

**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE  
MENDOZA DE AMAZONAS**



**CARRERA PROFESIONAL DE TURISMO Y ADMINISTRACIÓN**



10 6 JUL 2012

**CIRCUITO TURÍSTICO EN EL DISTRITO DE  
SHIPASBAMBA**

**INFORME DEL EXAMEN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN  
TURISMO Y ADMINISTRACIÓN**

**BACHILLER: CAMUS CHASQUIBOL, Jaime.**

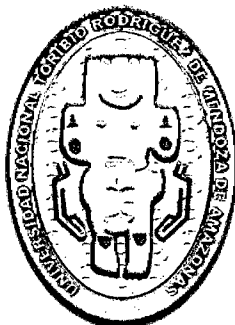
**JURADO:**

- **Presidente** : Lic. Agustín Tamayo Beltrán.
- **Secretario** : CPC. Carlos Alberto Hinojosa Salazar.
- **Vocal** : CPC. & Lic. Adm. Juan Manuel Buendía Fernández.
- **Accesitario** : Abog. Barton Gervasi Sajami Luna.

**CHACHAPOYAS – AMAZONAS – PERU**

**2011**

**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE  
MENDOZA DE AMAZONAS**



**CARRERA PROFESIONAL DE TURISMO Y ADMINISTRACIÓN**



10 6 JUL 2011

**CIRCUITO TURÍSTICO EN EL DISTRITO DE  
SHIPASBAMBA**

**INFORME DEL EXAMEN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN  
TURISMO Y ADMINISTRACIÓN**

**BACHILLER: CAMUS CHASQUIBOL, Jaime.**

**JURADO:**

- **Presidente** : Lic. Agustín Tamayo Beltrán.
- **Secretario** : CPC. Carlos Alberto Hinojosa Salazar.
- **Vocal** : CPC. & Lic. Adm. Juan Manuel Buendía Fernández.
- **Accesitario** : Abog. Barton Gervasi Sajami Luna.

**CHACHAPOYAS – AMAZONAS – PERU**

**2011**



**UNIVERSIDAD NACIONAL  
TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**



---

**Ley de Creación N° 27347 – Res. Función. N° 114 – 2001 – CONAFU**

---

**COMISION DE GOBIERNO**

**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA  
DE AMAZONAS**

**RECTOR**

Dr. Vicente Marino Castañeda Chávez.

**VICEPRECIDENTE ACADÉMICO**

M.Sc. Miguel Ángel Barrena Gurbillón.

**COORDINADOR ACADÉMICO DE LACARRERA PROFESIONAL  
DE TURISMO Y ADMINISTRACIÓN**

Abog. Barton Gervasi Sajami Luna.

**JURADO**

**PRESIDENTE:**

**Lic. Agustín Tamayo Beltrán.**

---

**SECRETARIO:**

**CPC. Carlos Alberto Hinojosa Salazar.**

---

**VOCAL:**

**CPC. & Lic. Adm. Juan Manuel Buendía Fernández.**

---

**ACCESITARIO:**

**Abog. Barton Gervasi Sajami Luna.**

---

**DEDICATORIA**

**A mis Padres...**

## **AGRADECIMIENTO**

A todos los docentes que contribuyeron en mi formación profesional, inculcándome valores éticos y morales.

INDICE

	Páginas
<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>10</b>
<b>II. OBJETIVOS .....</b>	<b>11</b>
2.1 Objetivos Generales .....	11
2.2 Objetivos Específicos.....	11
<b>III. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>12</b>
3.1 Base teórica.....	12
3.1.1 Destino Turístico .....	12
3.1.2 Circuitos Turísticos .....	12
3.1.2.1 La organización .....	13
3.1.2.2 Tipo de Guía.....	13
3.1.2.3 Diseño del circuito.....	13
3.1.2.4 Duración del circuito .....	14
3.1.2.5 Segmentación d el mercado.....	15
3.1.2.6 Comidas que se incluye en el circuito.....	16
3.1.3 Programa Turístico .....	17
3.1.3.1 Tipos de Programas Turísticos.....	18
3.1.4 Paquete Turístico .....	21
3.1.4.1 Definiciones.....	21
3.1.4.2 Características de los paquetes Turísticos.....	21
3.1.4.3 Clasificación delos paquetes Turísticos.....	22
3.1.4.4 Proceso del diseño de un programa y/o paquete Turístico.....	26
3.1.4.5 Ventajas y desventajas en el diseño de un programa y/o Paquete Turístico .....	28
3.1.4.6 Principios y factores para diseñar un programa y/o paquete Turístico .....	29
3.1.5 Método para la elaboración de programas y/o Paquetes Turísticos .....	30
3.1.6 Operación del Programa y/o Paquete Turístico.....	38
3.2 Antecedentes.....	40
3.2.1 A nivel Internacional .....	40
3.2.1.1 Europa en el desarrollo turístico.....	40
3.2.1.2 América: El futuro desarrollo del turismo .....	40
3.2.2 A nivel Nacional.....	41
3.2.2.1 Destinos de la Macro Región Norte.....	41
3.2.2.2 Destinos de la Macro Región Centro.....	42
3.2.2.3 Destinos de la macro región sur .....	43
<b>IV. MATERIALES Y MÉTODOS.....</b>	<b>44</b>
4.1 Material de estudio.....	44
4.2 Métodos.....	44
4.2.1 Inductivo .....	44

