



Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

Dirección General de Estudios de Posgrado
Facultad de Ingeniería Geológica, Minera, Metalúrgica y
Geográfica
Unidad de Posgrado

Análisis del territorio, potencial y perspectivas de desarrollo turístico del distrito de Barranca – Región

Lima

TESIS

Para optar el Grado Académico de Magíster en Geografía con
mención en Gestión Turística del Territorio

AUTOR

Teodoro ROJAS ACOSTA

ASESOR

Fray Masías CRUZ REYES

Lima, Perú

2025



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Rojas, T. (2025). *Análisis del territorio, potencial y perspectivas de desarrollo turístico del distrito de Barranca – Región Lima*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ingeniería Geológica, Minera, Metalúrgica y Geográfica, Unidad de Posgrado]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

Metadatos complementarios

Datos de autor	
Nombres y apellidos	Teodoro Rojas Acosta
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	07760810
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-4492-8068
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	Fray Masías Cruz Reyes
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	09200393
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-3359-1727
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Walter Javier Díaz Cartagena
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	25726173
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	Lucila del Carmen Vallejo Romo
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	06447406
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	Miguel Angel Comeca Chuquipul
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	08531114
Datos de investigación	

Línea de investigación	1.05.00 -- Ciencias de la Tierra, Ciencias ambientales
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento.
Ubicación geográfica de la investigación	Edificio: País: Perú Departamento: Lima Provincia: Barranca Distrito: Barranca Latitud: 0°40'00"S Longitud: 77°43'00"O.
Año o rango de años en que se realizó la investigación	2024-2025
URL de disciplinas OCDE	Geografía física https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#1.05.05



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

SUSTENTACIÓN PÚBLICA

En la Universidad Nacional Mayor de San Marcos - Lima, a los diecisiete días del mes de noviembre del año dos mil veinticinco, siendo las diez horas, se reúnen los suscritos Miembros del Jurado Examinador de Tesis, nombrado mediante Dictamen N° 000350-2025-UPG-VDIP-FIGMMG/UNMSM del 09 de noviembre del 2025, con la finalidad de evaluar la sustentación oral de la siguiente tesis:

TÍTULO

«ANÁLISIS DEL TERRITORIO, POTENCIAL Y PERSPECTIVAS DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL DISTRITO DE BARRANCA—REGIÓN LIMA»

Presentado por el Bach. **TEODORO ROJAS ACOSTA**, para optar el **GRADO ACADÉMICO DE MAGISTER en GEOGRAFÍA con mención en GESTIÓN TURÍSTICA DEL TERRITORIO**.

El Secretario del Jurado Examinador de la Tesis, analiza el expediente N° UNMSM-20250057423, de fecha 23 de mayo del 2025, en el marco legal y Estatutario de la Ley Universitaria, acreditando que tiene todos los documentos y que cumplió con las etapas del trámite según el «Reglamento General de Estudios de Posgrado», aprobado con Resolución Rectoral N° 04790-R-18 del 08 de agosto del 2018.

Luego de la Sustentación, se procede con la calificación de la Tesis, de acuerdo al procedimiento respectivo y se registra en el acta correspondiente de conformidad al Art. 100 del precitado Reglamento, correspondiéndole al graduando la siguiente calificación:

Muy BUENO (18)

Habiendo sido aprobada la sustentación de la Tesis, el Presidente recomienda a la Facultad se le otorgue el **GRADO ACADÉMICO DE MAGISTER en GEOGRAFÍA con mención en GESTIÓN TURÍSTICA DEL TERRITORIO** al Bach. **TEODORO ROJAS ACOSTA**.

Siendo las 11:00 horas, se dio por concluido al acto académico.

DR. WALTER JAVIER DÍAZ CARTAGENA
Presidente

DR. MIGUEL ÁNGEL COMECA CHUQUIPUL
Secretario

DRA. LUCILA DEL CARMEN VALLEJO ROMO
Miembro

DR. FRAY MASÍAS CRUZ REYES
Asesor



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE

SAN MARCOS

Universidad del Perú, Decana de América

Anexo 1
CERTIFICADO DE SIMILITUD

Yo, DR. FRAY MASIAS CRUZ REYES en mi condición de asesor acreditado con el Dictamen de la UPG o de la EP N° 000212-2025-UPG-VDIP-FIGMMG/UNMSM de la tesis/ monografía/ informe de investigación/trabajo académico, cuyo título es «ANÁLISIS DEL TERRITORIO, POTENCIAL Y PERSPECTIVAS DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL DISTRITO DE BARRANCA—REGIÓN LIMA», presentado por el bachiller/ magíster/ egresado/ licenciado/ estudiante TEODORO ROJAS ACOSTA, para optar el grado académico* de/ título*/ especialidad en MAGISTER EN GEOGRAFÍA con mención en GESTIÓN TURÍSTICA DEL TERRITORIO, **CERTIFICO** que se ha cumplido con lo establecido en la Directiva de Originalidad y de Similitud de Trabajos Académicos, de Investigación y Producción Intelectual. Según la revisión, análisis y evaluación mediante la plataforma PIDS, el documento evaluado cuenta con el **10 %** de similitud, nivel **PERMITIDO** para continuar con los trámites correspondientes y para su **publicación en el repositorio institucional**.

Se emite el presente certificado en cumplimiento de lo establecido en las normas vigentes, como uno de los requisitos para la obtención del grado académico*/ título*/ especialidad* MAGISTER EN GEOGRAFÍA con mención en GESTIÓN TURÍSTICA DEL TERRITORIO.

Lima, 21 de Octubre de 2025

Firma del Asesor

Nombres y Apellidos del asesor:

DNI: 09200393

* Según corresponda: bachiller, magíster, doctor; título profesional o título de segunda especialidad

La vigencia del presente certificado corresponde a un período de noventa (90) días desde la fecha de su emisión; siempre que no haya observaciones en el texto durante el proceso de revisión por el jurado informante o surja alguna contingencia.

A mi esposa, María Chávez, y a mi hijo, Gaspar Rojas, por su paciencia, aliento y cariño incondicional. Su compañía y apoyo constante han sido la fuerza que me impulsó a culminar esta trayectoria académica.

Agradecimiento

Expreso mi más profundo reconocimiento y gratitud al Dr. Fray Cruz Reyes, asesor de esta investigación, por su valiosa orientación, su exigencia académica y la confianza depositada en mi trabajo. Su acompañamiento constante y sus observaciones precisas fueron fundamentales para el desarrollo y culminación de esta tesis.

Asimismo, manifiesto mi agradecimiento a mis colegas de la Escuela Profesional de Geografía de la UNMSM, quienes con su apoyo incondicional y sus valiosos comentarios contribuyeron al fortalecimiento de este estudio. Las conversaciones académicas y el intercambio de ideas con ellos enriquecieron significativamente mi perspectiva y comprensión del tema abordado.

Deseo expresar un especial agradecimiento a mi amigo Ángel Arones, cuya participación activa y motivación permanente fueron un estímulo constante a lo largo de este proceso. Su entusiasmo y compañerismo reflejan el valor del trabajo colaborativo y la amistad en el ámbito académico.

Índice

Agradecimiento	4
Resumen	8
Abstract.....	8
CAPITULO 1: SITUACIÓN PROBLEMÁTICA	10
1.1. Formulación del problema.....	12
1.2. Justificación teórica	12
1.3. Justificación práctica	12
1.4. Objetivos	13
CAPITULO 2. MARCO TEÓRICO	13
2.1. Antecedentes.....	13
2.2. Bases teóricas.....	20
2.2.1. Concepto de turismo: definiciones clásicas y contemporáneas.	20
2.2.2. Tipologías del turismo.....	22
a. Turismo cultural.....	22
b. Turismo rural.....	22
c. Turismo comunitario	23
d. Turismo gastronómico.....	23
2.2.3. El territorio como espacio turístico: definiciones, enfoques y dimensiones	24
2.2.4. Relación entre territorio, identidad cultural y desarrollo turístico.....	25
2.2.5. Recursos y atractivos turísticos	26
a. Clasificación de los recursos turísticos.....	27
b. Criterios de jerarquización de recursos turísticos - MINCETUR.....	28
c. Valoración de la conservación y autenticidad de los recursos	31
2.2.6. Potencial turístico y sostenibilidad.....	32
a. Desarrollo turístico sostenible.....	33
b. Enfoques de gestión sostenible en destinos emergentes.....	34
c. Indicadores de potencial y sostenibilidad turística	35
2.2.7. Infraestructura, accesibilidad y servicios turísticos	37
a. Accesibilidad: transporte, conectividad y señalización.....	38
b. Servicios de apoyo al turismo: hospedaje, alimentación, guías, seguridad.	40
c. Brechas de infraestructura y su impacto en la competitividad turística	41
2.2.8. Promoción y gestión turística.....	43

a. Rol de las municipalidades y actores locales en la gestión turística	46
b. Participación de la comunidad en el desarrollo turístico local.....	47
CAPITULO 3. METODOLOGIA.....	49
3.1. Tipo de investigación	49
3.2. Diseño de investigación.....	49
3.4. Población y muestra	50
3.5. Técnicas e instrumentos	50
3.6. Validez y confiabilidad.....	51
3.7. Técnicas de procesamiento de datos.....	51
CAPITULO 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	52
4.1. Recursos turísticos según su tipología.....	52
4.1.1. Cristo Redentor de Barranca.....	53
4.1.2. Parque Mirador Grau	54
4.1.3. Plaza de Armas de Barranca	56
4.1.4. Parroquia San Ildefonso	57
4.1.5. Playas de Barranca.....	59
4.2. Nivel de aprovechamiento de los recursos turísticos	62
4.2.1. Cristo Redentor de Barranca.....	62
a. Accesibilidad	62
b. Calidad de los servicios.....	63
c. Promoción.....	64
d. Gestión institucional.....	65
4.2.2. Parque Mirador Grau	68
a. Accesibilidad	68
b. Calidad de los servicios.....	69
c. Promoción.....	70
d. Gestión institucional.....	71
4.2.3. Plaza de Armas de Barranca	74
a. Accesibilidad	75
b. Calidad de los servicios.....	75
c. Promoción.....	76
d. Gestión institucional.....	77

4.2.4. Parroquia San Ildefonso.....	81
a. Accesibilidad.....	81
b. Calidad de los servicios.....	81
c. Promoción.....	83
d. Gestión institucional.....	84
4.2.5. Playas de Barranca.....	87
a. Accesibilidad.....	87
b. Calidad de los servicios.....	87
c. Promoción.....	89
d. Gestión institucional.....	90
4.3. Perspectivas de desarrollo turístico a partir de un enfoque territorial y sostenible	93
CONCLUSIÓN.....	98
RECOMENDACIONES	99
Referencias	100
Anexos	136
Anexo 1. Matriz de consistencia.....	136
Anexo 2. Ficha de trabajo de campo	139
Anexo 3. Guion de entrevista a actores institucionales.....	148

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo analizar el territorio, los recursos turísticos y su nivel de aprovechamiento en el distrito de Barranca, con el fin de proponer perspectivas de desarrollo turístico desde un enfoque territorial y sostenible. La metodología se enmarcó en un enfoque descriptivo y cualitativo, con diseño no experimental y transversal. Se trabajó con una población conformada por los principales recursos turísticos y actores vinculados al sector, seleccionando una muestra intencional de autoridades, representantes y visitantes. Entre las técnicas empleadas destacaron la observación directa en campo, registros fotográficos, guías de verificación y entrevistas semiestructuradas, lo que permitió evaluar la accesibilidad, servicios de apoyo, conservación y gestión institucional de los recursos. Los resultados evidenciaron la existencia de 5 recursos turísticos representativos, entre los que destacan el Cristo Redentor de Barranca, la Plaza de Armas, la Parroquia San Ildefonso, el Parque Mirador Grau y las Playas de Barranca. Estos atractivos muestran un potencial diverso, combinando patrimonio cultural, natural y espacios recreativos. Sin embargo, se identificaron limitaciones vinculadas a la conservación, escasa promoción y amenazas antrópicas como vandalismo, contaminación y sobreuso. Algunos recursos, como Cristo Redentor y Parque Mirador de Grau, presentan mayores riesgos de deterioro, mientras que otros, como la Parroquia San Ildefonso y las playas, poseen condiciones favorables para consolidar el turismo sostenible. En conclusión, el estudio resalta la necesidad de fortalecer la gestión institucional, mejorar la infraestructura y señalización, e impulsar estrategias de conservación y promoción integradas. De este modo, Barranca podrá consolidarse como un destino competitivo, equilibrando el aprovechamiento económico con la preservación cultural y ambiental.

Palabras clave: Turismo sostenible, recursos culturales, gestión institucional, Barranca

Abstract

The present study aimed to analyze the territory, tourism resources, and their level of utilization in the district of Barranca, in order to propose tourism development perspectives

from a territorial and sustainable perspective. The methodology was framed within a descriptive and qualitative approach, with a non-experimental and cross-sectional design. The study focused on a population comprised of the main tourism resources and stakeholders linked to the sector, selecting a purposive sample of authorities, representatives, and visitors. Among the techniques employed were direct field observation, photographic records, verification guides, and semi-structured interviews, which allowed for the evaluation of accessibility, support services, conservation, and institutional management of the resources. The results revealed the existence of five representative tourism resources, including the Christ the Redeemer of Barranca, the Plaza de Armas, the San Ildefonso Parish, the Mirador Grau Park, and the Barranca Beaches. These attractions demonstrate diverse potential, combining cultural and natural heritage and recreational spaces. However, limitations related to conservation, limited promotion, and anthropogenic threats such as vandalism, pollution, and overuse were identified. Some resources, such as Cristo Redentor and Mirador de Grau Park, are at greater risk of deterioration, while others, such as the San Ildefonso Parish and the beaches, offer favorable conditions for consolidating sustainable tourism. In conclusion, the study highlights the need to strengthen institutional management, improve infrastructure and signage, and promote integrated conservation and promotion strategies. In this way, Barranca can consolidate itself as a competitive destination, balancing economic development with cultural and environmental preservation.

Keywords: Sustainable tourism, cultural resources, institutional management, Barranca

CAPITULO 1: SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

El turismo se ha consolidado como una de las actividades económicas y sociales más relevantes a nivel mundial, ya que contribuye al crecimiento económico, a la generación de empleo y al fortalecimiento de la identidad cultural de los pueblos. En América Latina, y particularmente en el Perú, esta actividad se ha convertido en una estrategia clave para impulsar el desarrollo local sostenible, diversificar las fuentes de ingreso y aprovechar las ventajas comparativas de los territorios.

El análisis del territorio resulta fundamental para comprender las posibilidades de desarrollo turístico, pues en él convergen los recursos naturales, culturales, históricos y sociales que configuran la oferta turística. En este sentido, el territorio no solo se concibe como un espacio físico, sino también como un escenario dinámico donde interactúan actores, tradiciones y potencialidades que pueden ser gestionadas de manera estratégica para fomentar el turismo.

El distrito de Barranca, ubicado en la costa norte del departamento de Lima, posee una combinación singular de patrimonio cultural, arqueológico, histórico y paisajístico. Su cercanía con importantes centros urbanos y su riqueza en recursos turísticos lo posicionan como un territorio con grandes posibilidades de desarrollo. Además, cuenta con un pasado prehispánico de relevancia, expresado en sitios arqueológicos de gran valor, y con atractivos naturales que pueden diversificar su oferta turística.

Pese a este potencial, Barranca no ha logrado consolidarse plenamente como un destino turístico competitivo en el escenario nacional e internacional. Factores como la limitada infraestructura, la escasa promoción turística, la débil articulación entre actores locales y la falta de estrategias sostenibles han generado que muchos de sus recursos permanezcan subutilizados. Esta situación evidencia la necesidad de un análisis profundo que permita identificar oportunidades, limitaciones y perspectivas para el desarrollo turístico del distrito.

El distrito de Barranca, ubicado en la costa central del Perú, se ha consolidado como un espacio con un importante potencial turístico gracias a sus atractivos naturales, culturales

e históricos. Sin embargo, el desarrollo de este sector enfrenta limitaciones vinculadas a la ausencia de una planificación integral y sostenida que permita consolidar a la ciudad como un destino competitivo en el ámbito regional y nacional. A pesar de su cercanía con Lima y de contar con recursos paisajísticos y patrimoniales de relevancia, las acciones implementadas han resultado insuficientes para transformar estas ventajas en una experiencia turística de calidad (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], 2020).

Uno de los principales problemas identificados es la falta de un Plan de Desarrollo Turístico Local (PDTL), instrumento fundamental para ordenar, gestionar y promover de manera estratégica los recursos turísticos de Barranca. La carencia de dicho plan genera dificultades en la articulación de esfuerzos entre las autoridades locales, los empresarios del sector y la comunidad, lo que limita la implementación de proyectos sostenibles que respondan a las demandas actuales de los visitantes (Gobierno Regional de Lima, 2021).

En ese sentido, se han llevado a cabo reuniones impulsadas por la Municipalidad de Barranca en coordinación con la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR), con el objetivo de trabajar de manera articulada en la construcción de un PDTL. Estas iniciativas buscan atender las brechas existentes en infraestructura, servicios complementarios y promoción turística, que hoy impiden que la experiencia del visitante sea plenamente satisfactoria. No obstante, estos esfuerzos aún se encuentran en una fase inicial y carecen de mecanismos efectivos de continuidad (Nota de prensa municipal de Barranca, 2023).

Asimismo, el desarrollo turístico de Barranca se ve condicionado por otros problemas estructurales, como la insuficiente capacitación de los actores vinculados al sector, la limitada promoción de los atractivos locales y la falta de integración con rutas turísticas regionales. Estas deficiencias reducen la competitividad del distrito frente a otros destinos cercanos que han logrado posicionarse gracias a una gestión más articulada y a la inversión en infraestructura turística (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2019).

Por lo tanto, la ausencia de una planificación estratégica como el PDTL no solo limita el aprovechamiento del potencial turístico de Barranca, sino que también afecta el desarrollo

económico y social de la población local, que podría beneficiarse a través de la generación de empleo y oportunidades asociadas a este sector. La situación evidencia la necesidad urgente de implementar un modelo de gestión turística sostenible, que contemple la participación activa de los diferentes actores locales y se oriente hacia la diversificación y valorización de la oferta turística del distrito.

1.1. Formulación del problema

General

¿Cómo puede analizarse el potencial turístico para orientar el desarrollo desde un enfoque territorial en el distrito de Barranca?

Específicas

- ¿Qué recursos turísticos existen en el distrito de Barranca y cómo se clasifican según su tipología, categoría y características?
- ¿Cuál es el nivel de aprovechamiento actual de los recursos turísticos del distrito de Barranca?
- ¿Qué perspectivas de desarrollo turístico pueden formularse desde un enfoque territorial para fortalecer la actividad turística en el distrito de Barranca?

1.2. Justificación teórica

La investigación se justifica teóricamente porque contribuye al estudio del territorio y el turismo desde un enfoque interdisciplinario, vinculando conceptos de geografía, desarrollo local y gestión turística. Al analizar el potencial y las perspectivas del distrito de Barranca, se generan aportes al marco teórico sobre el turismo sostenible en contextos locales, fortaleciendo la comprensión de cómo los recursos naturales, históricos y culturales pueden integrarse en estrategias de desarrollo territorial con base académica y científica.

1.3. Justificación práctica

En el plano práctico, el estudio resulta pertinente porque permite identificar oportunidades y limitaciones concretas del distrito de Barranca en materia turística, aportando

información útil para autoridades locales, empresarios y la comunidad. Con ello se busca contribuir a la formulación de políticas y proyectos que impulsen el turismo como motor de desarrollo económico y social, mejorando la experiencia de los visitantes y generando beneficios directos en empleo, ingresos y calidad de vida de la población.

1.4. Objetivos

General

Analizar el potencial turístico para orientar el desarrollo desde un enfoque territorial en el distrito de Barranca.

Específicos

- Identificar los recursos turísticos según su tipología, categoría y características
- Evaluar el nivel de aprovechamiento de los recursos turísticos identificados
- Formular perspectivas de desarrollo turístico a partir de un enfoque territorial

CAPITULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Gabriel (2019) analizó el potencial turístico del espacio rural del distrito de Lachaqui, considerando la ausencia de reconocimiento oficial de sus recursos en el inventario nacional del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Para ello, se aplicó una metodología de enfoque mixto, que combinó técnicas cualitativas y cuantitativas, apoyada en un modelo de análisis basado en una matriz que permitió evaluar la situación de los componentes del sistema turístico. Los resultados evidenciaron que el área presenta una potencialidad turística media o regular, debido a las condiciones actuales de sus recursos, infraestructura y organización comunitaria, lo cual limita su aprovechamiento pleno. Se concluye que la planificación del turismo en Lachaqui debe orientarse desde un enfoque territorial que articule procesos sociales y naturales, promueva el empoderamiento comunal y priorice la sostenibilidad por encima de la rentabilidad inmediata, con el fin de fortalecer la potencialidad turística y generar un desarrollo equilibrado en el espacio rural.

Sobrino (2019) analizó la potencialidad del distrito de Pomabamba, capital de la provincia homónima en Áncash, para el desarrollo del ecoturismo, considerando su diversidad de paisajes, recursos naturales y riqueza cultural. La metodología empleada fue de carácter descriptivo y analítico, basada en la identificación y valoración de recursos turísticos naturales y culturales, así como en la percepción de la población local respecto a su participación en la actividad. Los resultados evidenciaron que, si bien Pomabamba es reconocida principalmente por sus festividades culturales, también cuenta con áreas naturales con alto potencial ecoturístico que no han sido difundidas ni gestionadas de manera sostenible. En conclusión, se afirma que el ecoturismo constituye una alternativa viable de desarrollo local para Pomabamba, siempre que se impulse una adecuada planificación y se promueva la participación activa de la comunidad en su implementación.

Infantes (2020) determinó la relación entre el marketing turístico y el turismo sostenible en el distrito de Barranca durante el año 2020. Se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, de tipo aplicada y nivel relacional, con un diseño no experimental y de corte transversal; se aplicó la técnica de la encuesta mediante un cuestionario tipo Likert validado con un coeficiente de Cronbach de 0.878, a una muestra de 80 prestadores de servicios turísticos de la provincia de Barranca. Los resultados evidenciaron una relación lineal significativa entre ambas variables, con un nivel de significancia bilateral de 0.000 ($p < 0.05$) y un coeficiente Rho de Spearman de 0.648, lo que representa una correlación positiva considerable. En conclusión, se determinó que el marketing turístico influye de manera proporcional en el turismo sostenible, contribuyendo a su fortalecimiento en la zona estudiada.

Celi et al. (2021) analizaron los cinco pilares fundamentales para el desarrollo del turismo rural comunitario implementados por el gobierno peruano en 2008 en los distritos de Alis, Carania y Laraos, a fin de identificar su presencia y correcto uso como generadores de desarrollo turístico en la región de Nor Yauyos. La investigación fue de enfoque cualitativo, tipo transversal y alcance descriptivo, empleando entrevistas semiestructuradas a autoridades y pobladores, revisión de literatura y observación. Los resultados mostraron que, si bien los tres distritos cuentan con atractivos turísticos naturales y culturales, estos no se encuentran distribuidos de manera homogénea, y la principal limitación es la falta de

conocimiento sobre el potencial del turismo rural comunitario y los beneficios que conlleva. En conclusión, los distritos presentan un incipiente discernimiento del modelo y carecen de la capacitación necesaria para gestionar transformaciones estructurales que impulsen el desarrollo de nuevos negocios turísticos.

Salinas (2022) estableció la relación entre las estrategias de marketing y el desarrollo turístico en las provincias de Barranca, Cañete, Huaral y Huaura de la región Lima en 2022. Se aplicó una metodología de tipo básica, correlacional, no experimental, transversal y cuantitativa, con una muestra de 140 personas, utilizando la técnica de la encuesta y un cuestionario de 21 ítems para la variable estrategias de marketing y 20 ítems para la variable desarrollo turístico. Los resultados evidenciaron un coeficiente Rho de Spearman de 0.818, que confirma una correlación positiva alta y la aceptación de la hipótesis de investigación; además, el 70% de los encuestados mostró un nivel bueno respecto a las estrategias de marketing y el 60% en relación con el desarrollo turístico, encontrándose correlaciones positivas en las hipótesis específicas, dos de ellas altas y una moderada. En conclusión, se determinó que las estrategias de marketing se relacionan de manera significativa con el desarrollo turístico en las provincias estudiadas, siendo un factor clave para su fortalecimiento.

Chumpitaz (2023) diseñó una propuesta arquitectónica de regeneración urbana del malecón costero del distrito de Barranca, orientada a articular espacios públicos y componentes urbanos para optimizar la recreación saludable y potenciar el turismo litoral. El estudio respondió a la problemática de las precarias condiciones físicas y el deterioro de los espacios públicos, desarrollándose bajo una metodología de enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo), de alcance descriptivo–explicativo y con diseño explicativo secuencial. Los resultados evidenciaron que la demanda turística efectiva se caracteriza por la insatisfacción de los visitantes y la escasa promoción del turismo en el balneario, mientras que la revisión de casos arquitectónicos mostró que la regeneración urbana de malecones contribuye a la configuración de nuevos espacios públicos vinculados a las actividades urbanas y al crecimiento sostenible. En conclusión, la propuesta planteada busca configurar y articular espacios públicos con elementos urbanos que incentiven la permanencia del

usuario, estableciendo las condiciones necesarias para mejorar la habitabilidad urbana costera y favorecer el desarrollo sostenible del turismo local.

Huaricancha y Huaman (2024) analizaron la asociación entre el marketing en redes sociales y el turismo sostenible en el distrito de Pachacamac en 2024, desarrollándose bajo un enfoque aplicado con diseño no experimental y una muestra de 384 turistas visitantes. Se emplearon dos test, uno de marketing en redes sociales y otro de turismo sostenible, ambos con 24 ítems y niveles de confiabilidad excelentes. Los resultados evidenciaron una correlación positiva alta entre las variables, lo que permite concluir que una aplicación eficaz de las herramientas del marketing en redes sociales contribuye significativamente al fortalecimiento del turismo sostenible, generando beneficios ambientales, culturales, económicos y sociales en el distrito de Pachacamac.

Encina (2021) analizó la distribución y valoración del patrimonio en barrios patrimoniales de la comuna de Santiago, evaluando su relación con la actividad turística y la percepción de los habitantes para mejorar la gestión territorial mediante programas inclusivos. La metodología fue cualitativa, combinando revisión bibliográfica y trabajo de campo basado en la percepción de los residentes, considerando barrios representativos como el Centro Histórico, Lastarria, Parque Almagro, Brasil, Yungay, San Vicente–San Eugenio y Franklin, con el fin de realizar un análisis comparativo del estado del patrimonio y su desarrollo turístico. Los resultados evidenciaron que estos barrios poseen un patrimonio valioso y diverso, integrado por historia, comunidad, modos de vida y arquitectura, con un alto valor identitario y accesibilidad tanto para residentes como turistas, además de destacar el rol activo de las organizaciones locales en su protección y promoción. Se observaron diferencias en la consolidación de la actividad turística, vinculadas principalmente a la inversión e interés institucional, mostrando barrios con fuerte posicionamiento turístico y otros rezagados, lo que impacta directamente en la conservación patrimonial. En conclusión, los hallazgos subrayan la necesidad de fortalecer la coordinación entre actores locales e instituciones para mejorar las estrategias de protección, conservación y desarrollo turístico del patrimonio vernáculo, promoviendo su sostenibilidad y valorización cultural.

Machaca (2021) analizó el desarrollo y la gestión del turismo comunitario en Bolivia, identificando su evolución, oportunidades, desafíos e impactos sobre las comunidades indígenas y campesinas. Se utilizó una metodología cualitativa basada en estudios de caso, con siete emprendimientos representativos de distintas regiones del país, incluyendo entrevistas, observación directa y análisis documental para comprender la dinámica interna de los proyectos, su relación con el Estado y la percepción de los actores comunitarios. Los resultados muestran que el turismo comunitario surgió en la década de los noventa como una alternativa económica, cultural y de protección territorial, consolidándose como un sector creciente y diverso en servicios, aunque aún en etapa incipiente; las comunidades perciben impactos positivos y negativos de la actividad turística y destacan la construcción de relaciones interculturales con los visitantes, mientras que las políticas públicas avanzaron a nivel normativo pero su implementación ha sido lenta y limitada, evidenciando brechas entre la gestión estatal y las experiencias comunitarias. El turismo comunitario en Bolivia presenta un alto potencial para promover desarrollo sostenible y revitalización cultural, siempre que se fortalezcan la sistematización e institucionalización de los emprendimientos, la participación comunitaria en políticas públicas, la autogestión y la sostenibilidad, considerando además los desafíos políticos, sociales y económicos actuales que condicionan su consolidación y expansión.

Alfaro et al. (2022) desarrollaron consideraciones teórico-metodológicas con el fin de ofrecer un panorama conceptual y procedimental para que gestores y actores turísticos puedan comprender, identificar, clasificar y evaluar el tratamiento de los recursos turísticos, con énfasis en los indicadores necesarios para diseñar e implementar estrategias de turismo comunitario sostenible, aplicado al caso del corregimiento de Mayapo. Se realizó un estudio de caso de carácter documental y descriptivo, con enfoque cualitativo, basado en revisión bibliográfica de autores expertos y utilizando la ficha bibliográfica como técnica de recolección de datos. Los resultados permitieron contextualizar los conceptos en el diseño de un plan de desarrollo turístico para Mayapo, siguiendo las fases propuestas por la literatura especializada. En conclusión, se evidenció que este destino, caracterizado por playas vírgenes y semi vírgenes, requiere de estrategias que integren intereses de marketing con una visión de desarrollo sostenible, considerando los impactos

multidimensionales del turismo y priorizando los beneficios de largo plazo sobre los efectos inmediatos.

Maffioni (2022) analizó las interrelaciones en el sector de prestaciones de servicios turísticos de Miramar, identificando las sinergias y capacidades del territorio que favorecen o limitan el desarrollo sustentable, así como determinar perspectivas futuras del escenario turístico. Se empleó una metodología cualitativa con enfoque descriptivo e interpretativo, utilizando entrevistas, grupos focales, observación documental, in situ y no participante, además de encuestas bajo el método Delphi. Los resultados evidenciaron que las prestaciones de servicios enfrentan restricciones económicas y políticas para implementar estrategias de sustentabilidad, mientras que las oportunidades se relacionan con iniciativas de desestacionalización, desconcentración de la demanda y acciones proambientales; las relaciones intra-sectoriales son más fuertes que las intersectoriales, y las capacidades más desarrolladas corresponden a la creación de entornos para el desarrollo, mientras que la animación social y la concertación de actores son menos robustas. En conclusión, para avanzar hacia un turismo más sustentable será necesario fortalecer la calidad de los recursos y espacios turísticos, los vínculos intra e intersectoriales, la participación comunitaria, la profesionalización de recursos humanos y la incorporación de innovaciones, considerando la rentabilidad y la competitividad basadas en atributos naturales, culturales y de proximidad, configurando así escenarios futuros que integren sostenibilidad, adaptabilidad e incremento del valor turístico del territorio.

Flores (2024) evaluó las condiciones socioambientales de la Región del Río Hondo, desde el poblado de Allende hasta su desembocadura en Bahía de Chetumal, para el desarrollo del turismo sustentable. La metodología combinó el análisis de factores físicos, mediante determinación de batimetría; biológicos, mediante caracterización de vegetación de ribera como manglares; y sociales, a través de entrevistas a pobladores y funcionarios vinculados al turismo. Los resultados evidenciaron una profundidad promedio de 6 a 8 metros, manglares en buen estado de conservación, paisajes atractivos para turismo ecológico y disposición de la población para participar en actividades turísticas sustentables, aunque con limitada información sobre el impacto del proyecto Tren Maya y carencia de proyectos de inversión y promoción gubernamentales. En conclusión, la región presenta un alto

potencial para el turismo de naturaleza bajo criterios estrictos de sustentabilidad; se propone un modelo metodológico adaptable para determinar la factibilidad de actividades turísticas y tipos específicos de turismo que generen beneficio comunitario, así como la redefinición de la línea fronteriza México-Belice basada en la batimetría del río para prevenir problemas de delimitación territorial.

González (2024) analizó la sostenibilidad en la cadena de valor simplificada del turismo en Guatemala, identificando actores, relaciones y eslabones clave, con el fin de proponer estrategias de mejora que promuevan un desarrollo sostenible y competitivo del sector. La metodología combinó revisión bibliográfica, análisis comparativo, aplicación de la cadena de valor de la OMT adaptada al contexto guatemalteco, análisis PESTEL a nivel nacional (prepandemia, 2019) y de las cinco fuerzas de Porter para los principales mercados emisores, así como encuestas a actores del sector para incorporar sus perspectivas en la construcción de una cadena de valor sostenible. Los resultados permitieron desarrollar una nueva matriz de sostenibilidad para el turismo en Guatemala, que resalta aspectos críticos de sostenibilidad y propone etapas ajustadas a los recursos y necesidades de los actores, ofreciendo una guía práctica para la planificación y gestión del turismo sostenible. En conclusión, el estudio identifica los elementos clave de la cadena de valor turística, plantea estrategias concretas basadas en el contexto local y contribuye a fortalecer el conocimiento y la gestión del turismo sostenible en Guatemala, sirviendo de base para futuras investigaciones y acciones en el sector.

Cáceres (2025) analizó el desarrollo turístico de Ecuador desde un enfoque evolutivo, identificando oportunidades y desafíos del sector en el país. La metodología fue descriptiva y no experimental con enfoque mixto, combinando datos cualitativos y cuantitativos, aplicando encuestas y entrevistas a una muestra aleatoria de 390 participantes para evaluar las características más atractivas del país, la satisfacción con los servicios turísticos y las barreras existentes. Los resultados evidenciaron una alta satisfacción general, destacando la biodiversidad y los paisajes naturales, aunque se detectaron áreas de mejora en atención al cliente, seguridad y promoción de destinos menos conocidos. En conclusión, Ecuador posee un gran potencial para expandir su turismo, siempre que se fortalezcan la calidad de

los servicios, se incorporen tecnologías digitales y se promuevan de manera más efectiva los destinos emergentes, consolidando así un desarrollo turístico sostenible y competitivo.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Concepto de turismo: definiciones clásicas y contemporáneas.

El turismo, como fenómeno social y económico, ha sido definido de múltiples maneras a lo largo del tiempo (Altimira y Muñoz, 2007). Una de las definiciones clásicas presentadas es que el turismo como un sistema complejo compuesto por un conjunto de elementos, estructuras, interacciones, relaciones y consecuencias de carácter social, cultural, económico, político y ecológico que implica el desplazamiento de uno o varios individuos de su lugar de residencia habitual hacia, y la estancia en, un destino específico, en su mayoría por razones de recreación. Esta concepción resalta el carácter de movilidad, temporalidad y no lucratividad como elementos esenciales, sentando las bases para los primeros estudios académicos en la disciplina (Monterrubio, 2011).

