30 años de Trujillo, para detectar si la cifras de aumento de turistas sean correctas y saber de una forma u otra si este programa era reconocido por los jóvenes de esta región, y cuál es la información que manejan con relación a este programa , pero sobre todo identificar el nivel de participación turística de los jóvenes de 18 a 30 años.

Para la obtención de mayores resultados es necesario saber que esta investigación se fundamenta en el método cualitativo y descriptivo, la cual arrojaron resultados positivos según el margen esperado, ya que si existe un posicionamiento del mercado en estos jóvenes, ya que los hacen partícipes de la campaña, pero no son capaces de recordar todos los beneficios los cuales fueron diseñados para ellos, lo que ocasiona que la participación de la sociedad con este rango de edad pueda disminuir y no llegar a los niveles de desarrollo y crecimiento necesario. Se considera que la promoción de la marca Perú se

fundamenta en la participación de los jóvenes en su plataforma y sobre todo cambiar la mentalidad de los adultos haciéndolos partícipes del desarrollo del turismo, por lo que se debe mejorar en las campañas para una mayor retención y valoración de los proyectos por parte de la sociedad. (Quispe & Sánchez, 2014)

Según Sarmiento (2017) en su tesis que lleva como título “*Plan estratégico eco turístico de la Reserva Nacional Punta San Juan y las playas en el distrito de Marcona, provincia de Nazca, región Ica (2018 – 2022)*” la cual ha sido publicada en la Universidad Nacional de san Agustín de Ica y tuvo como objetivo formular un Plan Estratégico Eco turístico en la Reserva Punta San Juan y las playas del distrito de Marcona estableciendo lineamientos estratégicos y plantear proyectos que soportaran el plan para promover un desarrollo turístico sostenible en la zona. La cual se enfocó en identificar la demanda insatisfecha la cual solo realizaba visitas en Nazca sin hacer referencia a sus otros atractivos turísticos, de la misma forma no brindaban un pensamiento ecológico a los turistas para el cuidado del medio ambiente, ya que no existía un Plan estratégico de ecoturismo que ponga en valor los atractivos naturales y promueva el desarrollo turístico sostenible de la zona. Por ende, uso la metodología descriptiva – exploratoria, ya que se investigó en base a encuestas, entrevistas y referencias de bibliografías de investigaciones pasadas.

Llegando a la conclusión es necesario aprovechar el gran potencial del ecoturismo para brindar una mejor imagen a la ciudad de Marcona y así generar un turismo sostenible en base del cuidado del medio ambiente y el desarrollo de los pueblos. Todo lo causado por los malos hábitos de los humanos ha generado grandes cambios en el hábitat y por ende ha producido grandes pérdidas dentro de la flora y fauna del planeta, para lo cual siempre se están presentando nuevas ideas de protección y cuidados, las cuales se ponen en acción para seguir disfrutando de las majestuosas y exóticas curiosidades que puede ofrecer el planeta, por ende esto no ha sido desaprovechado por el turismo y ha encontrado la manera de manejar el problema del impacto ambiental, esta investigación busca poder llegar a la solución de cuidado mediante el uso del turismo, generando una mayor conciencia entre los ciudadanos y de esta forma tener

personas capaces de proteger y cuidar el hábitat en donde viven. (Sarmiento, 2017)

Se entiende que el turismo es una actividad económica que brinda desarrollo y crecimiento, sin embargo, se sabe también que existen nichos de mercado, los cuales ayudan a la sostenibilidad de esta actividad y así mismo brindan mayores beneficios económicos, por ende la siguiente tesis, de Delgado (2015) la cual tiene como título "*El turismo receptivo y su aporte al crecimiento económico en la región La Libertad periodo: 2005 – 2014*", esta investigación fue publicada en Universidad Nacional de Trujillo y tiene como objetivo analizar si el turismo receptivo aporta al crecimiento económico de la región La Libertad, durante los periodos 2005-2014, para esta investigación se usaron los siguientes instrumentos, los cuales ayudaría a analizar el comportamiento del crecimiento económico dentro de la región por medio del turismo sostenible, si existe un incremento porcentual del número de turistas los cuales visitan estas zonas, y sobre todo poder estimar los ingresos que el turismo receptivo aporta a la comunidad generando el desarrollo y crecimiento de sus pobladores, dando resultados favorables ya que el índice del crecimiento del PBI va de la mano y tiene bastante relación con el crecimiento económico que brinda el turismo receptivo para esta región.

Si bien a la fecha el turismo receptivo no es una actividad que muestre un aporte significativo, se recomienda explotar toda actividad que junto con la sostenibilidad brinden un impacto económico que ayude con el desenvolvimiento de los pueblos, asimismo generar mayor aprendizaje con el objetivo de captar mayor afluencia de turistas, debemos tener en cuenta que las políticas para fomentar esta actividad deberán ser planteadas por las organizaciones encargadas de brindar mejores servicios cabe mencionar que debemos tener en cuenta que el sistema financiero ayudara a aportar un valor agregado, ya que al tener mayores recursos podremos ejercer de mejor manera dicha actividad.

Según Jacinto (2013) en su tesis titulada "*Competitividad de la cadena productiva de café orgánico en la provincia de La Convención, Región Cusco*" publicada en la Universidad Nacional Agraria La Molina tuvo como objetivo analizar la

competitividad de la cadena productiva del café orgánico en la provincia de La Convención en la Región Cusco, para ello la metodología de la investigación fue de tipo descriptiva exploratoria, ya que el estudio se inicia con una fase de recopilación de datos estadísticos e información bibliográfica existente, complementada con la observación directa del medio, con el fin de diagnosticar el sector a través de un proceso descriptivo que permite describir y delimitar las características del grupo de elementos estudiados, además se usó de instrumento entrevistas a profesionales para identificar problemas y oportunidades de las cadenas productivas y ligarlos a necesidades de información. Los resultados obtenidos muestran que la competitividad del sector depende de todos los componentes de la cadena productiva y que la zona tiene excelentes condiciones agroecológicas para la producción de este cultivo, sin embargo, el elevado costo de producción y la escasez de mano obra, así como la carencia de infraestructura adecuada son las principales dificultades. Consideramos que la creación de estrategias comerciales como alianzas y diversificación de mercados para que de esta forma la cadena productiva pueda aprovechar las ventajas con las que cuenta.

De acuerdo a Yumbato, W. (2016) en su investigación titulada *“Establecer Alianzas estratégicas entre Gobierno y la empresa privada como alternativa de desarrollo para el turismo en la provincia de Cajamarca 2016”* publicada por la Universidad Nacional De Cajamarca, tuvo como objetivo establecer alianzas estratégicas entre el sector público y el sector privado con la finalidad de fomentar y desarrollar el turismo en la provincia de Cajamarca, la metodología de la investigación fue bibliográfica descriptiva, ya que buscó y recogió información la cual brindó al investigador a determinar las variables estratégicas para el desarrollo del turismo y se plantearon alternativas para establecer estrategias relacionadas a la variable dependiente.

Para la obtención de los resultados se realizaron cinco encuestas y se concluye que para un buen desarrollo del turismo dentro de la ciudad de Cajamarca es necesario establecer alianzas estratégicas las cuales relacionen al sector público con las empresas privadas y así generar un incremento de los ingresos para luego sean retribuidos mediante proyectos de interés social, llegando en un futuro

a desplazar actividades económicas como la extracción y a la venta de productos primarios.

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1 Marco Teórico y Estudios Aplicados de la Variable Dependiente**

#### **2.2.1.1 Turismo Sostenible**

Según la OMT (2001), se puede definir al turismo sostenible como:

““El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.

El turismo sostenible está enfocado en la gestión de los recursos naturales y culturales, de manera que satisfagan tanto las necesidades económicas, sociales y ambientales, sin dejar de lado la conservación de la cultura, la biodiversidad y los ecosistemas de vida, la integridad del ambiente y los procesos ecológicos, la paz, la prosperidad y el respeto universal, la obediencia de los derechos humanos y las libertades fundamentales.

Es por ello que se puede destacar que el Turismo Sostenible es la mejor alternativa para que la comunidad pueda emprender en diversas actividades turísticas tomando en cuenta la conservación y el cuidado de los recursos como uno de los pilares fundamentales del negocio.

#### **- Impacto ambiental**

De acuerdo a Crosby & Moreda (1996) uno de los principales impactos que tiene el turismo sostenible en el ambiente hace referencia a un desarrollo que evite el deterioro y agotamiento de los recursos naturales y así asegurar la permanencia de estos a largo plazo.

Para ello se debe planificar y organizar actividades turísticas que vayan de la mano con el fin de maximizar los beneficios del área sin dañar los alrededores. En el caso del impacto ambiental, las autoridades y los representantes de localidades junto a entidades del Estado son los encargados de crear protocolos de protección y legislación para el cuidado del medio ambiente.

#### - **Impacto social**

En el Manual de Turismo Sostenible, Lopez, Martín, Negrodo, & Poyatos, (2005) indican que los principales impactos sociales del Turismo Sostenible implican garantizar la equidad social y potenciar los valores y cultura de la comunidad local.

En el caso del turista se puede enriquecer con las relaciones interpersonales que pueda crear con las comunidades, además del intercambio intercultural y la estimulación intelectual de las nuevas historias, lenguas, costumbres y tradiciones del lugar visitado.

En el caso de las comunidades, los principales beneficios sociales se centran en el desarrollo personal de los agentes, como la inserción laboral, cohesión y justicia social. Además, permite igualdad de oportunidades y otros campos en los cuales se pueda desarrollar personalmente.

#### - **Impacto económico**

Según Sancho (2005), en su informe sobre los impactos del Turismo Sostenible para la población, nos dice que los principales impactos económicos son los siguientes:

- a) Generación de nuevos puestos de trabajo, ya que surgirá la demanda de hoteles, restaurantes y otras empresas de turismo; así como también incrementará el consumo en los sectores proveedores de agricultura, pesca, artesanía, etc.
- b) Redistribución de la renta, ya que el turismo contribuye al equilibrio y distribución de las ganancias de esta actividad.
- c) Modificación de estructuras de consumo, aumentará la demanda de bienes y servicios, esto debido a la creación de nuevos puestos de trabajo generados por las nuevas necesidades de negocio.
- d) Efectos sobre las importaciones y exportaciones, estimula las importaciones de bienes y tecnología, además conlleva a la compra de productos del país receptor por parte de los turistas, los cuales van a trasladar hasta sus lugares de origen, promocionándolos y generando una nueva demanda, creando una nueva corriente exportadora.
- e) Efectos sobre la inversión, ya que crea capital fija, no sola para las empresas o negocios privados, sino que también para el Estado, pues el turismo exige inversión en construcción de servicios complementarios y desarrollo de una mejor infraestructura.
- f) Estimula el establecimiento de negocios locales, crean empresas de inversión local, puestos de trabajo, rentas y otros beneficios empresariales.
- g) Ingresos fiscales locales, los cuales pueden canalizarse en la mejora de infraestructura, educación, servicios comunitarios, etc.

## **2.2.2 Marco Teórico y Estudios Aplicados de la Variable Independiente**

### **2.2.2.1 Ruta del café**

La creación de rutas turísticas surge como una nueva alternativa de turismo rural que puede llevarse a cabo en determinadas áreas destacando los principales productos que estos puedan ofrecer, así como la promoción de un nuevo producto turístico que básicamente se puede definir como la creación de un clúster de atracciones y actividades que incentivan a la cooperación entre

diversas áreas y que sirve de vehículo para estimular el desarrollo económico. Esta iniciativa tuvo origen en España con sus populares rutas del vino, que a lo largo de los años ha tenido gran repercusión en el desarrollo del turismo sostenible del país. (Guzmán & Sanchez, 2008)

Es así que la Ruta del café, se ha vuelto una de las rutas turísticas preferidas para los amantes del café en distintas partes del mundo, en donde muchos de estos aprovechan la calidad del producto para dar a conocer de cerca el proceso de transformación y elaboración de este producto, y a su vez, pueden mostrar los atractivos turísticos que se encuentren en su región.

La Ruta del café, es un proyecto inspirado en la mejora de la calidad del producto, a través del vínculo generado entre el productor y el consumidor, así mismo se destaca por aumentar la identidad de los pueblos, teniendo como resultados, la introducción de una nueva forma de turismo y la creación de nuevas actividades económicas las cuales generen un aumento en los ingresos, y así evitar el aumento de las migraciones a las grandes ciudades. (Breccione, 2010)

#### **2.2.2.2 Ruta del café en el mundo**

Dentro de las rutas del café en el mundo, los principales países productores y exportadores son los que cuentan con las Rutas del Café más populares de la actualidad; es así como Brasil, Colombia y México han desarrollado su ruta como una marca que los ayuda a impulsar el consumo y el turismo dentro de sus comunidades cafetaleras.

##### **- Ruta del café en Brasil**

Esta alternativa turística surgió como idea para poder promover el desarrollo de zonas rurales alejadas de las playas, las cuales son el principal atractivo turístico del país, ya que a pesar de ser uno de los países que produce más café en el mundo, son solo cinco regiones en donde este producto es cultivado. (El Nuevo Diario, 2017)

Es por ello que se planteó la idea de implementar un circuito turístico que al final pudo beneficiar al entorno de los productores, ya que generó oportunidades de negocio como la creación de nuevas actividades turísticas y además la necesidad de contar con posadas y restaurantes para las visitas que ha ido en aumento desde entonces.

Las principales actividades que el turista puede realizar en la ruta de café de Brasil son: Senderismo, plantaciones de café y clima de montaña son tres de los ingredientes fundamentales de la Ruta del Café brasileña. En la región del Macizo de Baturité, en el estado de Ceará, el turista puede vivir una experiencia inolvidable al conocer el proceso de recolección, tostado y molienda de los granos; degustar el café y recorrer mansiones antiguas donde todavía residen familias originarias. (El Clarín, 2016)

#### - **Ruta del café en Colombia**

El mayor productor de café suave del mundo, ha convertido al café no solo en una bebida que deleita paladares sino también en una experiencia turística y de aventura por las fincas y caminos que rodean los cafetales.

Se diseñó un producto que consistía en brindar una serie de experiencias al visitante en base a los servicios que se brindaban alrededor de los atractivos turísticos, sin embargo; este plan tuvo reacciones adversas, ya que algún empresario independiente quiso privatizar la Ruta del café para su beneficio; es por ello que se decidió crear un Plan Estratégico que involucrara a la bancada parlamentaria de la región, gobernadores, alcaldes, empresarios, los cuales lograron institucionalizar el proyecto y lograr un avance fundamental en las regiones involucradas la cual todavía tiene muchos aspectos que mejorar en cuanto a la innovación empresarial. (Dussán , 2017)

Esta propuesta turística es mayormente conocida como el Eje Cafetalero o Patrimonio Cultural Cafetalero, en donde la UNESCO ha declarado a esta zona como Patrimonio mundial en el 2011, además de ser considerada una de las zonas que promueve el turismo gastronómico, con este producto turístico se

puede ser parte de la tradición y busca dar a conocer el valor cultural del café. (Fitzgerald , 2017)

La ruta que se ha convertido en una marca agrupa a más de 400 empresarios en el departamento de Caldas, Quindio, Risaralda y Valle del Cauca, esta propuesta ha logrado conquistar a los turistas nacionales y extranjeros beneficiando a numerosas familias campesinas con la dinamización de nuevas actividades económicas. (LaPrensa, 2015)

#### - **Ruta del café en México**

Una de las actividades agrícolas ampliamente extendidas en el mundo y particularmente en México es el cultivo de café. Luego de fuertes crisis económicas en el sector cafetalero, 13 fincas cafetaleras dieron la iniciativa de la creación de la Ruta del Café, el principal objetivo fue atraer la atención de turistas nacionales y extranjeros para que visitaran las fincas y conocieran el proceso de producción orgánica, y, a la vez, realizarán diferentes actividades de aventura como montañismo, campismo, rappel, rafting entre otros.

Según Secretaria de Turismo (2015) los cafetales del Soconusco, ubicadas en el Estado de Chiapas, han logrado consolidar a la ruta del café en México en uno de los destinos turísticos con mayores atractivos y actividades a desarrollar en donde se ofrecen servicios de hospedaje, alimentación, spa, venta de souvenirs; además la región ha sido reconocida como el primer productor de café a nivel nacional en donde el café orgánico es el producto de mayor demanda a nivel nacional e internacional.