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA REGIÓN AMAZONAS.**

4.2.2	Deductivo .....	44
4.2.3	Descriptivo .....	44
4.2.4	Análítico.....	44
4.2.5	Técnicas .....	44
4.2.6	Técnicas de Fichaje .....	44
4.2.7	Análisis de Datos.....	44
4.2.8	Análisis bibliográficos .....	44
<b>V.</b>	<b>RESULTADOS .....</b>	<b>45</b>
5.1	Análisis de la situación del turismo en el Perú.....	45
5.1.1	Tendencias del Mercado .....	45
5.1.2	Principales actividades realizadas en el Perú.....	45
5.1.3	Gasto Promedio .....	45
5.1.4	Oferta Turística .....	45
5.1.5	Demanda Turística.....	45
5.2	DIAGNÓSTICO CITUACIONAL DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA .....	49
5.2.1	Caracterización de la zona .....	49
5.2.2	Actividades Económicas.....	51
5.2.2.1	Inventario y jerarquización de los atractivos turísticos de Shipasbamba.....	52
5.2.3	Descripción de los principales atractivos Turísticos .....	55
5.2.4	Turismos de aventura y Ecológica .....	58
5.2.5	Tradiciones y Costumbres.....	58
5.2.6	Análisis de la oferta y demanda turística del distrito de Shipasbamba ....	62
5.2.7	Propuesta de un circuito turístico ene l distrito de Shipasbamba.....	73
5.2.7.1	Programa Turístico: "Shipasbamba y sus Aguas Termo medicinales Para el Mundo" .....	79
<b>VI.</b>	<b>DISCUCIÓN .....</b>	<b>83</b>
<b>VII.</b>	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>86</b>
<b>VIII.</b>	<b>REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA .....</b>	<b>88</b>
<b>IX.</b>	<b>ANEXOS .....</b>	<b>89</b>



**RESUMEN**

El diseño del “*Circuito Turístico del distrito de Shipasbamba*”, nos ha permitido evaluar las potencialidades turísticas del distrito a través de instrumentos de medición como son la jerarquización, elaboración del inventario turístico y medir a través de encuestas de campo los diversos servicios turísticos, permitiendo el análisis de los mismos, que dieron lugar a la priorización de los atractivos más importantes con las que se han elaborado tres rutas turísticas que detallamos a continuación:

Ruta 1: Pedro Ruiz y las Aguas Termales de Chaquil.

Ruta 2: Ruta del Colibrí

Ruta3: Ruta de las Orquídeas

Siendo complementadas con las rutas:

Ruta4: Gocta Belleza y Encanto Natural

Ruta 5: Kuelap Maravilla del mundo.

De la Evaluación de los recursos turísticos se ha determinado un inventario de 35 recursos turísticos para el distrito de Shipasbamba de los cuales 04 son sitios naturales, 07 manifestaciones culturales, 02 acontecimientos programados y 20 en folclor.

En sitios naturales destaca las aguas termales de Chaquil con jerarquía 2 el cual permite ofrecer como un producto alternativo para el mundo.

Para recopilar la información bibliográfica se tuvo en cuenta diversas fuentes bibliográficas, documentales, artículos, los cuales permitieron consolidar la información necesaria dando el marco teórico del informe de investigación, al mismo tiempo conocer el proceso de elaboración del circuito turístico y los programas turísticos.

Es importante mencionar que se han utilizado métodos como el deductivo, para deducir el número de recursos con el que cuenta el distrito de Shipasbamba, así mismo el método analítico el cual a través de los resultados obtenidos se ha realizado el análisis respectivo de los datos llegando a conclusiones y recomendaciones, los cuales están finalmente plasmados en el dicha investigación.