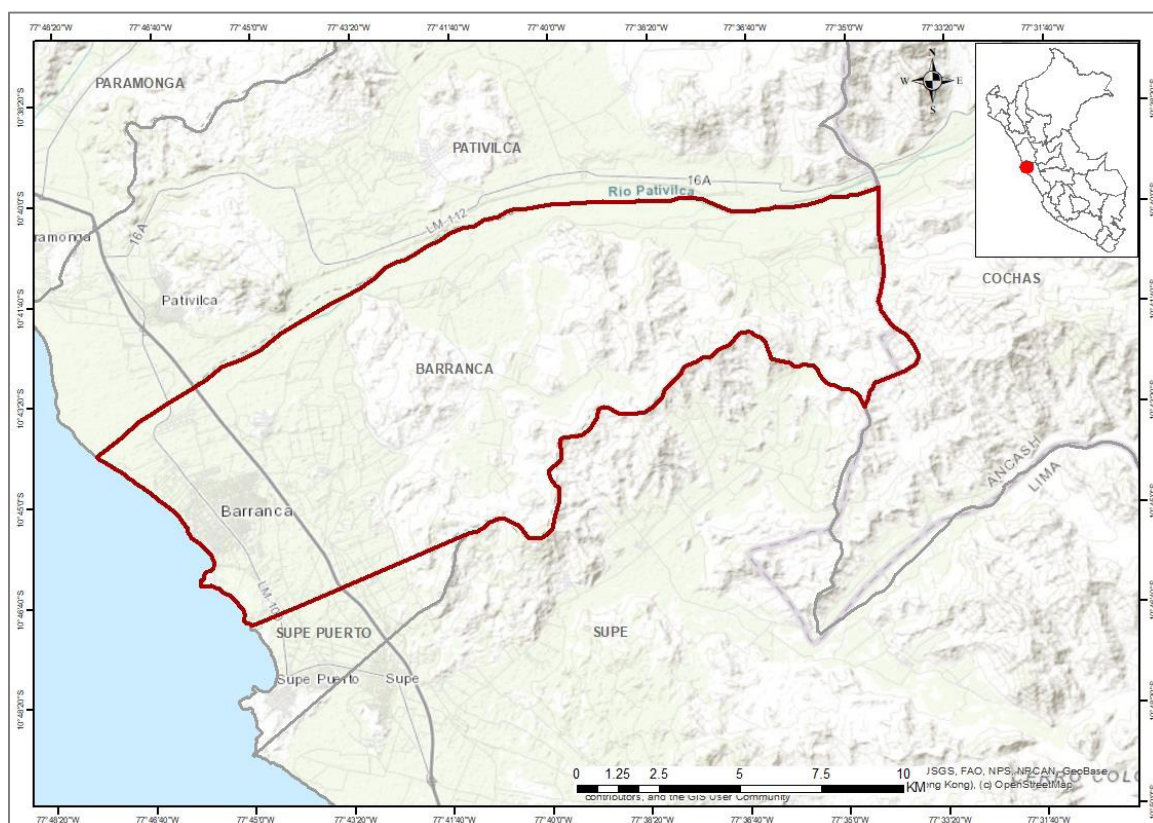
La Organización Mundial del Turismo (OMT) aportó una de las definiciones más aceptadas y utilizadas en el ámbito internacional. Según la OMT (1995), el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado. Esta definición amplía la visión clásica al incluir diferentes motivaciones y subraya la dimensión temporal como criterio delimitador.

En la actualidad, las definiciones contemporáneas del turismo han evolucionado hacia enfoques más integrales que consideran no solo la movilidad, sino también la experiencia del viajero y el impacto en las comunidades receptoras (Morillo, 2011). El turismo es un sistema complejo que involucra la interacción de oferta y demanda, donde el visitante busca experiencias significativas y el destino se organiza para proveerlas. Este cambio refleja la importancia de la dimensión experiencial y cultural del turismo, en contraste con la visión meramente económica o de desplazamiento (Cooper et al., 2018).

En el marco de la sostenibilidad, el turismo se concibe como una actividad capaz de generar beneficios económicos, sociales y ambientales si se gestiona de manera responsable (Gambarota y Lorda, 2017). Las definiciones actuales de turismo no pueden desligarse de los principios de sostenibilidad, ya que los destinos enfrentan el reto de equilibrar la conservación de los recursos con el desarrollo económico y la inclusión social. Así, el concepto de turismo en la contemporaneidad abarca un enfoque holístico que articula movilidad, experiencia y sostenibilidad como ejes fundamentales (Bramwell y Lane, 2011).

El distrito de Barranca se ubica en la costa central del Perú, dentro del departamento de Lima, siendo capital de la provincia del mismo nombre. Se encuentra a 175 kilómetros al norte de la ciudad de Lima y a una altitud aproximada de 50 msnm, constituyéndose como una ciudad portuaria de importancia en la región (mapa 1).

Figura 1: Ubicación del distrito de Barranca



Fuente: Elaboración propia

2.2.2. Tipologías del turismo

a. Turismo cultural

El turismo cultural se entiende como la modalidad que tiene por objetivo principal conocer, valorar y disfrutar el patrimonio cultural tangible e intangible de un destino (Velasco et al., 2013). También es definida como el movimiento de personas hacia atracciones culturales situadas fuera de su lugar de residencia habitual, con la intención de obtener nueva información y experiencias que satisfagan sus necesidades culturales (Richards, 2018). Este tipo de turismo incluye la visita a museos, monumentos, sitios arqueológicos, centros históricos, festividades, tradiciones y expresiones artísticas, convirtiéndose en una vía de transmisión de identidad y memoria colectiva.

En las últimas décadas, el turismo cultural ha cobrado relevancia por su capacidad de diversificar la oferta turística y atraer a visitantes con intereses especializados (Santana et al., 2021). Según la Organización Mundial del Turismo (2022), aproximadamente el 40% de los turistas internacionales citan la cultura como su principal motivación para viajar, lo que demuestra su potencial para dinamizar economías locales y, al mismo tiempo, preservar y revalorizar el patrimonio. No obstante, se subraya la importancia de una gestión sostenible, pues un turismo cultural mal planificado puede provocar sobreexplotación y deterioro de los bienes patrimoniales.

b. Turismo rural

El turismo rural se desarrolla en espacios no urbanos, usualmente en áreas agrícolas, ganaderas o naturales, donde los visitantes buscan experiencias de contacto directo con la vida rural y sus tradiciones (Angeles, 2015). Asimismo, también es definida como una forma de turismo que se basa en pequeñas localidades rurales, que promueve un desarrollo equilibrado, respetuoso con el entorno y la cultura local (Lane y Kastenholtz, 2015). Este tipo de turismo se caracteriza por ofrecer actividades como caminatas, observación de la naturaleza, alojamiento en casas rurales y participación en labores agrícolas.

Además de diversificar la economía local, el turismo rural puede contribuir a la conservación del paisaje, la valorización de productos locales y el fortalecimiento de la

identidad comunitaria (Bumbila y Garcés, 2023). La OMT (2020) destaca que el turismo rural ha crecido significativamente tras la pandemia de COVID-19, ya que los viajeros buscan destinos menos masificados y experiencias auténticas vinculadas a la naturaleza y a la vida rural. De este modo, constituye una alternativa sostenible y descentralizada al turismo urbano tradicional.

c. Turismo comunitario

El turismo comunitario se fundamenta en la participación activa de las comunidades locales en la gestión y beneficio de la actividad turística (Raza y Acosta, 2023). Asimismo, es definida como una estrategia de desarrollo local que integra a las comunidades en el diseño, organización y distribución equitativa de los beneficios derivados del turismo (Ruiz, 2011). Este tipo de turismo busca no solo generar ingresos económicos, sino también fortalecer el tejido social, la identidad cultural y la gobernanza comunitaria.

En el contexto latinoamericano, el turismo comunitario ha sido promovido como una herramienta para la inclusión social y la conservación del patrimonio cultural y natural (Suárez, 2024). Su valor principal radica en que las comunidades mantienen el control de los procesos turísticos y aseguran que los beneficios lleguen directamente a sus miembros (Scheyvens, 2002). En este sentido, el turismo comunitario promueve la equidad y contribuye al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en zonas rurales y marginadas.

d. Turismo gastronómico

El turismo gastronómico es una forma de turismo en la que la comida y la bebida constituyen la principal razón del viaje, ofreciendo al turista experiencias sensoriales a través de la degustación, el aroma y la observación de los productos culinarios (Leal, 2011). Actualmente, el turismo gastronómico es considerado un motor de desarrollo económico y cultural. Según la OMT (2019), la gastronomía es un componente estratégico en la promoción de destinos, ya que fomenta la competitividad, incentiva la innovación y fortalece el vínculo entre turismo y producción local. En el caso del Perú, la gastronomía

ha sido reconocida mundialmente como un atractivo de primer nivel, contribuyendo a consolidar la imagen del país como destino turístico cultural y culinario.

2.2.3. El territorio como espacio turístico: definiciones, enfoques y dimensiones

El concepto de territorio ha evolucionado más allá de su visión estrictamente geográfica, incorporando dimensiones sociales, culturales y económicas. (Llanos, 2010). El territorio no es un espacio neutro, sino un escenario cargado de significados y configurado por actores, relaciones de poder e interacciones con su entorno. Esta dinámica refuerza que el territorio no actúa simplemente como soporte físico, sino que se constituye por las lógicas y acciones de múltiples actores. El territorio deja de ser el mapa, el espacio físico o geográfico objetivamente existente, y se convierte en una construcción social, que ya no se concibe más como un espacio rural neutro y comienza a cargar con un conjunto de intencionalidades políticas, sociales, productivas y culturales (Martínez, 2025).

Dentro de los estudios turísticos, el territorio es concebido como soporte y escenario de las actividades turísticas, donde confluyen los atractivos, la infraestructura y la experiencia del visitante (Rivera y Rodríguez, 2012). El turismo se apropia del territorio a través de procesos de valorización y organización, generando nuevas configuraciones espaciales en torno a la actividad turística. Esto implica que el turismo no solo utiliza el espacio, sino que lo transforma, dando lugar a paisajes culturales, circuitos turísticos y dinámicas territoriales específicas (Pillet, 2015).

El territorio turístico puede analizarse desde distintos enfoques, incluyendo el físico, que considera los espacios naturales y culturales que sustentan la actividad turística; el económico, que lo observa como generador de empleo y divisas; el social, centrado en la interacción entre visitantes y comunidades locales; y el simbólico, que estudia las representaciones y significados atribuidos a cada lugar (Panadero et al., 2002). Esta multidimensionalidad permite entender al territorio turístico como una red de relaciones complejas donde se articulan actores locales, instituciones, mercado y visitantes. La planificación turística, por tanto, debe integrar estos enfoques para lograr un desarrollo equilibrado y sostenible (Cañada, 2010).

Las dimensiones del territorio como espacio turístico incluyen la materialidad del espacio, que abarca infraestructura, accesibilidad y servicios; la dimensión cultural, vinculada con la identidad, el patrimonio y las tradiciones; la dimensión ambiental, relacionada con los ecosistemas y los recursos naturales; y la dimensión política, centrada en la gestión y gobernanza del destino (Boullón, 2006.) El turismo solo puede consolidarse en un territorio cuando existe una articulación coherente de estas dimensiones, que permita convertir los recursos en atractivos, organizar la oferta y garantizar beneficios para la población local. Así, el territorio no es únicamente un escenario pasivo del turismo, sino un actor central en su configuración y sostenibilidad (Hall, 2008).

2.2.4. Relación entre territorio, identidad cultural y desarrollo turístico

El territorio no solo constituye un espacio físico, sino también un ámbito de construcción simbólica donde se configuran identidades colectivas (Quijada, 2000). El territorio es producto de la apropiación y significación del espacio por parte de una comunidad, lo que implica que cada lugar se encuentra cargado de prácticas culturales, historias y representaciones sociales. Desde esta perspectiva, la identidad cultural surge como una dimensión inseparable del territorio, pues este se convierte en el escenario donde se manifiestan y preservan costumbres, tradiciones y formas de vida (Bernal, 2011).

El turismo, al desarrollarse en un territorio, interactúa directamente con la identidad cultural de las comunidades locales (Guerrero, 2015). Los destinos turísticos son construcciones culturales, ya que la actividad turística revaloriza símbolos, patrimonios y narrativas que representan a una colectividad. De esta manera, los atractivos turísticos no se reducen a recursos naturales o monumentales, sino que incluyen también expresiones vivas de la identidad cultural, como festividades, gastronomía o artesanía, que fortalecen la autenticidad de la experiencia turística (Prats, 1998).

Asimismo, la identidad cultural desempeña un papel estratégico en la diferenciación y competitividad de los destinos (Molano, 2007). En un mercado turístico globalizado, los viajeros buscan experiencias únicas y auténticas, lo que convierte a la identidad cultural en un recurso clave para generar valor agregado. El territorio, al ser portador de dicha identidad, se transforma en un elemento diferenciador que posiciona destinos frente a otros

y favorece el desarrollo turístico basado en la singularidad cultural de las comunidades (Richards, 2018).

Sin embargo, la relación entre turismo, territorio e identidad cultural requiere de una gestión responsable para evitar procesos de banalización o mercantilización (López y Marín, 2010). El riesgo de transformar la cultura en un mero producto turístico puede llevar a la pérdida de significados originales y a la homogeneización cultural. Por ello, el desarrollo turístico debe garantizar que la apropiación del territorio y la valorización de la identidad cultural beneficien a las comunidades locales, preservando su autenticidad y fortaleciendo el sentido de pertenencia (García, 2000).

Cuando se gestiona de manera sostenible, el turismo puede convertirse en un catalizador del desarrollo territorial, generando oportunidades económicas y sociales al mismo tiempo que se protege y revaloriza la identidad cultural (Lucas y Lucas, 2024). El turismo sustentable se presenta como una gran posibilidad de desarrollo de la comunidad local, en tanto exista una visión compartida entre actores públicos y privados, en una estrategia que permita alcanzar los objetivos de la política planteada para satisfacer las necesidades de la población, al mismo tiempo que permita fortalecer un destino turístico seguro y competitivo (Ilardo, 2015).

2.2.5. Recursos y atractivos turísticos

La distinción entre recurso turístico y atractivo turístico es fundamental en la planificación y gestión del turismo (Navarro, 2015). Un recurso turístico se define como todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda (Carvajal et al., 2018).

Un atractivo turístico es un componente específico dentro del conjunto de recursos que posee cualidades que lo hacen especialmente atractivo para los turistas (Navarro, 2015). Los atractivos turísticos son los que determinan la selección, por parte del turista, del punto del destino de su viaje, y son los que generan, por tanto, una corriente turística hacia su localización. Esto significa que, aunque todos los atractivos turísticos son recursos, no

todos los recursos tienen el potencial de convertirse en atractivos si no poseen características que los hagan destacar (Vejsbjerg, 2012).

La diferencia entre recursos y atractivos turísticos se evidencia en la forma en que ambos inciden en el sistema turístico (Bertoncello, 2002). Los recursos turísticos representan la base a partir de la cual se organiza la oferta, mientras que los atractivos constituyen el factor que orienta la decisión del visitante hacia un destino en particular. En este sentido, se plantea que los atractivos pueden entenderse como la materia prima que da sentido a la infraestructura y servicios turísticos, al permitir que estos cumplan su función dentro del destino. Esto pone de relieve la necesidad de reconocer y fortalecer los atractivos en relación con el conjunto de recursos disponibles (Morillo, 2012).

Los destinos turísticos suponen una serie de características propias de todo lugar que constituya un destino turístico que motive el desplazamiento temporal de los viajeros (Gurría, 1991). Desde la perspectiva del visitante, estos elementos se denominan atractivos turísticos, ya que son los que llaman y atraen su atención. Desde el punto de vista de la región visitada, estos atractivos forman parte de los recursos turísticos, porque constituyen lo que se puede ofrecer al visitante (Carvajal, 2018).

a. Clasificación de los recursos turísticos

Los recursos turísticos se pueden clasificar según su origen y características, facilitando su gestión y aprovechamiento en el turismo (Navarro, 2015). La tipología de los recursos turísticos comprende tres dimensiones principales: naturales, culturales y humanas, que pueden presentarse como manifestaciones tangibles o intangibles, y adoptar la condición de bienes muebles o inmuebles. Esta clasificación no solo contribuye a establecer parámetros claros para su identificación, sino que también ofrece un marco de análisis para determinar su potencial dentro de la actividad turística (Martin, 2011). Al distinguir entre recursos destinados a la visita y el disfrute de los viajeros y aquellos que requieren un régimen de protección o manejo especializado, se fortalece la planificación estratégica y se promueve un uso sostenible del patrimonio turístico. (Larrosa et al., 2023).

Los recursos naturales son creados por la naturaleza y constituyen la base de muchas experiencias turísticas (Andrade et al., 2021). Los recursos naturales comprenden elementos físicos, biológicos y paisajísticos que el hombre puede visitar y disfrutar”. Dentro de estos se encuentran los geomorfológicos, como montañas y volcanes; los biogeográficos, como ecosistemas y especies; y los mixtos, que combinan elementos naturales y culturales, ofreciendo experiencias más completas para el turista (Entorno Turístico, 2016)

Los recursos culturales reflejan la creatividad y tradición humana, y se dividen en tangibles e intangibles (Arévalo, 2010). El patrimonio cultural tangible incluye monumentos, edificios y objetos de valor histórico, artístico o social, mientras que el intangible abarca costumbres, festividades y expresiones orales. La distinción es importante para definir estrategias de conservación y promoción, ya que cada tipo de recurso cultural requiere un enfoque diferente para su uso turístico sostenible (UNIR, 2024).

Los recursos mixtos combinan componentes naturales y culturales, creando paisajes culturales únicos que atraen a los turistas por su valor ecológico y patrimonial (Veliz, 2025). Los recursos mixtos representan un equilibrio entre la naturaleza y la intervención humana, generando espacios de interés turístico tanto por su belleza como por su significado histórico. Este tipo de recursos permite experiencias turísticas integrales, donde los visitantes pueden apreciar simultáneamente aspectos naturales y culturales de un destino (García, 1970).

b. Criterios de jerarquización de recursos turísticos - MINCETUR

La jerarquización de los recursos turísticos es un proceso técnico que permite asignar niveles de importancia a los elementos que componen un destino, facilitando su gestión y promoción (Coasaca, 2023). El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) ha establecido una metodología para este proceso, que se detalla en la Resolución Ministerial N°355-2024-MINCETUR. Según este documento, "los recursos turísticos jerarquizados se han agrupado en cinco (05) categorías; de tal forma que se asigna el puntaje de acuerdo con la jerarquía asignada" (MINCETUR, 2024). Esta clasificación permite identificar los recursos de mayor relevancia para el desarrollo turístico del país.

La metodología de jerarquización del MINCETUR se basa en criterios específicos que consideran la singularidad, la demanda y el potencial de los recursos turísticos (MINCETUR, 2024). Este criterio permitirá reconocer y brindar un puntaje mayor a los recursos turísticos tangibles, cuyas categorías corresponden: (1) Sitios Naturales, (2) Manifestaciones Culturales y (3) Realizaciones Técnicas, Científicas o Artísticas Contemporáneas". Este enfoque asegura que los recursos con mayor capacidad de atracción y relevancia sean priorizados en los planes de desarrollo turístico (Ayllón, 2021).

Recurso turístico natural, son aquellos elementos del entorno físico o geográfico que poseen un valor paisajístico, científico, ecológico o recreativo, y que pueden atraer visitantes sin haber sido creados por el ser humano. Ejemplos: montañas, lagos, cataratas, playas, áreas protegidas o reservas naturales.

Recurso turístico cultural material, comprende los bienes tangibles creados por el ser humano que reflejan la historia, el arte, la arquitectura o las tradiciones de una sociedad. Estos recursos tienen valor histórico, artístico o científico. Ejemplos: templos, monumentos, sitios arqueológicos, museos, edificaciones coloniales o puentes antiguos.

Recurso turístico cultural inmaterial, incluye las manifestaciones vivas de la cultura, es decir, expresiones, conocimientos y prácticas transmitidas de generación en generación, que forman parte de la identidad de una comunidad. Ejemplos: danzas, festividades, gastronomía, música tradicional, lenguas originarias, rituales o saberes ancestrales.

Recurso turístico mixto. Se refiere a aquellos lugares o expresiones que combinan valores naturales y culturales, donde ambos componentes se integran y enriquecen mutuamente, generando un atractivo único. Ejemplos: santuarios naturales con valor espiritual (como el Santuario del Señor de Qoyllur Riti), paisajes culturales agrícolas o comunidades que conservan prácticas tradicionales en entornos naturales.

Además de la clasificación por categorías, el MINCETUR asigna puntajes específicos a cada nivel de jerarquía. Según la misma fuente, "los recursos turísticos jerarquizados se han agrupado en cinco (05) categorías, asignándoles los siguientes puntajes: recurso turístico con jerarquía 4 se le asigna 12 puntos; recurso turístico con jerarquía 3 se le asigna

6 puntos; recurso turístico con jerarquía 2 se le asigna 4 puntos y el recurso turístico con jerarquía 1 se le asigna 3 puntos" (MINCETUR, 2024). Este sistema de puntuación facilita la comparación y priorización de los recursos en función de su importancia relativa.

La aplicación de esta metodología permite una planificación más efectiva y estratégica del desarrollo turístico (Fuente, 2025). La jerarquía de un recurso turístico permite determinar el grado de importancia y utilidad relativa de los recursos turísticos, para planificar el adecuado desarrollo de la actividad turística del país. Este enfoque contribuye a una asignación más eficiente de los recursos y esfuerzos en el sector turístico, promoviendo un desarrollo sostenible y equilibrado (Álvarez, 1987).

Descripción breve, se refiere a la presentación general del recurso turístico, destacando sus principales características, ubicación, componentes y atractivo para el visitante. Ejemplo: “Catarata, caída de agua de 20 metros rodeada de vegetación nativa y formaciones rocosas ubicada en el distrito de Querocoto - Cajamarca”

Singularidad, describe aquello que hace único al recurso y lo diferencia de otros similares, ya sea por su forma, historia, simbolismo, belleza, valor científico o representatividad cultural. Ejemplo: “Su acceso a través de antiguos caminos incas y la presencia de aves endémicas le otorgan un carácter distintivo frente a otras cataratas.”

Autenticidad, evalúa el grado de conservación original del recurso, es decir, cuánto se mantiene fiel a su estado natural o a su forma cultural tradicional sin alteraciones significativas. Ejemplo: “El sitio conserva su forma natural sin intervenciones modernas, y las viviendas circundantes mantienen la arquitectura tradicional andina.”

Temporalidad, indica si el recurso puede ser visitado o disfrutado durante todo el año (permanente) o si depende de una temporada específica (estacional) debido al clima, festividades o fenómenos naturales. Ejemplo: “Estacional: la catarata alcanza su mayor caudal entre enero y marzo, durante la época de lluvias.

Entorno inmediato, describe el tipo de contexto espacial donde se ubica el recurso y las condiciones que lo rodean: urbano, rural, natural o intervenido.

Ejemplo: “Se encuentra en un entorno rural de paisaje natural, con mínima intervención humana y acceso mediante sendero ecológico.”

c. Valoración de la conservación y autenticidad de los recursos

La valoración de los recursos patrimoniales exige integrar conservación y autenticidad como ejes de gestión, entendiendo el patrimonio material e inmaterial dentro de sistemas urbanos y sociales más amplios (Fernández, 2006). Desde una perspectiva ambiental, la gestión eficaz articula tres etapas: valoración, conservación y control con indicadores y participación social, para equilibrar necesidades actuales y preservación a largo plazo. Este enfoque evita tratar los bienes como “piezas aisladas” y los reconoce como recursos que estructuran identidades, generan sinergias con otros sistemas y requieren modelos de gestión urbana y ecosistémica para sostener su valor en el tiempo (Zúñiga y Pérez, 2013).

La valoración de la autenticidad, por su parte, va más allá de la preservación de elementos materiales: implica evaluar si un recurso patrimonial mantiene su integridad histórica, funcional y simbólica (Tarco, 2024). En el caso del patrimonio arqueológico, se observa una tensión constante entre su reconocimiento como recurso cultural e identitario y las presiones por su reinterpretación económica o urbanística, especialmente cuando falta coordinación entre comunidades y entidades públicas (Conforti et al., 2013). Este enfoque muestra que la autenticidad no se circunscribe al objeto, sino que reside en las relaciones contextuales y en la percepción comunitaria, lo que requiere modelos de valoración inclusivos y sensibles al entorno social y simbólico.

En la práctica, la puesta en valor enfrenta tensiones por la demanda turística y las tendencias postmodernas que buscan “experiencias auténticas” (Vargas, 2025). Para no diluir significados ni mercantilizar el recurso, la conservación debe apoyarse en estrategias de interpretación que conecten al visitante con el bien desde dimensiones cognitivas, sensoriales y emocionales, reforzando la comprensión del lugar y de sus comunidades. Así, la autenticidad se vive como experiencia mediada y la valorización pública se alinea con los objetivos de conservación, reduciendo riesgos de banalización o de cambios funcionales que comprometen la integridad (Rico, 2016).

En paisajes culturales y conjuntos complejos, la tríada autenticidad-integridad-gestión se operacionaliza mediante inventarios, catálogos y directrices que ordenan decisiones y prioridades, incorporando actores locales y escalas territoriales (Ferrari y Paterlini, 2013). Tomar la autenticidad e integridad como bases de gestión obliga a leer el recurso dentro de sus continuidades sociales y ambientales, orientar la intervención hacia la conservación de valores y significados, lo que mejora la sostenibilidad de las acciones y la aceptación social de las medidas de protección (López et al., 2020).

2.2.6. Potencial turístico y sostenibilidad

El potencial turístico determina la forma en que la oferta de productos y servicios turísticos de una localidad se adapta para satisfacer las necesidades actuales de esparcimiento y recreación de los turistas (Vendramini, 2018) describe cómo la adaptabilidad de la oferta es central. La evaluación de esta adaptabilidad requiere identificar recursos naturales, culturales, arqueológicos e históricos capaces de atraer visitantes y servicios turísticos complementarios (Arnandis, 2017). La evaluación también implica examinar el contexto del destino mediante el análisis de oferta, demanda, competencia y tendencias del mercado (Sánchez et al., 2013).

El término potencial, vinculado al territorio, hace referencia a la capacidad o aptitud que tiene el mismo para desarrollar actividades dadas las cualidades que éste posee en distintas dimensiones: ambiental, sociocultural, económica, político-institucional, plantea una visión multidimensional del potencial turístico (Zuccarini et al., 2022). El análisis debe incluir la infraestructura, equipamientos, recursos naturales y culturales, así como la afluencia de turistas, destacando deficiencias y oportunidades. Es indispensable que la evaluación contemple también la percepción de la comunidad local, pues esta puede favorecer o bloquear el desarrollo (Brida et al., 2012).

El potencial turístico es la medida de la capacidad y oportunidad de los elementos materiales e inmateriales para atraer turistas a un destino (Pariente et al., 2016). Una evaluación rigurosa requiere herramientas que permitan estandarizar indicadores y medir de forma cuantitativa aspectos como geografía, estructura, población y oferta. La

sistematización mitiga sesgos y facilita comparaciones, asignando ponderaciones y normalizando datos para construir índices de potencial turístico (Soria et al., 2023).

El turismo se configura como uno de los principales motores económicos a nivel internacional, cobrando más fuerza en zonas en vías de desarrollo, siendo estas áreas geográficas ricas en recursos culturales y naturales enfatiza el valor económico del turismo (Orgaz y Moral, 2016). Al evaluar el potencial turístico en estos contextos, es imprescindible considerar no solo atractivos naturales e históricos, sino también incorporar la percepción de los residentes y la intervención institucional. Una evaluación sólida contribuye a diseñar productos turísticos viables, alineados con sostenibilidad, aceptación social y viabilidad económica (Sánchez, 2023).

a. Desarrollo turístico sostenible

La sostenibilidad en el turismo exige un equilibrio entre las dimensiones económica, social, cultural y ambiental que permita satisfacer las necesidades presentes sin comprometer las de futuras generaciones (Ruiz et al., 2020). En lo económico, el turismo sostenible promueve ingresos equitativos y duraderos, beneficiando a comunidades locales y actores del sector (Echeverri y Vieira, 2022). Desde la perspectiva ambiental, se prioriza el uso responsable de recursos, la conservación de ecosistemas y la minimización del impacto negativo en el entorno natural (Lovato et al., 2018).

El componente social del desarrollo turístico sostenible se centra en la inclusión de las comunidades anfitrionas en las decisiones y beneficios del turismo, fortaleciendo la cohesión social y evitando impactos negativos como la migración o la pérdida cultural (Cardoso et al., 2019). La gestión participativa en regiones como Cusco ha mostrado cómo el turismo rural comunitario puede generar ingresos, preservar identidad cultural y frenar la migración hacia las ciudades (Gibaja et al., 2022). En lo cultural, el turismo sostenible protege y valoriza los patrimonios materiales e inmateriales y promueve el respeto por las tradiciones locales (Dilas, 2019).

La integración de la cultura como pilar del desarrollo sostenible reconoce su papel en la cohesión social, la educación y la identidad colectiva, además de su complementariedad

con los pilares económico, social y ambiental (Lares et al., 2025). Esta dimensión cultural se incluye para asegurar que las políticas turísticas consideren el patrimonio, la creatividad, las industrias culturales y los valores locales como componentes fundamentales del desarrollo (Lovato et al., 2018). Además, el turismo sostenible promueve una economía local más equitativa al generar empleo, mantener tradiciones y fortalecer el tejido productivo regional (Buitriago y Valencia, 2025).

Los principios del desarrollo turístico sostenible exigen enfoques holísticos e interdisciplinarios que consideren lo económico, social, cultural y ambiental de forma integrada (García, 2024). Los modelos de negocio turísticos deben innovar para generar valor sostenible, fomentando el bienestar local y la conservación de recursos naturales y culturales (Castillo et al., 2015). La transformación del turismo hacia un modelo regenerativo e inteligente, que impulse la innovación tecnológica al servicio de la sostenibilidad, representa una estrategia actual con impacto positivo en patrimonio, empleo y eficiencia ambiental (Díaz et al., 2022).

b. Enfoques de gestión sostenible en destinos emergentes

La gestión sostenible de destinos emergentes exige la definición de modelos de gestión que permitan evaluar de manera objetiva y comparativa los procesos aplicados en lugares en formación (Cabrer et al., 2010). En dichos destinos, el enfoque debe centrarse en evitar la masificación y la degradación de recursos, aprovechando su condición de hoja en blanco para implementar estrategias responsables (Bassan, 2018). La integración de variables como la planificación urbana, la cohesión social, la gestión medioambiental y la economía local contribuye al desarrollo sostenible y competitivo de destino y empresa (Varisco, 2008).

La aplicación de indicadores específicos para medir la sostenibilidad en destinos emergentes facilita la toma de decisiones informadas y comparables entre territorios similares (López et al., 2018). El uso de dimensiones ambiental, social y económica

permite monitorizar la sostenibilidad con precisión, destacándose la importancia de gobernanza, innovación, accesibilidad y tecnología en el marco de destinos turísticos inteligentes (Molina et al., 2022). La sostenibilidad se consolida mediante gobernanza eficaz y herramientas tecnológicas orientadas a la gestión responsable del destino (Molina et al., 2022).

La creación de nuevos productos y servicios turísticos de alto valor añadido, digitalizados e innovadores, impulsa una transición desde el modelo tradicional hacia un turismo más sostenible y competitivo (Mazaro, 2008). Este enfoque apalanca el conocimiento y la innovación como ejes fundamentales para afrontar retos como el cambio climático, la digitalización y la sostenibilidad (Olcina y Morote, 2023). El énfasis en la transformación del modelo de crecimiento turístico permite mejorar la capacidad de respuesta de destinos emergentes ante demandas más sofisticadas (Mazaro, 2008).

El uso de indicadores de sustentabilidad específicos, como los promovidos por la Comunidad Andina y la OMT, permite diseñar herramientas de seguimiento adaptadas a contextos emergentes, aunque enfrentan desafíos como la heterogeneidad de datos y la interpretación ambigua (Álvarez & Valdés, 2016). La selección rigurosa y teórica de los indicadores mejora su utilidad y facilita comparaciones territoriales o temporales en la gestión sostenible (Sotelo et al., 2011). Este enfoque analítico favorece la adopción de instrumentos comprensibles y efectivos para la gobernanza y planificación de destinos turísticos en etapa inicial (Álvarez Díaz & Valdés Peláez, 2016).

c. Indicadores de potencial y sostenibilidad turística

Los indicadores de potencial y sostenibilidad turística permiten traducir en métricas operativas la capacidad de un territorio para atraer flujos y gestionarlos sin comprometer sus bases ambientales y socioculturales (Pulido, 2004). La construcción de sistemas de indicadores exige identificar dimensiones económicas, ambientales y sociales, definir variables observables y asegurar periodicidad en la medición para orientar la planificación (Quiroga, 2004). En destinos maduros, la evaluación incorpora señales de saturación, resiliencia y mantenimiento de la calidad de la experiencia, con umbrales y estándares adaptados al ciclo de vida del destino (Cardoso et al., 2019). La utilidad práctica aumenta

cuando los indicadores conectan con decisiones de ordenamiento, inversión en infraestructura y regulación de usos. La validez se refuerza con series temporales, comparabilidad espacial y trazabilidad de las fuentes primarias y secundarias.

El diseño metodológico combina indicadores simples y compuestos para sintetizar realidades complejas y facilitar la lectura por parte de gestores y comunidades (Blancas et al., 2010). La gestión con base en indicadores a escala de destino incorpora tableros que integran movilidad, alojamiento, uso del suelo, empleo, satisfacción y gobernanza, con protocolos para captura, validación y visualización (López et al., 2018). La estimación del potencial turístico recurre a modelos sintéticos que normalizan y ponderan recursos, accesibilidad, servicios e imagen, generando índices comparables para priorizar proyectos y corredores (Soria Leyva et al., 2023). La robustez técnica depende de criterios de normalización, pesos transparentes y pruebas de sensibilidad. La participación de actores locales mejora la pertinencia de variables y el mantenimiento de los flujos de datos.

La sostenibilidad demanda incorporar la capacidad de carga física, ambiental y social como parte del sistema de indicadores, distinguiendo niveles aceptables de uso y condiciones para su gestión adaptativa (Gattoni, 2025). Las aplicaciones territoriales muestran cómo el diseño de aforos, repartos horarios y manejo de accesos reduce impactos en litorales de alta fragilidad y mejora la experiencia recreativa (Roig, 2014). La medición operativa incluye indicadores de presión, estado y respuesta que permiten detectar saturación, definir límites y establecer medidas correctivas en destinos de sol y playa y entornos urbanos (Delgado y López, 2009). La consistencia exige protocolos de muestreo, control de estacionalidad y combinación de métricas objetivas con percepciones. La comparabilidad se logra con reglas claras de cálculo y publicación periódica.

La dimensión social y de gobernanza se refleja en indicadores sobre participación, equidad de beneficios, satisfacción de residentes y turistas, y protección de poblaciones vulnerables en distintos tipos de destinos (Cordero, 2017). La calidad de un sistema de indicadores depende de su utilidad para decisiones, su sensibilidad a cambios y su alineación con metas del territorio más allá de listados universales (Rivas y Magadán, 2007). La operacionalización requiere fichas técnicas con definiciones, fuentes, frecuencia,

responsable y metas, además de esquemas de rendición de cuentas y mejora continua en ámbitos urbano, rural y natural (Cruz Aragón, 2016). La comunicación pública mediante tableros abiertos fortalece la legitimidad de la gestión. La combinación de datos abiertos, observatorios locales y auditorías independientes eleva la credibilidad de los resultados.

2.2.7. Infraestructura, accesibilidad y servicios turísticos

La infraestructura turística, concebida como redes de transporte, planta física, equipamientos y servicios básicos, condiciona la capacidad de un destino para generar experiencias competitivas y bienestar local (Agüí, 1985). Cuando estos elementos se articulan con el territorio y con la estructura productiva, aumentan la accesibilidad, la conectividad y la legibilidad urbana del destino. Los análisis de competitividad sitúan a la infraestructura de transporte, la planta de servicios y las TIC como pilares que explican diferencias de desempeño y resiliencia entre destinos (Grünwald, 2012). En la práctica, la inversión en nodos, redes y equipamientos reduce fricciones del viaje, eleva la calidad percibida y ordena la presión sobre los recursos. La planificación orientada a destinos inteligentes introduce una lógica de infraestructura habilitante, física y digital, que soporta gestión de datos, interoperabilidad de servicios y gobernanza colaborativa (Ivars et al., 2016).