En esta iniciativa no sólo el beneficio sería para los propietarios, sino también para los pobladores, ya que las fincas proveen de trabajo a la comunidad residente y migrante de carácter temporal. En esta ruta dos fincas (Argovia e Irlanda) han desarrollado de manera relevante no sólo la parte productiva y turística, sino también la de conservación de los recursos naturales de su entorno. (Altamirano, Gonzales, Rangel, Garcia, & Tejeda, 2011)

## - Ruta del café en Perú

Nuestro país es el segundo productor de café orgánico en el mundo y desde agosto del 2018, cuenta con una marca propia: Cafés del Perú. Esta marca busca comercializar el grano de café nacional en el extranjero. Es por ello, que se debería aprovechar el contexto de promoción para recomendar una expedición hacia los cafetales de las diferentes provincias del país y de esta manera también promover el turismo hacia los lugares donde se produce uno de los productos bandera de nuestro país.

Según El Comercio (2018), estas son las provincias que deberían visitar los amantes de la naturaleza y el café: Cusco, Pasco, Junín y Cajamarca en donde se podrá realizar un recorrido por los cafetales del Perú.

### a) Ruta del café en Cusco

El café orgánico de la provincia de La Convención lidera la lista de los cultivos emblemáticos de esta región. Pero también ha logrado gran acogida en Japón, Alemania y Estados Unidos.

#### - Centro poblado de Lucmabamba, La Convención:

En este centro poblado se vive el turismo rural comunitario dentro de tres organizaciones cafetaleras: Asociación de productores Flor del Café de Lucmabamba, Quellomayo y Huadquiña. Durante la convivencia con los caficultores, se aprenderá a cultivar, cosechar y procesar el café.

### b) Ruta del café en La Merced, Chanchamayo:

- Cooperativa agraria cafetalera Perené: Dentro de esta cooperativa se puede catar las distintas clases de café. Luego, en su planta de secado, se brinda la explicación de dicho procedimiento. Además, en su planta de beneficio se observa el acopio, el despulpado, la fermentación y el lavado del insumo.

- Green Gold Coffee: esta procesadora artesanal hace caramelos, chocolates, licores y manjar blanco de café. También, venden este ingrediente en grano, tostado o molido.
- Comunidad Cerro Picaflor: la ruta incluye un paseo por los terrenos, ubicados entre 1.000 y 1.300 m.s.n.m., mientras dan a conocer su método de trabajo.

c) Ruta del café en Villa Rica, Oxapampa:

Dentro de la ruta de Café de Villa Rica se pueden visitar estos principales cafetaleros del distrito, los cuales tienen el reconocimiento a nivel nacional e internacional por producir el café más fino del mundo:

- Villa Rica Highland: Incluye un recorrido por el laboratorio de control de calidad y a la planta de selección. Se observa el trillado de café verde (granos listos para ser tostados y molidos) de exportación.
- Finca Santa Rosa: en la propiedad de los primeros colonos austro-alemanes que migraron en el siglo XX a esta zona del Perú, dentro se puede conocer su cultura, estilo de vida y técnica ancestral de cultivar el café.
- Comunidad nativa Yánesha Ñagazú: los principales proveedores de café de la tostadería italiana Lavazza, ellos brindan la bienvenida con una demostración de su proceso cafetalero.

d) Ruta del café en Cajamarca, Jaén:

- Finca agroecoturística Santa Fe: en esta finca se puede explorar las plantaciones de café, descubrir la apicultura y practicar senderismo en el bosque de bambú.

- Centro poblado La Libertad: la gastronomía es uno de sus principales atractivos y se puede degustar platos típicos a base de trucha, admirar el valle del río Marañón desde el mirador, sumergirse en las aguas de la catarata Chorro Blanco de 108 m de altura y realizar trekking por el bosque húmedo, que alberga diferentes tipos de orquídeas.
- e) Ruta del café en Cajamarca, San Ignacio:
- Parcela Los Pinos: la familia Rivera Rojas recibe a los visitantes con platillos tradicionales, como el cuy con papa. Además, brindan el servicio de alojamiento y enseñan cómo se cultiva y procesa el café.
  - Parcela Quinta San Antonio: la familia Arias Toctose encarga de que se realicen las visitas a sus plantaciones y se permite que los visitantes se hagan parte del procesamiento del café.
  - Parcela Reina del Bosque: el clan Núñez García comparte la experiencia de cosechar frutos rojos, carambola y chalarina; así como también de extraer miel de los panales de abeja; y a preparar cocteles de cacao y café.
  - Finca Café con Aroma de Bosque: en esta finca se enseña cómo cuidar el suelo y las características para obtener mejor calidad en la producción del café.

### **2.2.2.3 Ruta del café en Villa Rica**

#### **2.2.2.3.1 Información general**

La ruta del café en Villa Rica es un recorrido de los diversos atractivos turísticos y de las actividades socio-culturales que están relacionadas con la producción del café dentro del distrito de Villa Rica, en donde los visitantes podrán disfrutar del “café más fino del mundo” y ser parte de su potencial turístico conocido como “la ruta del café”, este tipo de turismo de naturaleza

es llamado Turismo rural o Agroturismo, ya que los visitantes se logran involucrar directamente con la cultura agropecuaria de la comunidad.

Esta ruta ha sido diseñada a través de un proyecto donde participan diversos entes gubernamentales y no gubernamentales; según afirma (Aco, 2014):

“La Ruta del Café es un emprendimiento en el que participan la Municipalidad Distrital de Villa Rica, MINCETUR, la ONG Desco, la Cámara de Turismo de Villa Rica y Consejo Regulador de la Denominación de Origen Café Villa Rica.” (p.23)

Es así que la denominada Ruta del Café en Villa Rica ha sido impulsada por el conjunto de esfuerzos de diversos organismos que buscan convertir esta ruta en una marca reconocida a nivel mundial, ya que se cuenta con el reconocimiento de que el café que producen en Villa Rica, es considerado el más fino del mundo.

#### **2.2.2.3.2 Ubicación**

Según lo que afirma Ballon (1991):

“El distrito de Villa Rica está ubicado en la provincia de Oxapampa, departamento de Pasco, en la Selva Central del Perú, con altitud de 1500 msnm sobre una extensión territorial de 6800 m<sup>2</sup> de tierras aptas para el cultivo y ganadería.” (p.532)

Las características de su ubicación hacen que el distrito de Villa Rica sea sumamente fructífero para la producción de diversos productos agrícolas y el desarrollo de la ganadería; además de ser considerado un lugar con diferentes atractivos turísticos y culturales que lo convierten en el destino indicado para disfrutar de una variedad de actividades en contacto con la naturaleza.

#### **2.2.2.3.3 Historia**

La historia del distrito de Villa Rica ha pasado por diversas etapas durante su desarrollo, las cuales han sido determinantes para llevar a cabo la ruta del café.

- En 1891 se concedió 500 000 hectáreas de terreno a la Peruvian Corporation Limited Cia para usos agrícolas, este hito guarda relación con el inicio de la producción del café a gran escala.
- A finales del siglo XIX, Perú se convierte en exportador de café y sus primeros destinos fueron Chile, Inglaterra y Alemania.
- En 1921 se otorga 4000 hectáreas al alemán Leopoldo Krause y a un grupo de colonos austro-alemanes; con el objetivo de que estas sean trabajadas y se hicieran productivas. Luego de 4 años se funda Villa Rica gracias a estos colonos, al inicio con el nombre de Colonización Rada y Gamio.
- Luego, en 1942 Leopoldo Krause anima a sus vecinos de Pozuzo y Oxapampa a colonizar la actual Villa Rica, a pesar de las deficiencias y ausencia de servicios básicos, los esfuerzos de los nuevos colonos hacen posible la construcción de una escuela, un templo y de la carretera de Villa Rica.
- El 27 de noviembre de 1944, Villa Rica es legalizada como distrito y durante los siguientes años la actividad cafetalera adquiere un ritmo constante gracias al alza de los precios internacionales.
- En 1965, se inicia la construcción de la carretera Marginal de la Selva lo cual generaría flujos migratorios desde la sierra. Estos migrantes llegan como trabajadores para la cosecha del café, pero con el tiempo ellos mismos empiezan un proceso de parcelación de Villa Rica para el desarrollo de este cultivo.
- En 1981, se incrementó la construcción de viviendas en los entornos de la zona urbana, llegando a ser hasta el 40% de la población, entrando así a un proceso de urbanización.
- Como consecuencia del crecimiento demográfico entre el periodo de 1993 – 2007 se genera el crecimiento espacial y se produce una importante reorganización del espacio interno de la ciudad.
- Durante los últimos años se produce un cambio en el modelo tradicional, y Villa Rica paso de depender solo del cultivo del café a tener una visión más comercial y turística de sus riquezas. (Meza, Quispe, & Tueros, 2012)

Los últimos acontecimientos en el distrito de Villa Rica han dado pie a que los pobladores puedan identificar otras formas de explotar sus recursos y de la misma forma aprovechar el buen prestigio del cultivo de su café a nivel internacional para

así obtener otras formas de ingreso con el turismo sostenible de la región aplicando el impulso de la <<La ruta del café>>.

#### 2.2.2.3.4 Población

Según la Agencia peruana de noticias Andina (2018):

“Son tres culturas que conviven en Villa Rica: la comunidad indígena Yanasha, los colonos austro-alemanes y colonos procedentes de otras regiones del Perú. A todos los une la pasión y trabajo por la producción de un café de excelente calidad.”

Las diversas culturas que conviven dentro del distrito de Villa Rica han desarrollado la interculturalidad, lo cual ha permitido enriquecer el lugar con los conocimientos y prácticas del cultivo de café y al mismo tiempo han generado que sean reconocidos como los productores del café más fino del mundo.

Por otro lado, la Municipalidad Distrital de Villa Rica (2016), en el proyecto de inversión pública para el Mejoramiento y ampliación del Servicio de Seguridad Ciudadana en Villa Rica, nos muestran los siguientes datos de la proyección demográfica para el distrito, de los cuales tienen como base el dato de la población del año 2016, así como lo muestra la Tabla 1.

Tabla 1: Proyección de la Población del Departamento de Pasco

Periodos	0	1	2	3	4	5
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<i>Dist. Villa Rica</i>	21,637	22,001	22,372	22,748	23,131	23,520

Fuente: Municipalidad Distrital de Villa Rica (2016). Mejoramiento y ampliación del Servicio de Seguridad Ciudadana en el distrito de Villa Rica, Provincia de Oxapampa – Pasco. Tabla N°1.

Como se puede observar en la proyección realizada por los consultores de la Municipalidad de Villa Rica, el crecimiento demográfico del distrito tiene el 1.68% de tasa de crecimiento promedio anual.

Siendo así que para el año 2016 el número de pobladores en el distrito de Villa Rica fue de 21,637 y para el año 2026 vendría a ser un aproximado de 25,568.

La Ruta de Café en Villa Rica como proyecto tiene como principal objetivo el desarrollar un mejor aprovechamiento de las potencialidades turísticas de los distritos de Villa Rica, Oxapampa, Huancabamba y Chontabamba y de esta forma poder generar dinámicas entre ellos. Según Carranza (2016) para poder lograr el objetivo de este proyecto se cuentan con cuatro componentes, según lo detallas el Figura 1.



Figura 1: Componentes del Proyecto La Ruta del Café

Fuente: Carranza, (2016). El turismo en la selva central: alternativa de desarrollo sostenible. Revista Canalé, (07), p.28-33.

Estos componentes vienen siendo trabajados con apoyo de las entidades gubernamentales y no gubernamentales que promovieron el proyecto, siendo así que durante el último año se han desarrollado proyectos de mejora dentro del distrito de Villa Rica, tanto en el ámbito de infraestructura como en el tema social.

- ✓ Mejoramiento de las condiciones de los atractivos Turísticos y su entorno

Según Andina (2018), se hizo entrega de las nuevas obras de infraestructura turística en el distrito de Villa Rica, las cuales incluyen el Centro de Interpretación de la Ruta del Café, el cual consta de un laboratorio y vivero donde se analizará la mejora del grano de café; y la remodelación integral de la Plaza de Armas de Villa Rica, estas obras fueron ejecutadas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), a través del Plan Copesco Nacional, con una inversión de 6.4 millones de soles.

Es así que con el apoyo de entidades gubernamentales Villa Rica se ha propuesto ser uno de los destinos turísticos con mayor afluencia para los próximos años, el Plan Copesco Nacional tiene como objetivo cumplir con el mejoramiento de las condiciones turísticas y convertir a la Ruta del Café en una experiencia inigualable.

✓ Mejoramiento de la calidad de servicios de la Planta Turística

De acuerdo a lo que informa Andina (2018), través del Plan Copesco Nacional, se inició la construcción de la obra: “Mejoramiento de los servicios turísticos públicos de la ruta del café, Chanchamayo-Villa Rica”, en donde Mincetur informa que esta obra tiene una inversión de más de 13 millones de soles, la cual tiene como objetivo consolidar a la Ruta del Café como recurso turístico de Villa rica.

Las principales metas del proyecto incluyen la remodelación del acceso vehicular, remodelación del acceso peatonal, implementación de la señalización turística y aplicar medidas de mitigación ambiental; todo esto va permitir que el acceso, la estadía y la experiencia en Villa Rica sea más atractivo para los visitantes que al llevarse una buena experiencia puedan difundirla a otros viajeros.

✓ Promoción del destino turístico e incremento del flujo turístico

Según informa Medina (2018), Villa Rica espera atraer 32 mil turistas hacia la\* Ruta del Café este año, ya que siendo el Perú el segundo productor de café orgánico del mundo y acabando de lanzar la marca "Cafés del Perú" se están preparando para llegar a mercados más exigentes.

La participación en ferias y diversas actividades de promoción en las que ha ido participando Villa Rica durante los últimos años, ha logrado el reconocimiento internacional que no solo los ha convertido en los principales productores del café más fino del mundo, sino que también han convertido la experiencia de la Ruta del café en un nuevo recurso económico turístico que puede generar mayor rentabilidad para las comunidades involucradas.

- ✓ Fortalecimiento de las organizaciones y gobierno local para la gestión de destino

Asimismo, Ponce (2008), nos muestra como en el Plan de Desarrollo Concertado para el distrito de Villa Rica un grupo de representantes de las organizaciones trabajando en conjunto con las autoridades del distrito elaboran una hoja de ruta, la cual se encarga de dirigir los esfuerzos de todos los involucrados a lograr objetivos comunes en un rango de tiempo determinado, los cuales se han ido desarrollando con el paso de los años.

#### **2.2.2.3.5 Oferta turística**

El distrito de Villa Rica ha diseñado la alternativa turística de la Ruta del Café, ya que su principal actividad económica es la caficultura, la denominación de Origen fue otorgada por Indecopi, por ser un cultivo único en las condiciones donde se produce, obteniendo un café de

calidad de exportación, demostrado a través de diversos premios obtenidos a nivel nacional e internacional.

En esta ruta, el turista tiene la oportunidad de participar del sembrío, podas, recolección de granos maduros, proceso de lavado, secado y tostado que se realizan en las fincas cafetaleras. Además de ser parte de las demostraciones de métodos y catación del café. (Aco, 2014)

Los atractivos y actividades que puede realizar el turista pueden ser a través de dos circuitos:

- Circuito Turístico El Oconal, siendo la laguna el principal atractivo y se pueden realizar actividades de avistamiento de aves, paseo en bote, toma de fotografías y pesca artesanal; así como también actividades de esparcimiento, costumbristas y deportivas como hacer ciclismo alrededor de la laguna.
- Circuito El León – Yezu, su principal atractivo es el río Yezu, las cascadas y pozas que se forman en su trayecto como son La Bruja y El León. Otros atractivos complementarios como el museo de mariposas. Se pueden realizar actividades como caminatas, natación, toma de fotografías y degustar la gastronomía local.
- Fincas cafetaleras, la visita a las fincas Cafetaleras de Villa Rica incluye la muestra del sembrío del café y otros productos de la zona, dentro de estas fincas podremos ser parte de la cosecha, post cosecha, tostado, molido, y además la degustación de las marcas de café desarrolladas por comunidades cafetaleras; las fincas más conocidas son la Finca Santa Rosa, Finca Vargas y Finca La Torre, quienes han desarrollado propuestas turísticas en base al café, brindando opción a hospedaje, alimentación y asesoramiento en cuanto a la producción del café para los amantes de este producto.