## **I. INTRODUCCION**

Hoy en día, el turismo ha dejado de ser una actividad marginal y artesanal para entrar en lo que algunos especialistas llaman la etapa de la madurez técnica. Esto se refleja en el uso auxiliar de tecnologías como la informática y en el empleo de metodologías propias de la planificación de productos turísticos con capacidad de responder a necesidades de la demanda, por un lado, y a las exigencias de la competencia, por el otro.

El programa turístico aparece como un complejo conjunto de prestaciones de servicios cuya programación y operación requiere el empleo cotidiano de técnicas de negociación, la creación de nuevas y buenas ideas y el análisis de potencialidad de nuevos destinos y atractivos.

Para ello el presente trabajo de investigación pretende la diagramación y diseño de nuevas rutas y/o circuitos turísticos como una alternativa de desarrollo turístico de Amazonas, denominado **“Circuito Turístico en el distrito de Shipasbamba”**, detallando la situación del turismo relacionando con los principales circuitos principalmente nacionales y regionales el cual servirán de referencia para diseñar el circuito turístico teniendo como centro de distribución turística a Pedro Ruiz.

En los últimos años, la demanda ha ido creciendo considerablemente con respecto al turismo tanto a nivel del Perú como de Amazonas siendo Kuélap y Gocta los destinos más visitados.

Las atracciones más importantes para los turistas son las de tipo cultural, natural e históricas. En este sentido, la existencia en Amazonas de una riqueza de ecosistemas, diversidad de plantas y especies de animales, sumado a la vasta riqueza cultural y arquitectónica, configuran un panorama atractivo para el turismo, potencial que aún no es explotado en su totalidad.

Cabe destacar además que las actividades de turismo arqueológico, de aventura, ecoturismo, medicinal y vacacional pueden realizarse durante todos los meses del

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

año, aunque es recomendable recabar información pertinente acerca de las condiciones climáticas de los lugares elegidos para visitar.

Amazonas está siendo visto como nuevo destino turístico, por su biodiversidad tanto cultural como natural.

La ruta turística Pedro Ruiz –Shipasbamba, presenta una serie de recursos naturales y culturales que a pesar de presentar características muy peculiares aun no son considerados por los operadores turísticos de la región y del país; debiéndose esto por falta de información respecto a estos lugares.

Por ello planteamos el Circuito turístico **“Shipasbamba y sus Aguas Termominerales para el mundo”**. Con la finalidad de incluir dentro de la oferta Nor Amazónica como una ruta obligada para el visitante, el cual promoverá el desarrollo sostenible del distrito de Shipasbamba.

## **II. OBJETIVOS:**

### **2.1 Objetivo General.**

Diagramar un Circuito Turístico del distrito de Shipasbamba Provincia de Bongará, estableciendo los centros bases de pernocte teniendo en cuenta los atractivos más importantes, las rutas de acceso y el enlace entre centros.

### **2.2 Objetivos Específicos**

- ✚ Recopilar información bibliográfica sobre el tema a investigar
- ✚ Realizar investigación de campo en la zona de investigación.
- ✚ Realizar un análisis de accesibilidad
- ✚ Seleccionar los centros bases
- ✚ Elaboración del circuito.

### **III. MARCO TEORICO**

#### **3.1 Base Teórica**

##### **3.1.1 Destino Turístico**

Espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad atrayendo a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles; dotado de una marca, y que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral.

#### **Criterios para la priorización de Destinos**

##### **Demanda**

- ✚ Tendencia del mercado
- ✚ Mercados emisores detectados
- ✚ Número de arribos

##### **Oferta**

- ✚ Estado de conservación del recurso
- ✚ Conectividad para conformar rutas y corredores
- ✚ Acondicionamiento turístico
- ✚ Centro de soporte
- ✚ Nivel de gestión de destino / participación empresarial
- ✚ Promoción turística
- ✚ Comercialización

##### **3.1.2 Circuitos Turísticos:**

## **CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA REGIÓN AMAZONAS.**

Son aquellos viajes combinados en los que intervienen varios servicios (transporte, alojamiento, guías, etc.)

Conjunto de diversos destinos que se unen en forma articulada y programada. Contemplan recursos naturales, culturales y humanos, así como un conjunto de servicios ofrecidos al turista. El punto de inicio y de fin del circuito es el mismo.