El sistema de transporte y su estructura vial determinan la activación de flujos, la jerarquía de centralidades turísticas y la expansión espacial de la actividad (Castaño y Valencia, 2016). La continuidad peatonal, la intermodalidad y la proximidad entre atractivos, alojamientos y estaciones definen radios de caminabilidad que inciden en tiempos de visita y gasto. La distribución de equipamientos turísticos en centros históricos se alinea con la vialidad y las tramas de mayor flujo, lo que evidencia el papel de la infraestructura urbana en la localización y el cambio de uso del suelo (Cruz, 2022). El diseño universal del entorno construido y de los servicios de movilidad incrementa el acceso efectivo de colectivos diversos, amplía mercados e incrementa la reputación del destino. Las percepciones de las personas con discapacidad subrayan que la accesibilidad física, señalética y de transporte es un requisito de la experiencia turística, no un añadido opcional (Calero et al., 2024).

La sostenibilidad operativa del turismo depende de infraestructuras de agua, energía, saneamiento y gestión de residuos integradas en los sistemas locales de abastecimiento y tratamiento (Cordero, 2017). Los déficits en estos servicios se traducen en externalidades negativas, encarecen los costos de operación y erosionan la imagen del destino. La gestión de residuos en alojamientos, con separación en origen, logística adecuada y capacitación, disminuye impactos y mejora el desempeño ambiental del destino (Tigselema et al., 2019). El equipamiento de apoyo como centros de visitantes, estaciones de emergencia, sanitarios públicos reduce la presión sobre atractivos naturales y ordena flujos durante picos de demanda. Los ejercicios de evaluación de potencial incorporan indicadores de planta y servicios disponibles porque el estado de la infraestructura condiciona la viabilidad de nuevos productos y circuitos (Reyes et al., 2012).

La competitividad de los destinos se asocia con la calidad y disponibilidad de infraestructura, pero también con su equilibrio territorial y su mantenimiento, factores que explican rendimientos diferenciados a escala regional (Rivera y Rodríguez, 2025). Los diagnósticos del sistema turístico muestran que infraestructura, planta turística y accesibilidad pesan de forma decisiva en la jerarquización de atractivos y en la priorización de inversiones. El análisis de sistemas locales en áreas rurales evidencia que la falta de servicios básicos y de conectividad limita la estancia media y complica la articulación entre oferta y comunidad (Pineda et al., 2019). La planificación del espacio turístico requiere definir redes, nodos y estándares para equipamientos, prever cargas de uso y asegurar la compatibilidad entre usos residenciales y turísticos. Los manuales de planificación insisten en dimensionar la infraestructura y el equipamiento como parte de la estructura del destino, desde el acceso hasta la estancia y el retorno, con criterios de funcionalidad y conservación (Moral et al., 2019).

a. Accesibilidad: transporte, conectividad y señalización

La accesibilidad turística integra el transporte, la conectividad y la señalización como condición de calidad, inclusión y competitividad del destino (Domínguez et al., 2011). Los flujos de visitantes dependen de que la cadena completa del viaje funcione sin barreras físicas, comunicacionales ni cognitivas. La noción de “turismo para todos” amplía la base

de demanda y reduce fricciones operativas cuando la infraestructura y los servicios se diseñan desde el inicio con criterios de accesibilidad universal (Nuñez, 2012). La gestión de accesibilidad exige diagnóstico, planificación y evaluación continua para asegurar que los estándares se traduzcan en experiencias reales y consistentes. La incorporación de diseño universal en equipamientos, comunicaciones y recorridos evita soluciones “parchadas” y mejora la satisfacción general del visitante, no solo de las personas con discapacidad (García et al., 2025).

El transporte articula el acceso externo al destino y la movilidad interna mediante redes, modos y servicios coordinados que reduzcan tiempos, incrementen seguridad y faciliten la intermodalidad (Castaño y Valencia, 2016). La cadena de accesibilidad exige vehículos, estaciones y terminales con rampas, plataformas, contrastes cromáticos, información sonora y táctil, y apoyos al embarque que permitan autonomía durante todo el trayecto. La adecuación física debe sincronizarse con horarios, frecuencias y señalización operacional para minimizar transbordos críticos y esperas en puntos vulnerables. La gestión con indicadores de accesibilidad y movilidad en servicios turísticos ayuda a priorizar inversiones y a verificar el desempeño de rutas, paradas y nodos de alta demanda. La coordinación público-privada con operadores y alojamientos evita cuellos de botella y fortalece la experiencia puerta a puerta (Monsalvo, 2005).

La conectividad digital amplía el acceso a información antes, durante y después del viaje mediante plataformas y datos actualizados que soportan decisiones de itinerario y consumo en tiempo real (Hernández, 2021). Las redes de banda ancha, la cobertura móvil estable y la interoperabilidad de sistemas permiten integrar venta de entradas, reservas, transporte y orientación en una misma capa de servicios. El paradigma de los destinos turísticos inteligentes exige infraestructuras digitales, gobierno del dato y aplicaciones accesibles que contemplen lecturas de pantalla, contrastes adecuados y textos alternativos (Aguirre, 2024). La inclusión digital reduce asimetrías de información y habilita alertas contextuales sobre accesos, obras o desvíos críticos para grupos con necesidades específicas. Las TIC, combinadas con comunicación accesible y diseño centrado en la persona, elevan la calidad percibida y la permanencia en el destino (Gómez, 2024).

La señalización y el wayfinding garantizan orientación segura mediante mensajes legibles, consistentes y jerarquizados que enlazan nodos, hitos y recorridos clave del destino (Camacho, 2013). La claridad tipográfica, el contraste, la iconografía estandarizada y el control de ubicaciones en puntos de decisión reducen la carga cognitiva y evitan desvíos costosos. Los sistemas de señalética turística que integran pictogramas, mapas esquemáticos y materiales durables facilitan la inclusión de personas con diversidad funcional y mejoran el flujo peatonal en áreas sensibles. La coordinación entre señalización vial, turística e interpretativa evita ruido visual y refuerza una narrativa territorial coherente (Castillo y Sánchez, 2025). La vinculación de la señalética con productos, rutas y servicios del destino convierte la orientación en una herramienta de puesta en valor que acompaña la experiencia y optimiza el gasto turístico (Auquilla, 2023).

b. Servicios de apoyo al turismo: hospedaje, alimentación, guías, seguridad.

El hospedaje articula la base operativa del destino al proveer descanso, logística y sensación de refugio para el visitante (Ortega et al., 2008). La gestión de la calidad en alojamientos se apoya en modelos consolidados de medición del servicio que permiten alinear procesos, tangibles y desempeño del personal con las expectativas del turista (Blanco y Font, 2022). La satisfacción derivada del hospedaje incide en lealtad, recompra y recomendación, por lo que el control sistemático de la experiencia de estancia es un factor estratégico (Daza, 2013). La coordinación con transporte, recepción de equipaje y check-in sin fricciones reduce tiempos muertos y amplifica el valor percibido. La actualización tecnológica en reservas, reputación online y atención omnicanal fortalece la competitividad del destino.

La alimentación configura identidad, memoria y motivos de viaje al traducir el territorio en sabores, técnicas y rituales que el turista reconoce como parte de la experiencia (Blanco et al., 2025). La hospitalidad en sala, el ritmo del servicio y la interacción del personal con el comensal canalizan emociones que impulsan satisfacción e intención de retorno (Alves y Barcellos, 2019). La consistencia en la propuesta culinaria dentro de hoteles y restaurantes, junto con estándares de inocuidad y abastecimiento local, sostiene la percepción de calidad durante toda la estadía (Ayón et al., 2021). La articulación con

mercados, productores y ferias gastronómicas diversifica la oferta y distribuye beneficios. La comunicación clara de ingredientes, alérgenos y opciones culturales o religiosas evita fricciones y eleva la experiencia.

Las y los guías de turismo median entre patrimonio y visitantes al interpretar contextos, significados y códigos culturales in situ (Soler y Garcia, 2023). La guía profesional moldea narrativas, gestiona expectativas y cuida la interacción con comunidades, aportando valor educativo y social al recorrido (Oehmichen et al., 2021). La formación continua en interpretación, comunicación y ética del cuidado mejora la calidad percibida y la seguridad de la visita, además de estandarizar buenas prácticas (Pino, 2018). La coordinación del guía con operadores, museos y parques optimiza tiempos y flujos. La adaptación del relato a distintos perfiles amplía la accesibilidad cultural del destino.

La seguridad turística incide de manera directa en la elección del destino, la permanencia y el gasto, al modular la percepción de riesgo durante el viaje (Carballo et al., 2021). La gestión preventiva —señalética clara, protocolos visibles y coordinación con prestadores— reduce incertidumbre y sostiene la confianza del visitante (López, 2024). La percepción de seguridad se construye en la suma de micro-interacciones del turista con calles, transporte, eventos y servicios, por lo que los actores privados deben alinear prácticas y comunicación con estándares de destino (Cruz y Aguilar, 2024). La capacitación del personal en primeros auxilios y manejo de crisis refuerza la resiliencia. La transparencia ante incidentes y la trazabilidad de acciones correctivas preservan reputación.

c. Brechas de infraestructura y su impacto en la competitividad turística

La competitividad turística se resiente cuando los destinos arrastran brechas en infraestructura vial, de saneamiento y de conectividad que afectan costos, tiempos y calidad percibida del viaje (Pascarella y Fontes, 2010). La falta de interoperabilidad entre nodos de transporte y servicios básicos eleva la fricción del trayecto y reduce la productividad del sistema turístico local, lo que erosiona su posición frente a destinos con redes mejor articuladas (González y Mendieta, 2010). La accesibilidad física y la movilidad interna funcionan como “capas habilitadoras” de la experiencia, de modo que interrupciones, cuellos de botella o señalética deficiente degradan el atractivo global del destino aun

cuando existan recursos patrimoniales de alto valor (Sánchez et al., 2022). La consecuencia típica es menor estancia media, caída del gasto y mayor estacionalidad en mercados sensibles al tiempo puerta a puerta. La evidencia empírica muestra que el diferencial competitivo no depende solo del inventario de atractivos, sino de la infraestructura que los hace usables y confiables.

La debilidad del transporte terrestre y aéreo amplifica brechas de accesibilidad, encarece la logística del visitante y penaliza la conectividad entre atractivos, lo que reduce la capacidad del destino para diversificar productos y extender itinerarios (Castaño y Valencia, 2016). La ausencia de criterios de diseño universal en terminales, estaciones y espacios públicos limita la inclusión de segmentos con requerimientos específicos y recorta la base de demanda potencial en mercados envejecidos (Fernández, 2009). La configuración territorial y el mantenimiento de la infraestructura condicionan la lectura pública del destino como “problema” o “oportunidad”, efecto que se observa con nitidez cuando la dotación urbana no acompaña el crecimiento de flujos turísticos (Rubio, 2021). La falta de interoperabilidad tarifaria y de información en tiempo real resta confianza al visitante independiente. La acumulación de micro-fricciones termina desplazando la demanda hacia destinos con desplazamientos más fluidos y predecibles.

Las carencias en infraestructura “blanda” y digital, cobertura de datos, calidad Wi-Fi en hubs y equipamientos, sistemas de información turística se traducen en menor capacidad de orquestar experiencias, recopilar inteligencia de mercado y coordinar actores locales (Ibáñez, 2011). La competitividad regional cae cuando los indicadores de dotación y operación de infraestructura muestran rezagos persistentes frente a pares, porque la fricción logística y la precariedad de servicios de apoyo reducen la eficiencia del sistema de oferta (Barrios y Cruz, 2020). La literatura sobre planificación competitiva subraya que muchas brechas son “de última milla” señalización, estacionamientos, sanitarios, miradores, senderos y que su corrección rápida captura mejoras inmediatas en satisfacción y reputación en línea (Toro et al., 2015). La ausencia de datos confiables sobre flujos y congestión impide priorizar inversiones con criterio de retorno social. La madurez digital del destino se vuelve un factor crítico para reducir riesgos percibidos y elevar la conversión.

La gestión de estas brechas exige enfoques de portafolio que combinen inversión en infraestructuras críticas con mantenimiento, gobernanza colaborativa y estándares de calidad que anclen la experiencia en todo el ciclo del viaje (Amaya et al., 2017). La evidencia sectorial muestra que cuando los corredores de acceso, los servicios urbanos de soporte y los nodos logísticos alcanzan umbrales mínimos de desempeño, el destino gana en resiliencia y puede competir por estancias más largas y gasto de mayor valor añadido (Castro y Urbano, 2024). La priorización de proyectos debe apoyarse en métricas de accesibilidad efectiva y en impactos sobre tiempos, fiabilidad y seguridad percibida, porque allí se materializa el diferencial competitivo del territorio (Jiménez y Aquino, 2012). La secuencia “conectar-acoger-distribuir” ordena la agenda de inversión de forma pragmática. La cooperación público-privada mejora cuando se miden cuellos de botella con indicadores comparables y se alinean incentivos con resultados de experiencia.

2.2.8. Promoción y gestión turística

Las estrategias de promoción turística, como el marketing de destinos y el branding territorial, han evolucionado significativamente en las últimas décadas. Estas disciplinas buscan posicionar a los territorios como marcas atractivas para los turistas, destacando sus valores, identidad y singularidad. (Muñiz y Cervantes, 2010). El marketing de destinos se centra en la creación y gestión de una imagen coherente del lugar, utilizando herramientas como la comunicación digital, la segmentación de mercados y la promoción de experiencias auténticas. Por otro lado, el branding territorial se enfoca en construir una marca sólida que refleje la esencia del territorio, involucrando a la comunidad local en el proceso y fomentando el sentido de pertenencia (Canelón, 2009). Ambas estrategias requieren una planificación estratégica y una ejecución efectiva para lograr resultados sostenibles y competitivos en el mercado turístico global.

La implementación exitosa de estas estrategias depende de una comprensión profunda del territorio y de sus recursos (Salgado et al., 2025). Es esencial identificar los elementos diferenciadores que hacen único al destino, como su patrimonio cultural, natural, gastronómico o histórico. Además, la colaboración entre los diferentes actores locales, como autoridades, empresarios y residentes, es fundamental para garantizar la autenticidad

y sostenibilidad de la marca (Paniagua, 2014). La coherencia entre la imagen proyectada y la experiencia real del visitante es crucial para generar confianza y fidelidad. En este sentido, el uso de tecnologías digitales y redes sociales ha transformado la forma en que los destinos se comunican con los turistas, permitiendo una interacción más directa y personalizada (Ramos, 2020).

Una de las tendencias actuales en la promoción turística es el enfoque hacia un turismo más sostenible y descentralizado (Campillo y Martínez, 2019). Esto implica diversificar la oferta turística, promoviendo destinos menos masificados y fomentando el turismo de interior, cultural o de naturaleza (Altamirano et al., 2016). Este modelo busca equilibrar los beneficios económicos del turismo con la preservación del entorno y el bienestar de las comunidades locales. Para lograrlo, es necesario desarrollar estrategias de marketing que resalten los valores auténticos del territorio y promuevan prácticas responsables tanto por parte de los turistas como de los prestadores de servicios (Cruz et al., 2017).

Las estrategias de promoción turística, como el marketing de destinos y el branding territorial, son herramientas clave para posicionar a los territorios en el competitivo mercado turístico global (Zambrano, 2024). Su éxito radica en la capacidad de construir una marca auténtica y coherente que refleje la identidad del lugar y responda a las expectativas de los turistas. Además, es fundamental que estas estrategias se adapten a las tendencias actuales, como la sostenibilidad y la descentralización, para garantizar un desarrollo turístico equilibrado y beneficioso para todos los actores involucrados (Valenzuela, 2015). La colaboración entre los diferentes actores locales y el uso de tecnologías digitales son elementos esenciales para la implementación efectiva de estas estrategias (Díaz y Ruíz, 2023).

5.2. Políticas nacionales y regionales de turismo en el Perú

El Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR 2025) aprobado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2016), establece lineamientos fundamentales para el desarrollo del sector turístico en el Perú. Este plan busca posicionar al país como un destino turístico sostenible, diverso y de calidad, con el objetivo de generar beneficios económicos y sociales para sus habitantes. Para lograrlo, se han definido diversas

estrategias en áreas como infraestructura turística, promoción y marketing, gestión ambiental y cultural, entre otras. Entre las metas del plan, se destaca el incremento del número de turistas extranjeros a 7 millones para el año 2021, así como el desarrollo de productos turísticos innovadores que permitan ampliar la oferta y mejorar la experiencia del visitante (Cancan et al., 2024).

Las políticas nacionales y regionales de turismo en el Perú se encuentran enmarcadas en el Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR), aprobado mediante Resolución Ministerial N°231-2016-MINCETUR. Este plan establece directrices para el desarrollo sostenible del sector, promoviendo la participación activa de diversos actores, incluyendo gobiernos regionales, locales, sector privado y sociedad civil (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016). El PENTUR se fundamenta en cuatro pilares estratégicos: competitividad, sostenibilidad, inclusión social y gobernanza, los cuales guían la formulación de políticas y acciones a nivel nacional y regional (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016). Este enfoque integral busca posicionar al Perú como un destino turístico competitivo y sostenible en el ámbito internacional.

La Ley General de Turismo (Ley N°29408) establece en su artículo 12 que los gobiernos regionales deben aprobar el PERTUR como instrumento de planificación y gestión que impulsará el desarrollo turístico de cada región (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016). Asimismo, la ley señala que la elaboración del PERTUR es un proceso liderado por el gobierno regional, con la participación de los gobiernos locales, el sector privado y la sociedad civil, contando con la asistencia técnica del MINCETUR y considerando los parámetros del Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016). Este marco legal refuerza la importancia de la colaboración multisectorial en la gestión del turismo a nivel regional (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016).

Las políticas nacionales y regionales de turismo en el Perú, articuladas a través del PENTUR y los PERTUR, buscan un desarrollo turístico sostenible y competitivo, adaptado a las particularidades de cada región. La implementación efectiva de estas políticas requiere de una coordinación estrecha entre los diferentes niveles de gobierno, el sector privado y

la sociedad civil, garantizando que el turismo contribuya al desarrollo económico y social del país de manera inclusiva y sostenible (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016).

a. Rol de las municipalidades y actores locales en la gestión turística

Las municipalidades desempeñan un papel esencial en la gestión turística local, siendo responsables de la planificación, promoción y regulación de actividades turísticas en su jurisdicción (Mamani, 2021). Su capacidad para coordinar con actores locales y regionales es crucial para el desarrollo de destinos turísticos sostenibles (Bromley, 2021). Además, deben fomentar la participación ciudadana en la toma de decisiones relacionadas con el turismo, asegurando que las comunidades locales se beneficien directamente de esta actividad (Mamani, 2021).

Los actores locales, como prestadores de servicios turísticos, organizaciones comunitarias y empresas locales, son fundamentales para la implementación efectiva de estrategias turísticas (Ramos, 2020). Su involucramiento en la gestión turística permite una adaptación más adecuada a las necesidades y características del destino (Villena et al., 2025). La colaboración entre estos actores y las municipalidades fortalece la oferta turística y mejora la experiencia del visitante (Ramos, 2020).

La coordinación entre municipalidades y actores locales es esencial para la creación de productos turísticos innovadores y sostenibles (Bromley, 2019). Esta colaboración permite la identificación de atractivos turísticos no explotados y la promoción de prácticas responsables que preserven el patrimonio cultural y natural (Mamani, 2021). Asimismo, facilita la capacitación de los actores locales en áreas clave como la atención al cliente y la gestión ambiental.

La gestión turística efectiva requiere de una planificación estratégica que integre las políticas municipales con las necesidades y expectativas de los actores locales (Bromley, 2019). Es crucial que las municipalidades establezcan marcos normativos claros que regulen las actividades turísticas y promuevan la sostenibilidad (Mamani, 2021). Además,

deben facilitar el acceso a recursos y apoyo técnico para los actores locales, fortaleciendo así la capacidad de la comunidad para gestionar el turismo de manera autónoma y exitosa.

b. Participación de la comunidad en el desarrollo turístico local

La participación de la comunidad en el desarrollo turístico local constituye un pilar esencial para garantizar la sostenibilidad y el beneficio mutuo entre los residentes y los visitantes (Navarro et al., 2019). La integración de la comunidad en la planificación y gestión del turismo permite una mejor adaptación de las iniciativas a las necesidades locales, promoviendo un desarrollo más equitativo y respetuoso con la identidad cultural (García et al., 2015). Destaca que la percepción positiva de la comunidad hacia el turismo es fundamental para el éxito de los proyectos, ya que influye directamente en la calidad de los servicios y en la experiencia del visitante. La participación comunitaria activa puede conducir a una mayor diversificación económica, al generar nuevas fuentes de empleo y fomentar la reinversión de los beneficios turísticos en la comunidad (Moreira et al., 2018).

La planificación estratégica participativa emerge como una herramienta clave para el desarrollo turístico local, ya que facilita la identificación de recursos, fortalezas y debilidades de la comunidad (Pacheco y Henríquez, 2016). argumentan que este enfoque permite a los residentes colaborar en la toma de decisiones, asegurando que los proyectos turísticos respondan a sus intereses y necesidades. Además, enfatiza que la participación en la planificación contribuye a fortalecer la cohesión social y a mejorar la capacidad de gestión local, aspectos esenciales para la sostenibilidad del turismo (Cruz et al., 2015). Por otro lado, resalta que la inclusión de la comunidad en los procesos de planificación puede mejorar la eficacia de las políticas públicas y aumentar la aceptación de las iniciativas turísticas.

El turismo comunitario se presenta como una modalidad que promueve la participación activa de los habitantes en la gestión de los recursos turísticos, permitiendo que los beneficios económicos y sociales se distribuyan equitativamente (Tomalá, 2024). Según, este modelo de turismo no solo busca la rentabilidad económica, sino también la preservación del patrimonio cultural y natural, fomentando un desarrollo sostenible. Además, sostiene que la implementación de proyectos de turismo comunitario puede

fortalecer la identidad local y mejorar la calidad de vida de los residentes, al involucrarse directamente en las actividades turísticas. Por su parte, (Navarro et al., 2019) destacan que la participación comunitaria en el diseño y ejecución de infraestructuras turísticas contribuye a la creación de espacios que responden a las expectativas y necesidades de la población local.

La participación comunitaria en el desarrollo turístico local también enfrenta desafíos que requieren atención y solución (Ayón et al., 2021). Según, la falta de formación y capacitación en gestión turística puede limitar la efectividad de la participación comunitaria, impidiendo que los residentes aprovechen plenamente las oportunidades que ofrece el turismo (García et al., 2015). Además, la posibilidad de conflictos entre los intereses de la comunidad y los de los actores externos, lo que puede generar tensiones y obstaculizar el desarrollo armonioso del turismo. Por otro lado, señalan que la ausencia de una visión compartida y de mecanismos de comunicación efectivos puede dificultar la colaboración entre los diferentes actores involucrados en el proceso turístico (Ibáñez, 2011).

CAPITULO 3. METODOLOGIA

3.1. Tipo de investigación

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo y cuantitativo, pues se buscó analizar de manera detallada el territorio, los recursos turísticos y sus características, con el propósito de comprender su situación actual y las perspectivas de desarrollo sostenible. Se abordó el estudio desde un enfoque territorial, considerando factores sociales, culturales, ambientales y económicos que incidían directamente en la gestión turística del distrito de Barranca.

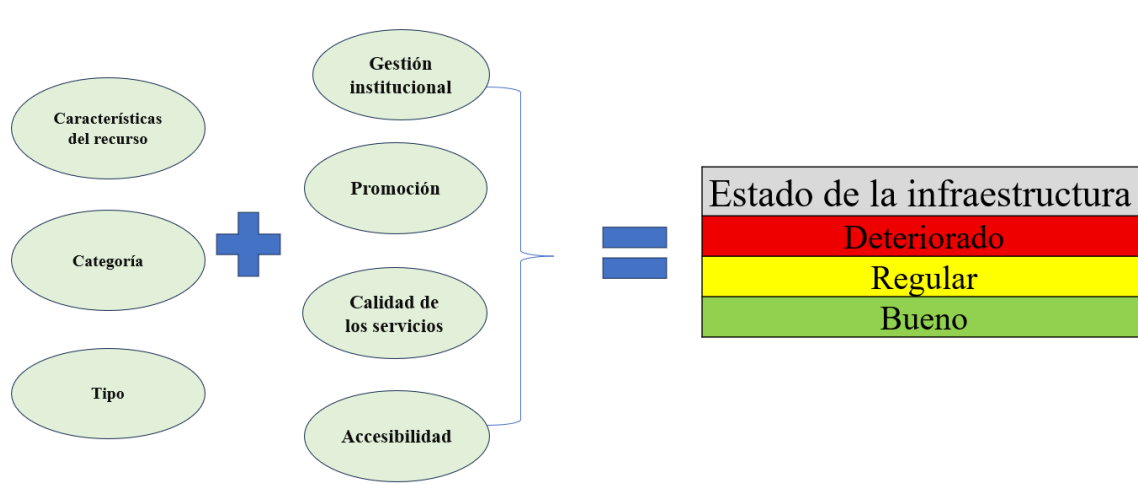
Asimismo, la investigación se enmarcó dentro de un estudio aplicado, ya que no solo se orientó a describir la realidad existente, sino también a generar propuestas prácticas y viables para fortalecer el aprovechamiento turístico. De esta manera, se combinó el análisis académico con la proyección de lineamientos que respondieran a las necesidades locales.

3.2. Diseño de investigación

El diseño empleado fue no experimental y transversal, dado que los datos se recolectaron en un único momento del tiempo sin manipular las variables. El análisis se centró en observar y describir los recursos turísticos en su estado natural, tal como se encontraban en el territorio del distrito de Barranca.

De igual forma, se adoptó un diseño exploratorio-descriptivo, ya que se buscó examinar las condiciones actuales del turismo, identificar el nivel de conservación de los recursos y reconocer las oportunidades y limitaciones que influían en el desarrollo territorial sostenible.

Figura 2. Esquema metodológico



3.4. Población y muestra

La población estuvo conformada por los principales recursos turísticos del distrito de Barranca, además de los visitantes, autoridades locales y actores sociales vinculados con el turismo. Para efectos del estudio se seleccionaron los recursos más representativos y con mayor afluencia, los cuales fueron observados y registrados de manera sistemática.

En cuanto a los informantes, se trabajó con una muestra intencional conformada por autoridades municipales, representantes del sector turismo y visitantes, quienes aportaron información valiosa mediante entrevistas. Esta selección permitió obtener una visión integral sobre la situación actual y las perspectivas de desarrollo turístico.

3.5. Técnicas e instrumentos

Para la identificación de los recursos turísticos según su tipología, grado de conservación y atractivo, se aplicó una ficha de observación directa en campo, complementada con registros fotográficos obtenidos con una cámara Canon. Estos instrumentos facilitaron la documentación visual y escrita del estado de cada recurso.

En relación con el nivel de aprovechamiento de los recursos turísticos, se utilizó una guía de verificación, la cual permitió evaluar aspectos como accesibilidad, servicios de apoyo y

potencial de demanda turística. Para complementar, se realizaron entrevistas dirigidas a visitantes y autoridades locales, con el fin de conocer percepciones y expectativas.

3.6. Validez y confiabilidad

La validez de los instrumentos se garantizó mediante la revisión de expertos en turismo y desarrollo territorial, quienes evaluaron la pertinencia y coherencia de las fichas, guías y entrevistas aplicadas. Esta validación permitió asegurar que los instrumentos realmente midieran las variables de interés propuestas en la investigación.

La confiabilidad se aseguró a través de la aplicación piloto de los instrumentos en un conjunto reducido de recursos turísticos, lo que permitió realizar ajustes antes de la aplicación definitiva. De esta manera, se fortaleció la consistencia de los datos recolectados y se minimizó la posibilidad de sesgos en la información.

3.7. Técnicas de procesamiento de datos

Los datos recopilados se procesaron mediante el uso de software especializado. Para la elaboración de mapas temáticos y cartográficos se utilizó ArcGIS, lo que permitió representar de manera espacial la ubicación y características de los recursos turísticos. Asimismo, se empleó RStudio, complementado con técnicas de inteligencia artificial, para el análisis estadístico y la construcción de gráficos explicativos.

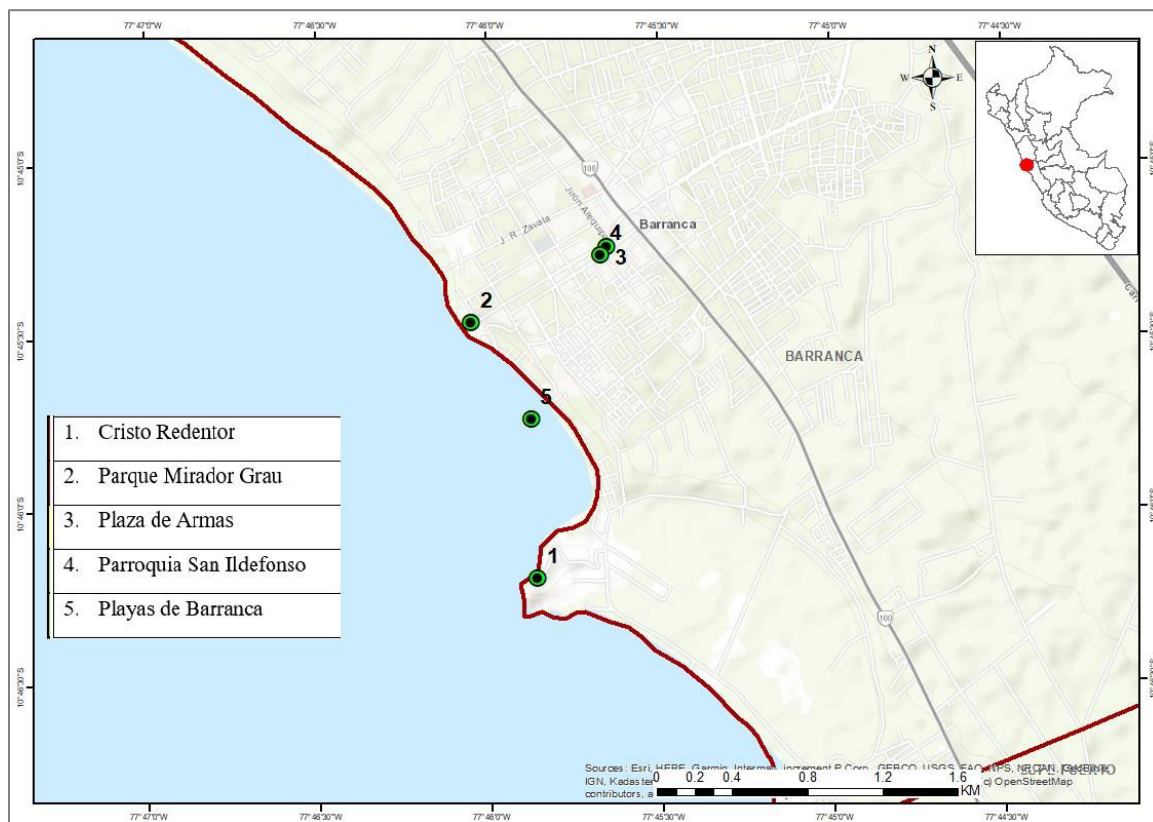
El procesamiento incluyó la sistematización de testimonios de visitantes y autoridades, lo cual permitió identificar patrones, perspectivas y propuestas relacionadas con el desarrollo turístico. Los resultados se organizaron en tablas, gráficos y mapas que facilitaron la interpretación y discusión de la información obtenida.

CAPITULO 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Recursos turísticos según su tipología

Se identificaron un total de 5 recursos turísticos en el distrito de Barranca, los cuales evidencian una diversidad entre patrimonio cultural, natural y recreativo. Dentro de los recursos culturales destacan el Cristo Redentor de Barranca, la Plaza de Armas y la Parroquia San Ildefonso, los cuales representan hitos históricos y arquitectónicos de relevancia local. Asimismo, se reconocieron espacios de valor paisajístico y de esparcimiento como el Parque Mirador Grau y las Playas de Barranca, que constituyen atractivos naturales con potencial turístico.

Figura 3. Recursos turísticos identificados



Fuente. Elaboración propia

4.1.1. Cristo Redentor de Barranca

El Cristo Redentor se identificó como un recurso turístico de tipo cultural material, perteneciente a la categoría de monumento religioso. Este espacio constituye un atractivo emblemático de la ciudad, pues además de su valor simbólico y espiritual, ofrece una experiencia paisajística destacada al visitante. La estatua, con la representación de Cristo de brazos abiertos, simboliza paz y protección, convirtiéndose en un referente visual y cultural para la población local y los turistas.

El monumento se caracteriza por su ubicación estratégica en el cerro Colorado, lo que permite contemplar una vista panorámica privilegiada de la ciudad, las playas y el mar de Barranca. Este aspecto otorga al Cristo Redentor un valor diferencial, al funcionar no solo como espacio de devoción religiosa, sino también como un mirador urbano y natural que atrae a visitantes interesados en la contemplación del paisaje.

En cuanto a su singularidad, se distingue como uno de los pocos miradores monumentales de la costa norte de Lima que combina armónicamente la dimensión religiosa con la riqueza paisajística. Esta característica lo convierte en un atractivo con potencial para consolidarse dentro de circuitos turísticos regionales, integrando aspectos de fe, cultura y naturaleza.

Respecto a su autenticidad, el Cristo Redentor de Barranca se conserva en buen estado, gracias a labores de mantenimiento periódico que aseguran su preservación y fortalecen su atractivo como recurso turístico. Esta condición favorece la permanencia de su valor simbólico y garantiza que los visitantes puedan apreciar la obra en condiciones óptimas a lo largo del tiempo.

La temporalidad del recurso es permanente, dado que puede visitarse durante todo el año sin restricción de acceso. Esta característica le otorga versatilidad, ya que posibilita que tanto turistas locales como nacionales y extranjeros lo integren en sus recorridos en cualquier temporada, consolidando así su relevancia en la oferta turística de Barranca.

En relación con su entorno inmediato, el monumento se ubica en un contexto urbano en expansión, lo cual implica retos y oportunidades. Al estar rodeado de zonas urbanas con

acondicionamiento turístico, se genera accesibilidad y servicios complementarios para el visitante. Al mismo tiempo, esta dinámica urbana refuerza la necesidad de una gestión ordenada para asegurar que el Cristo Redentor continúe siendo un espacio de identidad cultural, espiritual y de disfrute paisajístico para la comunidad y el turismo.

Figura 4. Cristo Redentor de Barranca



Fuente. Fotografía propia

4.1.2. Parque Mirador Grau

El Parque Mirador Grau ha sido identificado como un recurso turístico de tipo cultural material, clasificado dentro de la categoría de obras contemporáneas. Este espacio urbano constituye uno de los atractivos más recientes y representativos de la ciudad de Barranca, al combinar su infraestructura moderna con un entorno natural privilegiado. Su principal valor radica en que es un espacio público de libre acceso, pensado para el disfrute tanto de los pobladores como de los visitantes.

En su descripción, el parque se caracteriza por ofrecer amplias vistas panorámicas hacia el océano Pacífico y las playas de Barranca, lo que lo convierte en un punto estratégico para la contemplación del paisaje costero. Además, cuenta con áreas verdes, bancas, juegos de agua y esculturas que enriquecen la experiencia del visitante, aportando tanto al esparcimiento como a la recreación cultural y turística.

La singularidad del recurso se manifiesta en la combinación de una infraestructura urbana contemporánea con un escenario natural excepcional: el acantilado costero. Esta fusión convierte al Parque Mirador Grau en un lugar único dentro de la oferta turística de Barranca, destacándose como un espacio que integra modernidad, estética urbana y contacto directo con la naturaleza.

En lo que respecta a la autenticidad, el Parque Mirador Grau es una obra contemporánea recientemente remodelada, lo que garantiza un alto nivel de conservación y mantenimiento. Su estado actual permite que los visitantes disfruten de instalaciones cuidadas y seguras, lo que incrementa su atractivo y refuerza su posicionamiento como un punto de interés turístico y recreativo.