#### **2.2.2.4 Alianzas Estratégicas**

Fernández, (1993) señala que, la mejor definición de las alianzas estratégicas, se basa en la fusión que genera un o varios acuerdos entre dos o más empresas, gracias al compartimiento de recursos y capacidades, generando así mayor competitividad y eficacia en la ejecución de sus actividades económicas.

Muchos autores comparten esa misma definición como lo hace también los autores Stanton, Etzel, & Walker (1996), nos enseñan que las alianzas estratégicas con el fin de alcanzar objetivos en forma global, generan unión voluntaria y la cual se provee que sea duradera para mejorar en su situación económica, social y cultural.

Podemos indicar que, gracias a la decisión de las empresas a generar mayores ingresos, se ven en la necesidad de buscar medios, los cuales ayuden sus actividades económicas lograr la esperada satisfacción del cliente y el ingreso a nuevos mercados, uno de estos medios son las alianzas estratégicas las cuales generan progreso y bienestar no solo para la empresa sino también para la comunidad, pues su finalidad conlleva que las empresas deben cumplir diferentes metas las cuales se especifican en el convenio firmado, así logren compartir y unificar sus experiencias, habilidades, recurso y capacidades para la formación de una nueva industria competitiva, ya que se replantean los conceptos de disminución de costos y riesgos, aumento de recursos y de beneficios.

El efecto de las alianzas estratégicas engloba conceptos importantes como es la competitividad y el ingreso a nuevos mercados, ya que en el ámbito empresarial y global podemos observar que ambos conceptos son una consecuencia de otro como dice el autor Sandhusen (2002) comenta que la competitividad es la capacidad que desarrolla una empresa ante situaciones complejas y generan un crecimiento en el entorno económico, y se descubren nichos de mercado.

Para Stanton, Walker, & Etzel (2004) los mercados son la base de la economía y del desarrollo, la innovación es el reflejo de la creación de productos y servicios los cuales nos brindan mayor satisfacción y efectividad.

Cabe resaltar que la competitividad se basa también en hacer frente los competidores, usando herramientas, las cuales ayuden a posicionar los productos y servicios ofrecidos en el mercado, puesto que medir eficacia y eficiencia de los productos y servicio, se refleja en el análisis de rentabilidad, en la optimización de los costos, en la visión a futuro, en la efectividad de los proceso, pero sobre todo en la innovación de nuevos mercados, brindando así no solo el aumento de la economía sino en la generación de mayor trabajo para la población. (Fischer & Espejo, 2003)

#### **2.2.2.5 Promoción**

Las empresas dedicadas a generar nuevas ideas de negocio tienen en mente en que su producto o servicio deberá ser reconocido por el cliente, crear un posicionamiento y que persuada al cliente de ser comprado, por lo que los autores Stanton, Walker, & Etzel (2004) la promoción se basa en las herramientas vitales para el producto y la atracción de nuevos clientes, por lo que el vendedor tiene el objetivo de informar, persuadir y recordar el producto o servicio.

Cabe recordar que la promoción no un elemento de la mezcla de Marketing, o un elemento de venta, ( Kotler & Keller Lane , 2006) el concepto que se adecua es Comunicación de Marketing, ya que la empresa intentará informar, convencer y recordar de forma directa o indirectamente tanto la marca como el producto a sus potenciales cliente, lo que quiere decir que la promoción al ser comunicación del Marketing está

en obligación a generar dialogo y crear relaciones entre el consumidor y el vendedor.

Por lo que se define a la promoción como una comunicación entre el vendedor y el posible consumidor la cual tendrán el objetivo principal de informar, persuadir y recordar acerca de la calidad y beneficios que brinda sus productos y servicios. Se recalca que la promoción nos ayuda a provocar un cambio ante una situación o idea que tenga el consumidor con el fin de que elijan las empresas desean, por lo para complementar ese cambio es necesario el uso de herramientas como publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y venta personal

## **2.3 Definición de términos básicos**

### **2.3.1 Alianza estratégica**

*“Las alianzas corresponden a una modalidad sofisticada de crecimiento empresarial. Superadas las fórmulas de desarrollo patrimonial y financiero o accionarial”, según lo describe Peláez (2006), por lo que es un concepto aceptable dentro del marco empresarial, ya que para muchos autores declaran que el origen de las alianzas se genera por parte del fenómeno de la globalización, ya que ahora ninguna empresa logra vencer de forma global a este mundo tan competitivo.*

### **2.3.2 Promoción**

*“Son actividades las cuales dan a conocer o incrementar las ventas dentro de una empresa”. Por lo que hace referencia a que la promoción es iniciar o*

impulsar un proceso el cual brindará mejoras tanto en recursos económicos como humanos a largo plazo. (RAE, 2018)

### **2.3.3 Turismo Sostenible**

Se entiende por turismo sostenible a la gestión de los recursos turísticos manteniendo la integridad ambiental, social y económica de los recursos naturales y culturales para las futuras generaciones; en donde se exige la participación de todos los agentes involucrados en el sector. (Blasco, 2005)

## **CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **3.1 Formulación de Hipótesis General y Específicas**

#### **3.1.1 Hipótesis General**

Los instrumentos que influyen en el turismo sostenible de las comunidades cafetaleras de Villa Rica son la ruta del café, las alianzas estratégicas y la promoción del café.

#### **3.1.2 Hipótesis Específicas**

- La ruta del café influye en el turismo sostenible de las comunidades cafetaleras de Villa Rica
- Las alianzas estratégicas influyen en el turismo sostenible de las comunidades cafetaleras de Villa Rica

- La promoción del café influye en el turismo sostenible de las comunidades cafetaleras de Villa Rica

### 3.2 Variables y Definición Operacional

Para realizar la definición operacional se utiliza un grafica Smart Art para dividir las variables de la siguiente manera.

Donde:

#### Variable Dependiente

Y= Turismo Sostenible

#### Variables Independientes

X<sub>1</sub>= Ruta del café

X<sub>2</sub>= Alianzas estratégicas

X<sub>3</sub> = Promoción del café

#### Modelo de la Esquema:

$$Y = f(X_1, X_2, X_3)$$

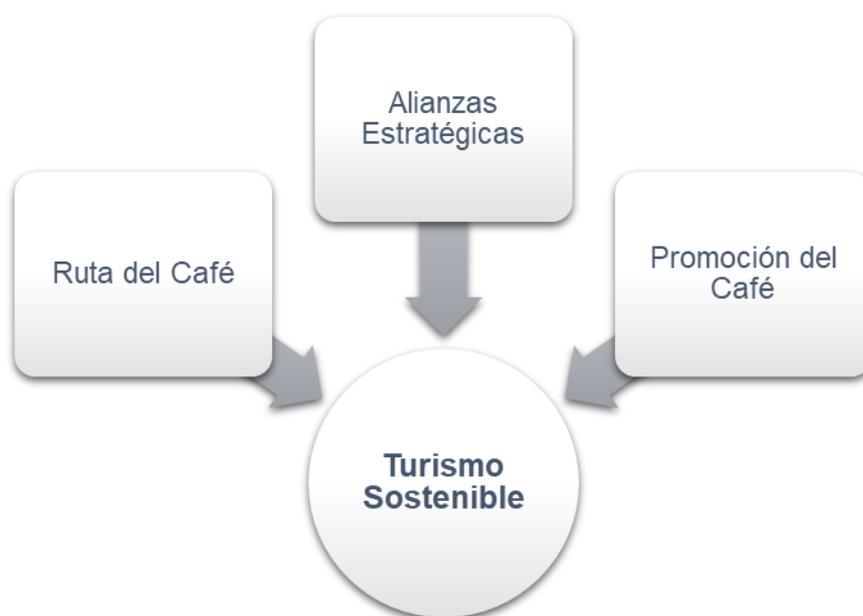


Figura 2: Modelo Esquemático de Hipótesis

### **3.3 Modelo de relaciones teóricas**

Luego de planteadas las hipótesis es necesaria la revisión de la literatura de las variables independientes y de la variable dependiente, para así poder identificar las dimensiones que van a ser objetos de estudio en el trabajo de campo.

En la siguiente tabla, se puede encontrar una serie de definiciones de autores en base al marco teórico:

Tabla 2: Cuadro General de Variables

CONSTRUCTO O VARIABLE	DEFINICION VERIABLES	DIMENSIÓN / AUTORES	DEFINICION DE DIMENSIONES
X1= RUTA DEL CAFÉ (Breccione, 2010)	Circuito turístico, el cual genera nuevas actividades económicas entre productores y consumidores.	Atractivo turístico y Actividad económica Navarro (2015)	Bien tangible o intangible que es de interés para los turistas. Cualquier actividad que genere un intercambio de bien o servicio para satisfacer necesidades.
X2= ALIANZAS ESTRATEGICAS (Stanton, Etzel, & Walker, 1996)  (Fernández, 1993)	Relaciones voluntarias que influyen en la competitividad para el ingreso de nuevos mercados.	Acceso a mercados y Competitividad Velásquez (2017)	Facilidad para comercializar bienes o servicios que crucen fronteras. Habilidad para crear diferenciación con respecto a otras empresas y mantenerse en el mercado por encima de la competencia.
X3= PROMOCIÓN DEL CAFÉ (Stanton, Walker, & Etzel, 2004)	Conjunto de estrategias que buscan dar a conocer al producto	Estrategias de promoción (Kotler & Keller Lane , 2006)	Elementos que ayudaran a informar, persuadir y recordar productos y servicios.
Y=TURISMO SOSTENIBLE (OMT, 2001)	Desarrollo turístico que mantienen la integridad de los recursos	Recursos Naturales y recursos culturales (Blasco,2005)	Gestión de los recursos para satisfacer necesidades de los visitantes en torno a las actividades brindadas en las ciudades anfitrionas.

Fuente: Elaboración propia

## CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

### 4.1 Diseño metodológico

- Enfoque: Cuantitativo, ya que la recolección de datos para probar las hipótesis planteadas en esta investigación, se realizarán mediante una medición numérica y análisis estadístico, las variables estudiadas serán sujetas a medición o comprobación. (Dzul, 2010)

El enfoque definido para nuestra investigación, nos permitirá medir nuestras variables de manera que podamos usar el análisis estadístico para obtener resultados más objetivos.

- Tipo de investigación: Descriptivo correlacional, se busca determinar el grado de relación o asociación no causal existente entre la ruta del café, las alianzas estratégicas, la promoción del café y el turismo sostenible. (Vera, 2012)

Este tipo de investigación evalúa la relación entre dos o más variables dando como resultado el comportamiento de una sobre otra, este diseño trabaja con muestras medianas y grandes y fue elegido, ya que existe bibliografía sobre el tema, pero pocos estudios empíricos.

- Diseño: No experimental, ya que el objetivo es describir variables que están dentro de la investigación y así poder analizar la correlación entre estas.

En este diseño de investigación resulta imposible manipular las variables, por lo que consiste en recibir un estímulo bajo determinadas condiciones o circunstancias las cuales serán observadas en un ambiente real. (Namakforoosh, 1999)

- Unidad de investigación: Estará compuesta por la comunidad cafetalera de Villa Rica.
- La técnica de recojo de datos: Encuesta.
- Tipos de instrumentos: Cuestionario estructurado.

## **4.2 Diseño de la muestra**

### **4.2.1 Población**

La población que se investigará está compuesta por la comunidad cafetalera de Villa Rica.

- **Cafetaleros del distrito de Villa Rica**

Según las proyecciones de la Municipalidad Distrital de Villa Rica (2016) para el año 2018 el número total de pobladores en el distrito de Villa Rica fue de 22,372 habitantes de los cuales el 80% se dedica a la actividad cafetalera, dando como resultado 17,898 cafetaleros.

La población fue escogida debido a que la ruta del café de Villa Rica está siendo renovada y mejorada a comparación de rutas de café de otras provincias, además se cuenta con una gran comunidad de cafetaleros, los cuales tienen esta actividad como principal ingreso económico, por lo cual se busca determinar que otros instrumentos pueden ayudar a diversificar sus actividades económicas complementando con el turismo sostenible.

### **4.2.2 Muestra**

- **Cafetaleros del distrito de Villa Rica**

Por lo tanto, para el cálculo de la población a encuestar correspondiente a los cafetaleros del distrito de Villa Rica, se aplicó la siguiente fórmula en donde (N) es el número total de la comunidad cafetalera del distrito de Villa Rica.

Datos:

Z (0.975) = 1.95996                      95% de confianza, nivel de significancia = 5%

Z<sup>2</sup> = 3.84146

N = 17898

N-1 = 17897

P = 0.5

Q = 0.5

E = 0.05

E<sup>2</sup> = 0.0025

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 \times P \times Q \times N}{E^2 \times (N - 1) + Z_{1-\alpha/2}^2 \times P \times Q}$$

Reemplazando valores en la fórmula:

n = 17188.6 = **377**

45.7029

### 4.3 Métodos de recolección de datos:

#### 4.3.1 Técnicas de recolección de datos

Esta investigación cuenta con 3 técnicas de recolección de datos: La encuesta, la cual fue formulada y estructurada de acuerdo a las variables de estudio, la observación no experimental, ya que el trabajo de campo fue in situ, por último, el análisis documental, en donde se extrajo información secundaria de diversas fuentes como libros, revistas, medios electrónicos, etc.

Todas estas técnicas fueron la base para la elaboración del instrumento de recolección de datos, en este caso el cuestionario que estará siendo detallado en el siguiente punto.

Tabla 3: Técnica / Instrumento de Recolección de Datos

Técnicas de recolección de datos	Instrumentos de recolección de datos:
<p>- La encuesta: Esta encuesta se aplicó personalmente a la comunidad cafetalera de Villa Rica, la cual está compuesta por 24 preguntas. La encuesta es una técnica cuantitativa, la cual nos ayuda a obtener respuestas mediante preguntas a la muestra seleccionada.</p>	<p>- Cuestionario: Este es un cuestionario estructurado, el cual fue una guía de entrevista, el cual permitió dar a conocer el tema de investigación.</p>
<p>- Observación no experimental: Esta técnica de campo se usó para profundizar el conocimiento del comportamiento, sin buscar manipular a las variables.</p>	<p>El tipo de preguntas a considerar en la construcción del cuestionario fueron cerradas, ya que se contó con respuestas que tengan alternativas de manera estandarizada.</p>
<p>- Análisis documental: Mediante esta técnica se obtiene información de fuentes secundarias como libros, boletines, revistas, periódicos, etc.</p>	<p>Los cuestionarios son la forma más flexible de obtener información específica sobre algún tema.</p>

Fuente: (Tamayo & Silva, 2016). Técnicas e Instrumentos de recolección de datos. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado de <http://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/23.pdf>

#### 4.3.2 Elaboración del instrumento

- Instrumento de recolección de datos: Cuestionario  
El cuestionario ha sido elaborado y estructurado por ambas autoras de la investigación, debido a que no se ha encontrado un instrumento que se ha aplicado en alguna investigación científica similar; es por ello que se recurrirá a la validación de jueces expertos para su aplicación posterior.
- Tipo de Preguntas: Las preguntas son de tipo cerradas, de las cuales se han formulado 6 preguntas por cada variable independiente y 6 preguntas por la variable dependiente.
- Escala: Likert de 5 puntos con las indicaciones de totalmente en desacuerdo a Totalmente de acuerdo.