**3.1.2.1 La Organización** se realiza de acuerdo a un itinerario programado, normalmente con un diseño circular, es decir, se va por una ruta hacia el destino y se regresa por otra distinta a la utilizada a la ida. La duración de estos viajes se sitúa normalmente por encima de los cinco días y su característica fundamental para ser denominados circuitos es la utilización de autobuses como medios de transporte. El uso de autobuses puede combinarse con otros transportes (tren, avión, barcos); pero “el grueso” del recorrido siempre es en autobús. Cuando se combina autobús más avión o viceversa, se habla de un circuito aeroterrestre.

**3.1.2.2 Tipo de Guía:** es el tipo de servicio que realizan los guías de ruta. Cuando los circuitos mencionados solo requieren coordinación logística, entonces el que se encarga de asistirlos es el coordinador de viajes o tour conductor.

**3.1.2.3 Diseño del Circuito:** A priori podríamos pensar que planificar un circuito estaría fácil. Sin embargo, hay que tener en cuenta numerosos detalles para que el viaje resulte a gusto del cliente:

✚ El itinerario se planteara de forma que se aprovechen todas las distancias recorridas en los desplazamientos.

## **CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA REGIÓN AMAZONAS.**

- ✦ Con el fin de no tener problemas, se seleccionaran hoteles de tres estrellas como mínimo, con menús de muy buena calidad.
- ✦ Se incluirán todas las visitas a las ciudades más importantes del recorrido.
- ✦ Afín de no ir demasiados justos con los horarios se le dará una duración prudencial entre los recorridos.
- ✦ No hay que perder nunca de vista que uno de los motivos fundamentales por el cual los clientes deciden comprar uno u otro viaje es el precio y de el dependerá en gran medida que se vendan o no los productos turísticos.

### **3.1.2.4 Duración del Circuito:**

Donde verdaderamente reside la dificultad del circuito es en encontrar el punto medio donde se puede ofrecer al cliente el máximo de puntos de interés turísticos en el mínimo de días posibles, contribuyendo esta duración mínima a obtener el precio más competitivo

Antiguamente la duración de un circuito era directamente proporcional a los destinos; así a tal destino tal duración. Actualmente esta proporcionalidad directa ha cambiado por tres motivos:

#### **✦ Exigencias del mercado: (Se vende por precio)**

Productos que hace apenas unos años eran impensable (París, fin de semana). Actualmente el precio es fundamental para la venta. La duración de un circuito no vendrá dada tan solo por la

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

relación destino / duración (como sucedía antiguamente), sino que cobrará mayor importancia la duración/precio.

**✚ Mejores carreteras que redundan en etapas más largas:**

El diseño de las etapas de un circuito viene condicionado por dos factores:

- ¿Cómo son las carreteras? Dependiendo de cómo sean las carreteras, se podrá diseñar unas u otras etapas. En líneas generales para hacer un cálculo aproximado de horarios se estima, para un autobús, un promedio por autopista de 80Km/Hr. Si se trata de carretera nacional (afirmado), el promedio computado es de 60km/hr.
- ¿Qué se va a visitar? El programa de viaje está relacionado con el destino, teniendo en cuenta que mejores carreteras acortan tiempos, permitiendo al turista disfrutar mayor tiempo de estadía en el lugar visitado.

**✚ Mejores autobuses que obtienen mejores promedios de velocidad:**

Además de obtener promedios de velocidad constantes los autobuses son más cómodos y seguros y en la actualidad el cliente exige con aire acondicionado.

**3.1.2.5 Segmentación del Mercado:**

**✚ Clase Media/Alta:**

Aquí se encuentran las agencias que se mueven en una franja alta de precios, con la consiguiente prestación en calidad hotelera.

**✚ Clase Media/Media:**

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

Quizás sea en esta franja donde se encuentra el grueso de las agencias dedicadas a circuitos con hoteles de tres estrellas.

**✚ Clase Media/Baja:**

Es esta franja donde se encuentran los viajes llamados “ofertas” que, con itinerarios muy similares a los anteriores, reducen los costos utilizando alojamientos alternativos (albergues, residencias de estudiantes, etc.) o de inferior categoría.

Una vez determinada la franja del mercado a la que se va a dirigir el producto, habrá que contemplar los siguientes aspectos:

- Evitar las grandes diferencias de los hoteles en un mismo circuito.
- A veces el hotel ideal el que se quiere contratar, no tiene plazas libres para esas fechas, incluso habiendo contratado ese hotel se produce un overbooking. Esto nos obligara a recurrir a otro hotel de categoría igual o superior.
- Será conveniente prestar atención a la ubicación del hotel, facilidad de acceso, servicios complementarios, etc. aunque lo que en realidad determinará la elección es el precio.
- Otras veces grandes hoteles ofrecen diferentes promociones, de acuerdo a su ocupabilidad (fines de semana), precios más competitivos que otros de inferior categoría.