La temporalidad del recurso es permanente, lo que significa que puede visitarse durante todo el año sin restricciones. Esta característica le otorga una gran ventaja como atractivo urbano, ya que puede ser incorporado en diferentes circuitos turísticos, eventos culturales o actividades de ocio en cualquier temporada, fortaleciendo la imagen de Barranca como destino costero.

Por último, el entorno inmediato del Parque Mirador Grau es eminentemente urbano e intervenido, ya que se encuentra rodeado por la trama urbana de la ciudad. Sin embargo, su ubicación al borde del acantilado costero lo dota de un carácter especial, pues ofrece al visitante la oportunidad de estar dentro del ambiente citadino y, al mismo tiempo, disfrutar de la majestuosidad del mar y el horizonte barranquino. Esta dualidad lo convierte en un recurso con gran potencial para consolidarse como ícono turístico local.

Figura 5. Parque Mirador Grau



Fuente. Fotografía propia

4.1.3. Plaza de Armas de Barranca

La Plaza de Armas de Barranca se identificó como un recurso turístico de tipo cultural material, clasificado en la categoría de espacio público. Este lugar constituye el núcleo social y cultural más importante de la ciudad, pues históricamente ha sido el punto de encuentro de la población local y de visitantes, funcionando como escenario de actividades recreativas, festivas y comunitarias.

En cuanto a su descripción, la plaza se distingue por su papel central en la vida urbana, ya que concentra una dinámica social intensa. Rodeada de edificaciones históricas, se convierte en un espacio representativo de la identidad barranquina, donde confluyen el pasado arquitectónico y el presente de la vida ciudadana. Su diseño urbano ordenado, sumado a áreas de esparcimiento, la consolidan como el corazón de Barranca.

La singularidad de este recurso radica en la combinación de valores históricos, arquitectónicos y sociales que alberga en un solo espacio. A diferencia de otras plazas, la de Barranca no solo cumple la función de centro cívico, sino que también conserva una memoria histórica ligada a las transformaciones urbanas de la ciudad, lo que refuerza su carácter distintivo y su importancia patrimonial.

Respecto a la autenticidad, la Plaza de Armas mantiene en gran medida su diseño urbano original como plaza central, lo que le otorga un grado de conservación bueno. Su preservación ha permitido que se mantenga como un referente histórico y cultural, al

mismo tiempo que se adapta a las necesidades contemporáneas de recreación y encuentro social.

La temporalidad de este recurso es permanente, ya que está abierta durante todo el año al uso público. Esto le da un carácter versátil, puesto que no solo acoge la vida cotidiana de la población, sino también diversas celebraciones, actos cívicos y festividades tradicionales que refuerzan la cohesión social y el sentido de pertenencia de los habitantes de Barranca.

Finalmente, el entorno inmediato de la plaza refuerza su valor como recurso turístico. Está rodeada de edificaciones históricas, instituciones públicas, comercios y la Parroquia San Ildefonso, lo que la convierte en un espacio articulador del patrimonio arquitectónico y de la dinámica urbana. Esta ubicación estratégica contribuye a su accesibilidad y a su proyección como un atractivo central dentro de la oferta turística de la ciudad.

Figura 6. Plaza de armas de Barranca



Fuente. Fotografía propia

4.1.4. Parroquia San Ildefonso

La Parroquia San Ildefonso fue identificada como un recurso turístico de tipo cultural material, perteneciente a la categoría de arquitectura religiosa. Este templo constituye el

principal referente católico de la ciudad de Barranca, no solo por su relevancia espiritual, sino también por su valor arquitectónico y patrimonial. Su presencia refuerza la identidad cultural y religiosa de la población local, además de ser un atractivo para los visitantes interesados en la historia y el arte religioso.

En cuanto a su descripción, la parroquia presenta un estilo neoclásico con influencias coloniales, lo que se aprecia en su fachada sobria y equilibrada, destacada por la presencia de dos torres campanario que enmarcan el acceso principal. Este diseño sencillo pero imponente refleja la tradición arquitectónica religiosa que caracteriza a muchas ciudades del país, constituyéndose en un hito visual en el centro urbano de Barranca.

La singularidad del recurso radica en su condición de ser uno de los templos más representativos de la ciudad, al convertirse en un símbolo histórico y espiritual. La parroquia no solo ha acompañado el crecimiento urbano de Barranca, sino que también ha sido escenario de acontecimientos religiosos y comunitarios que refuerzan el sentido de pertenencia de los pobladores. Su valor simbólico la distingue de otros templos de la región.

Respecto a su autenticidad, la Parroquia San Ildefonso conserva gran parte de su diseño arquitectónico original, lo que contribuye a mantener su valor patrimonial. Además, mantiene activa su función religiosa, siendo un espacio de culto que diariamente congrega a fieles y que, en fechas festivas, refuerza el vínculo entre tradición, fe y vida comunitaria. Este aspecto le otorga vigencia y continuidad en el tiempo.

La temporalidad del recurso es permanente, puesto que permanece abierto durante todo el año tanto para actividades religiosas como para visitas turísticas. Este carácter de acceso continuo refuerza su papel como atractivo turístico y espiritual, al permitir la integración de residentes y visitantes en su dinámica cultural y religiosa.

El entorno inmediato de la parroquia refuerza su centralidad, ya que se ubica en el corazón de la ciudad, rodeada por la Plaza de Armas de Barranca y edificaciones de valor histórico. Esta ubicación le otorga una gran visibilidad y accesibilidad, consolidándola como un

punto de referencia urbano, cultural y espiritual. Su integración al paisaje urbano la convierte en un recurso esencial dentro de la oferta turística y patrimonial de Barranca.

Figura 7. Parroquia San Ildefonso



Fuente. Fotografía propia

4.1.5. Playas de Barranca

Las Playas de Barranca se reconocieron como un recurso turístico de tipo natural, clasificadas dentro de la categoría playa. Este atractivo se ha consolidado como uno de los espacios más representativos de la ciudad, tanto por su valor paisajístico como por la importancia que tienen en la vida recreativa y económica de la población local. Su extensión y características físicas la convierten en un punto de referencia para el turismo costero en la región.

En cuanto a su descripción, las playas se distinguen por una amplia franja de arena fina y por la tonalidad azul verdosa de sus aguas, que se mantienen en un ambiente cálido durante

gran parte del año. Estas condiciones generan un espacio ideal para el descanso, la recreación y el desarrollo de actividades turísticas vinculadas al mar, atrayendo visitantes locales, nacionales y extranjeros.

La singularidad de este recurso radica en que no solo ofrece un atractivo natural de calidad, sino que además combina un fuerte componente cultural y gastronómico. En las inmediaciones de las playas se puede disfrutar de la cocina marina típica de Barranca y, al mismo tiempo, visitar sitios arqueológicos cercanos, lo que potencia la experiencia turística al integrar naturaleza, cultura e historia en un solo destino.

Respecto a su autenticidad, las Playas de Barranca mantienen un buen grado de conservación en su estado natural, con aguas limpias y ecosistemas costeros que aún se preservan. Sin embargo, algunas áreas presentan intervención humana debido a la presencia de infraestructura turística y urbana, lo que plantea el reto de mantener un equilibrio entre uso recreativo y conservación ambiental.

La temporalidad de este recurso es permanente, ya que se puede disfrutar durante todo el año, aunque registra una mayor afluencia de visitantes en temporada de verano. Este comportamiento estacional refleja la importancia de las playas en la oferta turística de la ciudad, al convertirse en el principal atractivo en los meses de mayor calor, generando también un impacto positivo en la economía local.

El entorno inmediato de las playas muestra una fuerte relación con la urbanización, pues se encuentran rodeadas de restaurantes, viviendas, áreas de recreación y un malecón que complementa la experiencia turística. Esta integración entre el ambiente natural y la intervención urbana permite un fácil acceso y una amplia oferta de servicios, consolidando a las Playas de Barranca como uno de los principales recursos turísticos de la ciudad y un espacio clave para el desarrollo del turismo costero en la provincia.

Figura 8. Playas de Barranca



Fuente. Fotografía propia

El análisis de los recursos turísticos de Barranca revela una diversidad de atractivos culturales y naturales que constituyen un potencial significativo para el desarrollo turístico sostenible. Tal como señala Gabriel (2019), el reconocimiento oficial y la adecuada planificación territorial son factores determinantes para fortalecer la potencialidad turística de los destinos. En el caso de Barranca, si bien existen recursos emblemáticos como el Cristo Redentor o las Playas, la ausencia de estrategias integrales de conservación y promoción limita su aprovechamiento pleno. Esto sugiere que, al igual que en Lachaqui, la sostenibilidad debe primar sobre la rentabilidad inmediata, articulando procesos sociales, culturales y ambientales.

Los hallazgos también muestran coincidencias con Sobrino (2019), quien identificó en Pomabamba un alto potencial ecoturístico poco gestionado. En Barranca, recursos como el Parque Mirador Grau o la Parroquia San Ildefonso presentan condiciones favorables, pero requieren de una mayor difusión y una participación más activa de la comunidad para su sostenibilidad. Este aspecto coincide con lo planteado por Celi et al. (2021), quienes sostienen que la falta de conocimiento y capacitación sobre modelos de turismo

comunitario constituye una barrera para el aprovechamiento de los recursos. En este sentido, la gestión de Barranca necesita fortalecer el involucramiento ciudadano en la valorización y conservación de su patrimonio.

Desde la perspectiva de la promoción, Infantes (2020) y Salinas (2022) coinciden en destacar el rol del marketing turístico como un factor clave en la consolidación de destinos sostenibles. Los resultados en Barranca evidencian que recursos como Cristo redentor carecen de visibilidad en guías turísticas nacionales, lo que limita su potencial. Implementar estrategias de marketing territorial permitiría incrementar la demanda turística y, al mismo tiempo, favorecer prácticas sostenibles, tal como se ha evidenciado en los estudios citados. Además, la articulación con campañas regionales y nacionales puede posicionar a Barranca en un nivel competitivo frente a otros destinos costeros.

En cuanto a la infraestructura y el ordenamiento territorial, los resultados dialogan con lo señalado por Chumpitaz (2023), quien resaltó la importancia de la regeneración urbana en la costa barranquina para mejorar la experiencia del visitante. Recursos como las Playas de Barranca enfrentan amenazas de erosión costera y sobreuso, lo cual requiere intervenciones de acondicionamiento urbano que garanticen seguridad, accesibilidad y confort. Así, integrar propuestas de mejora de los espacios públicos con planes de conservación y promoción turística permitiría consolidar un modelo de desarrollo equilibrado, en el que Barranca aproveche su diversidad cultural y natural como base de un turismo sostenible y competitivo.

4.2. Nivel de aprovechamiento de los recursos turísticos

4.2.1. Cristo Redentor de Barranca

a. Accesibilidad

En relación con la accesibilidad al Cristo Redentor de Barranca, se identificó que el recurso cuenta con conexión a través de una vía principal de carretera en buen estado, lo que facilita el desplazamiento de visitantes tanto locales como foráneos. El tiempo estimado de acceso es de aproximadamente 15 minutos, lo cual lo convierte en un atractivo de fácil llegada

desde el centro de la ciudad. Asimismo, se constató la presencia de señalización de acceso, aunque se recomienda su reforzamiento para garantizar una mejor orientación al visitante y optimizar la experiencia turística en este espacio.

b. Calidad de los servicios

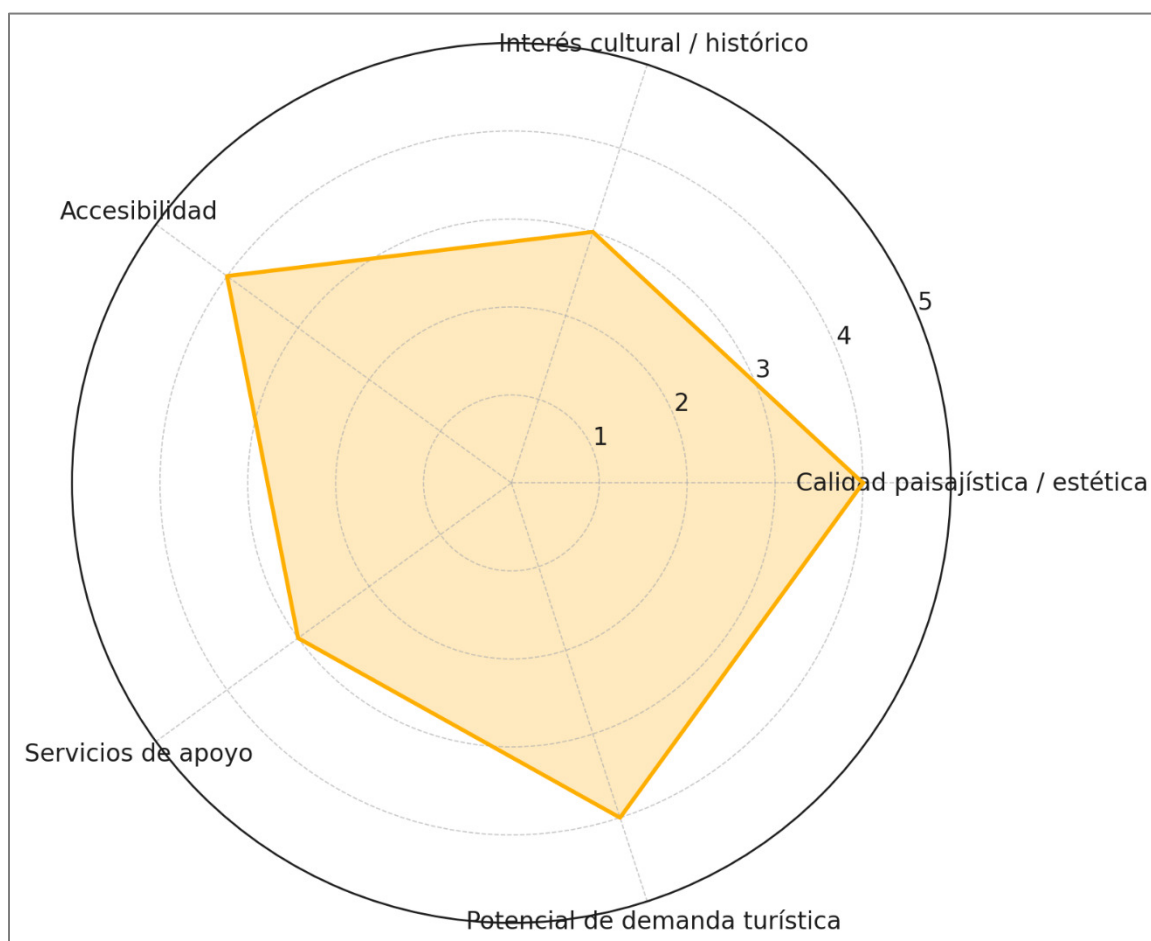
En cuanto a la calidad paisajística y estética, el recurso obtuvo una calificación de 4 (alto), dado que ofrece un entorno visual atractivo y bien conservado que favorece la experiencia del visitante. La accesibilidad alcanzó también un nivel de 4 (alto), gracias al buen estado de las vías de acceso, la disponibilidad de transporte público y la existencia de señalización turística, lo que facilita la llegada de turistas y refuerza el aprovechamiento del recurso.

El interés cultural e histórico fue valorado en 3 (medio), lo que evidencia que, si bien el recurso tiene un componente patrimonial importante, aún requiere estrategias de puesta en valor y difusión que permitan fortalecer su atractivo cultural frente a otros destinos. Asimismo, los servicios de apoyo alcanzaron una calificación de 3 (medio), destacándose la presencia de hospedajes, restaurantes, guías y estacionamiento, aunque se identificaron limitaciones que restringen la experiencia integral del visitante.

Respecto a los servicios básicos, se constató la existencia de agua potable, energía eléctrica, telecomunicaciones e internet, lo cual constituye una fortaleza para la operatividad turística. Sin embargo, se detectó una brecha importante: la ausencia de servicios higiénicos o sanitarios, lo que representa una limitación significativa en la calidad del servicio ofrecido y una necesidad prioritaria de mejora para garantizar estándares adecuados de atención al visitante.

El potencial de demanda turística alcanzó una calificación de 4 (alto), reflejando que el recurso cuenta con condiciones adecuadas de accesibilidad, entorno paisajístico atractivo e infraestructura básica suficiente para recibir visitantes. No obstante, la mejora en la oferta de servicios complementarios, especialmente en la implementación de sanitarios y el fortalecimiento de los elementos culturales, permitirá consolidar el recurso como un destino con mayor competitividad dentro de la oferta turística regional.

Figura 9. Valoración de la calidad de los servicios de Cristo Redentor de Barranca



Donde: 1 = muy bajo y 5 = muy alto

c. Promoción

En relación con la promoción oficial, se identificó que el Cristo Redentor de Barranca cuenta con presencia en las guías de turismo. Este recurso figura en el Inventario de Recursos Turísticos del MINCETUR, lo que le otorga reconocimiento formal, además de estar incluido en guías locales que lo posicionan como parte de la oferta turística de la ciudad. Este respaldo institucional constituye un punto favorable para su visibilidad dentro del mercado turístico regional.

En cuanto a la promoción digital, el recurso presenta una presencia activa en portales de turismo, redes sociales y blogs de viajes. Destaca su difusión en la plataforma nacional Ytuqueplanes.pe, así como en páginas de Facebook e Instagram administradas por promotores locales y visitantes. Esta visibilidad en medios digitales contribuye a que el atractivo sea conocido más allá de la región, aunque aún no alcanza la magnitud de campañas sostenidas de alcance nacional.

Respecto a los eventos de promoción, se evidenció que, si bien no existen ferias específicas dedicadas al Cristo Redentor, el recurso se difunde de manera indirecta durante festividades religiosas como la Semana Santa o las fiestas patronales. En estas celebraciones, el monumento se convierte en un punto de encuentro y peregrinación, lo que incrementa su relevancia cultural y turística en dichos periodos.

El nivel de promoción se evaluó como medio, ya que el atractivo es ampliamente conocido a nivel regional y local, pero aún carece de estrategias y campañas nacionales constantes que fortalezcan su posicionamiento en el mercado turístico del país. La consolidación de campañas promocionales permanentes, así como la articulación con operadores turísticos, permitirán potenciar su proyección y atraer a un mayor número de visitantes.

d. Gestión institucional

En relación con la gestión institucional del Cristo Redentor de Barranca, se identificaron diversas amenazas que ponen en riesgo la conservación del recurso. Entre las naturales destacan la erosión, la humedad y la posible presencia de plagas que afectan el entorno del monumento. Asimismo, se observaron amenazas de origen antrópico vinculadas a la contaminación, el vandalismo, el avance urbano desordenado y el sobreuso del espacio, lo que refuerza la necesidad de implementar medidas más sólidas de protección y control.

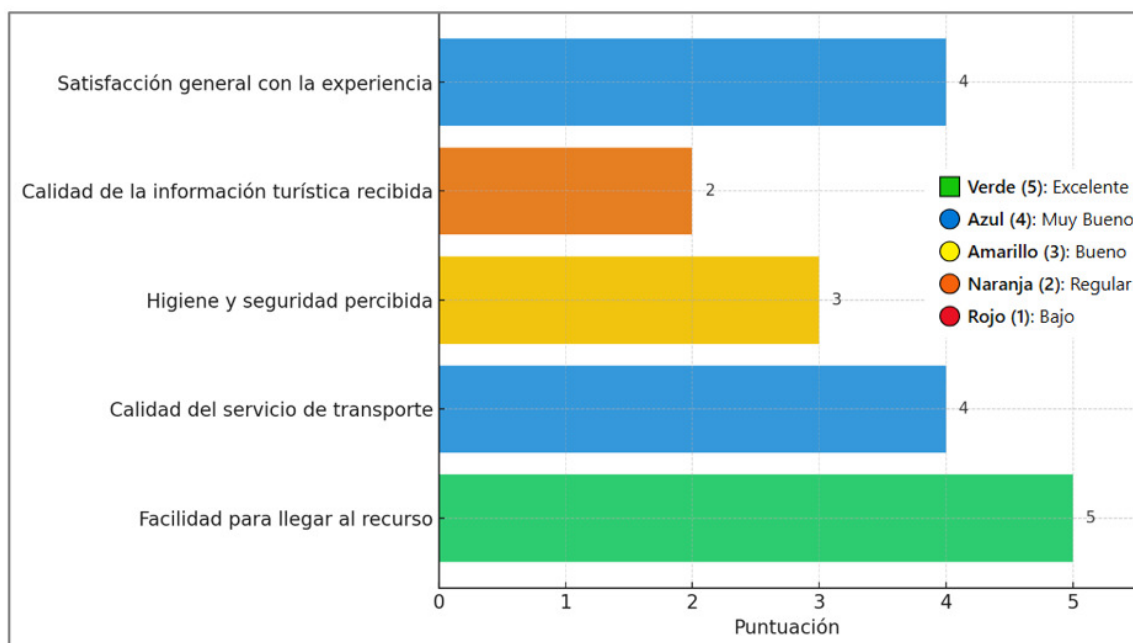
Actualmente, las medidas de protección existentes están sustentadas en ordenanzas municipales que buscan regular el cuidado del monumento y su entorno inmediato. No obstante, dichas acciones resultan todavía limitadas frente a las presiones detectadas. La entidad responsable de la administración es la Municipalidad Provincial de Barranca, a

través de su Área de Turismo y Cultura, que cumple un rol fundamental en la conservación, promoción y puesta en valor de este recurso emblemático.

En cuanto a la evaluación de la experiencia turística, se observó que la facilidad para llegar al recurso obtuvo la calificación más alta (5), lo que refleja la buena accesibilidad del lugar. De igual forma, la calidad del servicio de transporte fue valorada positivamente con 4, mostrando condiciones adecuadas para el traslado de visitantes. Sin embargo, los resultados también señalaron limitaciones en la higiene y seguridad percibida, con una calificación de 3, lo que indica un aspecto que debe ser atendido para fortalecer la satisfacción del visitante.

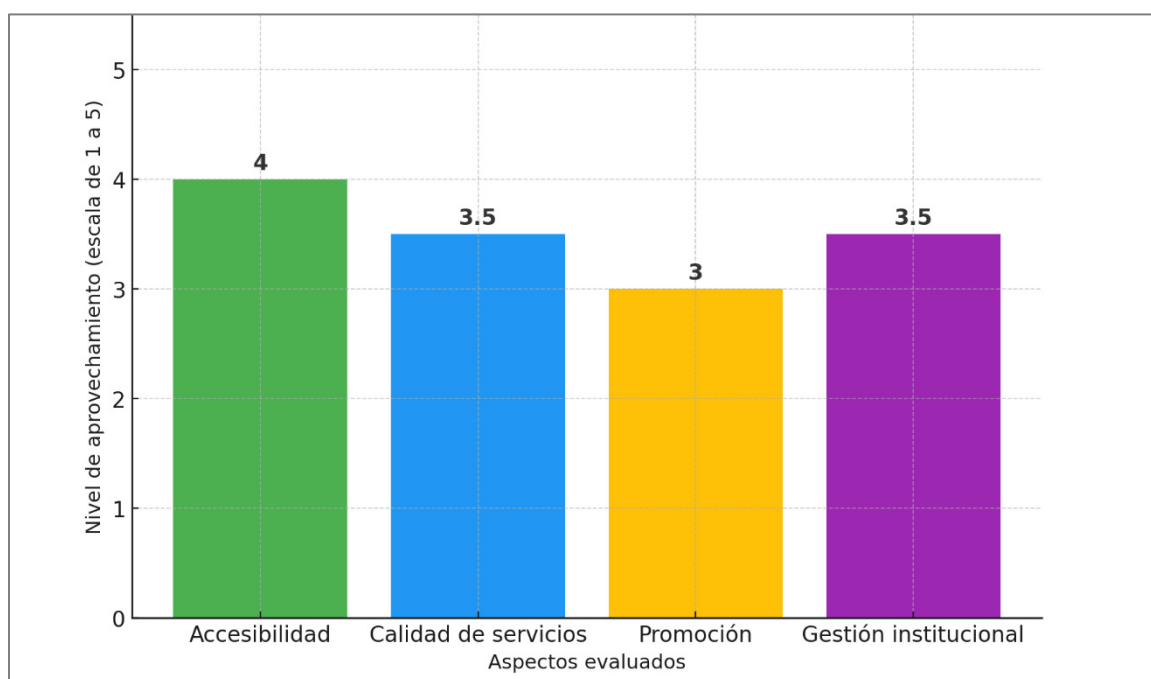
Por otro lado, la calidad de la información turística recibida obtuvo la puntuación más baja (2), evidenciando una brecha significativa en los servicios de orientación al turista. A pesar de ello, la satisfacción general con la experiencia alcanzó un nivel alto (4), lo que demuestra que el atractivo conserva un gran potencial turístico. En este sentido, se recomienda fortalecer la gestión institucional con acciones de mejora en seguridad, higiene e información turística, lo cual permitirá consolidar al Cristo Redentor como un recurso emblemático y competitivo en la oferta turística de Barranca.

Figura 10. Evaluación de la experiencia del usuario



El gráfico muestra que el Cristo Redentor de Barranca presenta un nivel de aprovechamiento turístico favorable, con una accesibilidad alta (4) gracias a su buena conexión vial y señalización adecuada. La calidad de los servicios y la gestión institucional alcanzan valores de 3.5, reflejando condiciones aceptables pero con necesidad de mejoras en infraestructura complementaria e información turística. En contraste, la promoción obtiene la puntuación más baja (3), lo que evidencia una difusión insuficiente a nivel nacional. En conjunto, los resultados indican que, aunque el recurso posee potencial competitivo, requiere fortalecer la gestión y promoción para consolidarse como un atractivo turístico sostenible y de mayor impacto regional.

Figura 11. Resumen de nivel de aprovechamiento de los recursos turísticos del Cristo Redentor



El Cristo Redentor de Barranca presenta condiciones favorables en términos de accesibilidad, calidad paisajística y reconocimiento oficial, lo que lo posiciona como un recurso con alto potencial turístico. Sin embargo, su gestión institucional enfrenta amenazas que ponen en riesgo su sostenibilidad, como la erosión, la contaminación y el vandalismo. Esto guarda relación con lo señalado por Salinas (2022), quien evidenció que

las estrategias de marketing son un factor clave en el desarrollo turístico, pues incrementan la visibilidad y fortalecen el posicionamiento de los destinos. De manera complementaria, Huaricancha y Huamán (2024) destacan el impacto del marketing digital en redes sociales como herramienta efectiva para potenciar el turismo sostenible, lo cual resulta pertinente en el caso del Cristo Redentor, ya que una promoción estratégica podría atraer más visitantes y, al mismo tiempo, generar conciencia sobre la importancia de conservar el monumento.

Asimismo, los retos de conservación que enfrenta el Cristo Redentor se vinculan con lo señalado por Chumpitaz (2023), quien subraya la necesidad de regenerar espacios urbanos y costeros en Barranca para mejorar la habitabilidad y potenciar el turismo local. En este sentido, implementar proyectos de protección del entorno del Cristo Redentor, combinados con medidas de regeneración urbana, contribuiría a reducir los impactos negativos del sobreuso y el avance urbano desordenado. A ello se suma lo señalado por Encina (2021), quien remarca que la conservación del patrimonio requiere de la coordinación entre actores locales e instituciones. Aplicado al Cristo Redentor, la articulación entre autoridades municipales, comunidad y sector privado permitiría no solo su preservación como símbolo cultural y espiritual, sino también su consolidación como un atractivo sostenible de referencia en la región.

4.2.2. Parque Mirador Grau

a. Accesibilidad

En lo que respecta a la accesibilidad del Parque Mirador Grau, se determinó que el recurso cuenta con conexión a través de una vía principal de carretera en buen estado, lo que permite un desplazamiento fluido y seguro para los visitantes. El tiempo estimado de acceso desde el centro de la ciudad es de aproximadamente 15 minutos, lo que evidencia una buena conectividad. Sin embargo, se identificó una limitación importante: la ausencia de señalización de acceso, lo que dificulta la orientación de los turistas y refleja la necesidad de implementar mejoras en este aspecto para optimizar la experiencia de llegada al recurso.

b. Calidad de los servicios

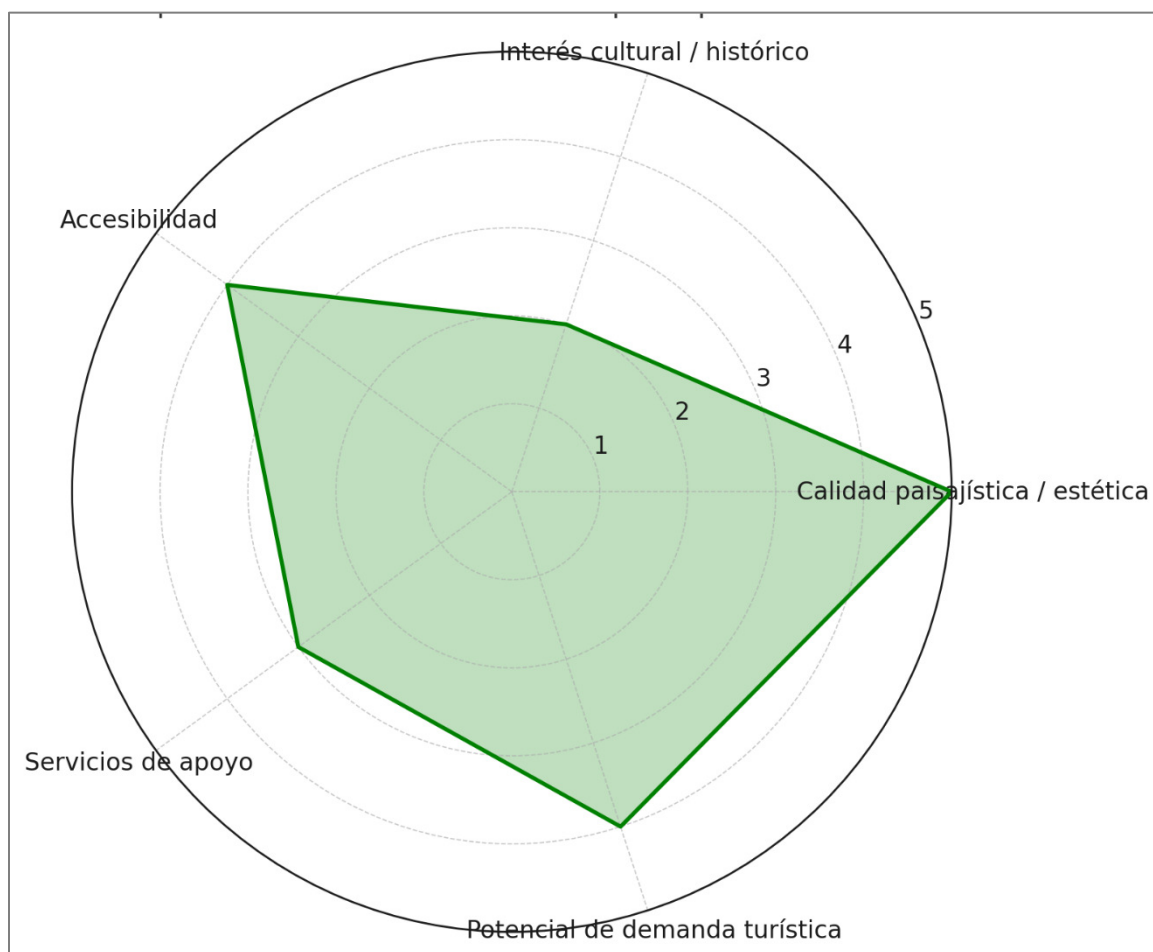
La evaluación de la calidad paisajística y estética del Parque Mirador Grau alcanzó la calificación más alta (5), lo que confirma que este recurso constituye uno de los principales atractivos visuales de Barranca. Su ubicación sobre un acantilado urbano le otorga una vista panorámica excepcional hacia el océano Pacífico, consolidándolo como un espacio de gran valor escénico. Sin embargo, el interés cultural e histórico fue calificado en un nivel bajo (2), debido a que el parque no cuenta con elementos de interpretación cultural que refuercen su atractivo más allá de lo paisajístico.

En cuanto a la accesibilidad, el recurso fue evaluado con 4 (alto), ya que las vías de acceso se encuentran en buen estado, existe transporte público disponible y el tiempo de llegada es relativamente corto. A pesar de ello, se identificó la ausencia de señalización turística, lo que representa una limitación para la orientación de los visitantes y una oportunidad de mejora para fortalecer su aprovechamiento turístico.

Respecto a los servicios de apoyo, se le otorgó una calificación de 3 (medio), destacando la presencia de infraestructura básica como servicios higiénicos, seguridad y estacionamiento. Además, el recurso cuenta con servicios básicos cercanos (agua potable, energía eléctrica, telecomunicaciones e internet), lo cual constituye una fortaleza. No obstante, se observa la carencia de señalización interpretativa, lo que reduce la experiencia educativa y cultural del visitante.

El potencial de demanda turística alcanzó una calificación de 4 (alto), gracias a su atractivo paisajístico, buena accesibilidad y servicios mínimos disponibles. Este nivel de valoración demuestra que el Parque Mirador Grau tiene condiciones para consolidarse como un recurso turístico competitivo. Sin embargo, la falta de señalización turística y de elementos culturales interpretativos limita su proyección a largo plazo, siendo necesario implementar estrategias de mejora en estos aspectos para potenciar su oferta integral.

Figura 12. Valoración de la calidad de los servicios de Parque Mirador Grau



c. Promoción

En cuanto a la promoción oficial, se constató que el Parque Mirador Grau no figura de manera destacada en las guías del MINCETUR ni en inventarios turísticos nacionales. Esta ausencia limita su posicionamiento dentro de los circuitos turísticos formales, lo que refleja

la necesidad de fortalecer su inclusión en los catálogos oficiales de recursos a fin de potenciar su proyección más allá del ámbito local.

Respecto a la promoción digital, el recurso presenta una presencia moderada. Se encuentra referenciado en plataformas como Google Maps, TripAdvisor y WordOrgs, además de aparecer en publicaciones de la Municipalidad Provincial de Barranca y en páginas de Facebook. Esta difusión contribuye a su visibilidad, especialmente entre turistas independientes y usuarios de medios digitales, aunque aún no alcanza un nivel de estrategia promocional consolidada.

En lo que corresponde a eventos y ferias de promoción, se evidenció que no existen actividades específicas relacionadas directamente con el Parque Mirador Grau. Su difusión ocurre de manera indirecta, principalmente en el marco de festividades locales o feriados, donde se incluye como parte de la oferta urbana de la ciudad. Esta condición evidencia un aprovechamiento limitado de su potencial para integrarse en campañas culturales o turísticas de mayor alcance.

Finalmente, el nivel de promoción del recurso fue evaluado como medio, dado que cuenta con cierta visibilidad digital y respaldo municipal, pero carece de estrategias sostenidas y de inclusión en catálogos oficiales de turismo. Esta situación representa una brecha que, de ser atendida, permitiría consolidar al Parque Mirador Grau como un atractivo turístico competitivo y complementario dentro de la oferta costera de Barranca.

d. Gestión institucional

En la evaluación de la gestión institucional, se identificó como principal amenaza para el Parque Mirador Grau los factores antrópicos, específicamente el vandalismo que afecta a la infraestructura y a los espacios de uso público. Esta problemática representa un riesgo directo para la conservación del recurso y para la experiencia de los visitantes, lo que resalta la necesidad de medidas de control más estrictas que garanticen su preservación.