### 4.3.3 Operacionalización de las variables

Para definir las preguntas del cuestionario a aplicar, se ha revisado la información obtenida en el marco teórico de acuerdo a cada variable, dimensión y unidad de medida definida, las cuales han permitido formular el instrumento:

Tabla 4: Constructo del instrumento de investigación

Constructo/Autores	Dimensión	Enunciados
<b>V. Independiente</b> La ruta del café	Atractivo turístico y actividad económica	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estoy de acuerdo con las nuevas tendencias de turismo que se están desarrollando con la ruta del café</li> <li>- He recibido capacitación relacionada a la actividad turística de la ruta del café</li> <li>- Para mí, la ruta del café es el principal motivo de la afluencia de turistas en Villa Rica</li> <li>- La actividad turística de la ruta del café contribuye a mejorar mis ingresos</li> <li>- Considero que la actividad económica a la me dedico se relaciona con la ruta del café</li> <li>- Considero que la ruta del café es la principal fuente de ingresos en la comunidad</li> </ul>
<b>V. Independiente</b> Alianzas estratégicas	Acceso a Mercados y Competitividad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desde mi punto de vista es importante la labor que está ejerciendo el gobierno nacional y regional para promover el turismo sostenible</li> <li>- Creo que las autoridades locales son aliados fundamentales para el crecimiento del turismo sostenible</li> <li>- Considero que las alianzas entre los miembros de la comunidad influyen en la competitividad de mis productos y servicios</li> <li>- Percibo que las alianzas entre los miembros de la comunidad promueven el acceso a nuevos mercados</li> <li>- He concretado alianzas estratégicas para el crecimiento de mi negocio</li> <li>- Considero que los agentes externos son quienes facilitan el incremento del turismo sostenible dentro de la ciudad de Villa Rica.</li> </ul>
<b>V. Independiente</b> Promoción	Estrategias de promoción	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conozco las estrategias de promoción que ayudan a impulsar el turismo</li> <li>- Pienso que la afluencia de visitas en la ciudad de Villa Rica aumenta gracias a las estrategias de promoción del café</li> <li>- Dentro de la comunidad de Villa Rica existen planes de conservación y desarrollo dentro de la promoción del turismo.</li> <li>- Percibo que las ferias de café son estrategias comerciales que ayudan a promocionar los</li> </ul>

<p><b>V. Dependiente</b> Turismo Sostenible</p>	<p>Recursos naturales y Recursos culturales</p>	<p>diferentes productos y servicios que se ofrecen en Villa Rica</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplico estrategias de promoción que promuevan el turismo sostenible.</li> <li>- Considero que la información que se le brinda a los turistas es muy importante para aumentar las visitas en Villa Rica</li> <li>- Me siento satisfecho con las tareas de conservación de los recursos naturales de la comunidad de Villa Rica.</li> <li>- Percibo como las costumbres y tradiciones en la comunidad de Villa Rica se siguen conservando a través de los años.</li> <li>- Considero que es necesario implementar normas de conservación dirigida al turista.</li> <li>- Considero que la ruta del café impulsa el turismo sostenible en la comunidad de Villa Rica</li> <li>- Opino que las alianzas estratégicas impulsan el turismo sostenible en la comunidad de Villa Rica</li> <li>- Creo que la promoción del café impulsa el turismo sostenible en la comunidad de Villa Rica</li> </ul>
---	---	--

Fuente: Elaboración propia

#### 4.3.2 Validación del contenido

Para la validación de nuestro instrumento de investigación, se realizó la consulta con 4 jueces expertos, quienes determinaron la suficiencia, claridad, coherencia y relevancia de las preguntas planteadas.

A continuación, una breve reseña de los jueces que dictaminaron la validez de nuestro instrumento de investigación:

- Juan Carlos Valeros Puga, administrador de empresas cuenta con 25 años de experiencia en el ámbito relacionado a la siembra, cosecha y venta del café, barista profesional, es parte de la iniciativa y proyecto Perú Baristas, en la cual se encarga de formar profesionales en el rubro cafetalero y, lo que le ha permitido conocer las ventajas y desventajas que tiene promocionar este producto y sobre todo pertenecer a este mercado. Actualmente se desempeña como dueño y gerente general de la Cafetería Expreso Doble, la cual se encuentra presente en la cadena de supermercados peruanos.

El licenciado indicó que tuviéramos cuidado con respecto al entendiendo del concepto de “tendencia” por parte de los encuestados, lo que ayudo a realizar explicaciones al encuestado en caso de dudas.

- Monica Del Rosario Diaz Jamanca, Ingeniera Alimentaria, con 20 años de experiencia en el rubro de calidad y venta de productos en tiendas Retails. En la actualidad se desempeña como Jefa de Operaciones de la tienda Retail de Tiendas LISTO a nivel Lima metropolitana, por lo que está encargada de la compra, venta y promoción de productos destinado al consumo humano y también realizar alianzas estratégicas con proveedores para el abastecimiento de las tiendas.
- Tania Arias Torres, quien cuenta con un título en Administración de Hotelería y Turismo, cuenta con 15 años de experiencia en el rubro de venta de pasajes a nivel nacional e internacional, en la actualidad se encuentra laborando en la agencia de Viajes Peru Travel.com donde luego de brindar una óptima información para que el viajero tenga la mejor experiencia en su viaje, es la encargada de realizar las capacitaciones sobre la conservación del medio ambiente a los Turistas.
- Miguel Angel Leon Vasquez, con más de 21 años de experiencia como docente, cuenta con un título de Administrador de Negocios Internacionales, lo cual le permite ser parte de la alta plana docente del Instituto de Asociación de Exportadores (ADEX), encargado de gestionar y ayudar a los estudiantes en sus proyectos de negocios los cuales se presentan cada año en la feria realizada por el mismo instituto.

El Licenciado observó tener cuidado en los conceptos a mencionar a nuestros encuestados, las preguntas deberán definirse para no ocasionar dudas a los encuestados.

#### **4.3.3 Resultados de la validación del instrumento:**

El promedio de los resultados de la validación del cuestionario con los jueces expertos sirve para determinar si es que alguno de los ítems propuestos debe ser modificado o eliminado, de acuerdo a los criterios propuestos en la rúbrica de validación, en donde según una escala de 4

puntos se califican los criterios de suficiencia, claridad, coherencia y relevancia; considerando que para que una pregunta deba ser reformulada o anulada debe tener un promedio igual o inferior a 2.5 y para que la pregunta no sea modificada ni eliminada, debe responder a un promedio igual o superior a 2.6

Luego de aplicar la validación de nuestro cuestionario con los 4 jueces expertos, se determinó que cada uno de los ítems que se presentaban en nuestro cuestionario estaban acorde a los criterios sugeridos, ya que en promedio de nuestras validaciones se obtuvo un promedio mayor a 2.6 en todos los ítems, por lo tanto, no hubo la necesidad de replantear los ítems de la variable dependiente y las variables independientes. Ver tabla 5.

Tabla 5: Promedio de la validación del instrumento de investigación

Variable	Preguntas	Media			
		Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Ruta del café	1	3.25	3	3.25	2.75
	2	2.75	3.25	3.25	3.25
	3	4	4	4	4
	4	4	3.5	3.75	3.5
	5	3.75	3.75	3.75	3.5
	6	3.75	4	4	4
Alianzas Estratégicas	1	3.75	3.75	3.75	4
	2	3.75	3.75	3.75	4
	3	3	2.75	3.25	3.75
	4	3.5	3	3	3.25
	5	3.5	3.25	3.5	3.5
	6	3.25	3	3.25	3.5
Promoción del café	1	3.25	3.25	3	3.75
	2	3.75	3.75	3.75	4
	3	3.5	3.5	3.5	3.5
	4	3.75	3.75	3.75	3.75
	5	3.25	3.25	3.25	3.75
	6	4	4	4	4
Turismo Sostenible	1	3.5	3.5	3.5	3.5
	2	4	3.5	4	4
	3	3.5	3.5	3.5	4
	4	4	4	4	4
	5	4	3.75	3.75	4
	6	4	4	4	4

Fuente: Elaboración propia

#### **4.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información**

La técnica utilizada en la investigación es la de tabulación de la información, través del uso de las herramientas Excel, SPSS, PLS Smart y AMOS en donde se traslada la información para obtener resultados a través de su procesamiento de los datos. Se obtuvo lo siguiente:

- Análisis de fiabilidad de Cronbach
- Prueba de normalidad
- Análisis de regresión lineal
- Regresión estandarizados o coeficientes path

##### **4.4.1 Confiabilidad y validez de los instrumentos**

Para la aplicación del trabajo de campo, se realizó una prueba piloto del análisis de fiabilidad del Alfa de Cronbach con los 50 primeros cuestionarios aplicados en las comunidades cafetaleras de Villa Rica, este análisis permitió determinar la consistencia del cuestionario y si se estaba cumpliendo con la correlación adecuada de las variables o si es que se necesitaría eliminar algún ítem para mejorar la fiabilidad del cuestionario.

Usando la herramienta de análisis SPSS, se pudo determinar el cálculo del Alpha de Cronbach en donde, las puntuaciones óptimas para continuar con la aplicación del instrumento de investigación oscilan entre 0.70 y 0.90.

#### 4.4.1.1 Confiabilidad y validez para la ruta del café

Tabla 6: Confiabilidad de la variable - Ruta del café

Pregunta	Promedio	Desviación Estándar	Correlación total de elementos corregida
<b>P1: Estoy de acuerdo con las nuevas tendencias de turismo que se están desarrollando con la ruta del café</b>	4.00	1.143	0.730
<b>P:2 He recibido capacitación relacionada a la actividad turística de la ruta del café</b>	3.62	1.227	0.560
<b>P:3 Para mí, la ruta del café es el principal motivo de la afluencia de turistas en Villa Rica</b>	3.96	1.261	0.502
<b>P:4 La actividad turística de la ruta del café contribuye a mejorar mis ingresos</b>	3.88	1.118	0.416
<b>P:5 Considero que la actividad económica a la me dedico se relaciona con la ruta del café</b>	3.76	0.894	0.581
<b>P:6 Considero que la ruta del café es la principal fuente de ingresos en la comunidad</b>	3.64	1.274	0.566
<b>Alfa de Cronbach= 0.798</b>			

Fuente: Elaboración propia

En el análisis de la variable “ruta del café”, tabla nro.6, se observa que las preguntas obtienen correlaciones significativas con variaciones de correlación entre 0.416 y 0.730; el coeficiente del Alfa de Cronbach es igual a 0.798, con lo que se concluye que las preguntas 1, 2, 3, 4, 5 y 6 miden la variable ruta del café con puntajes promedios confiables.

#### 4.4.1.2 Confiabilidad y validez para las alianzas estratégicas

Tabla 7: Confiabilidad de la variable - Alianzas estratégicas

Pregunta	Promedio	Desviación estándar	Correlación total de elementos corregida
P7: Desde mi punto de vista es importante la labor que está ejerciendo el gobierno nacional y regional para promover el turismo sostenible	3.96	0.947	0.554
P8: Creo que las autoridades locales son aliados fundamentales para el crecimiento del turismo sostenible	3.96	0.807	0.416
P9: Considero que las alianzas entre los miembros de la comunidad influyen en la competitividad de mis productos y servicios	4.02	0.685	0.577
P:10 Percibo que las alianzas entre los miembros de la comunidad promueven el acceso a nuevos mercados	4.02	0.892	0.615
P:11 He concretado alianzas estratégicas para el crecimiento de mi negocio	3.80	0.782	0.517
P:12 Considero que los agentes externos son quienes facilitan el incremento del turismo sostenible dentro de la ciudad de Villa Rica.	3.86	0.783	0.428
Alfa de Cronbach= 0.770			

Fuente: Elaboración propia

En el análisis de la variable “alianzas estratégicas”, tabla nro.7, se observa que las preguntas obtienen correlaciones significativas con variaciones de correlación entre 0.416 y 0.615; el coeficiente del Alfa de Cronbach es igual a 0.770, con lo que se concluye que las preguntas 7, 8, 9, 10, 11 y 12 miden la variable alianzas estratégicas con puntajes promedios confiables.

#### 4.4.1.3 Confiabilidad y validez para promoción del café

Tabla 8: Confiabilidad de la variable: Promoción del café

Preguntas	Promedio	Desviación estándar	Correlación total de elementos corregida
P13: Conozco las estrategias de promoción que ayudan a impulsar el turismo	3.80	1.050	0.658
P14: Pienso que la afluencia de visitas en la ciudad de Villa Rica aumenta gracias a las estrategias de promoción del café	4.16	0.934	0.352
P:15 Dentro de la comunidad de Villa Rica existen planes de conservación y desarrollo dentro de la promoción del Turismo.	4.20	0.926	0.561
P:16 Percibo que las ferias de café son estrategias comerciales que ayudan a promocionar los diferentes productos y servicios que se ofrecen en Villa Rica	4.06	1.058	0.567
P:17 Aplico estrategias de promoción que promuevan el turismo sostenible.	3.98	0.915	0.542
P:18 Considero que la información que se le brinda a los turistas es muy importante para aumentar las visitas en Villa Rica	4.32	0.794	0.343
Alfa de Cronbach= 0.762			

Fuente: Elaboración propia

En el análisis de la variable “promoción del café”, tabla nro.8, se observa que las preguntas obtienen correlaciones significativas con variaciones de correlación entre 0.343 y 0.658; el coeficiente del Alfa de Cronbach es igual a 0.762, con lo que se concluye que las preguntas 13, 14, 15, 16, 17 y 18 miden la variable promoción del café con puntajes promedios confiables.

#### 4.4.1.4 Confiabilidad y validez para turismo sostenible

Tabla 9: Confiabilidad de la variable - Turismo Sostenible

Preguntas	Promedio	Desviación estándar	Correlación total de elementos corregida
P19: Me siento satisfecho con las tareas de conservación de los recursos naturales de la comunidad de Villa Rica	4.02	0.795	0.372
P:20 Percibo como las costumbres y tradiciones en la comunidad de Villa Rica se siguen conservando a través de los años.	4.08	0.877	0.560
P:21 Considero que es necesario implementar normas de conservación dirigida al turista	4.32	0.844	0.341
P:22 Considero que la ruta del café impulsa el turismo sostenible en la comunidad de Villa Rica	4.42	0.835	0.740
P:23 Opino que las alianzas estratégicas impulsan el turismo sostenible en la comunidad de Villa Rica	4.22	0.790	0.649
P:24 Creo que la promoción del café impulsa el turismo sostenible en la comunidad de Villa Rica	4.50	0.707	0.746
Alfa de Cronbach= 0.801			

Fuente: Elaboración propia

En el análisis de la variable “turismo sostenible”, se observa que las preguntas obtienen correlaciones significativas con variaciones de correlación entre 0.341 y 0.746; el coeficiente del Alfa de Cronbach es igual a 0.801, con lo que se concluye que las preguntas 19, 20, 21, 22, 23 y 24 miden la variable promoción del café con puntajes promedios confiables.

Para el análisis del instrumento ruta del café, alianzas estratégicas, promoción del café y turismo sostenible; después de aplicar la correlación de ítem total

corregido, podemos observar que todas las preguntas obtuvieron  $\geq 0.20$  por lo que se mantienen el constructo del cuestionario.

En la tabla 10 se aprecia que el Alfa de Cronbach indica que la variable independiente tuvo un puntaje mayor a 0.70, el mismo resultado se obtuvo para las variables dependientes por lo que no se anuló ninguna pregunta.

Tabla 10: Resumen de Alpha de Cronbach

	N° de preguntas Originales	Resultados	N° de preguntas que se eliminaron
X1: Ruta del Café	6	0.798	0
X2: Alianzas Estratégicas	6	0.770	0
X3: Promoción del café	6	0.762	0
Y: Turismo Sostenible	6	0.801	0

Fuente: Elaboración propia

Además, se realizó el coeficiente de Alpha de Cronbach por el total del instrumento, el cual nos arrojó el resultado de 0.829, el cual es superior al límite de 0.70, por lo tanto, se mantiene el número de elementos a aplicar.

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,829	24

## 4.5 Resultados preliminares

### 4.5.1 Estadística descriptiva

El instrumento de investigación fue aplicado a 377 personas que viven dentro de las comunidades cafetaleras de Villa Rica, para llevar a cabo el total de los cuestionarios, se visitaron las 3 fincas más reconocidas de Villa Rica, y un par de comunidades de cafetaleros de la región; además se aprovechó la celebración de las Fiestas Patrias para acudir a las ferias de café que se realizaron en Villa Rica y en Lima, en donde las marcas de diferentes comunidades cafetaleras mostraban sus mejores productos y los servicios que se ofrecían en la ciudad; también se pudo visitar algunos negocios del sector turístico; quienes brindaron mayor

información acerca de los atractivos del lugar, del café y su influencia en el Turismo.

En la tabla 11 se muestran las características demográficas y laborales de los pobladores de Villa Rica que fueron encuestados, en donde se observa que el 45% corresponde al género femenino y el 55% corresponde al género masculino. Además, que el 39% tiene una edad de hasta 25 años y el 37% se dedica a comercializar productos derivados de la agricultura de la región.