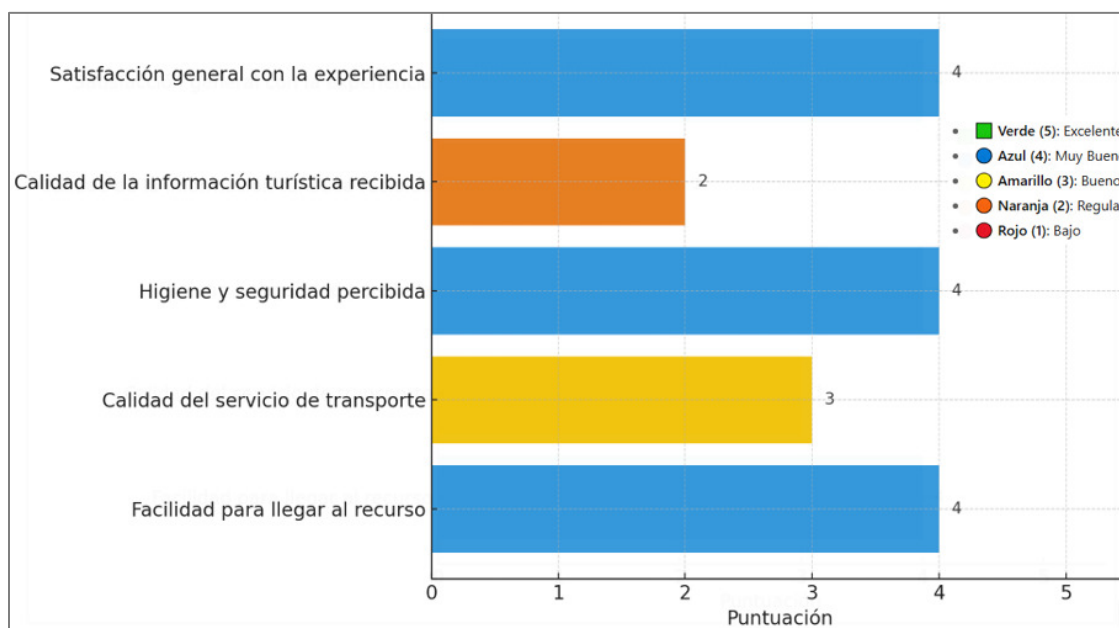
En cuanto a las medidas de protección existentes, se constató la presencia de ordenanzas municipales que regulan el uso del espacio y buscan preservar el área. La administración del recurso está a cargo de la Municipalidad Provincial de Barranca, a través de sus

dependencias relacionadas con turismo y cultura, lo que otorga un respaldo institucional para su mantenimiento. Sin embargo, estas acciones resultan aún limitadas frente a las amenazas detectadas.

Respecto a la evaluación de la experiencia turística, la facilidad para llegar al recurso fue valorada con 4 (alta), lo que refleja condiciones adecuadas de accesibilidad. La calidad del servicio de transporte obtuvo una calificación de 3 (media), mostrando que, aunque existe cobertura, aún se requiere mejorar la frecuencia y comodidad de los servicios disponibles. Asimismo, la percepción sobre higiene y seguridad alcanzó una calificación positiva de 4, lo que indica que el visitante percibe un entorno relativamente cuidado y seguro.

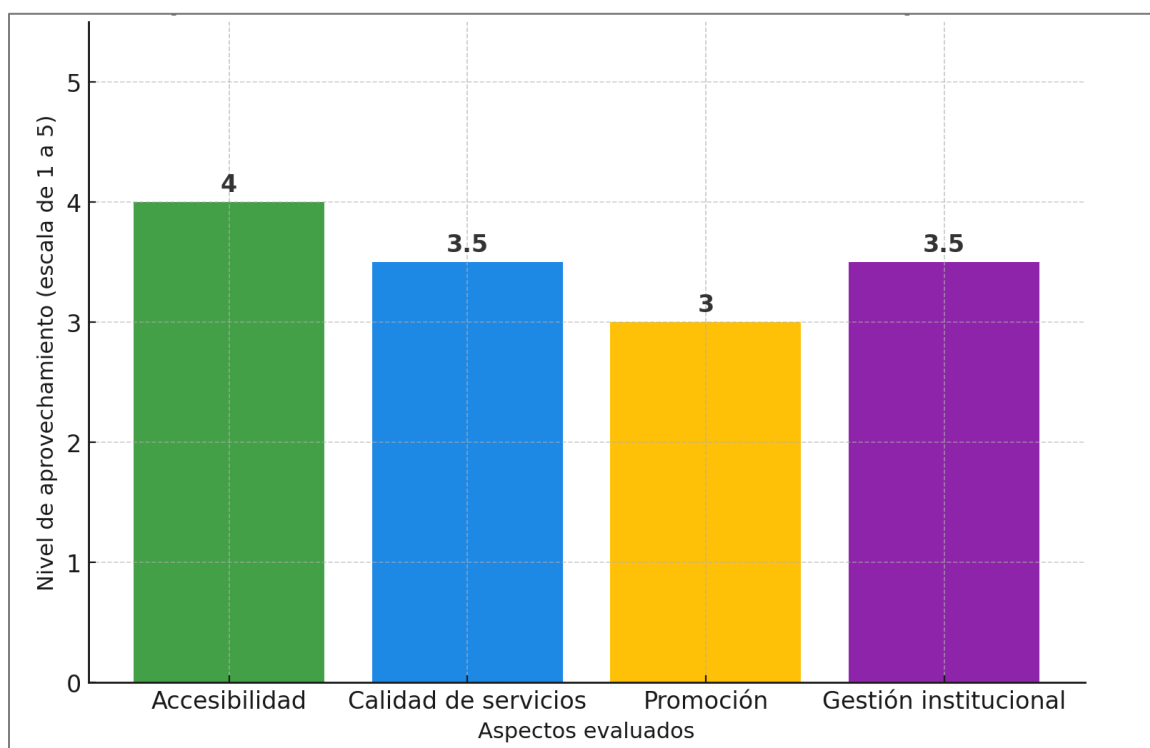
Por otro lado, la calidad de la información turística recibida se evaluó con 2 (baja), evidenciando una carencia importante de señalización y materiales interpretativos. A pesar de esta limitación, la satisfacción general con la experiencia obtuvo una calificación de 4 (alta), lo que confirma que el Parque Mirador Grau se consolida como un espacio atractivo y valorado por los visitantes. No obstante, la gestión institucional deberá reforzar los aspectos de información turística y control de amenazas para potenciar su aprovechamiento sostenible.

Figura 13. Evaluación de la experiencia del usuario en el Parque Mirado Grau



El gráfico evidencia que el Parque Mirador Grau presenta un nivel de aprovechamiento turístico moderadamente alto, destacando la accesibilidad (4) como su mayor fortaleza, gracias al buen estado de las vías y su fácil conexión desde el centro urbano. La calidad de los servicios y la gestión institucional obtienen calificaciones intermedias (3.5), lo que refleja una infraestructura básica funcional pero con oportunidades de mejora en señalización y mantenimiento. En contraste, la promoción alcanza la puntuación más baja (3), indicando una limitada difusión y posicionamiento del recurso en el ámbito turístico regional. En conjunto, los resultados muestran que el parque cuenta con un potencial competitivo que podría fortalecerse mediante estrategias de promoción sostenida y una gestión articulada orientada al turismo sostenible.

Figura 14. Resumen de nivel de aprovechamiento de los recursos turísticos del Parque Mirador Grau



El Parque Mirador Grau se posiciona como uno de los principales atractivos paisajísticos de Barranca gracias a su alta valoración estética y su ubicación privilegiada frente al océano Pacífico; sin embargo, enfrenta limitaciones en aspectos de señalización, promoción y gestión institucional. Esta situación refleja lo señalado por González (2024), quien plantea que para lograr un turismo sostenible es necesario fortalecer toda la cadena de valor turística, desde la accesibilidad y promoción hasta la preservación de los espacios. La ausencia del Mirador en los catálogos oficiales y guías del MINCETUR reduce su proyección y visibilidad dentro del mercado formal, lo que restringe su integración en circuitos competitivos. En este sentido, se requiere una estrategia de gestión articulada que permita superar las amenazas de vandalismo y potenciar su posicionamiento en el ámbito regional y nacional.

Asimismo, la experiencia del Parque Mirador Grau coincide con lo señalado por Cáceres (2025) respecto a los destinos emergentes de Ecuador: los paisajes naturales y visuales son altamente valorados por los turistas, pero el bajo nivel de servicios complementarios y la limitada promoción constituyen barreras para consolidarlos. En el caso de Barranca, el Mirador evidencia un gran atractivo visual, pero carece de elementos culturales e interpretativos que incrementen su valor turístico integral. Desde la perspectiva de Altimira y Muñoz (2007), y retomado por Monterrubio (2011), el turismo debe comprenderse como un sistema complejo donde las interacciones sociales, culturales y económicas son determinantes. Esto implica que la gestión del Parque no debe centrarse únicamente en su belleza escénica, sino en su articulación con servicios, seguridad y actividades culturales que garanticen una experiencia integral y sostenible para el visitante.

4.2.3. Plaza de Armas de Barranca

a. Accesibilidad

En lo que respecta a la accesibilidad de la Plaza de Armas de Barranca, se constató que el recurso cuenta con conexión directa mediante una carretera en buen estado, lo que garantiza un desplazamiento rápido y seguro. El tiempo estimado de acceso es de apenas 1 minuto desde el centro urbano, lo que evidencia su ubicación estratégica. Asimismo, dispone de señalización de acceso adecuada, lo que facilita la orientación de los visitantes y refuerza su condición de principal espacio público de la ciudad.

b. Calidad de los servicios

La calidad paisajística y estética de la Plaza de Armas de Barranca obtuvo una calificación de 4 (alta), destacando por su diseño urbano central y la presencia de edificaciones históricas que enmarcan el entorno. El interés cultural e histórico alcanzó también un nivel de 4 (alto), ya que la plaza constituye un espacio emblemático de la ciudad, con un importante valor simbólico como centro cívico y social donde se desarrollan actividades comunitarias y festivas.

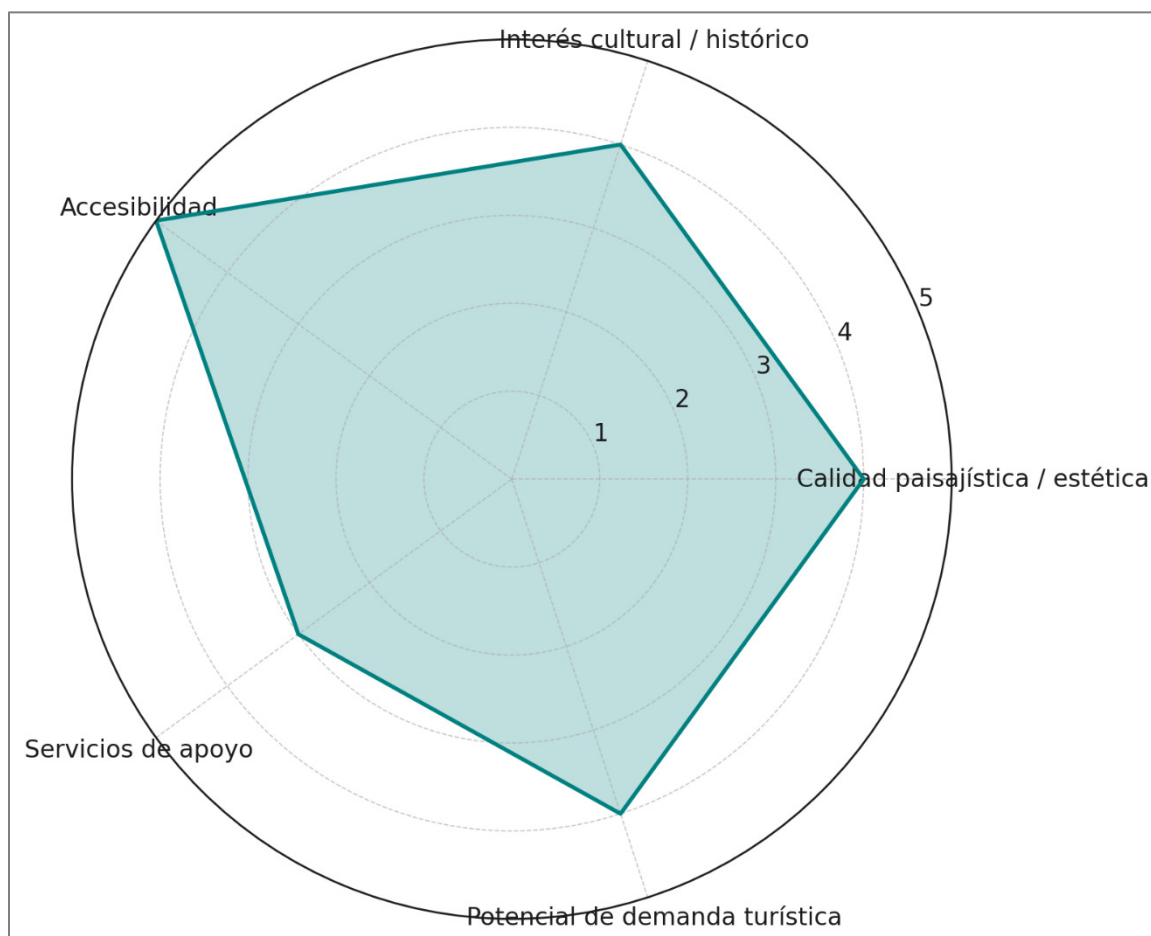
En cuanto a la accesibilidad, el recurso fue calificado con la puntuación más alta (5), debido a su ubicación estratégica en el corazón de la ciudad, la buena condición de las vías de acceso, la disponibilidad de transporte público y la señalización existente. Este aspecto convierte a la plaza en un espacio de fácil llegada tanto para residentes como para visitantes.

Respecto a los servicios de apoyo, se otorgó una valoración de 3 (media). En sus alrededores se encuentran hospedajes, restaurantes, servicios higiénicos, estacionamiento y presencia de seguridad, lo que facilita la experiencia del visitante. Además, la plaza dispone de servicios básicos cercanos como agua potable, energía eléctrica, telecomunicaciones e internet, lo cual refuerza su operatividad como recurso urbano y turístico.

El potencial de demanda turística fue evaluado en 4 (alto), sustentado en la buena accesibilidad, el valor cultural e histórico y la infraestructura básica disponible. Sin embargo, se identificó como brecha la ausencia de señalización interpretativa y material

informativo, lo que limita la posibilidad de ofrecer una experiencia más completa y educativa. Atender esta necesidad fortalecería la competitividad de la Plaza de Armas como recurso turístico central de Barranca.

Figura 15. Valoración de la calidad de los servicios de Plaza de armas de Barranca



Donde 1 = muy bajo y 5 = muy alto

c. Promoción

En lo que respecta a la promoción oficial, se constató que la Plaza de Armas de Barranca figura en algunas guías turísticas locales y provinciales, lo que le otorga un nivel básico de reconocimiento dentro del ámbito regional. Sin embargo, su presencia en catálogos turísticos de alcance nacional aún es limitada, lo que restringe su proyección a un público más amplio.

En cuanto a la promoción digital, el recurso cuenta con cierta visibilidad a través de la página oficial de la Municipalidad de Barranca en Facebook y en portales de turismo que destacan los principales atractivos de la ciudad. Esta presencia en redes sociales contribuye a su difusión entre visitantes potenciales, aunque no responde a una estrategia articulada de promoción sostenida.

En relación con los eventos de promoción, la Plaza de Armas se consolida como escenario central durante festividades cívicas, ferias culturales y actividades municipales, lo que refuerza su valor simbólico y funcional como espacio público de encuentro. Estos eventos representan una forma indirecta de promoción, ya que permiten que el recurso sea visibilizado y experimentado por un amplio público, tanto local como visitante.

El nivel de promoción de la Plaza de Armas fue evaluado como medio, dado que es reconocida en el ámbito local y provincial, pero carece de una difusión sostenida a nivel nacional. Esta situación evidencia la necesidad de diseñar campañas más estratégicas que integren la historia, el valor cultural y la importancia urbana de la plaza, con el fin de consolidarla como un atractivo turístico emblemático dentro de la oferta regional.

d. Gestión institucional

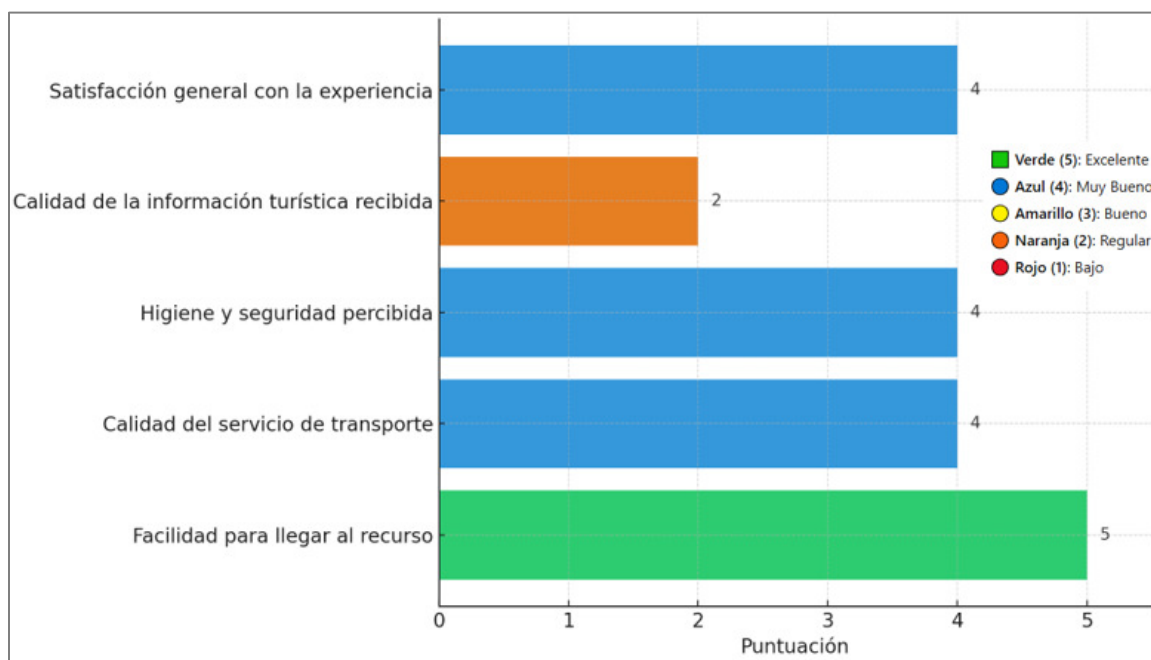
En cuanto a la gestión institucional, se identificaron amenazas de carácter antrópico que afectan el recurso, principalmente la contaminación, el vandalismo y el sobreuso del espacio durante eventos masivos. Estas situaciones generan impactos negativos en la conservación del entorno urbano y en la experiencia de los visitantes, lo que refleja la necesidad de fortalecer las acciones de control y supervisión en el área.

Respecto a las medidas de protección existentes, se constató que la Municipalidad Provincial de Barranca es la entidad responsable de la administración y mantenimiento de la Plaza de Armas. Las labores de limpieza, conservación de áreas verdes y ordenamiento del espacio público constituyen los principales esfuerzos de gestión, los cuales han permitido mantener la plaza en un estado adecuado para su uso recreativo, cultural y turístico.

En la valoración de la experiencia del visitante, la facilidad para llegar al recurso obtuvo la calificación más alta (5), debido a su ubicación céntrica y accesibilidad inmediata. La calidad del servicio de transporte fue evaluada con 4 (alta), evidenciando la disponibilidad de medios adecuados para acceder al recurso. Asimismo, la percepción de higiene y seguridad alcanzó una calificación de 4 (alta), lo que demuestra que el espacio se mantiene en condiciones aceptables para el disfrute de la población.

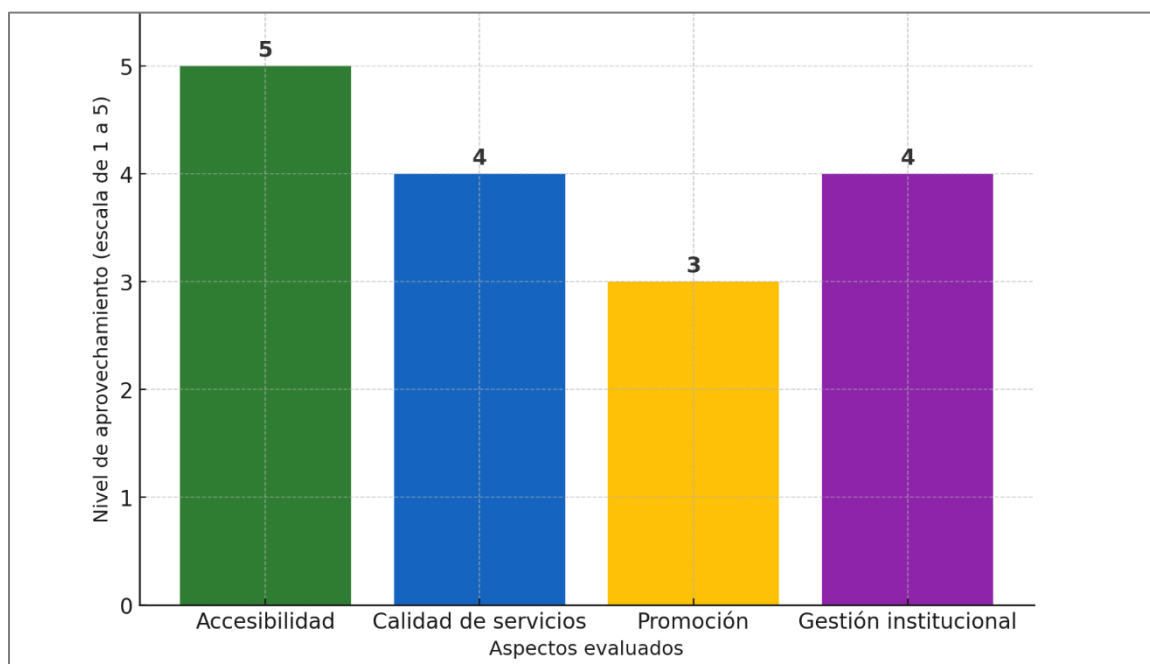
Por otro lado, la calidad de la información turística recibida fue calificada con apenas 2 (baja), lo que refleja la ausencia de señalización interpretativa y material informativo sobre el valor histórico y cultural de la plaza. A pesar de ello, la satisfacción general con la experiencia obtuvo un nivel alto (4), lo que confirma que el recurso sigue siendo uno de los principales puntos de encuentro y atractivo turístico de la ciudad. No obstante, para consolidar su gestión institucional será necesario implementar estrategias de difusión cultural y reforzar las medidas de conservación frente a las amenazas identificadas.

Figura 16. Evaluación de la experiencia del usuario de Plaza de Armas de Barranca



El gráfico muestra que la Plaza de Armas de Barranca presenta un alto nivel de aprovechamiento turístico, destacando la accesibilidad (5) como su principal fortaleza, debido a su ubicación céntrica y facilidad de llegada. Tanto la calidad de los servicios como la gestión institucional obtienen calificaciones de 4, reflejando un entorno adecuado, con infraestructura básica, mantenimiento constante y seguridad aceptable. Sin embargo, la promoción alcanza la puntuación más baja (3), evidenciando una difusión limitada a nivel nacional. En conjunto, los resultados indican que la Plaza de Armas es un recurso urbano consolidado y de alta funcionalidad, aunque requiere fortalecer su estrategia de promoción para potenciar su posicionamiento dentro del circuito turístico regional.

Figura 17. Resumen de nivel de aprovechamiento de los recursos turísticos de Plaza de Armas de Barranca



La Plaza de Armas de Barranca constituye un recurso emblemático con alta accesibilidad, valor histórico y un rol central en la vida social de la ciudad. Sin embargo, su limitada inclusión en catálogos turísticos de alcance nacional y las amenazas antrópicas como el vandalismo, la contaminación y el sobreuso reflejan una gestión que aún no garantiza su sostenibilidad. Esto coincide con lo señalado por Alfaro et al. (2022), quienes sostienen que los recursos turísticos requieren estrategias integrales que combinen marketing y sostenibilidad para potenciar su aprovechamiento a largo plazo. En el caso de la Plaza, su proyección podría fortalecerse con programas que prioricen la conservación del espacio y la articulación con actividades comunitarias, reforzando así su identidad cultural y su atractivo turístico.

Asimismo, el escenario descrito guarda relación con los planteamientos de Maffioni (2022), quien identificó que la sustentabilidad turística depende del fortalecimiento de la calidad de los espacios públicos, la coordinación entre actores y la incorporación de innovaciones que respondan a las necesidades locales. La Plaza de Armas, pese a su relevancia como núcleo urbano y social, evidencia debilidades de gestión frente a los impactos de eventos masivos, lo que refleja la necesidad de acciones preventivas y de concertación institucional. Tal como lo señalan Cooper et al. (2018) y Gambarota y Lorda

(2017), el turismo debe concebirse como un sistema complejo y sostenible que equilibre la experiencia del visitante con la preservación del patrimonio y la inclusión social. En este sentido, el fortalecimiento de la gestión de la Plaza no solo garantizaría su conservación, sino también su consolidación como un espacio competitivo dentro del turismo sostenible de Barranca.

4.2.4. Parroquia San Ildefonso

a. Accesibilidad

En lo que respecta a la accesibilidad de la Parroquia San Ildefonso, se determinó que el recurso se ubica en pleno centro de la ciudad y cuenta con conexión directa mediante una carretera en buen estado, lo que facilita un desplazamiento rápido y seguro. El tiempo estimado de acceso es de apenas 1 minuto, reforzando su cercanía y facilidad de llegada para residentes y turistas. Asimismo, dispone de señalización de acceso adecuada, lo que garantiza la correcta orientación de los visitantes y contribuye a su integración en los recorridos turísticos urbanos de Barranca.

b. Calidad de los servicios

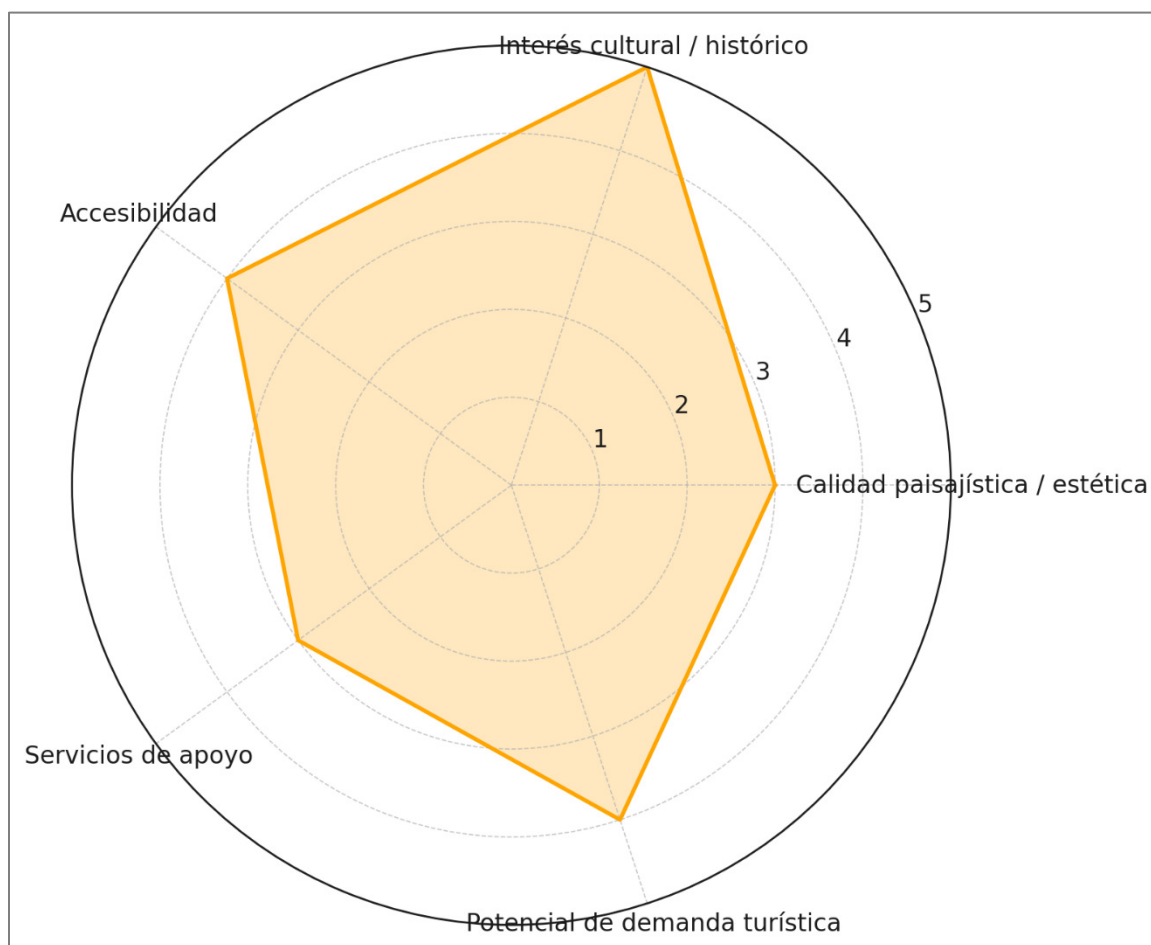
La calidad paisajística y estética de la Parroquia San Ildefonso fue evaluada con 3 (media), reflejando que, si bien el templo posee un valor arquitectónico neoclásico con influencia colonial, su entorno urbano inmediato reduce en parte su atractivo visual. En contraste, el interés cultural e histórico alcanzó la puntuación máxima (5), ya que se trata del principal templo católico de Barranca y un símbolo religioso y patrimonial de gran relevancia para la ciudad.

En relación con la accesibilidad, el recurso obtuvo una calificación de 4 (alta), debido a su ubicación céntrica, el buen estado de las vías y la disponibilidad de transporte público. Además, la señalización existente permite orientar adecuadamente a los visitantes. No obstante, se identificó la ausencia de un centro de interpretación cultural, lo que limita la comprensión más profunda de su historia y significado religioso.

Respecto a los servicios de apoyo, la parroquia fue valorada con 3 (media), considerando que en su entorno inmediato se dispone de hospedajes, restaurantes, servicios higiénicos, seguridad y estacionamiento. Asimismo, el recurso cuenta con servicios básicos cercanos como agua potable, energía eléctrica, telecomunicaciones e internet, lo cual refuerza su operatividad como atractivo turístico y religioso.

El potencial de demanda turística se calificó con 4 (alto), sustentado en su importancia histórica, cultural y religiosa, así como en la buena accesibilidad y servicios complementarios disponibles en la zona. Sin embargo, la falta de señalización cultural e interpretativa limita la posibilidad de ofrecer una experiencia turística más enriquecedora. Atender esta brecha contribuiría a consolidar a la Parroquia San Ildefonso como un recurso emblemático y competitivo dentro de la oferta patrimonial de Barranca.

Figura 18. Valoración de la calidad de los servicios de Parroquia San Ildefonso



Donde 1 = muy bajo y 5 = muy alto

c. Promoción

En cuanto a la promoción oficial, se identificó que la Parroquia San Ildefonso aparece en algunas guías locales y provinciales, lo que refleja un nivel básico de reconocimiento en el ámbito regional. Sin embargo, no figura en guías nacionales especializadas de turismo, lo que limita su posicionamiento a un público más amplio y reduce su visibilidad en el contexto turístico del país.

Respecto a la promoción digital, el recurso presenta una presencia parcial. Se menciona principalmente en la página de Facebook de la Municipalidad de Barranca, así como en algunas páginas de turismo de Lima que difunden atractivos culturales de la región. No obstante, esta presencia es limitada y carece de una estrategia sostenida de difusión en portales nacionales e internacionales que permitan ampliar su alcance.

En relación con los eventos de promoción, la parroquia adquiere protagonismo especialmente durante la festividad de San Ildefonso y en otras celebraciones religiosas que se desarrollan a lo largo del año. En estas fechas, el templo se convierte en un punto de encuentro y referencia cultural para la comunidad y los visitantes, lo que contribuye indirectamente a su difusión como recurso turístico y patrimonial.

Finalmente, el nivel de promoción fue calificado como medio, dado que cuenta con reconocimiento local y provincial, pero su difusión a nivel nacional e internacional es aún escasa. Esto evidencia la necesidad de impulsar campañas más estratégicas que resalten no solo su valor religioso, sino también su importancia histórica y arquitectónica, con el fin de consolidar a la Parroquia San Ildefonso como un atractivo cultural representativo de Barranca.

d. Gestión institucional

En el análisis de la gestión institucional, se identificaron amenazas tanto de origen natural como antrópico que afectan a la Parroquia San Ildefonso. Entre las primeras, la humedad representa un riesgo para la conservación de su estructura arquitectónica; mientras que entre las segundas destacan la contaminación, el vandalismo, la presión urbanística y el sobreuso del espacio durante festividades religiosas. Estas condiciones refuerzan la necesidad de medidas de control y conservación más eficaces.

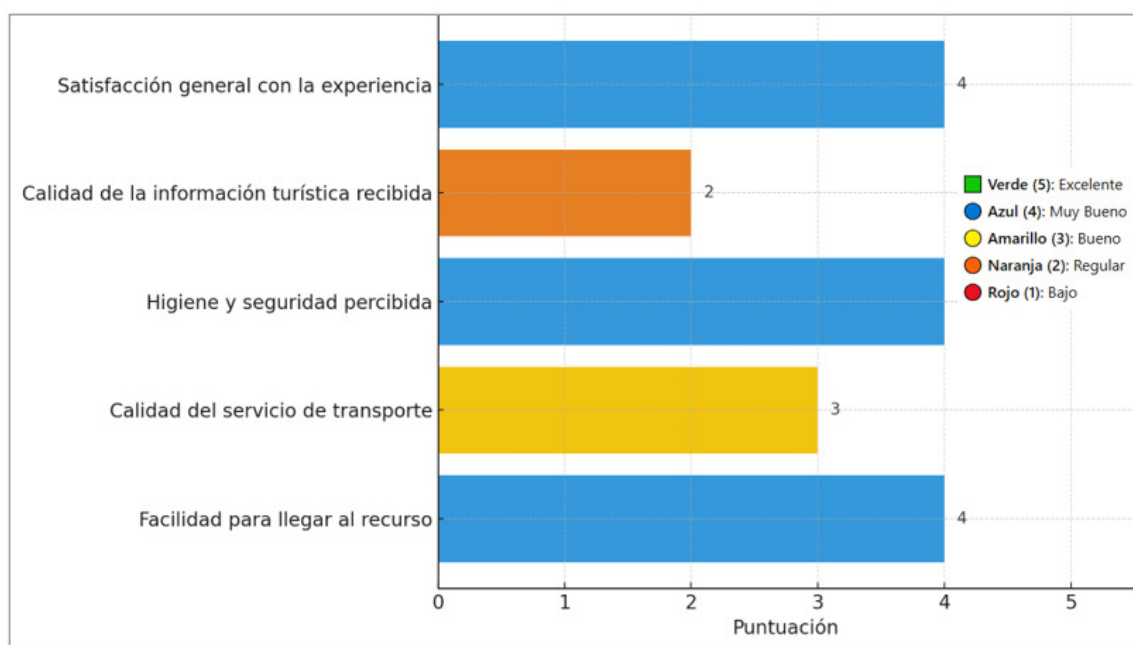
En cuanto a las medidas de protección existentes, se constató que el templo está reconocido como Patrimonio Cultural de la Ciudad, lo que le otorga un respaldo formal frente a su conservación. La administración y gestión directa recaen en la Diócesis correspondiente, que mantiene activa la función religiosa del templo, con el apoyo de la Municipalidad Provincial de Barranca, que participa en acciones complementarias de mantenimiento y ordenamiento del entorno.