Por último, el 40% tiene de experiencia laboral entre 2 a 9 años; y estos llevan trabajando menos de 2 años en el mismo puesto un 43%; a lo que se puede agregar que el 44% de los encuestados tiene un rango salarial que oscila entre 931 a 2000 soles.

Tabla 11: Características demográficas y laborales de los pobladores de Villa Rica

	Mujeres (171)		Hombres (206)		Total (377)	
	N	%	N	%	N	%
<b>Edad</b>						
Menos de 25 años	56	15%	91	24%	147	39%
Entre 26 y 35 años	68	18%	71	19%	139	37%
Entre 36 y 45 años	32	8%	16	4%	48	13%
Entre 46 y 55 años	7	2%	11	3%	18	5%
Más de 55 años	8	2%	17	5%	25	7%
<b>Ocupación</b>						
Agricultor	27	7%	41	11%	68	18%
Caficultor	15	4%	56	15%	71	19%
Comercializador	82	22%	56	15%	138	37%
Empresario	44	12%	46	12%	90	24%
Publicista	3	1%	7	2%	10	3%
<b>Tiempo Trabajando</b>						
Entre 2 y 9 años	65	17%	86	23%	151	40%
Más de 9 años	55	15%	56	15%	111	29%
Menos de 2 años	51	14%	64	17%	115	31%
<b>Tiempo trabajando en el mismo puesto</b>						
Entre 2 y 9 años	70	19%	67	18%	137	36%
Más de 9 años	30	8%	49	13%	79	21%
Menos 2 de años	71	19%	90	24%	161	43%
<b>Rango Salarial S/</b>						
Hasta 930	45	12%	94	25%	139	37%
Entre 931 y 2000	87	23%	77	20%	164	44%
Entre 2000 y 5000	31	8%	22	6%	53	14%
Más de 5000	8	2%	13	3%	21	6%

Fuente: Elaboración propia a partir del cuestionario aplicado a 377 pobladores.

En la tabla se referencia a la opinión de los cafetaleros de Villa Rica sobre los instrumentos que influyen en el turismo sostenible. Se observa que los ítems Ruta del Café y Promoción del Café presenta una puntuación media superior a 4, la cual refleja que la comunidad cafetalera está de acuerdo con los ítems mencionados y apoyan que estas influyen directamente en el Turismo Sostenible. En comparación con las Alianzas Estratégicas la cual presenta una puntuación media menor, esto refleja que no existe alguna afinidad con el ítem del Turismo Sostenible.

Tabla 12: Estadística Descriptiva de las Variables

Item	Media	Min	Max	Desviación estándar
<b>Ruta del Café</b>	4.292	1	5	1.150
<b>Alianzas Estratégicas</b>	3.637	1	5	1.169
<b>Promoción del Café</b>	4.064	1	5	1.076

Fuente: Elaboración propia a partir del cuestionario aplicado a 377 pobladores.

#### 4.5.2 Proceso para seleccionar el Método cuantitativo

##### 4.5.2.1 Análisis de normalidad

Tabla 13: Prueba de normalidad univariada y multivariada de las variables

Normalidad univariada	Asimetría G1	Contraste individual			Contraste conjunto
		Valor crítico C.R = Z(G1)	Curtosis G2	Valor crítico C.R = Z(G2)	$K^2 = [Z(G1)]^2 + [Z(G2)]^2$
<b>Alianzas estratégicas</b>					
Alianzas con agentes externos	-0.46	-3.644	-1.096	-4.342	32.1317
Cierre de alianzas	-0.937	-7.43	0.378	<b>1.5</b>	57.4549
Percepción de las alianzas en la comunidad	-1.116	-8.845	0.45	<b>1.785</b>	81.420
Alianzas entre la comunidad	-1.028	-8.145	-0.01	<b>-0.039</b>	66.342
Apoyo de autoridades locales	-0.415	-3.291	-0.495	-1.961	14.676
Labor del gobierno	-0.878	-6.957	0.242	0.961	49.323
<b>Promoción del café</b>					
Conocimiento de estrategias de promoción	-0.692	-5.487	-0.574	-2.273	35.273
Afluencia de visitas	-1.304	-10.333	1.44	5.707	139.340
Planes de conservación y desarrollo	-1.439	-11.404	1.741	6.902	177.688
Ferias comerciales	-1.293	-10.252	1.351	5.356	133.790

Aplicación de estrategias de promoción	-0.67	-5.313	-0.121	<b>-0.481</b>	28.459
Comunicación con turistas	-1.61	-12.764	2.702	10.71	277.623
<b>Turismo sostenible</b>					
Tareas de conservación	-0.943	-7.472	0.309	<b>1.225</b>	57.331
Costumbres y tradiciones	-0.984	-7.801	0.569	2.254	65.936
Implementación de planes de conservación	-1.376	-10.911	2.508	9.941	217.873
Ruta del café como impulso de turismo	-0.973	-7.71	-0.016	<b>-0.063</b>	59.448
Alianzas estratégicas como impulso del turismo	-1.116	-8.843	1.594	6.317	118.103
Promoción del café como impulso del turismo	-1.541	-12.217	3.224	12.779	312.557
<b>Ruta del café</b>					
Principal fuente de ingreso	-0.674	-5.343	0.011	<b>0.042</b>	28.549
Actividades relacionadas al turismo	-0.405	-3.209	-0.454	<b>-1.798</b>	13.530
Contribución a ingresos	-0.873	-6.916	0.523	2.071	52.120
Motivo de afluencia de visitas	-1.082	-8.576	1.056	4.184	91.053
Capacitación en el sector	-0.974	-7.72	0.356	<b>1.411</b>	61.589
Tendencias de turismo	-0.441	-3.497	-0.999	-3.959	27.902
<b>Normalidad Multivariada</b>			<b>126.104</b>	<b>34.655</b>	

Fuente: Elaboración propia a partir de los reportes del SPSS y AMOS Versión 24

Contraste individual de asimetría: Si  $C.R=Z(G1) < |1,96|$ , entonces la distribución es simétrica

Contraste individual de curtosis: Si  $C.R=Z(G2) < |1,96|$ , entonces la distribución es mesocúrtica

Contraste conjunto: Si  $K2 \leq 5,99$ , entonces los datos son normales univariantes (simetría y curtosis igual a la normal) Nivel de Significancia = 5% Tamaño de la muestra: 377

De acuerdo a los datos obtenidos en la Tabla 13, mediante el análisis conjunto de asimetría y curtosis, podemos decir que ninguna de las dimensiones se aproxima a una distribución normal univariada ( $K^2 > 5.99$ ). Respecto a la normalidad multivariada ( $C.R. = 34.655$ ) se puede concluir que presenta una curtosis diferente a una distribución normal multivariante.

El contraste individual de simetría nos indica que las variables tienen una distribución simétrica hacia la izquierda, y que el 50% de las variables se aproxima a una curva mesocúrtica.

Debido a que esta investigación es de método cuantitativo, se va a explicar la justificación de la elección de la técnica estadística para el estudio, para ello se comprueba la distribución de la población a través de la prueba de normalidad a cada una de las variables del estudio. Se tomó en cuenta las pruebas de Normalidad de Kolmogórov-Smirnov (por debajo de 0.09), ya que nuestra muestra es mayor a 50 encuestas, y se obtuvo que ninguna de las variables evidenció tener

una distribución con puntajes que no se aproximan a una distribución normal (ver Tabla 14) por lo cual, se utilizó una técnica estadística no paramétrica como la herramienta de análisis PLS SEM.

Tabla 14: Test de Normalidad de las variables

	Kolmogórov-Smirnov		
	Estadístico	Gl	Sig.
Ruta del Café	0,102	377	0,000
Alianzas Estratégicas	0,177	377	0,000
Promoción del Café	0,151	377	0,000
Turismo Sostenible	0,168	377	0,000

Fuente: Elaboración propia

#### 4.5.3 Análisis de datos Estadísticos

En primera instancia los datos fueron tabulados en EXCEL, para luego ser procesados en el software SPSS, (Herreras, 2008) el cual es una herramienta que nos ayudará con el análisis de los datos descriptivos y así poder analizar gráficos y tablas comparativas, que complementaran la investigación.

Así como también, usaremos la herramienta estadística PLS SEM para determinar la validez y fiabilidad, el modelo de medida, el modelo estructural (Tamaño de efecto-F2 y coeficiente de determinación-R2), y la determinación de correlación entre las variables propuestas. (Martinez & Fierro, 2018)

Se aplicaron este tipo de análisis estadísticos debido a que nuestra prueba de normalidad llevo a determinar la aplicación de pruebas no paramétricas, además, el tipo de investigación presenta un sustento teórico escaso, ya que es un tema que no ha sido investigado con exactitud anteriormente.

#### 4.5.4 Relación causal de las variables

Para analizar la relación entre las Variables independientes (ruta del café, alianzas estratégicas y promoción del café) y la Variable dependiente (turismo sostenible) se utilizó la técnica de ecuaciones estructurales; en donde se evaluará dos índices de predicción del modelo: R<sup>2</sup> y los coeficientes path o coeficientes de ruta y se sugiere un valor del R<sup>2</sup> mayor o igual a 0.1, ya que, los valores menores de 0.1 proporcionan muy poca información o un nivel predictivo bajo. (Perez, Medrano, & Sanchez, 2013)

#### Evaluación de las Hipótesis usando PLS SEM

Se procede a evaluar el modelo estructural propuesto en la Tabla 15.

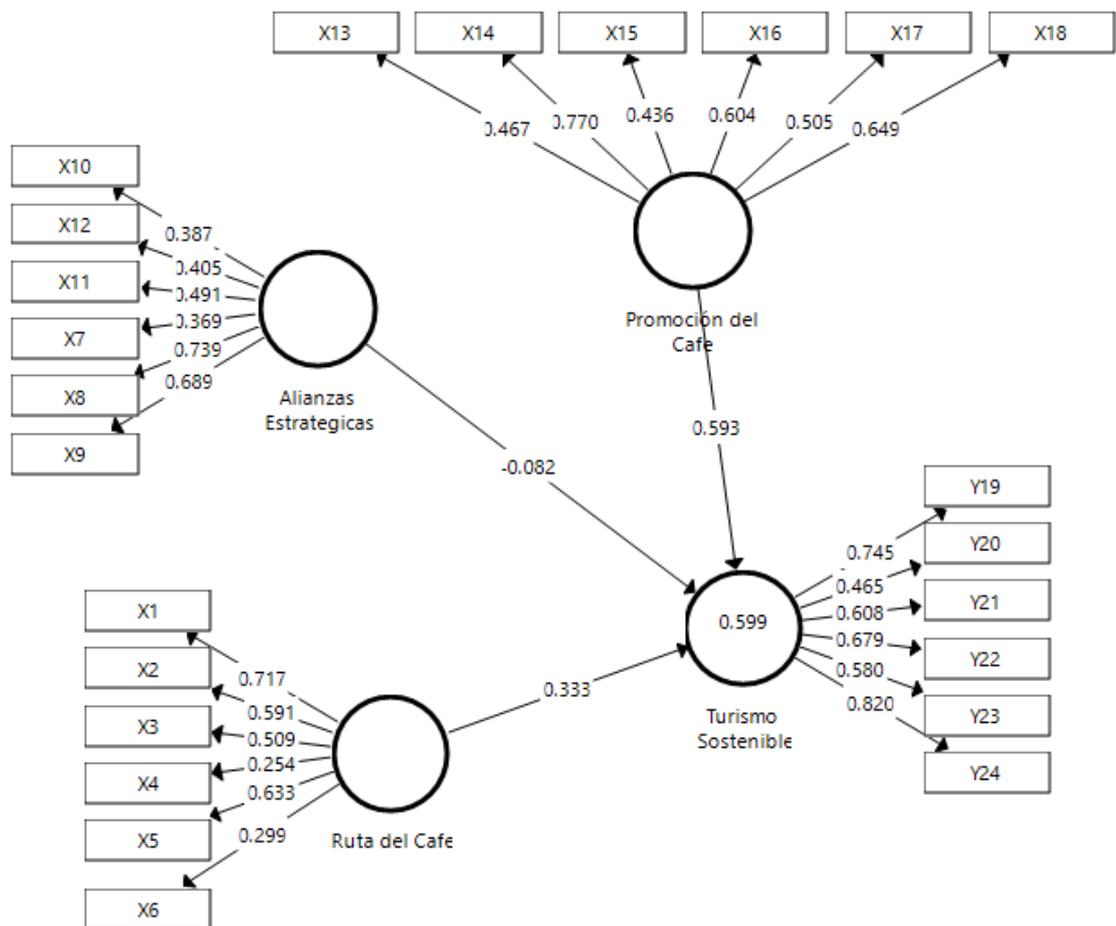
Tabla 15: Hipótesis planteadas en la investigación

Relación	Hipótesis
RC→TS (+)	Existe una relación positiva entre la Ruta del Café y el Turismo Sostenible en la comunidad de Villa Rica.
AE→TS (-)	Existe una relación negativa entre las Alianza Estratégica y el Turismo Sostenible en la comunidad de Villa Rica.
PC→TS (+)	Existe una relación positiva entre la Promoción del Café y el Turismo Sostenible en la comunidad de Villa Rica.

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 16 se muestra la composición de las variables dependientes e independientes, así como la relación entre ellas. Explica el 59% del valor predictivo de la variable de Turismo Sostenible (R<sup>2</sup> =0.599) al considerar las tres variables independientes. Además, se observa que la variable Alianzas estratégica tiene una relación negativa con la variable dependiente Turismo Sostenible ( $\beta=-0.082$ ), caso contrario nos muestran las otras dos variables independientes de la Ruta el Café y Promoción del Café; en las cuales si existe una relación directa y de nivel pequeño a moderado ( $\beta \geq 0.1$ ).

Tabla 16: Estructura factorial y causal de las variables



**Nota: Ruta del Café RC:** X1 Estoy de acuerdo con las nuevas tendencias de turismo que se están desarrollando con la ruta del café; X2: He recibido capacitación relacionada a la actividad turística de la ruta del café; X3 Para mí, la ruta del café es el principal motivo de la afluencia de turistas en Villa Rica; X4 La actividad turística de la ruta del café contribuye a mejorar mis ingresos; X5 Considero que la actividad económica a la me dedico se relaciona con la ruta del café; X6: Considero que la ruta del café es la principal fuente de ingresos en la comunidad. **Alianzas Estratégicas AE:** X7: Desde mi punto de vista es importante la labor que está ejerciendo el gobierno nacional y regional para promover el turismo sostenible; X8: Creo que las autoridades locales son aliados fundamentales para el crecimiento del turismo sostenible; X9: Considero que las alianzas

entre los miembros de la comunidad influyen en la competitividad de mis productos y servicios; X10: Percibo que las alianzas entre los miembros de la comunidad promueven el acceso a nuevos mercados; X11: He concretado alianzas estratégicas para el crecimiento de mi negocio; X12: Considero que los agentes externos son quienes facilitan el incremento del turismo sostenible dentro de la ciudad de Villa Rica. **Promoción del Café PC:** X13: Conozco las estrategias de promoción que ayudan a impulsar el turismo; X14: Pienso que la afluencia de visitas en la ciudad de Villa Rica aumenta gracias a las estrategias de promoción del café; X15: Dentro de la comunidad de Villa Rica existen planes de conservación y desarrollo dentro de la promoción del Turismo; X16: Percibo que las ferias de café son estrategias comerciales que ayudan a promocionar los diferentes productos y servicios que se ofrecen en Villa Rica; X17: Aplico estrategias de promoción que promuevan el turismo sostenible; X18: Considero que la información que se le brinda a los turistas es muy importante para aumentar las visitas en Villa Rica. Turismo Sostenible TS: X19: Me siento satisfecho con las tareas de conservación de los recursos naturales de la comunidad de Villa Rica; X20: Percibo como las costumbres y tradiciones en la comunidad de Villa Rica se siguen conservando a través de los años; X21 Considero que es necesario implementar normas de conservación dirigida al turista; X22: Considero que la ruta del café impulsa el turismo sostenible en la comunidad de Villa Rica; X23 Opino que las alianzas estratégicas impulsan el turismo sostenible en la comunidad de Villa Rica; X24: Creo que la promoción del café impulsa el turismo sostenible en la comunidad de Villa Rica.