Respecto a la evaluación de la experiencia turística, la facilidad para llegar al recurso obtuvo una calificación de 4 (alta), gracias a su ubicación céntrica y accesible. La calidad del servicio de transporte alcanzó una valoración de 3 (media), reflejando disponibilidad, aunque con limitaciones en comodidad y frecuencia. Por otro lado, la percepción de higiene

y seguridad fue positiva, con una puntuación de 4 (alta), lo que indica un entorno adecuado para visitantes y fieles.

La calidad de la información turística recibida fue calificada con apenas 2 (baja), evidenciando la ausencia de señalización cultural o material interpretativo que refuerce la comprensión histórica del templo. Sin embargo, la satisfacción general con la experiencia alcanzó un nivel de 4 (alta), lo que demuestra que, a pesar de las limitaciones en gestión informativa, la parroquia continúa siendo un recurso emblemático y valorado. No obstante, fortalecer la difusión cultural y reforzar las medidas de conservación será clave para asegurar su sostenibilidad turística y patrimonial.

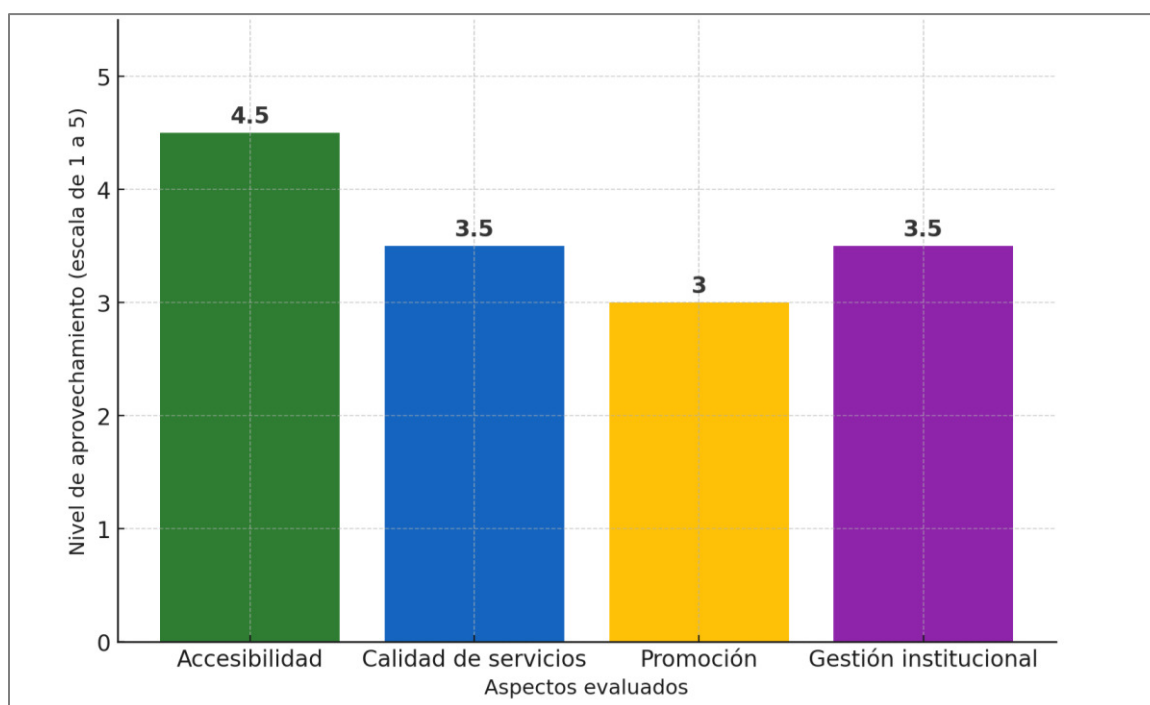
Figura 19. Evaluación de la experiencia del usuario de Parroquia San Ildefonso



El gráfico muestra que la Parroquia San Ildefonso presenta un nivel de aprovechamiento turístico favorable, destacando en accesibilidad (4.5) debido a su ubicación céntrica, buena conectividad vial y señalización adecuada. La calidad de los servicios y la gestión institucional obtienen valores de 3.5, reflejando condiciones aceptables de infraestructura y conservación, aunque con oportunidades de mejora en aspectos informativos y mantenimiento del entorno. En contraste, la promoción registra la puntuación más baja (3),

lo que evidencia una difusión limitada a nivel nacional e internacional. En conjunto, los resultados indican que la parroquia posee un alto potencial cultural y religioso que puede fortalecerse mediante una estrategia de promoción más activa y una gestión patrimonial sostenida.

Figura 20. Resumen de nivel de aprovechamiento de los recursos turísticos de Parroquia San Idelfonso



La Parroquia San Idelfonso se consolida como un recurso turístico de gran valor cultural y religioso para Barranca, dada su ubicación estratégica en el centro urbano y su alta accesibilidad. Sin embargo, su promoción se limita al ámbito local y regional, lo que reduce su proyección nacional como atractivo patrimonial. Este escenario se relaciona con lo planteado por Pillet (2015), quien afirma que el turismo transforma los territorios a través de procesos de valorización y organización. En el caso de la Parroquia, si bien su identidad religiosa y arquitectónica le otorga un fuerte valor simbólico, la falta de estrategias de difusión en guías nacionales restringe su integración en circuitos turísticos más amplios, lo que limita el alcance de su impacto en la configuración del espacio turístico de Barranca.

Por otro lado, las amenazas naturales y antrópicas que enfrenta el templo, como la humedad, el vandalismo y la presión urbanística, reflejan la necesidad de una gestión sostenible que articule conservación patrimonial y aprovechamiento turístico. En este sentido, los aportes de Guerrero (2015) y García (2000) resultan pertinentes al destacar que el turismo debe fortalecer la identidad cultural y beneficiar directamente a las comunidades locales. Asimismo, Lucas y Lucas (2024) señalan que, cuando se gestiona de manera sostenible, el turismo puede ser un catalizador de desarrollo territorial, generando oportunidades sociales y económicas. En el caso de la Parroquia San Ildefonso, su preservación y adecuada promoción permitirían no solo consolidar su valor religioso y patrimonial, sino también integrarlo como un eje central en la oferta cultural de Barranca, reforzando la autenticidad y el sentido de pertenencia de la población.

4.2.5. Playas de Barranca

a. Accesibilidad

En cuanto a la accesibilidad de las Playas de Barranca, se determinó que cuentan con conexión a través de una vía principal de carretera en buen estado, lo que permite un traslado adecuado y seguro hacia la zona costera en un tiempo aproximado de 15 minutos desde el centro urbano. Además, se constató la presencia de señalización de acceso en algunas playas, lo que facilita la orientación de los visitantes; sin embargo, este aspecto aún requiere ser reforzado de manera uniforme en todo el litoral para optimizar la experiencia turística.

b. Calidad de los servicios

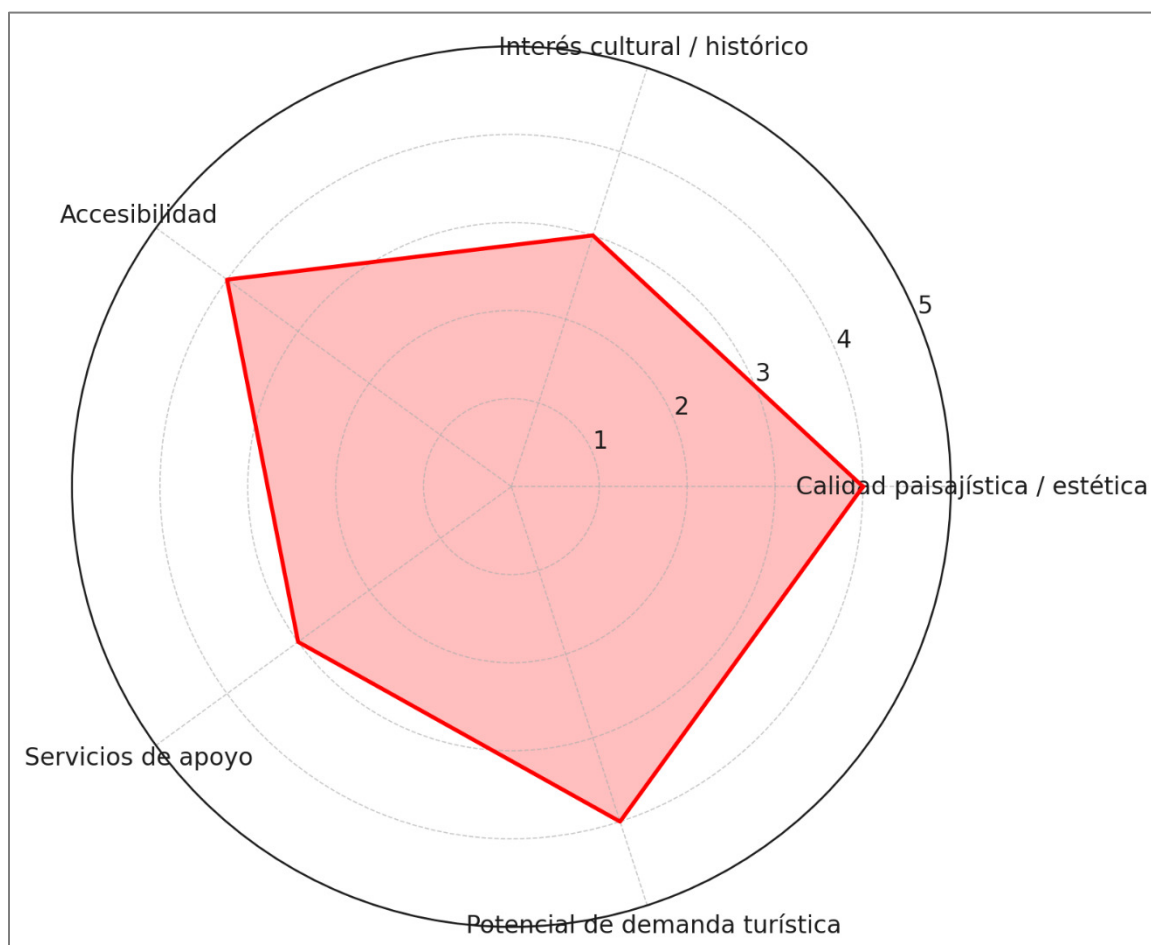
La calidad paisajística y estética de las Playas de Barranca fue evaluada con 4 (alta), destacando por sus amplias franjas de arena fina y el color azul verdoso de sus aguas, que generan un entorno atractivo para el descanso y la recreación. El interés cultural e histórico alcanzó una calificación de 3 (media), ya que, si bien las playas poseen un fuerte componente gastronómico y se relacionan con sitios arqueológicos cercanos, aún carecen de una adecuada puesta en valor que refuerce este aspecto en la experiencia del visitante.

En relación con la accesibilidad, las playas obtuvieron una calificación de 4 (alta), sustentada en el buen estado de las vías de acceso y la disponibilidad de transporte público. Sin embargo, la señalización turística se identificó como deficiente, lo que representa una limitación en la orientación de los visitantes, especialmente para quienes llegan por primera vez al destino.

Respecto a los servicios de apoyo, estos fueron calificados con 3 (media), dado que, aunque se dispone de restaurantes, hospedajes, servicios higiénicos, seguridad y estacionamiento, no todos los balnearios cuentan con una cobertura uniforme. Se identificó como brecha la falta de baños públicos adecuados en varias playas, lo que limita la comodidad de los turistas y genera un reto para la gestión del recurso.

Finalmente, el potencial de demanda turística fue valorado en 4 (alto), ya que las playas poseen condiciones naturales favorables, accesibilidad aceptable y una oferta básica de servicios que responde a la afluencia estacional de visitantes. Sin embargo, para consolidarlas como un destino competitivo y sostenible, será necesario mejorar la señalización turística, fortalecer la infraestructura de servicios públicos y garantizar un manejo integral de la oferta costera.

Figura 21. Valoración de la calidad de los servicios de Playas de Barranca



Donde 1 = muy bajo y 5 = muy alto

c. Promoción

En cuanto a la promoción oficial, se constató que las Playas de Barranca cuentan con presencia en la página oficial de Promperú y en guías de turismo de la región Lima, lo que les otorga un reconocimiento formal dentro de la oferta turística nacional. Esta inclusión contribuye a posicionarlas como uno de los principales atractivos de la provincia, aunque aún se requiere fortalecer su difusión en catálogos internacionales para ampliar su alcance.

Respecto a la promoción digital, las playas poseen una amplia visibilidad en portales como Ytuqueplanes, así como en páginas de agencias locales y regionales que difunden paquetes turísticos. Además, los usuarios las promocionan activamente en Facebook, Instagram y TikTok, lo que refuerza su atractivo entre públicos jóvenes y contribuye a su difusión a través del turismo experiencial compartido en redes sociales.

En relación con los eventos de promoción, se evidenció que durante la temporada de verano la Municipalidad organiza festivales gastronómicos y actividades culturales en el entorno de las playas, lo que incrementa su atractivo y dinamiza la economía local. Estas iniciativas fortalecen la imagen del destino como espacio de recreación y disfrute, aunque su alcance está condicionado a la estacionalidad.

Finalmente, el nivel de promoción fue evaluado como medio, dado que, si bien las playas cuentan con presencia en guías oficiales y redes sociales, su difusión se concentra de manera estacional en los meses de verano. Esto evidencia la necesidad de diseñar campañas permanentes que diversifiquen la promoción a lo largo del año, integrando el componente cultural, gastronómico y patrimonial que complementa su atractivo natural.

d. Gestión institucional

En el análisis de la gestión institucional, se identificaron amenazas de origen natural y antrópico que afectan a las Playas de Barranca. Entre las primeras, la erosión costera constituye un riesgo constante para la conservación del litoral. Entre las segundas destacan la contaminación, el crecimiento urbano desordenado y el sobreuso de las playas en temporada alta, factores que generan una presión considerable sobre el ecosistema y comprometen la calidad de la experiencia turística.

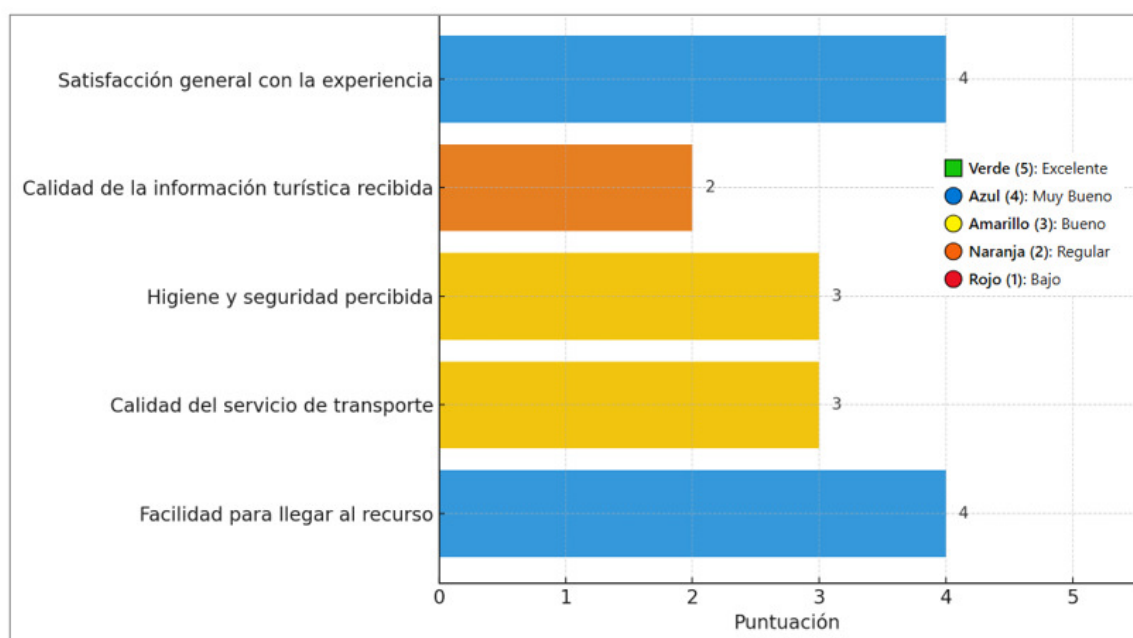
En cuanto a las medidas de protección existentes, se constató que se aplican principalmente a través de ordenanzas municipales, orientadas a regular el uso del espacio costero y el manejo de residuos sólidos. La gestión y administración del recurso está a cargo de la Municipalidad Provincial de Barranca, en coordinación con la Municipalidad Distrital de Barranca, lo que refleja un esfuerzo institucional compartido. Sin embargo, dichas acciones resultan aún limitadas frente a la magnitud de las amenazas detectadas.

En la valoración de la experiencia turística, la facilidad para llegar al recurso fue calificada con 4 (alta), gracias al buen estado de las vías y la relativa cercanía con el centro urbano. No obstante, la calidad del servicio de transporte alcanzó apenas 3 (media), lo que indica limitaciones en la cobertura y frecuencia del transporte público hacia algunas zonas de

playa. Asimismo, la percepción de higiene y seguridad obtuvo también un nivel intermedio (3), reflejando deficiencias en el control de residuos y en la vigilancia del espacio costero.

Finalmente, la calidad de la información turística recibida fue la dimensión más baja, con una calificación de 2, debido a la carencia de señalización y material interpretativo sobre las playas. A pesar de estas limitaciones, la satisfacción general con la experiencia alcanzó una calificación de 4 (alta), lo que demuestra que las playas siguen siendo uno de los principales atractivos turísticos de Barranca. No obstante, resulta fundamental reforzar la gestión institucional, priorizando acciones de conservación ambiental, control del sobreuso y mejora en la información turística para garantizar un aprovechamiento sostenible.

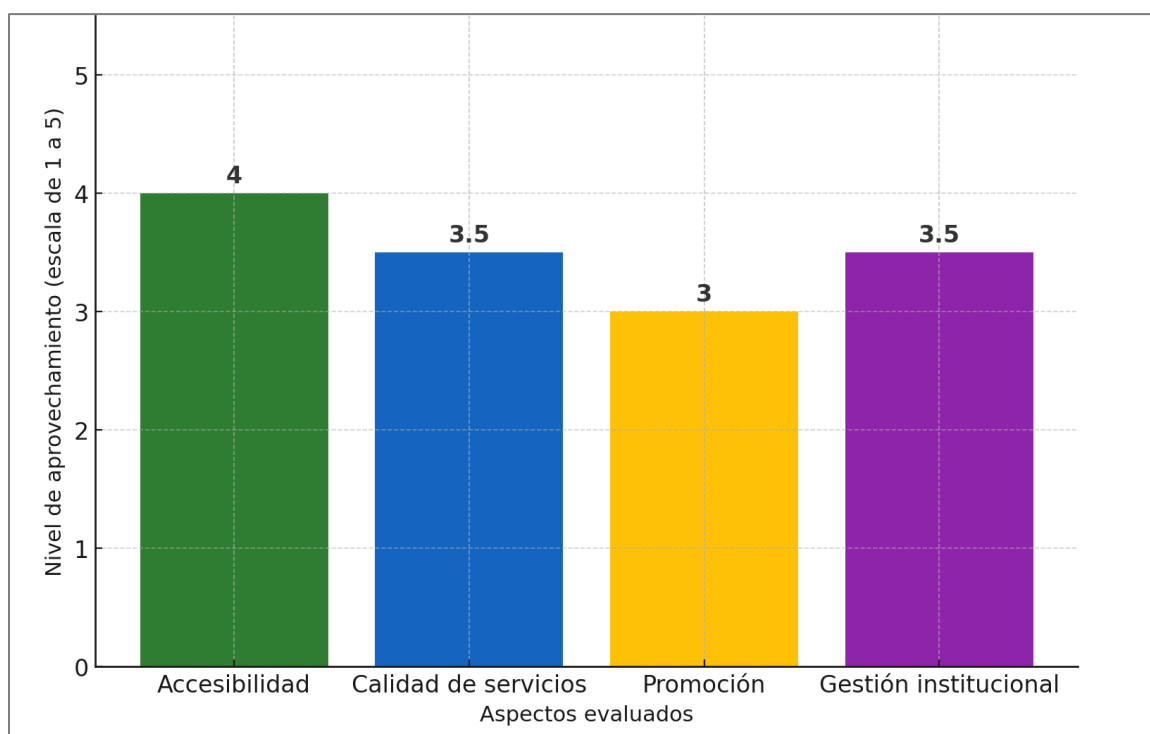
Figura 22. Evaluación de la experiencia del usuario de Playas de Barranca



El gráfico evidencia que las **Playas de Barranca** presentan un nivel de aprovechamiento turístico moderadamente alto, destacando la **accesibilidad (4)** como su principal fortaleza, sustentada en el buen estado de las vías y la facilidad de conexión desde el centro urbano. La **calidad de los servicios** y la **gestión institucional** alcanzan valores intermedios (**3.5**), lo que refleja la presencia de infraestructura básica y esfuerzos locales de mantenimiento, aunque con limitaciones en cobertura y control ambiental. Por otro lado, la **promoción**

obtiene la calificación más baja (**3**), evidenciando una difusión estacional y poco articulada. En conjunto, los resultados muestran que las playas tienen un alto potencial para consolidarse como destino turístico competitivo si se fortalecen la promoción sostenida, la gestión ambiental y la mejora de servicios complementarios.

Figura 23. Resumen de nivel de aprovechamiento de los recursos turísticos de Playas de Barranca



Las Playas de Barranca se consolidan como uno de los principales atractivos turísticos de la provincia gracias a su accesibilidad, belleza paisajística y reconocimiento formal en catálogos nacionales. Según Carvajal et al. (2018), los recursos turísticos son aquellos bienes y servicios que permiten la actividad turística y satisfacen la demanda de los visitantes; en este caso, las playas cumplen con dichos criterios al ofrecer un entorno natural atractivo y experiencias asociadas a la recreación y la gastronomía local. Asimismo, Navarro (2015) señala que los atractivos turísticos se distinguen por las cualidades que captan la atención del visitante, lo cual se evidencia en la alta valoración estética de las

playas. Sin embargo, la limitada puesta en valor de su dimensión cultural e histórica y la ausencia de estrategias que fortalezcan su proyección internacional reducen su potencial competitivo frente a otros destinos costeros del país.

Por otro lado, las amenazas identificadas, como la erosión costera, la contaminación y el sobreuso en temporada alta, demandan una gestión institucional más sólida que priorice la sostenibilidad. En línea con Ilardo (2015), el turismo sustentable debe construirse sobre una visión compartida entre actores públicos y privados, de modo que se garantice tanto la satisfacción de la población como la competitividad del destino. Asimismo, Larrosa et al. (2023) destacan que la clasificación y planificación estratégica de los recursos permiten un uso sostenible del patrimonio turístico, lo cual resulta clave para Barranca. En este sentido, la implementación de medidas de conservación costera, junto con campañas de promoción internacional y una gestión participativa, permitirían consolidar a las playas no solo como un atractivo natural, sino también como un recurso turístico sostenible y competitivo en el largo plazo.

4.3. Perspectivas de desarrollo turístico a partir de un enfoque territorial y sostenible

Los resultados muestran una estructura territorial del turismo en Barranca con claras asimetrías en la calidad de la infraestructura (Tabla 1). Dos hitos panorámicos, Cristo Redentor y Parque Mirador Grau, aparecen “deteriorados”, la Plaza de Armas se ubica en condición “regular” y dos recursos, Parroquia San Ildefonso y Playas, se encuentran “buenos”. Esta distribución indica que la experiencia turística actual se sostiene en el binomio litoral–patrimonio religioso, mientras que los miradores, pese a su alto valor paisajístico, actúan hoy como eslabones débiles del sistema.

Desde un enfoque territorial, la localización de los recursos en “buen” estado configura el eje operativo vigente de la visita (playas y templo), concentrando flujos en la franja costera y en el centro religioso. En contraste, los nodos panorámicos en mal estado interrumpen la continuidad de posibles corredores escénicos y limitan la articulación de circuitos urbanos–costeros. La Plaza de Armas en condición “regular” opera como punto de transición que aún no logra integrar de manera eficiente los distintos subespacios turísticos.

Bajo criterios de sostenibilidad, la concentración de recursos en buen estado anticipa presiones estacionales sobre las playas y el entorno inmediato del templo, con riesgos de sobrecarga ambiental y pérdida de calidad de experiencia. La falta de condiciones adecuadas en los miradores restringe la diversificación de recorridos y, por tanto, la distribución del uso del territorio; ello reduce la capacidad del destino para “dispersar” visitantes, equilibrar cargas y extender la permanencia media. En consecuencia, la mejora de los nodos hoy deteriorados aparece como palanca para descongestionar el litoral y redistribuir beneficios.

En términos de gobernanza local, la heterogeneidad observada evidencia brechas de mantenimiento e inversión pública diferenciadas por tipo de recurso y accesibilidad. La presencia municipal y las regulaciones parecen más efectivas en áreas de alta transitabilidad (playas y entorno religioso), mientras que los miradores, que suelen requerir tratamiento de accesos, seguridad y señalética, reflejan una aplicación menos consistente de estándares.

Las perspectivas de desarrollo turístico apuntan a la consolidación de un sistema de tres circuitos complementarios: litoral recreativo, histórico-religioso y panorámico-escénico. La recuperación de Cristo Redentor y Mirador Grau, junto con el afinamiento de la Plaza de Armas como “bisagra urbana”, permitiría diversificar productos, ampliar rutas de baja huella (peatonales/micro-movilidad), equilibrar el uso del territorio y elevar el gasto y la permanencia sin exceder la capacidad de carga.

Tabla 1. análisis de estado de infraestructura y físico del recurso turístico en el distrito de Barranca

Recursos turísticos	Estado de la infraestructura
1. Cristo Redentor de Barranca	Deteriorado
2. Parque Mirador Grau	Deteriorado
3. Plaza de Armas de Barranca	Regular
4. Parroquia San Ildefonso	Bueno
5. Playas de Barranca	Bueno

En el distrito de Barranca se observa que, si bien existe un plan regional de turismo alineado a las políticas de la región Lima y lineamientos de MINCETUR, a nivel local aún se carece de un plan específico y actualizado que articule de manera integral los recursos turísticos identificados. Esta ausencia limita la planificación territorial y sostenible, pues las acciones se desarrollan de manera fragmentada, respondiendo más a iniciativas municipales y comunitarias puntuales que a una estrategia consolidada de desarrollo turístico.

En cuanto al presupuesto asignado al turismo, se evidencia que los recursos son limitados y dependen en gran medida de la disponibilidad municipal y de proyectos de inversión regional. Esta restricción presupuestal repercute directamente en la conservación de recursos, la implementación de señalización turística y la mejora de servicios de apoyo. Sin una asignación financiera suficiente, los avances hacia un turismo sostenible se ven condicionados y se dificulta la ejecución de proyectos de largo plazo.

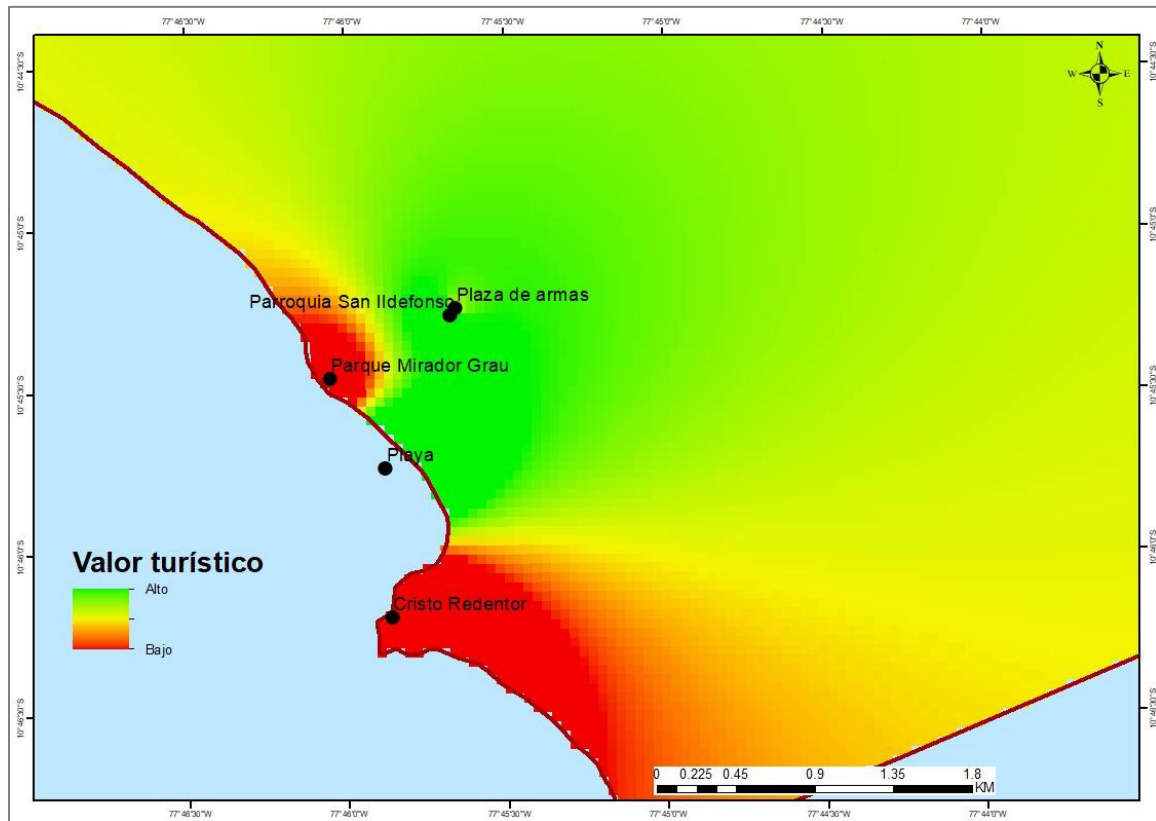
Respecto a los actores que participan en la gestión turística, se identificó la intervención de la Municipalidad Provincial de Barranca, las municipalidades distritales, la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR Lima), así como comunidades locales, asociaciones de empresarios gastronómicos y hoteleros, y colectivos culturales y ambientales. No obstante, la falta de articulación efectiva entre estos actores limita la construcción de alianzas sólidas que impulsen la gestión territorial sostenible del turismo.

Las principales limitaciones para aprovechar los recursos se relacionan con la insuficiente inversión en infraestructura turística, la falta de señalización interpretativa, la débil promoción nacional y la presión antrópica sobre recursos naturales como playas. Asimismo, el deterioro de algunos bienes, representa un riesgo para el rescate del patrimonio arquitectónico y limita el fortalecimiento del turismo cultural en la ciudad.

En cuanto a los proyectos futuros, se prevé el impulso de iniciativas municipales orientadas a la mejora del malecón y la infraestructura en playas, la organización de festivales gastronómicos y culturales, y la puesta en valor de espacios patrimoniales mediante programas de restauración y conservación. De igual modo, se plantea la promoción del Cristo Redentor como ícono de identidad local. Estos proyectos, de ser gestionados bajo un enfoque territorial y sostenible, permitirán articular los recursos urbanos y naturales,

generar mayor competitividad turística y promover un desarrollo equilibrado para la población local.

Figura 24. Valor de los recursos turísticos en Barranca



Fuente. Elaboración propia

El análisis de los recursos turísticos de Barranca evidencia que la diversidad de condiciones en infraestructura y estado físico requiere una planificación diferenciada. Según Entorno Turístico (2016), los recursos pueden clasificarse en naturales, culturales o mixtos, lo que permite ofrecer experiencias más completas al visitante. En este sentido, la gestión de atractivos como el Cristo Redentor o la Parroquia San Ildefonso debe considerar tanto su dimensión simbólica y cultural como la integración con el entorno urbano, mientras que en el caso de las playas, la estrategia debe priorizar la conservación del recurso natural frente a amenazas como la erosión costera. Esta clasificación refuerza la necesidad de adoptar una mirada territorial que articule recursos heterogéneos bajo un mismo modelo de desarrollo sostenible.

La jerarquización de los recursos se presenta como una herramienta clave para orientar la gestión. Coasaca (2023) sostiene que este proceso técnico permite asignar niveles de importancia y definir prioridades en la promoción. Aplicado a Barranca, la Plaza de Armas y el Parque Mirador Grau, con infraestructura en buen estado, representan recursos estratégicos de primer nivel; mientras que el parque mirador del Grau, por su estado físico deteriorado, requiere una intervención prioritaria. Esta visión jerárquica no solo facilita la asignación eficiente de recursos municipales, sino que también permite estructurar circuitos turísticos que combinen atractivos consolidados con otros en proceso de recuperación, incrementando la competitividad del destino.

Asimismo, la discusión sobre la autenticidad resulta central en el manejo de recursos patrimoniales. Tarco (2024) enfatiza que la autenticidad no se limita a la conservación material, sino que abarca la integridad histórica y simbólica de un bien. En la misma línea, Rico (2016) y López et al. (2020) subrayan la importancia de estrategias de interpretación que conecten cognitivamente y emocionalmente al visitante con el recurso, evitando procesos de banalización. En Barranca, esto implica que la puesta en valor de la Parroquia San Ildefonso debe priorizar la preservación de sus significados históricos y religiosos, generando experiencias auténticas que refuercen la identidad cultural de la población local.

Las perspectivas futuras deben enmarcarse en un enfoque integral de sostenibilidad. Zuccarini et al. (2022) sostienen que el potencial turístico tiene una naturaleza multidimensional que integra aspectos ambientales, socioculturales, económicos y político-institucionales. Esta idea converge con lo señalado por Ruiz et al. (2020), quienes resaltan que el turismo sostenible debe equilibrar las dimensiones económica, social, cultural y ambiental. De esta manera, proyectos como la mejora del malecón, los festivales gastronómicos y la promoción del Cristo Redentor como ícono local no solo fortalecerían la competitividad turística de Barranca, sino que también permitirían dinamizar su economía y consolidar el turismo como motor de desarrollo equilibrado, tal como lo destacan Orgaz y Moral (2016) al analizar el papel del turismo en contextos de economías emergentes.

CONCLUSIÓN

El análisis de los recursos turísticos del distrito de Barranca según su tipología, grado de conservación y atractivo, evidencia una oferta diversa que combina patrimonio cultural, natural y espacios recreativos de gran potencial. Los recursos culturales, como el Cristo Redentor, la Plaza de Armas y la Parroquia San Ildefonso, destacan por su valor histórico, arquitectónico y espiritual, constituyéndose en hitos de identidad local que requieren estrategias de conservación y puesta en valor. Por su parte, los recursos naturales, como las Playas de Barranca, junto con espacios contemporáneos como el Parque Mirador Grau, refuerzan la importancia de integrar paisajes, ecosistemas y áreas de esparcimiento en una propuesta turística sostenible. En conjunto, estos cinco recursos representan la base sobre la cual se pueden diseñar circuitos turísticos articulados, que fortalezcan la competitividad de Barranca como destino y promuevan un desarrollo equilibrado entre el aprovechamiento económico y la preservación cultural y ambiental.

El nivel de aprovechamiento de los recursos turísticos en Barranca revela un panorama de gran diversidad, en el que coexisten atractivos culturales, naturales y urbanos con distintos grados de accesibilidad, servicios, promoción y gestión institucional. Si bien recursos como el Cristo Redentor, la Plaza de Armas, la Parroquia San Ildefonso y las Playas de Barranca muestran condiciones favorables de acceso, visibilidad y potencial de demanda, sin embargo estos recursos evidencian mayores limitaciones en conservación, servicios de apoyo y promoción. Asimismo, se identificaron amenazas comunes de carácter antrópico, como contaminación, vandalismo, urbanización desordenada y sobreuso, que requieren medidas de gestión más sólidas y coordinadas entre las autoridades locales, regionales y la comunidad. Bajo un enfoque territorial y sostenible, fortalecer la infraestructura, mejorar la señalización e información turística, y promover estrategias integradas de conservación y difusión permitirá aprovechar de manera equilibrada los seis recursos, consolidando a Barranca como un destino competitivo y sostenible en el ámbito regional y nacional.

Las perspectivas de desarrollo turístico en Barranca, vistas desde un enfoque territorial y sostenible, ponen en evidencia la necesidad de equilibrar la conservación del patrimonio cultural y natural con la modernización de los servicios turísticos. La consolidación de espacios urbanos como la Plaza de Armas, la Parroquia San Ildefonso y el Parque Mirador

Grau, así como la implementación de programas de conservación en recursos naturales como las Playas de Barranca, constituyen prioridades estratégicas. De esta manera, se proyecta un modelo de desarrollo que no solo diversifique la oferta turística, sino que también genere inclusión social y beneficios económicos sostenibles, consolidando a Barranca como un destino competitivo a nivel regional y nacional.

RECOMENDACIONES

Es necesario mejorar la señalización turística, la accesibilidad y los servicios de apoyo en los principales atractivos (Cristo Redentor, Plaza de Armas, Parque Mirador Grau y Playas), asegurando una experiencia segura y de calidad para los visitantes. Asimismo, se recomienda establecer planes coordinados entre autoridades locales, regionales y la comunidad para mitigar amenazas como vandalismo, contaminación y sobreuso.

Se sugiere articular los seis recursos en circuitos culturales, naturales y recreativos que diversifiquen la oferta turística de Barranca. Estos circuitos deben incorporar actividades complementarias como festivales gastronómicos, ferias culturales y experiencias de turismo comunitario, generando beneficios económicos para la población local y promoviendo un desarrollo equilibrado entre el aprovechamiento económico y la preservación cultural y ambiental.

Referencias

- Agüí, J. (1985). Infraestructura y calidad de vida turísticas. *Estudios Turísticos*, 87, 21-38. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2206822>
- Aguirre, A. (2024). *La ciencia de datos aplicada al marketing como palanca fundamental de transformación en la gestión de los destinos turísticos inteligentes* [Tesis de grado, Universidad de Cádiz]. <https://rodin.uca.es/handle/10498/32215>
- Alfaro, A. M., Rojas, M. & García, M. L. (2022). *Desarrollo de un plan turístico local: Caso Mayapo*. Universidad de La Guajira. <https://repositoryinst.uniguajira.edu.co/entities/publication/090fb241-08b1-47ac-ad02-b8a8dc3dec7a/full>
- Altamirano, V., Túñez, J., & Valarezo, K. (2016). Promoción turística 2.0. Análisis de las redes sociales de los gobiernos iberoamericanos. *Opción*, 32(9), 32-53. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31048482002>
- Altimira, R., & Muñoz, X. (2007). El turismo como motor de crecimiento económico. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2267966.pdf>
- Alvarez, R. (1987). Jerarquización de los recursos turísticos: algunas iniciativas públicas. *Estudios Turísticos*, (94), 77–100. <https://doi.org/10.61520/et.941987.553>
- Álvarez, R., & Valdés, L. (2016). Selección e indicadores para la evaluación del desarrollo sostenible de un destino turístico. Aplicación al municipio de Gijón. *ROTUR. Revista de Ocio y Turismo*, 11(1), 12–21. <https://doi.org/10.17979/rotur.2016.11.1.1777>
- Alves, C., & Barcellos, R. (2019). Hospitalidad, emociones y experiencias en los servicios turísticos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 28(2), 290-311. https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322019000200003&script=sci_arttext
- Amaya, C. M., Sosa, A. P., & Moncada, P. (2017). Determinantes de competitividad turística en destinos de sol y playa mexicanos. *Región y sociedad*, 29(68). <https://regionysociedad.colson.edu.mx/index.php/rys/article/view/205>
- Andrade, J., García, J., González, D., Hernández, S., Martínez, M., Villafuerte, J., & Morales, B. (2021). Gestión de recursos naturales y culturales para el diseño de experiencias turísticas. *JÓVENES EN LA CIENCIA*, 10. <https://www.jovenesenlaciencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/3384>

- Angeles, L. (2015). *Turismo rural como factor de desarrollo en las comunidades de Nuevo Durango y Tres Reyes en el municipio de Lázaro Cárdenas, Quintana Roo, México* [Tesis de posgrado, Universidad de Buenos Aires]. http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/econ/collection/tpos/document/1502-0338_AngelesRojasL
- Arévalo, J. M. (2010). El patrimonio como representación colectiva: La intangibilidad de los bienes culturales. *Gaceta de Antropología*, 26(1). https://www.ugr.es/~pwlac/G26_19Javier_Marcos_Arevalo.html?affid=b521622dc42
- Arnandis, R. (2017). *La adaptación al uso turístico de los recursos culturales. Una propuesta de evaluación para una comprensión más equilibrada de la actividad turística*. [Trabajo de grado de Doctor, Universitat de Valencia]. <https://roderic.uv.es/items/4f3e1f3c-c07c-439e-8a39-fl6b3b70de37>
- Auquilla, A. (2023). *Plan estratégico de turismo para la parroquia el Altar, Cantón Penipe, Chimborazo* [Tesis de grado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]. <https://dspace.esPOCH.edu.ec/items/3fe6f3cb-3a51-4fd4-8bd9-63816e2b9129>
- Ayllón, S. (2021). *Gestión de la calidad turística* [Monografía de Pregrado, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle]. <https://repositorio.une.edu.pe/entities/publication/2047e436-3802-433b-bebf-9dcae8ebb2aa>
- Ayón, G., Álvarez, A., Zambrano, S., & Vélez, J. (2021). La calidad del servicio hotelero y su incidencia en la satisfacción al cliente en la zona urbana del cantón Portoviejo. *RECIAMUC*, 5(2), 366-381. <https://mail.reciamuc.com/index.php/RECIAMUC/article/view/675>
- Bassan, C. E. (2018). Destinos emergentes en la Argentina: algunas claves para su planificación y desarrollo turístico sostenible. *Realidad, Tendencias Y Desafíos En Turismo (CONDET)*, 16(2), 10-24. <https://revele.uncoma.edu.ar/index.php/condet/article/view/2015>
- Bernal, M. I. (2011). Territorialidad nasa en Bogotá: apropiación, percepción y sentido de lugar. *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 21(1), 83-98. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/rcg/article/view/30695/3676>
- Bertoncello, R. (2002). Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. *Aportes y Transferencias*, 6(2), 29-50. <https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/259/>

- Blancas, F. J., Lozano, M., González, M., Guerrero, F., & Caballero, R. (2010). Indicadores sintéticos de turismo sostenible. *Revista electrónica de comunicaciones y trabajos de ASEPUMA*, 11, 83–102. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3674366>
- Blanco, A., Calderón, Y., & Yepes, E. (2025). Turismo Gastronómico y Sostenibilidad. Imagen del Destino para la Identidad Cultural. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 9(3), 2863-2876. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/17908>
- Blanco, G., & Font, M. (2022). Concepto de servicio de calidad en la gestión hotelera. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 27(97), 212–228. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890626>
- Boullón, R. C. (2006). Espacio turístico y desarrollo sustentable. *Aportes y Transferencias*, 10(2), 17-24. <https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/319/>
- Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 411–421. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.580586>
- Brida, J., Riaño, E. y Zapata, S. (2012). Percepciones de los residentes acerca de los impactos del turismo de cruceros en la comunidad: un análisis factorial y de clústeres. *Cuadernos de Turismo*, (29), 79-107. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/153311>
- Bromley, B. (2021). *Gestión turística municipal para impulsar el desarrollo sostenible en el distrito de Pimentel* [Tesis de pregrado, Universidad Señor del Sipán]. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/8296>
- Buitrago, J., & Valencia C. (2025). Turismo regenerativo en el contexto de los alojamientos rurales de la ciudad de Pereira: un enfoque en la comunidad y el medio ambiente [Trabajo de Grado, Universidad Tecnológica de Pereira]. <https://hdl.handle.net/11059/16249>
- Bumbila, B. & Garcés, R. (2023). Turismo en el espacio rural con enfoque de género: principios para llevar a cabo proyectos de autodesarrollo comunitario. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 25(2), 523-542. <https://doi.org/10.36390/telos252.19>
- Cabrer, B., Szmulewicz, P., García, G., Gutiérrez, C., & Sancho, A. (2010). El turismo sostenible, un reto para los destinos. Estudio comparativo para destinos emergentes

- de la región de Los Ríos en el sur de Chile. *Aportes Y Transferencias*, 14(2), 49-60.
<https://eco.mdp.edu.ar/revistas/index.php/aportes/article/view/504>
- Cáceres, M. J. (2025). *Análisis del desarrollo turístico del Ecuador: oportunidades y desafíos* [Trabajo de titulación, Universidad Politécnica Salesiana].
<https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/30317>
- Calero, Á., Vicente, T., & Sánchez, R. (2024). Accesibilidad de la información sobre accesibilidad: Percepciones de las personas con discapacidad sobre los servicios turísticos. *Cuadernos de Turismo*, (53), 43–68.
<https://doi.org/10.6018/turismo.616231>
- Camacho, E., Carrillo, A., Rioja, T., & Espinoza, E. (2016). Indicadores de sostenibilidad para el ecoturismo en México: estado actual. *LiminaR*, 14(1), 156-168.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-80272016000100011&lng=es&tlng=es
- Camacho, O. (2013). *Diseño de información en la señalización de espacios naturales: pautas de estilo* [Tesis doctoral, Universidad de Granada].
<https://digibug.ugr.es/handle/10481/24444>
- Campillo, C., & Martínez-S, A. (2019). La estrategia de marketing turístico de los Sitios Patrimonio Mundial a través de los eventos 2.0. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(2), 425–451.
<https://www.redalyc.org/journal/881/88165873015/html/>
- Cancan, C. Y., Cerdan, C. B., & Llallire, P. M. (2024). *Factores determinantes en la demanda del turismo receptivo en el Perú (2004-2023)* [Tesis de Licenciatura, Universidad ESAN] <https://repositorio.esan.edu.pe/items/26763220-406c-4354-b4cd-98768ecebfe2>
- Canelón, A. (2009). Comunicación integral de marca: Apalancando el concepto de desarrollo territorial a partir de las herramientas de branding. *Comunicación: estudios venezolanos de comunicación*, (148), 46–53.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3384383>
- Cañada, E. (2010). *Turismo en Centroamérica: Un diagnóstico para el debate*. Alba Sud Editorial.
https://www.researchgate.net/publication/311677812_Ernest_Canada_coord_2010_Turismo_en_Centroamerica_nuevo_escenario_de_conflictividad_Managua_Enlace_Editorial

- Carballo, R., Carballo, M., León, C., & Moreno, S. (2021). La percepción del riesgo y su implicación en la gestión y promoción de los destinos turísticos: El efecto moderador del destino. *Cuadernos de Turismo*, (47), 23–36. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/473991>
- Cardoso, D., Collado, L. Y., Pérez, I., & Rodríguez, M. (2019). Análisis de la gestión de turismo rural en función del desarrollo local. *Cooperativismo y Desarrollo*, 7(1), 54–63. <https://coodes.upr.edu.cu/index.php/coodes/article/view/212>
- Cardoso, J., Farías, K., & Machado, P. (2021). Turismo cultural y sostenibilidad turística: Mapeo del desempeño científico desde Web of Science. *Turismo y Sociedad*, 28, 95–113. Universidad Externado de Colombia. <https://www.redalyc.org/journal/5762/576267205005/html/>
- Carvajal, G. & Lemoine, F. (2018). Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente. *El periplo sustentable*, (34), 164-184. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362018000100164&lng=es&tlng=es
- Castaño, V., & Valencia, A. (2016). El papel del transporte en el desarrollo de la actividad turística: un análisis bibliométrico. *Revista Geográfica Venezolana*, 57(2), 280-295. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=347750606007>
- Castillo, E., Martínez, F., & Vázquez, E. (2015). El turismo en Ecuador: Nuevas tendencias en el turismo sostenible y contribución al crecimiento económico. *Revista Galega de Economía*, 24(2), 69–88. <https://www.usc.es/econo/RGE/Vol24/rge2426.pdf>
- Castillo, L; & Sánchez, J. (2023). *Evaluación del potencial turístico para fortalecer económica y turísticamente la productividad y competitividad de la comuna Juan Pío Montúfar perteneciente al cantón Loreto* [Tesis de grado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]. <https://dspace.esPOCH.edu.ec/items/deec6e79-f248-4f59-9236-b9f74f3359ec>
- Castro, A., & Urbano, M. (2024) *Estrategias de inversión digital para personas naturales a partir de los riesgos presentes en las operaciones* [Tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. <https://repository.ucc.edu.co/entities/publication/1e771099-7f49-4b72-93a0-128e41c65411>
- Celi, A., Cortes, T. F., Hurtado, C. E., Pacheco, C. A. (2021). *Análisis de los cinco pilares para el desarrollo del Turismo rural comunitario en Alis, Carania y Laraos* [Tesis de Magister, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <https://repositorio.pucp.edu.pe/items/abbacc67-fea3-4ed2-819b-b640c31c36a2>

- Chumpitaz, E. (2023). *Regeneración urbana del malecón costero, optimizando las funciones de recreación saludable y turismo litoral del balneario del distrito de Barranca, Perú* [Tesis para título profesional, Universidad Continental]. <https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/13126>
- Coasaca, W., & Rivera, E. (2023). Evaluación y jerarquización de Recursos Turísticos. *Antropología Andina*, 5(1). <https://doi.org/10.59159/2022/340>
- Conforti, M. E., & Mariano, C. I. (2013). Comunicar y gestionar el patrimonio arqueológico. *Arqueología*, 19(2), 347-362. <http://revistascientificas2.filo.uba.ar/index.php/Arqueologia/article/view/1781>
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2018). *Tourism: Principles and practice* (6th ed.). Pearson Education. https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781292172392_A31710026/preview-9781292172392_A31710026.pdf
- Cordero, J. C. (2017). Propuesta de un sistema de indicadores de sostenibilidad turística para destinos urbanos. *Ara: Revista De Investigación En Turismo*, 7(1), 41–51. <https://doi.org/10.1344/ara.v7i1.20025>
- Cruz, E., Briones, A., & Pacheco, Mirna. (2015). Intervención estatal, turismo y desarrollo local en el ejido de Chacchoben, Quintana Roo, México. *Agricultura, sociedad y desarrollo*, 12(1), 35-57. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-54722015000100003&script=sci_arttext
- Cruz, E., Ruiz, E. M., & Zamarreño, G. (2017). Marca territorio y marca ciudad, utilidad en el ámbito del turismo: El caso de Málaga. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(2), 155–174. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6132936>
- Cruz, L. (2022). Integración turística en centros históricos: adaptaciones de uso por tipo de vialidad. *Cuadernos de Vivienda y Urbanismo*, 15, 22. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cvyu/article/view/35919>
- Cruz, L., & Aguilar, P. (2024). Factores de resiliencia turística en pueblos mágicos: El caso de Talpa de Allende, Mascota y Sebastián del Oeste, Jalisco. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(3), 6281–6296. <https://latam.redilat.org/index.php/lt/article/view/2072>
- Daza, J. (2013). Análisis de la medición de calidad en los servicios hoteleros. *Criterio Libre*, 11(19), 263–280. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6676007>

- Delgado, A.; & López, J. (2009). *Elaboración de un manual que permite determinar indicadores para la medición de la presión en centros turísticos de playa en el Ecuador: caso Salinas* [Tesis de Grado, Escuela Superior Politécnica del Litoral]. <https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/38904>
- Díaz, H., & Ruiz, A. (2023). Diseño de marcas territoriales en España. *Revista Científica de Investigación y Desarrollo en Diseño*, 18, 1. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9256402>
- Díaz, P., Garay, L., Gomis, J., González, F., Morales, S., & Wilson, J. (2022). El turismo frente al reto de la transformación. *Oikonomics: Revista de economía, empresa y sociedad*, (17), 1–11. <https://oikonomics.uoc.edu/divulgacio/oikonomics/es/numero17/dossier/pdiaz.html>
- Dilas, D. Y. (2019). *Turismo rural comunitario en la comunidad de Acopalca, Huari, Ancash, 2019* [Tesis de grado, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/47304>
- Domínguez, T., Fraiz, J. A., & Alén, M. E. (2011). Turismo y accesibilidad: Una visión global sobre la situación de España. *Cuadernos de Turismo*, (28), 23–45. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/147151>
- Echeverri, A., & Vieira, J. (2022). Tendencias en la investigación del turismo sostenible en Latinoamérica y el Caribe: un análisis bibliométrico. *Revista Universidad Y Empresa*, 24(42), 1–30. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.11131>
- Encina, C. G. (2021). *Análisis a los patrones espaciales de valoración patrimonial desde la comunidad local en siete barrios tradicionales de la comuna de Santiago* [Memoria para título profesional, Universidad de Chile]. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/183796>
- Entornoturistico.com. (2016). ¿Qué son los recursos turísticos y cómo se clasifican?. <https://www.entornoturistico.com/los-recursos-turisticos-se-clasifican/>
- Fernández, M. (2006). Cultura, memoria y patrimonio cultural inmueble: su valoración, conservación y sostenibilidad integral. *Revista de la Universidad de La Salle*, 1(41), 73–78. <https://revistauls.lasalle.edu.co/article/view/2682>
- Fernández, M. (2009). Turismo accesible: Análisis de la accesibilidad. Entelequia. *Revista Interdisciplinar*, (9), 212–229. <https://rodin.uca.es/handle/10498/32166>

- Ferrari, M; & Paterlini, O. (2013). La conservación de la autenticidad y la integridad del paisaje cultural como bases de los procesos de gestión. *Instituto Andalúz de Patrimonio Histórico. Junta de Andalucía; Revista PH* 84, 86-107. <https://www.iaph.es/revistaph/index.php/revistaph/article/view/3407>
- Flores, J. R. (2024). *Propuesta socioambiental para el desarrollo de turismo sustentable: región Río Hondo, Quintana Roo, México*. [Tesis doctoral, Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo]. <https://risisbi.uqroo.mx/items/4a12bfe4-d215-402c-bc63-9aece48c0aff>
- Fuente, D. (2025). La Importancia del Proceso Administrativo en el Turismo: Cómo la Gestión Estratégica Influye en las Decisiones de los Viajeros. *Estudios Y Perspectivas Revista Científica Y Académica*, 5(1), 3568–3590. <https://estudiosyperspectivas.org/index.php/EstudiosyPerspectivas/article/view/1069>
- Gabriel, E. N. (2019). El turismo en espacio rural: un análisis de la potencialidad del distrito de Lachaqui, provincia de Canta de la región de Lima, Perú. *Espacio Y Desarrollo*, (34), 117-137. <https://doi.org/10.18800/espacioydesarrollo.201902.005>
- Gambarota, D. M., & Lorda, M. A. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*, 58(2), 346–359. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=347753793006>
- García, A. (1970). Clasificación de los recursos turísticos. *Investigaciones Geográficas*, 1(3). <https://doi.org/10.14350/rig.58846>
- García, A.K., Serrano, R., Osorio, M. & López, E. (2015). Percepción de la comunidad en torno al turismo como factor de desarrollo local. Caso San Pedro Tultepec, México. *Turismo y Sociedad*. 16, (jun. 2015), 43–65. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/4433>
- García, B. A., Muñoz, A., & González, M. R. (2025). Formación en turismo accesible e inclusivo y calidad del destino. *Revista Española de Discapacidad*, 13(1), 173-197. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10273861>
- García, N. (2000). *La globalización: ¿productora de culturas híbridas?*. III Congreso Latinoamericano de la Asociación Internacional para el Estudio de la Música Popular (IASPM-AL). <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/161303>
- García, N. (2024). La innovación del modelo de negocio sostenible en los emprendimientos turísticos ecuatorianos: una revisión sistemática de la literatura. *Región y sociedad*, 36, 1855. <https://regionysociedad.colson.edu.mx/index.php/rys/article/view/1855>

- Gattoni, P. (2025). *Evaluación de sustentabilidad sobre la base de indicadores en agroecosistemas de las comunidades de Baldes del Rosario y La Buena Esperanza (departamento de Valle Fértil, San Juan) desde una perspectiva agroecológica* [Tesis de grado, Universidad Nacional de San Juan]. <http://huru.unsj.edu.ar/handle/123456789/487>
- Gibaja, R., Abarca, R., Palomino, T., & Díaz, J. (2022). Gestión participativa y desarrollo sostenible como bases del turismo rural en la Región del Cusco. *Investigación & Desarrollo*, 32(1), 68–95. <https://www.redalyc.org/journal/268/26878603003/>
- Gómez, A. I. (2024). *Análisis de la imagen proyectada y percibida de los destinos turísticos accesibles en la era digital* [Tesis doctoral, Universidade da Coruña]. <https://ruc.udc.es/entities/publication/66ca52eb-b5cf-4f5c-98f9-432f0824f983>
- González, J. (2024). *Propuesta de estrategias de mejora a la sostenibilidad para el sector turismo en Guatemala a través del análisis de la cadena de valor* [Tesis para optar al grado de licenciado, Universidad del Valle de Guatemala]. <https://repositorio.uvg.edu.gt/xmlui/handle/123456789/5651>
- González, R., & Mendieta, M. (2009). Reflexiones sobre la conceptualización de la receptividad de destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo*, (23), 111–128. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/70201>
- Grünewald, L. A. (2012). La seguridad en el marco de la competitividad de los destinos turísticos. *Revista de ciencias sociales*, 4(21), 141-158. <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/1545>
- Guerrero, R. (2015). La construcción de una identidad cultural y el desarrollo del turismo en México. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(5), 1019-1036. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2015.13.070>
- Gurría, M. (1991). *Introducción al turismo*. Editorial Trillas. <https://dspace.itsjapon.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/298/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-Manuel-G.-Di-Bella-PDF.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hall, C. M. (2008). *Tourism planning: Policies, processes and relationships* (2nd ed.). Pearson. <https://dokumen.pub/tourism-planning-policies-processes-and-relationships-2nd-ed-9780132046527-0132046520-9781408250020-1408250020.html>
- Hernández, S. J. (2021). *El turismo en la era digital: Las aplicaciones móviles como herramienta de innovación* [Trabajo final de práctica profesional, Universidad Nacional de San Martín]. <https://ri.unsamedu.ar/handle/123456789/1497>

- Huaricancha, A. & Huaman, M. (2024). *Marketing en redes sociales para promover el turismo sostenible en el distrito de Pachacamac – 2024* [Tesis para optar al grado de licenciado, Universidad Autónoma del Perú]. <https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/3613>
- Ibáñez, R. M., (2011). Diagnóstico de la calidad y competitividad del sector turístico en México. *Cuadernos de Turismo*, (28), 121-143. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39821278007>
- Ilardo, J. A. (2015). *Turismo y desarrollo sostenible: Experiencias de calidad en los territorios* [Trabajo Final Integrador, Universidad Nacional de Quilmes]. <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/179>
- Infantes, X. M. (2020). *Marketing turístico y turismo sostenible en la provincia de Barranca, 2020* [Tesis para optar al grado de licenciado, Universidad Alas Peruanas]. <https://hdl.handle.net/20.500.12990/10831>
- Ivars, J. A., Solsona, F. J., & Giner, D. (2016). Gestión turística y TIC: el nuevo enfoque de los destinos inteligentes. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62(2), 327-346. <https://rua.ua.es/entities/publication/5b411697-ef1d-4642-be78-aab3eeecb616>
- Jiménez, P., & Aquino, F. K. (2012). Propuestas de un modelo de competitividad de destinos turísticos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(4), 977-995. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180724056010>
- Lane, B., & Kastenholtz, E. (2015). Rural tourism: the evolution of practice and research approaches – towards a new generation concept? *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8–9), 1133–1156. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1083997>
- Lares, N., Fernández, A., Gutiérrez, I., & Díaz, M. (2025). Modelo metodológico participativo para el diseño de productos turísticos agroecológicos sostenibles en los llanos. Barinas, Venezuela. *Revista Ciencia Y Tecnología El Higo*, 15(1), 64–84. <https://doi.org/10.5377/elhigo.v15i1.20565>
- Larrosa, R., Amat, X., & Cortés, C. (2023). Aproximación conceptual a las tipologías turísticas. Propuesta de clasificación. *Cuadernos de Turismo*, (51), 51–77. <https://doi.org/10.6018/turismo.571461>
- Leal, M. P. (2011). La diversificación del destino turístico a través del turismo gastronómico: El caso de Vilanova i la Geltrú (Barcelona). *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(1), 15–24. <https://www.pasosonline.org/Publicados/9111/PASOS23.pdf#page=23>

Ley General de Turismo, Ley N.º 29408. (2009, 18 de setiembre). Diario Oficial El Peruano.

https://diariooficial.elperuano.pe/Normas/obtenerDocumento?idNorma=70004&utm_source=

Llanos, L. (2010). El concepto del territorio y la investigación en las ciencias sociales. *Agricultura, sociedad y desarrollo*, 7(3), 207-220.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-54722010000300001&lng=es&tlng=es

López, Á., & Marín, G. (2010). Turismo, capitalismo y producción de lo exótico: Una perspectiva crítica para el estudio de la mercantilización del espacio y la cultura. *Relaciones. Estudios de Historia y Sociedad*, 31(123).
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-39292010000300008&lng=es&nrm=iso&tlng=es

López, F., Torres, A., Elorrieta, B., Font, X., & Serrano, D. (2018). Turismo y sostenibilidad: el uso de indicadores para la gestión sostenible de destinos turísticos en la provincia de Barcelona. *Polígonos. Revista de Geografía*, (30), 195–215.
<https://doi.org/10.18002/pol.v0i30.5691>

López, F., Torres, A., Font, X., & Serrano, D. (2018). La gestión de destinos turísticos a partir de indicadores: El proyecto de la provincia de Barcelona. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (79), 1–40.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6554915>

López, L. (2024). *Turismo accesible. Análisis de la accesibilidad de los recursos turísticos en el destino Villa Gesell, Provincia de Buenos Aires, Argentina* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Quilmes].
<https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/4497>

López, M., Tejedor, A., & Linares, M. (2020). El paisaje como vector estratégico para la gestión integral del patrimonio. Una observación desde el marco español. *Erph_ Revista electrónica De Patrimonio Histórico*, (27), 164–184.
<https://doi.org/10.30827/e-rph.v0i27.17905>

Lovato, S., Acosta, M; & Montes, M. (2018). La gestión administrativa del turismo sostenible en áreas marinas protegidas y la influencia de los grupos de interés. *Revista Espacios*, 31(44), 21. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n44/18394421.html>

Lucas, A., & Lucas, V. (2024). *Patrimonio Cultural Como Desarrollo Local en Manta, año 2023* [Proyecto de investigación, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí].
<https://repositorio.uleam.edu.ec/handle/123456789/5516>

- Machaca, N. M. (2021). *La gestión del turismo comunitario campesino e indígena. Prácticas y políticas públicas en el Estado Plurinacional de Bolivia* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Mar del Plata]. <https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/3534/>
- Maffioni, J. (2022). *Análisis de las interrelaciones del sector turístico, sinergias y capacidades del territorio y proyección del escenario futuro. El caso de Miramar, Buenos Aires, Argentina* [Tesis de Doctorado, Universidad Nacional del Sur]. <https://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/6480>
- Mamani, W. (2021). Fomento turístico municipal en el desarrollo económico del distrito de Ilabaya – Jorge Basadre – Tacna. *Waynarroque. Revista de Ciencias Sociales Aplicadas*, 1(1), 23-32. <https://reclimatol.eu/wp-content/uploads/2023/07/Articulo-CS23-Agustin.pdf>
- Martín, J. (2011). Potencial turístico de los recursos naturales de los espacios rurales de Extremadura. *Revista de Estudios Económicos y Empresariales*, 23, 93-122. <https://dehesa.unex.es/entities/publication/e5da7eee-efce-4a72-95f0-fcff748f0f15>
- Martínez, R, P. (2025). La construcción social de los territorios turísticos.: El caso de Pucón en la región de la Araucanía. *Revista Geográfica Del Sur*, 5(7), 63-76. <https://revistas.udec.cl/index.php/geograficadelsur/article/view/19214>
- Mazaro, R. M., & Varzin, G. (2008). Modelos de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *Revista de Administração Contemporânea*, 12(3), 789–809. <https://www.scielo.br/j/rac/a/QP7YxJrNqkcLLMfZ3h8m68H/?lang=es>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). (2024). Resolución Ministerial N°355-2024. https://transparencia.mincetur.gob.pe/documentos/newweb/portals/0/transparencia/pmi/RM_355-2024-MINCETUR.pdf
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). (2024). Resolución Ministerial N°355-2024. https://transparencia.mincetur.gob.pe/documentos/newweb/portals/0/transparencia/pmi/RM_355-2024-MINCETUR.pdf
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). (2024). Resolución Ministerial N°355-2024. https://transparencia.mincetur.gob.pe/documentos/newweb/portals/0/transparencia/pmi/RM_355-2024-MINCETUR.pdf

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2016). Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR 2025. <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/22123-plan-estrategico-nacional-de-turismo-del-peru-pentur>
- Molano, O. L. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista opera*, (7), 69-84. <https://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>
- Molina, J. F., Tarí, J. J., López, M. D., Pereira, J., Pertusa, E. M. ., & Antón López, A. I. (2022). Los destinos turísticos inteligentes y la sostenibilidad. *Revista De Estudios Empresariales*, 2, 51-71. <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/REE/article/view/7041>
- Monsalvo, M. E. (2005). *Turismo accesible: Análisis de la accesibilidad hotelera en la provincia de Cádiz* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de La Plata]. <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/139771>
- Monterrubio, J. C. (2011). *Turismo y Cambio Socio-cultural, una perspectiva Conceptual*. Plaza y Valdés Editores. https://www.researchgate.net/publication/329001395_Turismo_y_cambio_sociocultural_Una_perspectiva_conceptual
- Moral, M., Fernández, M. T., & Sánchez, M. J. (2019). Análisis del turismo rural y de la sostenibilidad de los alojamientos rurales. *Revista Espacios*, 40(1), 3. <https://rodin.uca.es/bitstream/handle/10498/29835/turismo%20rural.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Morillo, M, C. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación *Visión Gerencial*, 1, 135-158. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545890011>
- Muñiz, N., & Cervantes, M. (2010). Marketing de ciudades y Place Branding. *Pecunia: revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, (1), 123–149. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3315254>
- Narváez, M., Fernández, G., & Carmen, G. (2018). Participación de las Comunidades Organizadas en el Desarrollo Turístico Local (Paraguaná – Venezuela). *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(81), 106-120. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29055767007>
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo*, (35), 335–357. <https://doi.org/10.6018/turismo.35.221641>

- Navarro, M., Vázquez, V., Van't Hooft, A., & Reyes, J. A. (2019). Participación comunitaria y turismo alternativo en zonas indígenas en el contexto mexicano: cuatro estudios de caso. *El Periplo Sustentable*, (36), 7–33. <https://www.redalyc.org/journal/1934/193467104001/html/>
- Núñez, M. (2012). Turismo accesible, turismo para todos. *Autonomía Personal*, (7), 26–35. <http://riberdis.cedid.es/handle/11181/3978>
- Oehmichen, C., Aveleyra, Alberto., & Escalona, C. (2021). Los guías de turistas en México: Intermediación cultural y condición laboral. *Anales de antropología*, 55(1), 115-129. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-62212021000100115
- Olcina, J., & Morote, Á. (2023). Cambio climático y Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): adaptación y enseñanza como retos principales en el ámbito mediterráneo. *Finisterra*, 58(122), 39-61. <https://rua.ua.es/entities/publication/bf496edb-d9d0-4f3d-a165-86b3c37332e4>
- OMT. (2022). *UNWTO Connects Tourism and Culture in Nigeria*. <https://www.unwto.org/news/unwto-connects-tourism-and-culture-in-nigeria>
- Organización Mundial del Turismo (OMT), & Basque Culinary Center. (2019). *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico de la OMT y el Basque Culinary Center*. <https://www.unwto.org/es/press-release/2019-05-13/guia-para-el-desarrollo-del-turismo-gastronomico-de-la-omt-y-el-basque-culi>
- Organización Mundial del Turismo. (1995). *Recomendaciones sobre estadísticas de turismo*. <https://unstats.un.org/unsd/statcom/doc00/m83-s.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (2020). *Tourism and rural development*. <https://www.unwto.org/world-tourism-day-2020/tourism-and-rural-development-technical-note>
- Orgaz, F., & Moral, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El periplo sustentable*, (31), 00008. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000200008&lng=es&tlng=es.
- Ortega, E., Rodríguez, B., & Lévy, J. (2008). Percepción de los servicios en el sector hotelero. Un análisis internacional. *Cuadernos de Turismo*, (21), 113–134. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/25011>

- Pacheco G., & Henríquez, C. (2016). El turismo de base comunitaria y los procesos de gobernanza en la Comuna de Panguipulli, sur de Chile. *Biblioteca Centro Humedales Río Cruces*. <https://biblioteca.cehum.org/handle/123456789/381>
- Panadero, M., Navarrete, G., & Jover, F. J. (2002). Turismo en espacios naturales: oportunidades en el corredor biológico mesoamericano. *Cuadernos de Turismo*, (10), 69–84. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/21861>
- Paniagua, A. (2014). *Modelo de comunicación estratégica para la gestión de las marcas territorio* [Tesis doctoral, Universidad Pontificia de Salamanca]. <https://produccioncientifica.usal.es/documentos/5d2692ae2999520f11b9d10c>
- Pariante, E., Chávez, J., & Reynel, C. (2016). Evaluación del potencial turístico del distrito de Huarango - San Ignacio, Cajamarca-Perú. *Ecología Aplicada*, 15(1), 37-46. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1726-22162016000100005&lng=es&tlng=es
- Pascarella, R., & Fontes, J. (2010). Competitividad de los destinos turísticos: modelo de evaluación basado en las capacidades dinámicas y sus implicancias en las políticas públicas. *Estudios y perspectivas en turismo*, 19(1), 1-17. https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322010000100001&script=sci_arttext&tlng=pt
- Pillet, F. (2015). Del espacio geográfico al turismo como uso y disfrute del territorio comarcal: una reflexión teórica desde España. *Revista de geografía Norte Grande*, (62), 185-201. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-34022015000300011>
- Pineda, A., Sojos, G., & Calle, M. (2019). Análisis del Sistema Turístico de la Parroquia Casacay, Pasaje, Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 15(2), 162-169. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-235X2019000200162&script=sci_arttext
- Pino, N. (2018). La actualización de la preparación del guía de turismo para la interpretación del patrimonio. *Killkana Sociales: Revista de Investigación Científica*, 2(4), 63-68. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6799317>
- Prats, L. (1998). El concepto de patrimonio cultural. *Política y Sociedad*, 40(1), 63–76. <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/78242/4564456558641>
- Pulido, J. I. (2004). Criterios para la reorientación medioambiental de la política turística española. *Revista Electrónica*, 7. <https://www.uv.es/~qpe/revista/num7/pulido7>

- Quijada, M. (2000). Nación y territorio: la dimensión simbólica del espacio en la construcción nacional argentina. Siglo XIX. *Revista De Indias*, 60(219), 373–394. <https://revistadeindias.revistas.csic.es/index.php/revistadeindias/article/view/511>
- Quiroga Martínez, R. (2009). *Guía metodológica para desarrollar indicadores ambientales y de desarrollo sostenible en países de América Latina y el Caribe*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). <https://bvearmb.do/handle/123456789/4284>
- Ramos, A. (2020). *Gestión turística municipal y el turismo sostenible en el distrito de San Antonio, Cañete* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú] <https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/1310>
- Ramos, N. (2020). El uso de estrategias de marketing digital para la promoción turística de las comunidades autónomas españolas. *aDResearch ESIC International Journal of Communication Research*, 21(21), 28–47. <https://revistasinvestigacion.esic.edu/adresearch/index.php/adresearch/article/view/131/288>
- Raza, D., & Acosta, J. (2023). Turismo comunitario y desarrollo local: El caso de Yunguilla en Ecuador. *Sathiri*, 18(1), 200–218. <https://doi.org/10.32645/13906925.1199>
- Reyes, Ó., Vázquez, V., Reyes, H., Nicolás, M., & Rivera, J. G. (2012). Potencial turístico de la región Huasteca del estado de San Luis Potosí, México. *Economía, Sociedad y Territorio*, 12(38), 249–275. <https://pdfs.semanticscholar.org/668c/df97f14cfb3dfb598d8589c6d49b7ab22de0.pdf>
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1447677018300755>
- Rico, E. (2016). La correspondencia entre la construcción de experiencias auténticas y la interpretación del patrimonio. Reflexiones desde la autenticidad existencial. *PASOS*, 14(2), 495–508. https://www.pasosonline.org/Publicados/14216/PS216_13.pdf
- Rivas, J., & Magadán, M. (2007). Los indicadores de sostenibilidad en el turismo. *Revista de Economía, Sociedad, Turismo y Medio Ambiente*, (6), 27–61.