#### 4.5.5 Coeficientes de Regresión del Modelo

Para efectos de la evaluación de las hipótesis planteadas en relación con el modelo estructural de esta investigación, se analiza la significancia estadística de los coeficientes de regresión estandarizados. En la Tabla 17 se muestran los estimados encontrados para las correlaciones propuestas, donde 1 de las 3 hipótesis planteadas es rechazada por no presentar una significancia estadística ( $p < 0.05$ )

Tabla 17: Coeficientes de Regresión del Modelo

	Estimate ( $\beta$ )	S.E.	C.R	P
Ruta del café → Turismo Sostenible	0,333	0,046	5,879	<b>0,000</b>
Alianzas estratégicas → Turismo Sostenible	-0,082	0,035	1,593	<b>0,112</b>
Promoción del café → Turismo Sostenible	0,593	0,047	8,206	<b>0,000</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a 377 pobladores. Elaboración: Propia

#### Comprobación de Hipótesis

En base a los resultados del modelo de evaluación estructural, del modelo de 3 variables exógenas y su relación con la variable endógena o dependiente, se evalúan las hipótesis planteadas en la Tabla 18.

Tabla 18: Hipótesis Planteadas en la Investigación

<b>Relación</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Comprobación Hipótesis</b>
<b>Ruta del café → Turismo Sostenible (+)</b>	Existe una relación positiva entre la Ruta del Café y el Turismo Sostenible dentro de las comunidades Cafetaleras de Villa Rica.	Probada
<b>Alianzas estratégicas → Turismo Sostenible (-)</b>	Existe una relación negativa entre las Alianzas estratégicas y el Turismo Sostenible dentro de las comunidades Cafetaleras de Villa Rica.	No Probada
<b>Promoción del café → Turismo Sostenible (+)</b>	Existe una relación positiva entre la Promoción del café y el Turismo Sostenible dentro de las comunidades Cafetaleras de Villa Rica.	Probada

Fuente: Cuestionario aplicado a 377 pobladores. Elaboración: Propia

#### **4.6 Discusión de los resultados**

De acuerdo a los hallazgos obtenidos en esta investigación se puede deducir que la primera hipótesis específica, la cual menciona que la ruta del Café influye en el Turismo sostenible de la comunidad Cafetalera de Villa Rica y guarda una relación positiva con la variable dependiente, por lo que de acuerdo a los resultados se acepta la hipótesis planteada.

Estos resultados guardan relación con lo investigado y descrito por Flórez, (2013) quien menciona que es importante plantear el desarrollo de propuestas turísticas que sean respetuosas con el medio ambiente tal y como se observó en la propuesta de Ruta de Café de la comunidad cafetalera de Villa Rica, en donde la comunidad está involucrada en potenciar una cultura de sostenibilidad.

Es por ello que se puede inferir que la variable Ruta del Café si influye en el desarrollo del Turismo sostenible de la comunidad cafetalera de Villa Rica.

Con respecto a la segunda hipótesis planteada, se obtuvo que el instrumento propuesto Alianzas Estratégicas tiene una relación negativa con el Turismo Sostenible de la Comunidad Cafetalera de Villa Rica, donde los resultados del valor “p” arrojan que se rechaza la hipótesis.

El resultado obtenido no guarda relación con lo mencionado por el autor Yumbato (2016), ya que en su investigación nos indica que, para poder generar un mayor

desarrollo del Turismo Sostenible, es muy importante plantear alianzas estratégicas las cuales relacionen al gobierno con el la empresas privadas para eliminar la actividad económica de extracción y la venta primaria. A diferencia de la Comunidad de Villa Rica, donde gran parte de los Cafetaleros ha mencionado trabajar de forma autónoma.

Por lo cual la variable Alianzas Estratégicas, no influye en el desarrollo del Turismo sostenible de la comunidad cafetalera de Villa Rica.

Por último, la variable Promoción de café influye en el Turismo sostenible de la comunidad Cafetalera de Villa Rica guarda una relación positiva con la variable dependiente, por lo que de acuerdo a los resultados se acepta la hipótesis planteada.

Esta hipótesis tiene relación con lo descrito por Sánchez (2015) el cual propone en su investigación una alternativa que generaría un valor agregado a los recursos turísticos y así promover los productos banderas que ofrece su país a los visitantes. Al igual que en Villa Rica al ser el café el producto que genera ingresos a la comunidad, los pobladores tienen presente que su promoción a nivel nacional e internacional influye en el aumento de turistas.

## CONCLUSIONES

- La ruta del café se considera uno de los principales atractivos turísticos en Villa Rica el cual tiene gran importancia en la actividad económica de la población cafetalera es por ello que se tiene presente el concepto de conservación de recursos naturales y culturales para las futuras generaciones, ya que la gran parte de los pobladores se ven involucrados a alguna de estas actividades como su mayor fuente de ingreso.

Tal y como menciona Curipoma, (2016) es fundamental que la población tenga conocimiento de sus riquezas naturales y culturales que tienen en sus tierras, ya que es la única forma en la cual van a poder desarrollar propuestas innovadoras sacando provecho de lo cotidiano y enriqueciendo a los visitantes con el intercambio cultural, ya que como lo propone la autora; la ruta turística cafetalera permitirá aprovechar de mejor manera la producción del café en la zona.

- Para la comunidad cafetalera de Villa Rica las Alianzas Estratégicas no son un instrumento fundamental, el cual influya en el desarrollo del Turismo Sostenible. Esto es debido a que no existe una sociedad la cual se haga responsable del planteamiento de aportes que generen una coalición entre las fincas cafetaleras, ya que no hay precedentes que hayan sido satisfactorios para la población además de la poca presencia que viene teniendo el gobierno en la comunidad.

Sin embargo; para (Lentz, 2014) definir modelos innovadores de alianzas estratégicas y gestión mixta del sector público y privado ayuda a fortalecer las redes de las PYME turísticas, las cuales pueden forjar convenios y asociaciones que mejoren la calidad y diversidad de lo que se oferte en la zona.

En el caso de Villa Rica, se recomienda mayor comunicación con los pobladores, ya que al verse involucrada la municipalidad y otras entidades es posible lograr una mejor compenetración entre las comunidades y estas puedan lograr trabajar en conjunto en beneficio de toda la comunidad cafetalera de Villa Rica.

Para terminar la promoción del café es el principal instrumento que influye en el turismo sostenible de la comunidad de Villa Rica, gracias a que esta comunidad se ha dado a conocer por la riqueza, calidad y diversidad de su café. Es así como también se ha podido implementar proyectos en los cuales se involucren a los turistas y amantes del café como son las ferias, muestras de cata y concursos de barristas.

Como menciona, Gómez (2014) en su estudio de programas para la promoción del consumo interno de café, es muy importante promover el consumo interno del café para comenzar a conocer las riquezas turísticas y gastronómicas de sus lugares de origen; de esta forma es mucho más factible llevar la propuesta turística a los ojos del mercado internacional.

## RECOMENDACIONES

- Se debería tener en cuenta brindar una mayor capacitación a los pobladores con respecto a temas del turismo sostenible y nuevas tendencias de desarrollo del turismo, para que así puedan estar a la vanguardia de otros atractivos turísticos y se pueda brindar una mejor experiencia turística, ya que si bien tienen en claro lo que significa el respeto y conservación de sus recursos se podrían tomar modelos mucho más modernos para poder desarrollarlos.
- Con respecto a la presencia de las autoridades, se espera que para futuros proyectos tengan mayor participación con el fin de generar alianzas estratégicas que sean sostenibles en el tiempo y así brindar la confianza necesaria para brindar la estabilidad de los pobladores.
- Es necesario mejorar en la infraestructura de la zona, ya que a pesar de los trabajos que se vienen realizando en las carreteras, todavía existe un déficit en lo que respecta en lo que es asfaltado y seguridad vial.
- Implementar más actividades turísticas que les permita incursionar en otros tipos de negocios los cuales puedan ser aprovechados para el crecimiento económico de la población, por ejemplo; incluir en los tours de la zona deportes de aventura, enseñanzas de otras lenguas nativas o compartir tradiciones culturales propias con los visitantes.
- Aprovechar el prestigio que han obtenido gracias al café como su producto bandera para promover otros productos de calidad de la zona; y de la misma forma desarrollar y ofrecer un valor agregado a estos.

## ANEXO 1: FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS



### FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

#### Instrucciones:

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que corresponda, según su evaluación basada en la presente rúbrica.

#### RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Criterios	Escala de valoración			
	1	2	3	4
<b>1. SUFICIENCIA:</b> Los ítems que pertenecen a una misma dimensión o indicador son suficientes para obtener la medición de ésta.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión o indicador.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión o indicador, pero no corresponden a la dimensión total.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión o indicador completamente.	Los ítems son suficientes.
<b>2. CLARIDAD:</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	El ítem no es claro.	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>3. COHERENCIA:</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación regular con la dimensión o indicador que está midiendo	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión o indicador que está midiendo.

<b>4. RELEVANCIA:</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión o indicador.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que éste mide.	El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.
--	--	--	---	---

Fuente: Adaptado de: [www.humana.unal.co/psicometria/files/7113/8574/5708/articulo3\\_juicio\\_de\\_experto\\_27-36.pdf](http://www.humana.unal.co/psicometria/files/7113/8574/5708/articulo3_juicio_de_experto_27-36.pdf)

Santa Anita, 18 de Julio de 2019

## FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N°1

### V1: RUTA DEL CAFÉ

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Encuesta Obtener el grado de Licenciado en Adm. de Negocios Internacionales					
Autor del Instrumento	Mercedes Sabina Aguilar Rodríguez y Winny Alisson Davila Jimenez					
Variable 1:	Ruta del café - Variable Independiente					
Población:	Comunidad cafetalera de Villa Rica					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Atractivo turístico	Estoy de acuerdo con las nuevas tendencias de turismo que se están desarrollando con la ruta del café					
	He recibido capacitación relacionada a la actividad turística de la ruta del café					
	Para mí, la ruta del café es el principal motivo de la afluencia de turistas dentro de la comunidad de Villa Rica					
Actividad económica	Considero que la actividad turística de la ruta del café contribuye a mejorar mis ingresos					
	Considero que la actividad económica a la que me dedico se relaciona con la ruta del café					
	Creo que la ruta del café es la principal fuente de ingresos en la comunidad					

<b>Firma de validador experto</b>	
-----------------------------------	--

## FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N°2

### V2: ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Encuesta Obtener el grado de Licenciatura en Adm. de Negocios Internacionales					
Autor del Instrumento	Mercedes Sabina Aguilar Rodríguez y Winny Alisson Davila Jimenez					
Variable 2:	Alianzas Estratégicas – Variable Independiente					
Población:	Comunidad cafetalera de Villa Rica					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Acceso a mercados y Competitividad	Considero que es importante la labor que está ejerciendo el gobierno nacional y regional para promover el turismo sostenible					
	Creo que las autoridades locales son aliados fundamentales para el crecimiento del turismo sostenible					
	Percibo que las alianzas entre los miembros de la comunidad promueven el acceso a nuevos mercados					
	Percibo que las alianzas entre los miembros de la comunidad influyen en la competitividad de mis productos y servicios					
	He llegado a concretar alianzas estratégicas para el crecimiento de mi negocio en el mercado					
	Considero que los agentes externos son quienes facilitan el incremento del turismo sostenible dentro de la ciudad de Villa Rica					

<b>Firma de validador experto</b>	
-----------------------------------	--

## FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N°3

### V3: PROMOCIÓN DEL CAFÉ

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Encuesta Obtener el grado de Licenciatura en Adm. de Negocios Internacionales					
Autor del Instrumento	Mercedes Sabina Aguilar Rodríguez y Winny Alisson Davila Jimenez					
Variable 3:	Promoción del café - Variable Independiente					
Población:	Comunidad cafetalera de Villa Rica					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Estrategias de Promoción	Conozco estrategias de promoción que ayudan a impulsar el turismo.					
	Pienso que la afluencia de visitas en la ciudad de Villa Rica aumenta gracias a las estrategias de promoción del café					
	Considero que en la Ciudad de Villa Rica existen planes de conservación y de desarrollo dentro de la promoción del Turismo.					
	Las ferias de café son estrategias comerciales que ayudan a promocionar los diferentes productos y servicios que se ofrecen en Villa Rica					
	Aplico estrategias de promoción que promueven el turismo sostenible.					
	Considero que la información que se le brinda a los turistas es muy importante para aumentar las visitas a la ciudad de Villa Rica					

<b>Firma de validador experto</b>	
-----------------------------------	--

## FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N°4

### V4: TURISMO SOSTENIBLE

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Encuesta Obtener el grado de Licenciatura en Adm. de Negocios Internacionales					
Autor del Instrumento	Mercedes Sabina Aguilar Rodríguez y Winny Alisson Davila Jimenez					
Variable 4:	Turismo Sostenible - Variable Dependiente					
Población:	Comunidad cafetalera de Villa Rica					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Recursos naturales y culturales	Me siento satisfecho con las tareas de conservación de los recursos naturales de la comunidad de Villa Rica.					
	Veo como las costumbres y tradiciones en la comunidad de Villa Rica se siguen conservando a través de los años.					
	Considero que es necesario implementar normas de conservación dirigida al turista.					
	Considero que la ruta del café impulsa el turismo sostenible en la comunidad de Villa Rica.					
	Considero que las alianzas estratégicas impulsan el turismo sostenible en la comunidad de Villa Rica.					
	Opino que la promoción del café impulsa el turismo sostenible en la comunidad de Villa Rica.					

<b>Firma de validador experto</b>	
-----------------------------------	--

## INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

<b>Tipo de validador:</b>	Interno ( )                      Externo ( ) [Docente USMP]
<b>Apellidos y nombres:</b>	
<b>Sexo:</b>	Hombre ( )    Mujer ( )
<b>Profesión:</b>	
<b>Grado académico</b>	Licenciado <sup>1</sup> ( )                      Maestro ( )                      Doctor ( )
<b>Años de experiencia laboral</b>	De 5 a 10 ( )                      De 11 a 15 ( )                      De 16 a 20 ( )                      De 21 a más ( )
Solamente para validadores externos	
<b>Organización donde labora:</b>	
<b>Cargo actual:</b>	
<b>Área de especialización</b>	
<b>N° telefónico de contacto</b>	
<b>Correo electrónico de contacto</b>	Correo institucional:
<b>Medio de preferencia para contactarlo</b>	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono ( )                      Por correo electrónico ( )

\_\_\_\_\_  
Firma Validador Experto

<sup>1</sup> Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

**ANEXO 2: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN - JUAN CARLOS VALERO PUGA**

**FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS**

**TABLA N°1**

**V1: RUTA DEL CAFÉ**

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Encuesta Obtener el grado de Licenciado en Adm. de Negocios Internacionales					
Autor del Instrumento	Mercedes Sabina Aguilar Rodriguez y Winny Alisson Davila Jimenez					
Variable 1:	Ruta del café - Variable Independiente					
Población:	Comunidad cafetalera de Villa Rica					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Atractivo turístico	Estoy de acuerdo con las nuevas tendencias de turismo que se están desarrollando con la ruta del café	2	2	2	2	<i>Me parece importante ser validado por los expertos</i>
	He recibido capacitación relacionada a la actividad turística de la ruta del café	2	2	2	4	
	Para mí, la ruta del café es el principal motivo de la afluencia de turistas dentro de la comunidad de Villa Rica	4	4	4	4	
Actividad económica	Considero que la actividad turística de la ruta del café contribuye a mejorar mis ingresos	4	4	4	4	
	Considero que la actividad económica a la que me dedico se relaciona con la ruta del café	4	4	4	4	
	Creo que la ruta del café es la principal fuente de ingresos en la comunidad	4	4	4	4	

Firma de validador experto	
----------------------------	--

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N°2

V2: ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Encuesta Obtener el grado de Licenciatura en Adm. de Negocios Internacionales					
Autor del Instrumento	Mercedes Sabina Aguilar Rodríguez y Winny Alisson Davila Jimenez					
Variable 2:	Alianzas Estratégicas – Variable Independiente					
Población:	Comunidad cafetalera de Villa Rica					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Acceso a mercados y Competitividad	Considero que es importante la labor que está ejerciendo el gobierno nacional y regional para promover el turismo sostenible	3	3	3	4	
	Creo que las autoridades locales son aliados fundamentales para el crecimiento del turismo sostenible	3	3	3	4	
	Percibo que las alianzas entre los miembros de la comunidad promueven el acceso a nuevos mercados	3	2	3	4	
	Percibo que las alianzas entre los miembros de la comunidad influyen en la competitividad de mis productos y servicios	3	3	3	4	
	He llegado a concretar alianzas estratégicas para el crecimiento de mi negocio en el mercado	3	3	3	4	
	Considero que los agentes externos son quienes facilitan el incremento del turismo sostenible dentro de la ciudad de Villa Rica	3	3	3	4	