<https://elprincipalisimo.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/10/los-indicadores-de-sostenibilidad-en-el-turismo.pdf>

- Rivera, M., & Rodríguez, L. (2012). *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario*. Universidad de Córdoba, Cátedra Intercultural. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=525510>
- Rivera, S., & Rodríguez, C. (2016). El turismo electrónico como impulsor de la competitividad y desarrollo económico en los países latinoamericanos: caso Guatemala. *14th LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education, and Technology: Engineering Innovations for Global Sustainability*, 1–3. <https://doi.org/10.18687/LACCEI2016.1.1.311>
- Roig, F. (2014). Análisis de frecuentación del turismo náutico-recreativo del medio marino de la isla de Menorca. Consecuencias ambientales de su falta de regulación. *Cuadernos Geográficos*, 33, 61–73. <https://revistaseug.ugr.es/index.php/cuadgeo/article/view/1911>
- Rubio, L. (2021). *El mosaico del turismo accesible: Diagnóstico de impulsos y frenos a la accesibilidad en los destinos turísticos desde la perspectiva de las partes interesadas* [Tesis doctoral, Universidad de Alicante]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=303314>
- Ruiz, A., Villar, L., & Ávila, J. (2020). Revisión Teórica sobre la innovación en el desarrollo del turismo sostenible y su influencia socioambiental. *ECA Sinergia*, 11(1), 133–143. https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v11i1.2103
- Ruiz, E. (2011). Social-ecological resilience and community-based tourism: An approach from Agua Blanca, Ecuador. *Tourism Management*, 32(3), 655–666. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517710001056>
- Salgado, Y., García, M., & Martínez, M. (2025). Agendas de investigación, gestión del conocimiento e innovación territorial en Nicaragua: estrategias para el cumplimiento de las políticas públicas. *Wani*, (82). <https://doi.org/10.5377/wani.v41i82.20260>
- Salinas, J. L. (2022). *Estrategias de marketing y su incidencia en el desarrollo turístico de la Región Lima, 2022* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/11011>
- Sánchez, J. M., Sánchez, M., & Rengifo, J. (2013). La evaluación del potencial para el desarrollo del turismo rural. Aplicación metodológica sobre la provincia de Cáceres. *GeoFocus*, 13(1), 99-130. <https://dehesa.unex.es/entities/publication/b0d8a875-2d04-48a7-b166-87fdaab372c6>

- Sánchez, M. (2023). Herramientas de planificación para el diagnóstico de destinos turísticos emergentes, caso San Antonio – Tolima, Colombia. *Ara: Revista De Investigación En Turismo*, 12(1), 128–148. <https://doi.org/10.1344/ara.v12i1.41203>
- Sánchez, Y., Santa, S., Enríquez D., Santos, O., & Marqués, M. (2022). Contribución a la gestión de accesibilidad y movilidad en servicios asociados al turismo. *Revista San Gregorio*, (50), 183–200. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8649948>
- Scheyvens, R. (2002). *Tourism for development: Empowering communities*. Pearson Education. https://www.researchgate.net/publication/275342741_Tourism_for_Development_Empowering_Communities
- Sobrino, E. (2019). *El desarrollo del turismo en espacios rurales: estudio y análisis del potencial ecoturístico como alternativa de desarrollo en el distrito de Pomabamba, departamento de Ancash* [Tesis para título profesional, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <https://tesis.pucp.edu.pe/items/51cf00a8-8d30-4d07-af3a-f7fbfa10581f>
- Soler, S., Hernández, E., & García, R. (2023). La gestión interpretativa integral. una nueva perspectiva de empleo en el patrimonio histórico cultural y natural (PHCN). *Universidad Y Sociedad*, 15(1), 542–552. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/3802>
- Soria, E., Mariño, J. L., Díaz, F., Parra, D., & González, Y. I. (2023). Modelo sintético para estandarizar el índice de potencial turístico: un enfoque basado en el concepto de distancia. *Revista De Métodos Cuantitativos Para La Economía Y La Empresa*, 36, 1–30. <https://doi.org/10.46661/rev.metodoscuant.econ.empresa.7447>
- Sotelo, J. A., Tolón, A., & Lastra, X. (2011). Indicadores por y para el desarrollo sostenible, un estudio de caso. *Estudios Geográficos*, 72(271), 611–654. <https://doi.org/10.3989/estgeogr.201124>
- Suárez, A. Y. (2024). Turismo Comunitario Y Sostenible: Una Revisión De Iniciativas Exitosas En Países En Desarrollo. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(5), 8469-8494. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5.14253
- Tarco, O. R. (2024). *Valoración del patrimonio arqueológico dentro de la Asociación Pro-Vivienda Kary Grande* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco]. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/RUNS_bf56a6e49419fb250d2e9507ed1175ad/Details

- Tigselema, R., Villarreal, I., Yanez, K., & Ricit, P. (2019). El manejo de residuos dentro del contexto de turismo sostenible en empresas de alojamiento de Puerto Quito, Ecuador. *Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*, (13), 62–75. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7172513>
- Tomalá, J. (2024). *El turismo comunitario como alternativa de desarrollo sostenible para la comuna Ayangue* [Trabajo de titulación, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. <https://repositorio.upse.edu.ec/items/88e97d0d-e90d-441d-bece-39f275b00205>
- Toro, G., Galán, M. L., Pico, L. A., Rozo, E., & Suescún, H. (2015). La planificación turística desde el enfoque de la competitividad: Caso Colombia. *Turismo y Sociedad*, 16, 131-185. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576261186003>
- UNIR. (2024). Tipos de patrimonio cultural: tangible e intangible. <https://www.unir.net/revista/humanidades/tipos-patrimonio-cultural/>
- Valenzuela, M. E. (2015). La estrategia de marca-ciudad en la función de turismo. *El Periplo Sustentable: Revista de Turismo, Desarrollo y Competitividad*, (28), 59–80. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5026246>
- Vargas, A. (2025). *El turismo indígena experiencial como estrategia para la puesta en valor del patrimonio cultural inmaterial lafkenche en la costa de La Araucanía, Chile*. [Tesis doctoral, Universidad de Córdoba]. <https://helvia.uco.es/xmlui/handle/10396/32649>
- Varisco, C. (2008). *Desarrollo turístico y desarrollo local: la competitividad de los destinos turísticos de sol y playa* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Mar del Plata]. <https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/550/>
- Vejsbjerg, L. (2012). La importancia científica en la selección de atractivos turísticos patrimoniales: una visión desde la espacialidad social. *Scripta Nova*, 433, 1-26. <http://rid.unrn.edu.ar:8080/handle/20.500.12049/2731>
- Velasco, M., de la Calle Vaquero, M., & Pulido, J. I. (2013). *Turismo cultural*. Editorial Síntesis. <https://biblioteca.uazuay.edu.ec/buscar/item/85252>
- Veliz, G. J. (2025). *Recursos naturales y su influencia en el turismo en el anegado* [Proyecto de investigación, Universidad Estatal del sur de Manabí]. <https://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/7545>

- Vendramini, A. (2018). *Evaluación de la potencialidad turística y percepción del residente en la Comarca del Colorado*. [Tesis de Grado, Universidad Nacional del Sur]. <http://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/4122>
- Villena, T., Bravo, Y., Cristobal, I., Soto, S., & Calderón, J. (2025). La gestión municipal del turismo y su incidencia en el desarrollo sostenible: el caso del turismo en Huánuco. *Tecnohumanismo*, 5(1). <https://tecnohumanismo.online/index.php/tecnohumanismo/article/view/399>
- Zambrano, M. (2024). *Promoción turística para impulsar el desarrollo local de Agua Dulce - Jipijapa* [Proyecto de investigación, Universidad Estatal del Sur de Manabí]. <https://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/6381>
- Zamora, A., & Cruz, G., (2020). Competitividad del sistema turístico de las ciudades mexicanas patrimonio mundial. *Revista de El Colegio de San Luis*, 10(21), 00029. <https://doi.org/10.21696/rcl102120201219>
- Zuccarini, L., Speake, M., & Pérez, M. (2022). Evaluación de potencialidad turística como herramienta de planificación estratégica en pequeños destinos. *Revista Universitaria de Geografía*, 31(2), 47–76. https://www.researchgate.net/publication/368390625_Evaluacion_de_potencialidad_turistica_como_herramienta_de_planificacion_estrategica_en_pequenos_destinos_Caso_de_General_Acha_La_Pampa
- Zúñiga, L., & Pérez, L. (2013). Los recursos contruidos de valor patrimonial en un modelo de gestión ambiental urbana. *EURE*, 39(117), 69-90. <https://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612013000200004>

Anexos

Anexo 1. Matriz de consistencia

Planteamiento del problema	Problemas	Objetivos	Categorías	Subcategorías	Metodología
¿Cómo se configuran el territorio, los recursos turísticos y su nivel de aprovechamiento	General ¿Qué recursos turísticos existen en el distrito de Barranca y cómo se clasifican según su tipología, categoría y características?	General Analizar el potencial turístico para orientar el desarrollo turístico desde un enfoque territorial en el distrito de Barranca.	Categoría 01 Territorio turístico	Recursos culturales	• Tipo: Cualitativo y cuantitativo • Diseño: no experimental y transversal • Población y muestra: recursos turísticos, visitantes, autoridades
				Recursos naturales	
				Infraestructura y accesibilidad	

Planteamiento del problema	Problemas	Objetivos	Categorías	Subcategorías	Metodología
en el distrito de Barranca?	Específico 01 ¿Qué recursos turísticos existen en el distrito de Barranca y cómo se clasifican según su tipología, categoría y características?	Específico 01 Identificar los recursos turísticos según su tipología, categoría y características			locales y actores sociales vinculados con el turismo • Entrevistas en profundidad • Ficha de observación directa • Registros fotográficos • Análisis documental
	Específico 02 ¿Cuál es el nivel de aprovechamiento actual de los recursos turísticos del distrito de Barranca?	Específico 02 Evaluar el nivel de aprovechamiento de los recursos turísticos identificados	Categoría 02 Perspectivas de desarrollo turístico	Conservación y puesta en valor	
				Estrategias de promoción y marketing territorial	

Planteamiento del problema	Problemas	Objetivos	Categorías	Subcategorías	Metodología
	Específico 03 ¿Qué perspectivas de desarrollo turístico pueden formularse desde un enfoque territorial para fortalecer la actividad turística en el distrito de Barranca?	Específico 03 Formular perspectivas de desarrollo turístico a partir de un enfoque territorial		Participación comunitaria	

Anexo 2. Ficha de trabajo de campo

Investigación: "Análisis del territorio, potencial y perspectivas de desarrollo turístico del distrito de Barranca".

I. Datos generales

- Nombre del recurso turístico: CRISTO REDENTOR DE BARRANCA
- Tipo: ☐ Natural ☒ Cultural material ☐ Cultural inmaterial ☐ Mixto
- Subtipo / categoría: (playa, sitio arqueológico, gastronomía, festividad, etc.) Monumento religioso
- Distrito / Centro poblado: Distrito de Barranca
- Ubicación geográfica: Cerro Colorado, Barranca
 - Coordenadas (Lat / Long): 10° 45' 33" S / 77° 46' 39" O
 - Altitud (msnm): 30 msnm
- Accesibilidad:
 - Vía principal: ☒ carretera ☐ trocha ☐ sendero ☐ marítima ☐ fluvial
 - Estado de vía: ☒ bueno ☐ regular ☐ malo
 - Tiempo de acceso (minutos): 15 minutos
 - Señalización de acceso: ☒ sí ☐ no / observaciones: se recomienda reforzar la señalización

II. Características del Recurso

- Descripción breve: El Cristo Redentor de Barranca es un monumento religioso donde se aprecia una vista panorámica de la ciudad, las playas y el mar de Barranca. La estatua representa a Cristo con los brazos abiertos en señal de protección y paz.
- Singularidad: (¿qué lo diferencia de otros?) Se distingue por ser uno de los pocos monumentos de la costa norte de Lima que combina valor religioso con atractivo paisajístico.
- Autenticidad: (grado de conservación original) El monumento se conserva en buen estado, con mantenimiento periódico.
- Temporalidad: (permanente / estacional) se puede visitar durante todo el año
- Entorno inmediato: (ej. urbano, rural, natural, intervenido) al estar en el cerro Colorado, rodeado de zonas urbanas en expansión y con acentuado desarrollo turístico.
- Fotografía adjunta: ☒ sí ☐ no

III. Infraestructura y Servicios de Apoyo

- Servicios básicos cercanos:
 - ☒ Agua potable ☒ Energía eléctrica ☒ Telecomunicaciones ☒ Internet todos
- Infraestructura turística:
 - ☒ Restaurantes ☒ Hospedaje ☐ Servicios higiénicos ☒ Guías locales
 - ☐ Centro de interpretación ☒ Seguridad ☒ Estacionamiento
- Estado de la infraestructura: (☐ bueno ☒ regular ☐ deficiente)
- Observaciones: cuenta con facilidades por su ubicación urbana, pero no hay sanitarios en la cima

IV. Conservación y Gestión

- Estado físico del recurso: (☒ bueno ☐ regular ☐ deteriorado)
- Amenazas identificadas:
 - ☒ Naturales (erosión, humedad, plagas, etc.)
 - ☒ Antrópicas (contaminación, vandalismo, urbanización, sobreuso)
- Medidas de protección existentes: (ordenanzas, normas, comunidad organizada).....
- Entidad responsable / administrador: Municipalidad Provincial de Barranca - Área de Turismo y Cultura.

V. Valoración del Atractivo

(usar escala 1-5, donde 1 = muy bajo y 5 = muy alto)

- Calidad paisajística / estética: [1 2 3 4 5]
- Interés cultural / histórico: [1 2 4 5]
- Accesibilidad: [1 2 3 4 5]
- Servicios de apoyo: [1 2 4 5]
- Potencial de demanda turística: [1 2 3 4 5]

VI. Registro de Observación

- Nombre del observador:
- Fecha de visita:
- Condiciones climáticas del día:
- Notas complementarias:

B. Guía de verificación

1. Guía de verificación (lista de cotejo en campo):

- Estado de vías y accesos: ~~bueno~~/regular/malo.
- Transporte público disponible: sí/no.
- Señalización turística: ~~sí~~/no/deficiente.
- Servicios básicos (agua, electricidad, internet). ~~todo~~
- Servicios de apoyo: hospedaje, restaurantes, sanitarios, guías, estacionamiento.
- Observaciones (brechas detectadas). *No hay sanitarios*

2. Cuestionario a visitantes (Likert 1-5):

- Facilidad para llegar al recurso. *5*
- Calidad del servicio de transporte. *4*
- Higiene y seguridad percibida. *3*
- Calidad de la información turística recibida. *2*
- Satisfacción general con la experiencia. *4*

3. Matriz de análisis de promoción:

- ¿El recurso aparece en guías oficiales? *Sí, El Cristo Redentor de Barranca figura en el Inventario de Recursos Turísticos del MINGETUR y en guías locales.*
- ¿Tiene presencia en redes sociales/portales de turismo? *Sí, El recurso se promociona en portales de turismo como Itaqueplanes, pe, blogs de viajes y páginas de Facebook/Instagram.*
- ¿Existen eventos o ferias de promoción relacionadas? *Sí, de manera indirecta durante festividades religiosas (Semana Santa, fiestas patronales).*
- Nivel de promoción: alto/medio/bajo.
El atractivo es conocido a nivel regional y local, pero aún carece de campañas nacionales constantes.

Investigación: "Análisis del territorio, potencial y perspectivas de desarrollo turístico del distrito de Barranca".

I. Datos generales

- Nombre del recurso turístico: PARQUE MIRADOR GRAU
- Tipo: ☐ Natural ☒ Cultural material ☐ Cultural inmaterial ☐ Mixto
- Subtipo / categoría: (playa, sitio arqueológico, gastronomía, festividad, etc.) Obras contemporáneas
- Distrito / Centro poblado: Barranca
- Ubicación geográfica:
 - Coordenadas (Lat / Long): lat: -10.6752 / long: -77.8185
 - Altitud (msnm): 49 msnm
- Accesibilidad:
 - Vía principal: (☒ carretera ☐ trocha ☐ sendero ☐ marítima ☐ fluvial)
 - Estado de vía: (☒ bueno ☐ regular ☐ malo)
 - Tiempo de acceso (minutos): 15 minutos
 - Señalización de acceso: (☐ sí ☒ no / observaciones)

II. Características del Recurso

- Descripción breve: El Parque Mirador Grau es un espacio público urbano, se caracteriza por ofrecer vistas panorámicas al océano Pacífico y a las playas de la ciudad, cuenta con áreas verdes, bancos, juegos de agua, esculturas.
- Singularidad: (¿qué lo diferencia de otros?) La vista privilegiada de la costa barranquena desde un asentado urbano, combinado con infraestructura moderna.
- Autenticidad: (grado de conservación original) El parque es una obra contemporánea, recientemente remodelada, presenta alto grado de conservación y mantenimiento.
- Temporalidad: (permanente / estacional) permanente
- Entorno inmediato: (ej. urbano, rural, natural, intervenido) Diseño intervenido. Esta rodeado por la trama urbana de Barranca, pero se encuentra al borde del asentado costero.
- Fotografía adjunta: (☒ sí ☐ no)

III. Infraestructura y Servicios de Apoyo

- Servicios básicos cercanos:
 - ☒ Agua potable ☒ Energía eléctrica ☒ Telecomunicaciones ☒ Internet todos
- Infraestructura turística:
 - ☐ Restaurantes ☐ Hospedaje ☒ Servicios higiénicos ☐ Guías locales
 - ☐ Centro de interpretación ☒ Seguridad ☒ Estacionamiento
- Estado de la infraestructura: (☒ bueno ☐ regular ☐ deficiente)
- Observaciones: Mobiliario moderno y áreas recreativas.

IV. Conservación y Gestión

- Estado físico del recurso: (☒ bueno ☐ regular ☐ deteriorado)
- Amenazas identificadas:
 - ☐ Naturales (erosión, humedad, plagas, etc.)
 - ☒ Antrópicas (contaminación, vandalismo, urbanización, sobreuso)
- Medidas de protección existentes: (ordenanzas, normas, comunidad organizada).....
- Entidad responsable / administrador: Municipalidad Provincial de Barranca

V. Valoración del Atractivo

(usar escala 1-5, donde 1 = muy bajo y 5 = muy alto)

- Calidad paisajística / estética: [1 2 3 4 ☒ 5]
- Interés cultural / histórico: [1 ☒ 3 4 5]
- Accesibilidad: [1 2 3 ☒ 5]
- Servicios de apoyo: [1 2 ☒ 4 5]
- Potencial de demanda turística: [1 2 3 ☒ 5]

VI. Registro de Observación

- Nombre del observador:
- Fecha de visita:
- Condiciones climáticas del día:
- Notas complementarias:

B. Guía de verificación

1. Guía de verificación (lista de cotejo en campo):

- Estado de vías y accesos: ~~bueno~~/regular/malo.
- Transporte público disponible: ~~si~~/no.
- Señalización turística: ~~si/no~~/deficiente.
- Servicios básicos (agua, electricidad, internet): ~~todo~~.
- Servicios de apoyo: hospedaje, restaurantes, sanitarios, guías, estacionamiento.
- Observaciones (brechas detectadas): Falta señalización turística y de interpretación cultural

2. Cuestionario a visitantes (Likert 1-5):

- Facilidad para llegar al recurso. 4
- Calidad del servicio de transporte. 3
- Higiene y seguridad percibida. 4
- Calidad de la información turística recibida. 2
- Satisfacción general con la experiencia. 4

3. Matriz de análisis de promoción:

- ¿El recurso aparece en guías oficiales? No figura de manera destacada en guías oficiales del MINCEXUR o en inventarios turísticos nacionales.
- ¿Tiene presencia en redes sociales/portales de turismo? Si, se encuentra en Google Maps, TripAdvisor, WordOgs y en publicaciones de la Municipalidad de Barranca, facebook.
- ¿Existen eventos o ferias de promoción relacionadas? No, solo se difunde como parte de la oferta urbana de Barranca en ferias y festividades locales.
- Nivel de promoción: alto/medio/bajo. Cuenta con cierta visibilidad digital y municipal, pero carece de inclusión en catálogos oficiales de turismo.

Investigación: "Análisis del territorio, potencial y perspectivas de desarrollo turístico del distrito de Barranca".

I. Datos generales

- Nombre del recurso turístico: PLAZA DE ARMAS DE BARRANCA
- Tipo: ☐ Natural ☒ Cultural material ☐ Cultural inmaterial ☐ Mixto
- Subtipo / categoría: (playa, sitio arqueológico, gastronomía, festividad, etc.) Espacio público
- Distrito / Centro poblado: Barranca - Provincia de Barranca
- Ubicación geográfica: Centro de la ciudad de Barranca
 - Coordenadas (Lat / Long): - 10.7518 / - 77.7665
 - Altitud (msnm): 49 m.s.n.m
- Accesibilidad:
 - Via principal: (☒ carretera ☐ trocha ☐ sendero ☐ marítima ☐ fluvial)
 - Estado de vía: (☒ bueno ☐ regular ☐ malo)
 - Tiempo de acceso (minutos):
 - Señalización de acceso: (☒ si ☐ no / observaciones)

II. Características del Recurso

- Descripción breve: La Plaza de Armas de Barranca es el principal espacio público de la ciudad, punto de encuentro social, cultural y recreativo para la población y visitantes. Está rodeada de edificaciones históricas.
- Singularidad: (¿qué lo diferencia de otros?) Se diferencia de otras plazas porque conserva valor histórico, arquitectónico y cultural en el centro de Barranca.
- Autenticidad: (grado de conservación original) Grado de conservación bueno, mantiene su diseño urbano original de plaza central.
- Temporalidad: (permanente / estacional) Abierta todo el año para uso público y eventos.
- Entorno inmediato: (ej. urbano, rural, natural, intervenido) rodeada de edificaciones históricas, comercios, instituciones públicas y la parroquia San Ildefonso.
- Fotografía adjunta: (☒ si ☐ no)

III. Infraestructura y Servicios de Apoyo

- Servicios básicos cercanos:
 - ☒ Agua potable ☒ Energía eléctrica ☒ Telecomunicaciones ☒ Internet
- Infraestructura turística:
 - ☒ Restaurantes ☒ Hospedaje ☒ Servicios higiénicos ☐ Guías locales
 - ☐ Centro de interpretación ☒ Seguridad ☒ Estacionamiento
- Estado de la infraestructura: (☒ bueno ☐ regular ☐ deficiente)
- Observaciones: Carece de señalización turística especializada

IV. Conservación y Gestión

- Estado físico del recurso: (☒ bueno ☐ regular ☐ deteriorado)
- Amenazas identificadas:
 - ☐ Naturales (erosión, humedad, plagas, etc.)
 - ☒ Antrópicas (contaminación, vandalismo, urbanización, sobreuso)
- Medidas de protección existentes: (ordenanzas, normas, comunidad organizada) monitoreamiento a cargo del Municipio
- Entidad responsable / administrador: Municipalidad Provincial de Barranca

V. Valoración del Atractivo

(usar escala 1-5, donde 1 = muy bajo y 5 = muy alto)

- Calidad paisajística / estética: [1 2 3 4 5]
- Interés cultural / histórico: [1 2 3 4 5]
- Accesibilidad: [1 2 3 4 5]
- Servicios de apoyo: [1 2 4 5]
- Potencial de demanda turística: [1 2 3 4 5]

VI. Registro de Observación

- Nombre del observador:
- Fecha de visita:
- Condiciones climáticas del día:
- Notas complementarias:

B. Guía de verificación

1. Guía de verificación (lista de cotejo en campo):

- Estado de vías y accesos: ~~bueno~~/regular/malo.
- Transporte público disponible: ~~si~~/no.
- Señalización turística: ~~si~~/no/deficiente.
- Servicios básicos (agua, electricidad, internet).
- Servicios de apoyo: hospedaje, restaurantes, sanitarios, guías, estacionamiento.
- Observaciones (brechas detectadas): *Falta de señalización interpretativa y material informativo sobre la plaza.*

2. Cuestionario a visitantes (Likert 1-5):

- Facilidad para llegar al recurso. 5
- Calidad del servicio de transporte. 4
- Higiene y seguridad percibida. 4
- Calidad de la información turística recibida. 2
- Satisfacción general con la experiencia. 4

3. Matriz de análisis de promoción:

- ¿El recurso aparece en guías oficiales? *Si, aparece en algunas guías turísticas locales y provinciales.*
- ¿Tiene presencia en redes sociales/portales de turismo? *Se menciona en la página de Facebook de la Municipalidad de Barranquilla y en páginas de Turismo.*
- ¿Existen eventos o ferias de promoción relacionadas? *Principalmente durante festividades cívicas, ferias culturales y eventos municipales en la plaza.*
- Nivel de promoción: alto/medio/bajo. *Reconocido a nivel local y provincial pero con poca difusión nacional.*

Investigación: "Análisis del territorio, potencial y perspectivas de desarrollo turístico del distrito de Barranca".

I. Datos generales

- Nombre del recurso turístico: PLAYAS DE BARRANCA
- Tipo: ☒ Natural ☐ Cultural material ☐ Cultural inmaterial ☐ Mixto
- Subtipo / categoría: (playa, sitio arqueológico, gastronomía, festividad, etc.)
- Distrito / Centro poblado: Distrito de Barranca
- Ubicación geográfica:
 - Coordenadas (Lat / Long): aprox. 10°45'S / 77°46'O
 - Altitud (msnm): 15 m.s.n.m
- Accesibilidad:
 - Vía principal: (☒ carretera ☐ trocha ☐ sendero ☐ marítima ☐ fluvial)
 - Estado de vía: (☒ bueno ☐ regular ☐ malo)
 - Tiempo de acceso (minutos): 15 minutos
 - Señalización de acceso: (☒ sí ☐ no / observaciones) algunas playas cuentan con señalización

II. Características del Recurso

- Descripción breve: Las playas de Barranca se caracterizan por su extensa franja de arena fina, aguas de color azul verdoso y un ambiente calido durante gran parte del año.
- Singularidad: (¿qué lo diferencia de otros?) Las playas de Barranca combinan atractivos naturales con un fuerte componente cultural y gastronómico, cercanos a sitios arqueológicos.
- Autenticidad: (grado de conservación original) también un buen grado de conservación en su estado natural, aunque algunas áreas presentan intervenciones urbanas.
- Temporalidad: (permanente / estacional) con mayor afluencia en temporada de verano.
- Entorno inmediato: (ej. urbano, rural, natural, intermedio) Existe restaurantes, viviendas, áreas de recreación y malecón.
- Fotografía adjunta: (☒ sí ☐ no)

III. Infraestructura y Servicios de Apoyo

- Servicios básicos cercanos:
 - ☒ Agua potable ☐ Energía eléctrica ☒ Telecomunicaciones ☒ Internet
- Infraestructura turística:
 - ☒ Restaurantes ☒ Hospedaje ☒ Servicios higiénicos ☐ Guías locales
 - ☐ Centro de interpretación ☒ Seguridad ☒ Estacionamiento
- Estado de la infraestructura: (☐ bueno ☒ regular ☐ deficiente)
- Observaciones: La infraestructura de apoyo directo en las playas aún es limitada.

IV. Conservación y Gestión

- Estado físico del recurso: (☐ bueno ☒ regular ☐ deteriorado)
- Amenazas identificadas:
 - ☒ Naturales (erosión, humedad, plagas, etc.)
 - ☒ Antrópicas (contaminación, vandalismo, urbanización, sobrecarga)
- Medidas de protección existentes: (ordenanzas, normas, comunidad organizada).....
- Entidad responsable / administrador: Municipalidad Provincial de Barranca en coordinación con la Municipalidad Distrital de Barranca.

V. Valoración del Atractivo

(usar escala 1-5, donde 1 = muy bajo y 5 = muy alto)

- Calidad paisajística / estética: [1 2 3 ☒ 5]
- Interés cultural / histórico: [1 2 ☒ 4 5]
- Accesibilidad: [1 2 3 ☒ 5]
- Servicios de apoyo: [1 2 ☒ 4 5]
- Potencial de demanda turística: [1 2 3 ☒ 5]

VI. Registro de Observación

- Nombre del observador:
- Fecha de visita:
- Condiciones climáticas del día:
- Notas complementarias:

B. Guía de verificación

1. Guía de verificación (lista de cotejo en campo):

- Estado de vías y accesos: ~~bueno~~/regular/malo.
- Transporte público disponible: ~~sí~~/no.
- Señalización turística: ~~sí/no~~/deficiente.
- Servicios básicos (agua, electricidad, internet).
- Servicios de apoyo: hospedaje, restaurantes, sanitarios, guías, estacionamiento.
- Observaciones (brechas detectadas): Falta de baños públicos adosados en varias playas.

2. Cuestionario a visitantes (Likert 1-5):

- Facilidad para llegar al recurso. 4
- Calidad del servicio de transporte. 3
- Higiene y seguridad percibida. 3
- Calidad de la información turística recibida. 2
- Satisfacción general con la experiencia. 4

3. Matriz de análisis de promoción:

- ¿El recurso aparece en guías oficiales? Sí. Las playas de Barranca aparecen mencionadas en la página oficial de PromPerú, en guías de turismo de la región Lima.
- ¿Tiene presencia en redes sociales/portales de turismo? Sí. Se promocionan en portales como Xunque Planes, páginas de agencias locales y regionales, además en Facebook, Instagram y Tiktak de usuarios.
- ¿Existen eventos o ferias de promoción relacionadas? Sí. Durante el verano se realizan festivales gastronómicos y actividades culturales organizadas por la Municipalidad.
- Nivel de promoción: alto/medio/bajo. La promoción es estacional, concentrada en verano.

Investigación: "Análisis del territorio, potencial y perspectivas de desarrollo turístico del distrito de Barranca".

I. Datos generales

- Nombre del recurso turístico: PARROQUIA SAN ILDEFONSO
- Tipo: ☐ Natural ☒ Cultural material ☐ Cultural inmaterial ☐ Mixto
- Subtipo / categoría: (playa, sitio arqueológico, gastronomía, festividad, etc.) Arquitectura religiosa
- Distrito / Centro poblado: Barranca - Provincia de Barranca
- Ubicación geográfica: Plaza de Armas de Barranca
 - Coordenadas (Lat / Long): -10.7518 / -77.7663
 - Altitud (msnm): 49 m.s.n.m
- Accesibilidad:
 - Via principal: (☒ carretera ☐ trocha ☐ sendero ☐ marítima ☐ fluvial)
 - Estado de vía: (☒ bueno ☐ regular ☐ malo)
 - Tiempo de acceso (minutos):
 - Señalización de acceso: (☒ si ☐ no / observaciones)

II. Características del Recurso

- Descripción breve: La Parroquia San Ildefonso es el principal templo católico de la ciudad de Barranca, su arquitectura presenta un estilo neoclásico con influencias coloniales, destacando su fachada sencilla con dos torres campanario.
- Singularidad: (¿qué lo diferencia de otros?) Se diferencia por ser uno de los templos más representativos, convirtiéndose en un símbolo histórico y espiritual de la ciudad.
- Autenticidad: (grado de conservación original). El templo conserva gran parte de su diseño original, mantiene su función religiosa activa y su valor patrimonial.
- Temporalidad: (permanente / estacional). Abierto durante todo el año para actividades religiosas y visitas turísticas.
- Entorno inmediato: (ej. urbano, rural, natural, intervenido). Se encuentra en el corazón de la ciudad de Barranca, rodeado de la Plaza de Armas.
- Fotografía adjunta: (☒ si ☐ no)

III. Infraestructura y Servicios de Apoyo

- Servicios básicos cercanos:
 - ☒ Agua potable ☒ Energía eléctrica ☒ Telecomunicaciones ☒ Internet
- Infraestructura turística:
 - ☒ Restaurantes ☒ Hospedaje ☒ Servicios higiénicos ☐ Guías locales
 - ☐ Centro de interpretación ☒ Seguridad ☒ Estacionamiento
- Estado de la infraestructura: (☒ bueno ☐ regular ☐ deficiente)
- Observaciones:

IV. Conservación y Gestión

- Estado físico del recurso: (☐ bueno ☒ regular ☐ deteriorado)
- Amenazas identificadas:
 - ☒ Naturales (erosión, humedad, plagas, etc.)
 - ☒ Antrópicas (contaminación, vandalismo, urbanización, sobreuso)
- Medidas de protección existentes: (ordenanzas, normas, comunidad organizada) Patrimonio cultural de la ciudad
- Entidad responsable / administrador: Diócesis correspondiente, con apoyo de la Municipalidad Provincial de Barranca.

V. Valoración del Atractivo

(usar escala 1-5, donde 1 = muy bajo y 5 = muy alto)

- Calidad paisajística / estética: [1 2 ☒ 4 5]
- Interés cultural / histórico: [1 2 3 4 ☒]
- Accesibilidad: [1 2 3 ☒ 5]
- Servicios de apoyo: [1 2 ☒ 4 5]
- Potencial de demanda turística: [1 2 3 ☒ 5]

VI. Registro de Observación

- Nombre del observador:
- Fecha de visita:
- Condiciones climáticas del día:
- Notas complementarias:

B. Guía de verificación

1. Guía de verificación (lista de cotejo en campo):

- Estado de vías y accesos: ~~bueno~~/regular/malo.
- Transporte público disponible: ~~sí~~/no.
- Señalización turística: ~~sí~~/no/deficiente.
- Servicios básicos (agua, electricidad, internet).
- Servicios de apoyo: hospedaje, restaurantes, sanitarios, guías, estacionamiento.
- Observaciones (brechas detectadas): *No existe un centro de interpretación, ni señalización cultural.*

2. Cuestionario a visitantes (Likert 1-5):

- Facilidad para llegar al recurso. *4*
- Calidad del servicio de transporte. *3*
- Higiene y seguridad percibida. *4*
- Calidad de la información turística recibida. *2*
- Satisfacción general con la experiencia. *4*

3. Matriz de análisis de promoción:

- ¿El recurso aparece en guías oficiales? *Sí, aparece en algunas guías locales y provinciales, pero no en guías nacionales especializadas.*
- ¿Tiene presencia en redes sociales/portales de turismo? *Parcial, se menciona en Facebook de la Municipalidad de Barranca y en algunas páginas de turismo de Lima.*
- ¿Existen eventos o ferias de promoción relacionadas? *Sí, principalmente durante la festividad de San Ildefonso y en actividades religiosas.*
- Nivel de promoción: alto/medio/bajo. *Cuenta con reconocimiento local y provincial, pero con poca difusión a nivel nacional o internacional.*

Anexo 3. Guion de entrevista a actores institucionales

- ¿Existe un plan local o regional de turismo?
- ¿Qué presupuesto se asigna al turismo?
- ¿Qué actores participan en la gestión turística?
- ¿Cuáles son las principales limitaciones para aprovechar los recursos?
- ¿Qué proyectos futuros están planificados?