Firma de validador experto



**FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS**

**TABLA N°3**

**V3: PROMOCIÓN DEL CAFÉ**

Nombre del Instrumento	Encuesta					
motivo de evaluación:	Obtener el grado de Licenciatura en Adm. de Negocios Internacionales					
Autor del Instrumento	Mercedes Sabina Aguilar Rodríguez y Winny Alisson Davila Jimenez					
Variable 3:	Promoción del café - Variable Independiente					
Población:	Comunidad cafetalera de Villa Rica					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Estrategias de Promoción	Conozco estrategias de promoción que ayudan a impulsar el turismo.	2	2	2	4	
	Pienso que la afluencia de visitas en la ciudad de Villa Rica aumenta gracias a las estrategias de promoción del café	3	3	3	4	
	Considero que en la Ciudad de Villa Rica existen planes de conservación y de desarrollo dentro de la promoción del Turismo.	3	3	3	3	
	Las ferias de café son estrategias comerciales que ayudan a promocionar los diferentes productos y servicios que se ofrecen en Villa Rica	4	4	4	4	
	Aplico estrategias de promoción que promueven el turismo sostenible.	3	3	3	4	
	Considero que la información que se le brinda a los turistas es muy importante para aumentar las visitas a la ciudad de Villa Rica	4	4	4	4	

Firma de validador experto



FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N°4

V4: TURISMO SOSTENIBLE

Nombre del instrumento	Encuesta					
Motivo de evaluación:	Obtener el grado de Licenciatura en Adm. de Negocios Internacionales					
Autor del instrumento	Mercedes Sabina Agullar Rodríguez y Winny Alisson Davila Jimenez					
Variable 4:	Turismo Sostenible - Variable Dependiente					
Población:	Comunidad cafetalera de Villa Rica					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Recursos naturales y culturales	Me siento satisfecho con las tareas de conservación de los recursos naturales de la comunidad de Villa Rica.	3	3	3	3	
	Veo como las costumbres y tradiciones en la comunidad de Villa Rica se siguen conservando a través de los años.	4	4	4	4	
	Considero que es necesario implementar normas de conservación dirigida al turista.	3	3	3	4	
	Considero que la ruta del café impulsa el turismo sostenible en la comunidad de Villa Rica.	4	4	4	4	
	Considero que las alianzas estratégicas impulsan el turismo sostenible en la comunidad de Villa Rica.	4	4	4	4	
	Opino que la promoción del café impulsa el turismo sostenible en la comunidad de Villa Rica.	4	4	4	4	

Firma de validador experto



### INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno ( )      Externo (x) [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	Valevo Roga Juan Carlos
Sexo:	Hombre (x)    Mujer ( )
Profesión:	Administrador
Grado académico	Licenciado (x)      Maestro ( )      Doctor ( )
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 ( )      De 11 a 15 ( )      De 16 a 20 ( )      De 21 a más (x)
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	Independiente
Cargo actual:	Gerente
Área de especialización	Café
N° telefónico de contacto	952 752 251
Correo electrónico de contacto	Correo institucional: Jvalevo@perubaristo.com
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono (x)      Por correo electrónico (x)



Firma Validador Experto

### ANEXO 3: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN – MIGUEL ÁNGEL LEÓN VELÁZQUEZ

#### FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N°1

V1: RUTA DEL CAFÉ

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Encuesta Obtener el grado de Licenciado en Adm. de Negocios Internacionales					
Autor del Instrumento	Mercedes Sabina Aguilar Rodríguez y Winny Alisson Davila Jimenez					
Variable 1:	Ruta del café - Variable Independiente					
Población:	Comunidad cafetalera de Villa Rica					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Atractivo turístico	Estoy de acuerdo con las nuevas tendencias de turismo que se están desarrollando con la ruta del café	3	2	3	3	Definir las Tendencias
	He recibido capacitación relacionada a la actividad turística de la ruta del café	3	3	3	3	
	Para mí, la ruta del café es el principal motivo de la afluencia de turistas dentro de la comunidad de Villa Rica	4	4	4	4	
Actividad económica	Considero que la actividad turística de la ruta del café contribuye a mejorar mis ingresos	4	4	4	4	
	Considero que la actividad económica a la que me dedico se relaciona con la ruta del café	4	3	4	4	
	Creo que la ruta del café es la principal fuente de ingresos en la comunidad	4	4	4	4	

Firma de validador experto	
----------------------------	--

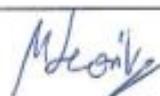
FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N°2

V2: ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Encuesta Obtener el grado de Licenciatura en Adm. de Negocios Internacionales					
Autor del Instrumento	Mercedes Sabina Aguilar Rodríguez y Winny Alisson Davila Jimenez					
Variable 2:	Alianzas Estratégicas – Variable Independiente					
Población:	Comunidad cafetalera de Villa Rica					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Acceso a mercados y Competitividad	Considero que es importante la labor que está ejerciendo el gobierno nacional y regional para promover el turismo sostenible	4	4	4	4	
	Creo que las autoridades locales son aliados fundamentales para el crecimiento del turismo sostenible	4	4	4	4	
	Percibo que las alianzas entre los miembros de la comunidad promueven el acceso a nuevos mercados	3	3	4	4	Después nuevos mercados
	Percibo que las alianzas entre los miembros de la comunidad influyen en la competitividad de mis productos y servicios	4	4	4	4	
	He llegado a concretar alianzas estratégicas para el crecimiento de mi negocio en el mercado	4	4	4	4	
	Considero que los agentes externos son quienes facilitan el incremento del turismo sostenible dentro de la ciudad de Villa Rica	3	2	3	3	Agentes externos dentro

Firma de validador experto



FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N°3

V3: PROMOCIÓN DEL CAFÉ

Nombre del Instrumento	Encuesta					
motivo de evaluación:	Obtener el grado de Licenciatura en Adm. de Negocios Internacionales					
Autor del Instrumento	Mercedes Sabina Aguilar Rodríguez y Winny Alisson Davila Jimenez					
Variable 3:	Promoción del café - Variable Independiente					
Población:	Comunidad cafetalera de Villa Rica					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Estrategias de Promoción	Conozco estrategias de promoción que ayudan a impulsar el turismo.	3	3	3	4	Dejar objetivos
	Pienso que la afluencia de visitas en la ciudad de Villa Rica aumenta gracias a las estrategias de promoción del café	4	4	4	4	
	Considero que en la Ciudad de Villa Rica existen planes de conservación y de desarrollo dentro de la promoción del Turismo.	3	3	3	4	Dejar planes de conservación
	Las ferias de café son estrategias comerciales que ayudan a promocionar los diferentes productos y servicios que se ofrecen en Villa Rica	4	4	4	4	
	Aplico estrategias de promoción que promueven el turismo sostenible.	3	3	3	4	
	Considero que la información que se le brinda a los turistas es muy importante para aumentar las visitas a la ciudad de Villa Rica	4	4	4	4	

Firma de validador experto	
----------------------------	--

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N°4

V4: TURISMO SOSTENIBLE

Nombre del Instrumento	Encuesta					
motivo de evaluación:	Obtener el grado de Licenciatura en Adm. de Negocios Internacionales					
Autor del Instrumento	Mercedes Sabina Aguilar Rodríguez y Winny Alisson Davila Jimenez					
Variable 4:	Turismo Sostenible - Variable Dependiente					
Población:	Comunidad cafetalera de Villa Rica					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Recursos naturales y culturales	Me siento satisfecho con las tareas de conservación de los recursos naturales de la comunidad de Villa Rica.	4	4	4	4	
	Veo como las costumbres y tradiciones en la comunidad de Villa Rica se siguen conservando a través de los años.	4	2	4	4	Definir mejor el verbo
	Considero que es necesario implementar normas de conservación dirigida al turista.	3	3	3	4	Definir las normas de conservación
	Considero que la ruta del café impulsa el turismo sostenible en la comunidad de Villa Rica.	4	4	4	4	
	Considero que las alianzas estratégicas impulsan el turismo sostenible en la comunidad de Villa Rica.	4	3	3	4	
	Opino que la promoción del café impulsa el turismo sostenible en la comunidad de Villa Rica.	4	4	4	4	

Firma de validador experto	
----------------------------	--

### INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno ( )      Externo (X) [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	Leon Vilasquez Miguel Angel
Sexo:	Hombre (X)    Mujer ( )
Profesión:	Adm. de Negocios Internacionales
Grado académico	Licenciado (X)      Maestro ( )      Doctor ( )
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 ( )      De 11 a 15 ( )      De 16 a 20 ( )      De 21 a más (X)
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	ADEX
Cargo actual:	Docente
Área de especialización	Negocios Internacionales
N° telefónico de contacto	966988846
Correo electrónico de contacto	Correo institucional: mlconv@adexperu.edu.pe
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono (X)      Por correo electrónico (X)

*M. Leon*

Firma Validador Experto

## ANEXO 4: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN – MONICA DEL ROSARIO DIAZ JAMANCA

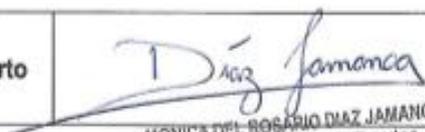
### FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N°1

#### V1: RUTA DEL CAFÉ

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Encuesta Obtener el grado de Licenciado en Adm. de Negocios Internacionales					
Autor del Instrumento	Mercedes Sabina Aguilar Rodríguez y Winny Alisson Davila Jimenez					
Variable 1:	Ruta del café - Variable Independiente					
Población:	Comunidad cafetalera de Villa Rica					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Atractivo turístico	Estoy de acuerdo con las nuevas tendencias de turismo que se están desarrollando con la ruta del café	4	4	4	3	
	He recibido capacitación relacionada a la actividad turística de la ruta del café	3	4	4	3	
	Para mí, la ruta del café es el principal motivo de la afluencia de turistas dentro de la comunidad de Villa Rica	4	4	4	4	
Actividad económica	Considero que la actividad turística de la ruta del café contribuye a mejorar mis ingresos	4	4	4	3	
	Considero que la actividad económica a la que me dedico se relaciona con la ruta del café	4	4	4	3	
	Creo que la ruta del café es la principal fuente de ingresos en la comunidad	3	4	4	4	

Firma de validador experto



MONICA DEL ROSARIO DIAZ JAMANCA  
Jefe de Operaciones Tiendas  
COESTI S.A.

**TABLA N°2**

**V2: ALIANZAS ESTRATÉGICAS**

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Encuesta Obtener el grado de Licenciatura en Adm. de Negocios Internacionales					
Autor del Instrumento	Mercedes Sabina Aguilar Rodriguez y Winny Alisson Davila Jimenez					
Variable 2:	Alianzas Estratégicas – Variable Independiente					
Población:	Comunidad cafetalera de Villa Rica					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Acceso a mercados y Competitividad	Considero que es importante la labor que está ejerciendo el gobierno nacional y regional para promover el turismo sostenible	4	4	4	4	
	Creo que las autoridades locales son aliados fundamentales para el crecimiento del turismo sostenible	4	4	4	4	
	Percibo que las alianzas entre los miembros de la comunidad promueven el acceso a nuevos mercados	3	3	3	4	Aclarar la palabra "Percibo"
	Percibo que las alianzas entre los miembros de la comunidad influyen en la competitividad de mis productos y servicios	3	3	3	3	Aclarar la palabra "Percibo" - Colocar 1 ejemplo
	He llegado a concretar alianzas estratégicas para el crecimiento de mi negocio en el mercado	4	4	4	4	
	Considero que los agentes externos son quienes facilitan el incremento del turismo sostenible dentro de la ciudad de Villa Rica	4	4	4	4	

Firma de validador experto



MONICA DEL ROSARIO DIAZ JAMANCA  
Jefe de Operaciones Tiendas  
COESTI S.A.

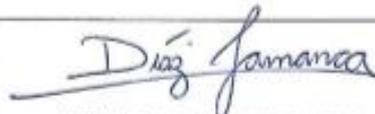
**FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS**

**TABLA N°3**

**V3: PROMOCIÓN DEL CAFÉ**

Nombre del Instrumento	Encuesta					
motivo de evaluación:	Obtener el grado de Licenciatura en Adm. de Negocios Internacionales					
Autor del Instrumento	Mercedes Sabina Aguilar Rodríguez y Winny Alisson Davila Jimenez					
Variable 3:	Promoción del café - Variable Independiente					
Población:	Comunidad cafetalera de Villa Rica					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Estrategias de Promoción	Conozco estrategias de promoción que ayudan a impulsar el turismo.	4	4	4	4	
	Pienso que la afluencia de visitas en la ciudad de Villa Rica aumenta gracias a las estrategias de promoción del café	4	4	4	4	
	Considero que en la Ciudad de Villa Rica existen planes de conservación y de desarrollo dentro de la promoción del Turismo.	4	4	4	4	
	Las ferias de café son estrategias comerciales que ayudan a promocionar los diferentes productos y servicios que se ofrecen en Villa Rica	4	4	4	4	
	Aplico estrategias de promoción que promueven el turismo sostenible.	4	4	4	4	
	Considero que la información que se le brinda a los turistas es muy importante para aumentar las visitas a la ciudad de Villa Rica	4	4	4	4	

Firma de validador experto



MÓNICA DEL ROSARIO DÍAZ JAMANCA  
Jefa de Operaciones Tiendas  
COESTI S.A.

**FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS**

**TABLA N°4**

**V4: TURISMO SOSTENIBLE**

Nombre del Instrumento	Encuesta					
motivo de evaluación:	Obtener el grado de Licenciatura en Adm. de Negocios Internacionales					
Autor del Instrumento	Mercedes Sabina Aguilar Rodriguez y Winny Alisson Davila Jimenez					
Variable 4:	Turismo Sostenible - Variable Dependiente					
Población:	Comunidad cafetalera de Villa Rica					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Recursos naturales y culturales	Me siento satisfecho con las tareas de conservación de los recursos naturales de la comunidad de Villa Rica.	4	4	4	4	
	Veo como las costumbres y tradiciones en la comunidad de Villa Rica se siguen conservando a través de los años.	4	4	4	4	
	Considero que es necesario implementar normas de conservación dirigida al turista.	4	4	4	4	
	Considero que la ruta del café impulsa el turismo sostenible en la comunidad de Villa Rica.	4	4	4	4	
	Considero que las alianzas estratégicas impulsan el turismo sostenible en la comunidad de Villa Rica.	4	4	4	4	
	Opino que la promoción del café impulsa el turismo sostenible en la comunidad de Villa Rica.	4	4	4	4	

<b>Firma de validador experto</b>	 <b>MONICA DEL ROSARIO DIAZ JAMANCA</b> Jefe de Operaciones Tiendas COESTI S.A.
-----------------------------------	--

### INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno ( ) Externo (X) [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	DÍAZ JAMANCA MONICA DEL ROSARIO
Sexo:	Hombre ( ) Mujer (X)
Profesión:	ING. ALIMENTARIO
Grado académico	Licenciado (X) Maestro ( ) Doctor ( )
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 ( ) De 11 a 15 ( ) De 16 a 20 (X) De 21 a más ( )
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	COESTI S.A
Cargo actual:	JEFE OPERACIONES TIENDAS DE CONVENIENCIA LISTO!
Área de especialización	ADMINISTRACIÓN Y RETAIL
N° telefónico de contacto	9382 12540
Correo electrónico de contacto	Correo institucional: mdiagj@primax.com.pe
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono ( ) Por correo electrónico (X)



Firma Validador Experto

## ANEXO 5: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN – TANIA ARIAS TORRES

### FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N°1

#### V1: RUTA DEL CAFÉ

Nombre del instrumento motivo de evaluación:	Encuesta Obtener el grado de Licenciado en Adm. de Negocios Internacionales					
Autor del instrumento	Mercedes Sabina Aguilar Rodríguez y Winny Alisson Davila Jimenez					
Variable 1:	Ruta del café - Variable Independiente					
Población:	Comunidad cafetalera de Villa Rica					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Atractivo turístico	Estoy de acuerdo con las nuevas tendencias de turismo que se están desarrollando con la ruta del café	4	4	4	3	
	He recibido capacitación relacionada a la actividad turística de la ruta del café	3	4	4	3	
	Para mí, la ruta del café es el principal motivo de la afluencia de turistas dentro de la comunidad de Villa Rica	4	4	4	4	
Actividad económica	Considero que la actividad turística de la ruta del café contribuye a mejorar mis ingresos	4	2	3	3	Mejorar los ingresos de la comunidad de los turistas
	Considero que la actividad económica a la que me dedico se relaciona con la ruta del café	3	4	3	3	
	Creo que la ruta del café es la principal fuente de ingresos en la comunidad	4	4	4	4	

Firma de validador experto



FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N°2

V2: ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Encuesta Obtener el grado de Licenciatura en Adm. de Negocios Internacionales					
Autor del Instrumento	Mercedes Sabina Aguilar Rodríguez y Winny Alisson Davila Jimenez					
Variable 2:	Alianzas Estratégicas – Variable Independiente					
Población:	Comunidad cafetalera de Villa Rica					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Acceso a mercados y Competitividad	Considero que es importante la labor que está ejerciendo el gobierno nacional y regional para promover el turismo sostenible	4	4	4	4	
	Creo que las autoridades locales son aliados fundamentales para el crecimiento del turismo sostenible	4	4	4	4	
	Percibo que las alianzas entre los miembros de la comunidad promueven el acceso a nuevos mercados	3	3	3	3	
	Percibo que las alianzas entre los miembros de la comunidad influyen en la competitividad de mis productos y servicios	4	2	2	2	
	He llegado a concretar alianzas estratégicas para el crecimiento de mi negocio en el mercado	3	2	3	2	
	Considero que los agentes externos son quienes facilitan el incremento del turismo sostenible dentro de la ciudad de Villa Rica	3	3	3	3	

Firma de validador experto



FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N°3

V3: PROMOCIÓN DEL CAFÉ

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Encuesta Obtener el grado de Licenciatura en Adm. de Negocios Internacionales					
Autor del Instrumento	Mercedes Sabina Aguilar Rodríguez y Winny Alisson Davila Jimenez					
Variable 3:	Promoción del café - Variable independiente					
Población:	Comunidad cafetalera de Villa Rica					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Estrategias de Promoción	Conozco estrategias de promoción que ayudan a impulsar el turismo.	4	4	3	3	
	Pienso que la afluencia de visitas en la ciudad de Villa Rica aumenta gracias a las estrategias de promoción del café	4	4	4	4	
	Considero que en la Ciudad de Villa Rica existen planes de conservación y de desarrollo dentro de la promoción del Turismo.	4	4	4	3	
	Las ferias de café son estrategias comerciales que ayudan a promocionar los diferentes productos y servicios que se ofrecen en Villa Rica	3	3	3	3	considero que el más nuestro ayuda a promocionar los diferentes productos que se ofrecen en la ciudad de VR
	Aplico estrategias de promoción que promueven el turismo sostenible.	3	3	3	3	
	Considero que la información que se le brinda a los turistas es muy importante para aumentar las visitas a la ciudad de Villa Rica	4	4	4	4	

Firma de validador experto



FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N°4

V4: TURISMO SOSTENIBLE

Nombre del instrumento motivo de evaluación:	Encuesta Obtener el grado de Licenciatura en Adm. de Negocios Internacionales					
Autor del instrumento	Mercedes Sabina Aguilar Rodríguez y Winny Alisson Davila Jimenez					
Variable 4:	Turismo Sostenible - Variable Dependiente					
Población:	Comunidad cafetalera de Villa Rica					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Recursos naturales y culturales	Me siento satisfecho con las tareas de conservación de los recursos naturales de la comunidad de Villa Rica.	3	3	3	3	
	Veo como las costumbres y tradiciones en la comunidad de Villa Rica se siguen conservando a través de los años.	4	4	4	4	
	Considero que es necesario implementar normas de conservación dirigida al turista.	4	4	4	4	
	Considero que la ruta del café impulsa el turismo sostenible en la comunidad de Villa Rica.	4	4	4	4	
	Considero que las alianzas estratégicas impulsan el turismo sostenible en la comunidad de Villa Rica.	4	4	4	4	
	Opino que la promoción del café impulsa el turismo sostenible en la comunidad de Villa Rica.	4	4	4	4	

Firma de validador experto	
----------------------------	---

### INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno ( ) Externo (X) [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	Arias Torres Tania
Sexo:	Hombre ( ) Mujer (X)
Profesión:	Adm. Hotelería y turismo
Grado académico	Licenciado <sup>1</sup> (X) Maestro ( ) Doctor ( )
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 ( ) De 11 a 15 (X) De 16 a 20 ( ) De 21 a más ( )
<small>Solamente para validadores externos</small>	
Organización donde labora:	Peru travel.com.
Cargo actual:	Asistente de ventas
Área de especialización	Turismo
N° telefónico de contacto	998367376
Correo electrónico de contacto	Correo institucional: Tat2107@gmail.com.
Medio de preferencia para contactar	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono (X) Por correo electrónico ( )



Firma Validador Experto

## ANEXO 6: INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN APLICADO

Cuestionario N° \_\_\_\_

### INFORMACIÓN DE CARÁCTER GENERAL

Marca con una X aquella respuesta que lo(a) caracteriza

Mi Sexo es:	
Masculino	<input type="checkbox"/>
Femenino	<input type="checkbox"/>

Mi Rango de Edad es:	
Menos de 25 años	<input type="checkbox"/>
Entre 26 y 35 años	<input type="checkbox"/>
Entre 36 y 45 años	<input type="checkbox"/>
Entre 46 y 55 años	<input type="checkbox"/>
Más de 55 años	<input type="checkbox"/>

Tiempo Trabajado en el mismo Puesto:	
Menos de 2 años	<input type="checkbox"/>
Entre 2 y 3 años	<input type="checkbox"/>
Más de 3 años	<input type="checkbox"/>

Mi Tiempo Trabajando:	
Menos de 2 años	<input type="checkbox"/>
Entre 2 y 3 años	<input type="checkbox"/>
Más de 3 años	<input type="checkbox"/>

Me desempeño como:	
Agricultor	<input type="checkbox"/>
Comercializador	<input type="checkbox"/>
Publicista	<input type="checkbox"/>
Caficultor	<input type="checkbox"/>
Empresario	<input type="checkbox"/>

Mi Rango de Ganancias por mi Actividad Realizada \$/.	
Hasta 300	<input type="checkbox"/>
Entre 351 y 2000	<input type="checkbox"/>
Entre 2000 y 5000	<input type="checkbox"/>
Más de 5000	<input type="checkbox"/>

### PERCEPCIÓN DEL ÁMBITO DE TRABAJO

Marca con una X aquella respuesta que crees conveniente

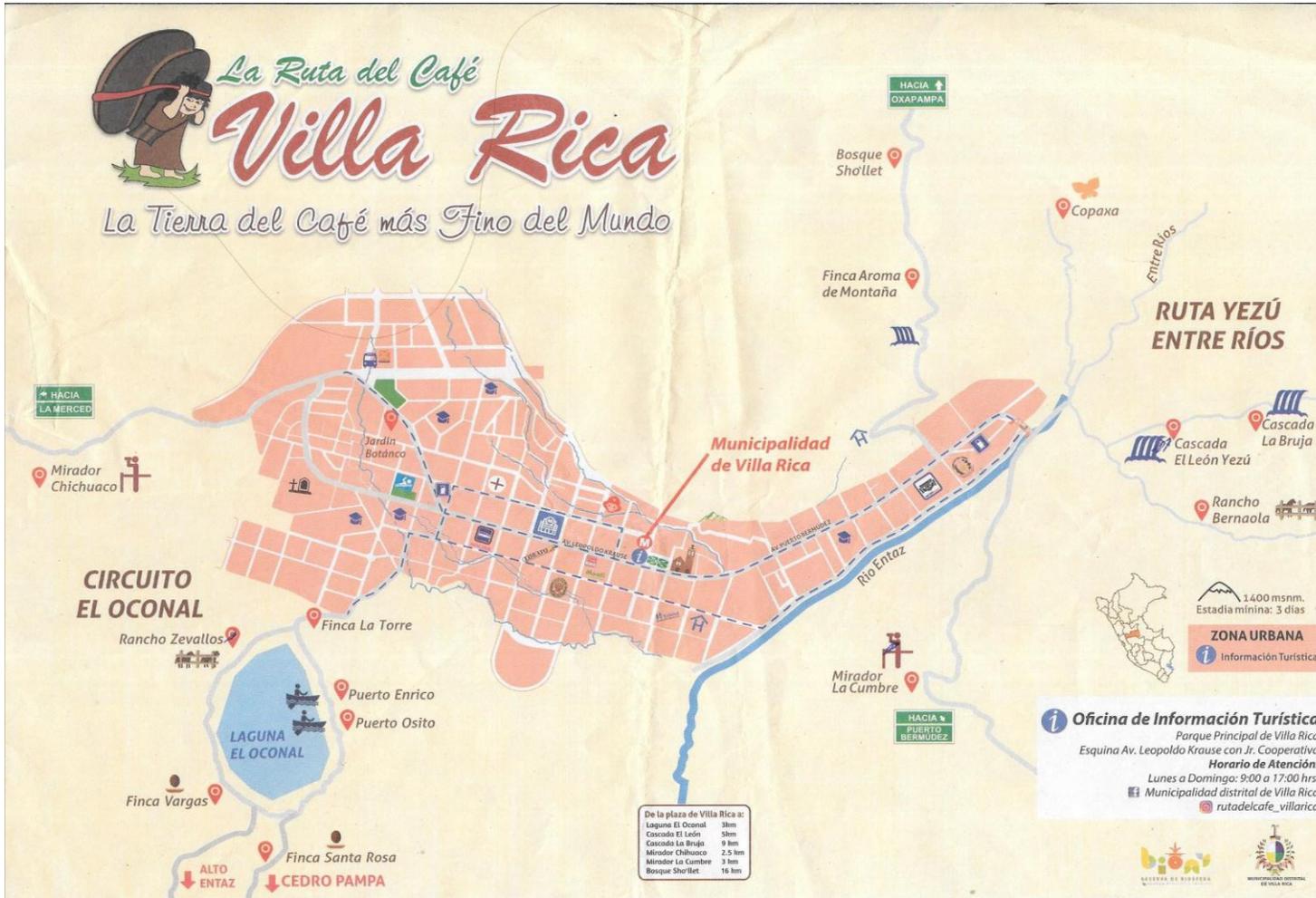
	ENUNCIADOS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	Estoy de acuerdo con las nuevas tendencias de turismo que se están desarrollando con la ruta del café					
2	He recibido capacitación relacionada a la actividad turística de la ruta del café					
3	Para mí, la ruta del café es el principal motivo de la afluencia de turistas en Villa Rica					
4	La actividad turística de la ruta del café contribuye a mejorar mis ingresos					
5	Considero que la actividad económica a la me dedico se relaciona con la ruta del café					
6	Considero que la ruta del café es la principal fuente de ingresos en la comunidad					
7	Desde mi punto de vista es importante la labor que está ejerciendo el gobierno nacional y regional para promover el turismo sostenible					
8	Creo que las autoridades locales son aliados fundamentales para el crecimiento del turismo sostenible					
9	Considero que las alianzas entre los miembros de la comunidad influyen en la competitividad de mis productos y servicios					
10	Percibo que las alianzas entre los miembros de la comunidad promueven el acceso a nuevos mercados					
11	He concretado alianzas estratégicas para el crecimiento de mi negocio					
12	Considero que los agentes externos son quienes facilitan el incremento del turismo sostenible dentro de la ciudad de Villa Rica.					
13	Conozco las estrategias de promoción que ayudan a impulsar el turismo					
14	Pienso que la afluencia de visitas en la ciudad de Villa Rica aumenta gracias a las estrategias de promoción del café					
15	Dentro de la comunidad de Villa Rica existen planes de conservación y desarrollo dentro de la promoción del Turismo.					
16	Percibo que las ferias de café son estrategias comerciales que ayudan a promocionar los diferentes productos y servicios que se ofrecen en Villa Rica					
17	Aplico estrategias de promoción que promuevan el turismo sostenible.					
18	Considero que la información que se le brinda a los turistas es muy importante para aumentar las visitas en Villa Rica					
19	Me siento satisfecho con las tareas de conservación de los recursos naturales de la comunidad de Villa Rica.					
20	Percibo como las costumbres y tradiciones en la comunidad de Villa Rica se siguen conservando a través de los años.					
21	Considero que es necesario implementar normas de conservación dirigidas al turista.					
22	Considero que la ruta del café impulse el turismo sostenible en la comunidad de Villa Rica					
23	Opino que las alianzas estratégicas impulsan el turismo sostenible en la comunidad de Villa Rica					
24	Creo que la promoción del café impulse el turismo sostenible en la comunidad de Villa Rica					

## ANEXO 7: MATRIZ DE CONSISTENCIA

<b>TÍTULO DE LA TESIS:</b>	INSTRUMENTOS QUE INFLUYEN EN EL TURISMO SOSTENIBLE DE LAS COMUNIDADES CAFETALERAS DE VILLA RICA, AÑO 2019
<b>LÍNEA DE INVESTIGACIÓN</b>	Sostenibilidad
<b>AUTOR:</b>	Mercedes Aguilar Rodríguez y Winny Dávila Jiménez

<b>PROBLEMAS</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>METODOLOGÍA</b>
<b>Problema general</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Hipótesis general</b>			
¿Cuáles son los instrumentos que influyen en el turismo sostenible de las comunidades cafetaleras de Villa Rica?	Determinar cuáles son los instrumentos que influyen en el turismo sostenible de las comunidades cafetaleras de Villa Rica	Los instrumentos que influyen en el turismo sostenible de las comunidades cafetaleras de Villa Rica son la ruta del café, las alianzas estratégicas y la promoción del café.	(VI) Los instrumentos de exportación  (VD) Turismo Sostenible	La ruta del café Alianzas estratégicas Promoción del café  Conservación de recursos naturales y culturales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Enfoque: Cuantitativo</li> <li>- Tipo: aplicada</li> <li>- Alcance: Descriptiva correlacional</li> <li>- Diseño: No experimental</li> <li>- Unidad de Investigación: Comunidad cafetalera del distrito de Villa Rica</li> </ul>
¿La ruta del café influye en el turismo sostenible de las comunidades cafetaleras de Villa Rica?	Verificar si la ruta del café influye en el turismo sostenible de las comunidades cafetaleras de Villa Rica	La ruta del café influye en el turismo sostenible de las comunidades cafetaleras de Villa Rica	La ruta del café	Atractivo turístico y Actividad económica	
¿Las alianzas estratégicas influyen en el turismo sostenible de las comunidades cafetaleras de Villa Rica?	Determinar si las alianzas estratégicas influyen en el turismo sostenible de las comunidades cafetaleras de Villa Rica	Las alianzas estratégicas influyen en el turismo sostenible de las comunidades cafetaleras de Villa Rica	Alianzas estratégicas	Accesos a mercados y Competitividad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Encuesta en español</li> </ul>
¿La promoción del café influye en el turismo sostenible de las comunidades cafetaleras de Villa Rica?	Comprobar si la promoción del café influye en el turismo sostenible de las comunidades cafetaleras de Villa Rica	La promoción del café influye en el turismo sostenible de las comunidades cafetaleras de Villa Rica	Promoción del café	Estrategias de promoción	

## **Anexo 8: Circuito Turístico Ruta del Café en Villa Rica**



## ANEXO 8: MAPA TURÍSTICO EN EL DISTRITO DE VILLA RICA



## ANEXO 10: LAGUNA EL OCONAL



**ANEXO 11: PLAZA DE ARMAS DE VILLA RICA**



**ANEXO 12: MIRADOR LA CUMBRE DE VILLA RICA**



**ANEXO 13: FINCA SANTA ROSA**



## ANEXO 14: GRANOS DE CAFÉ Y PLANTACIONES