**3.1.2.6 Comidas que se incluyen en el circuito:**

- ✚ Si solo se ofrece alojamiento y desayuno se habla de bed and breakfast (B/B).



## **CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA REGIÓN AMAZONAS.**

- ✚ Si se ofrece desayuno y almuerzo o cena, se habla de media pensión (MAP).
- ✚ Si se decide incluir todas las comidas será un viaje con pensión completa (AP), es decir: desayuno almuerzo y cena.

Cada una de las opciones anteriores será un impacto distinto en el precio. La experiencia demuestra que a una determinada tipología de cliente le gusta la formula “todo incluido”, ya que así no debe preocuparse de comer por su cuenta (evitando problemas de idioma, de moneda, etc.). También existe la posibilidad de comer comidas libres. El cliente disfruta de la posibilidad de romper con la monotonía de los menús de grupo.

### **3.1.3 Programa Turístico.**

El programa turístico viene a ser la descripción de un paquete turístico donde se incluyen las excursiones, tarifas y fechas correspondientes a las actividades del viaje.

El programa turístico se puede definir desde el punto de vista de la comunidad (macro contexto), y desde el punto de vista de la empresa (micro contexto). Desde el punto de vista macro contexto o comunidad, el programa turístico es efectivamente un producto que forma parte de un producto turístico mayor que viene a ser el destino. Desde el punto de vista micro contexto o empresa, será el producto elaborado por ella en la que incluye los servicios de transporte, alojamiento, gastronomía, etc., que vienen a ser los subproductos.

El programa turístico es de naturaleza intangible cuya utilidad es directa, y tiene por objeto satisfacer las necesidades y motivaciones del visitante; también se puede definir como el conjunto de elementos ordenados lógicamente, que determinan las condiciones a la que esta sujeto el viaje<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Nélida Chang Circuitos Turísticos: Programación y Cotización segunda Edición 1994. pág. 15.

### **3.1.3.1. Tipos de Programas Turísticos:**

#### **A. La Ruta Turística.**

“Itinerario cuya salida y llegada no coinciden en el mismo lugar y tiene como objetivo dar a conocer un determinado espacio en forma de visitas de corta duración y enlazar enclaves relativamente cercanos con el fin de producir una sinergia entre ellos”<sup>2</sup>

“Es un elemento promocional, que basado en un itinerario previo, facilita la orientación del pasajero en el destino”.

En la programación de las rutas hay dos etapas:

**En la primera** se parte de los objetivos de la política turística, vinculados al desarrollo.

**En la segunda** etapa se parte del análisis del consumidor o cliente, sobre sus gustos y preferencias, afinidades y necesidades.

#### **A1. Aspectos a tener en cuenta para la elaboración de una ruta turística:**

##### **✚ Objetivo final.**

La ruta como todo elemento promocional tiene un objetivo implícito y otro explícito. El objetivo explícito es brindar información sobre las posibilidades turísticas de una determinada zona, describiendo los atractivos, las actividades que se pueden realizar y los servicios. Por otra parte el objetivo implícito o fin último de la ruta busca:

Incentivar una mayor afluencia de visitantes a una determinada zona.

Reorientar una corriente turística.

Fomentar la creación de nuevos productos o tipos de consumo en un área con alto grado de desarrollo.

---

<sup>2</sup> Nélida Chang Circuitos Turísticos: Programación y Cotización segunda Edición 1994, pág. 17.

**⚡ El Productor.**

El responsable de la producción es el organismo o ente encargado de fijar y llevar adelante las políticas y estrategias de promoción de un destino.

Puede ser el mismo estado nacional, departamental, provincial o comunal, o puede tratarse de entes mixtos o empresa privada.

**⚡ Los alcances de su distribución**

Conocer al público al que irá dirigido el programa facilita la tarea de encontrar puntos de comunión entre lo que el destino quiere o necesita promocionar y lo que la demanda desea promocionar y hacer en él. Esto que a simple vista parece sencillo es bastantes complejos toda vez que los objetivos de uno y otro pueden no ser coincidentes.

**⚡ El uso que le dará el pasajero**

Para el pasajero la ruta turística tiene un uso informativo; es la descripción de un recorrido por un determinado destino o parte del mismo. Pasa a ser la guía del viajero.

**⚡ El espacio que va abarcar**

Una ruta se desarrolla sobre un espacio geográfico reducido en un tamaño. No obstante puede llegar a ser local o regional, será local cuando se circunscriba en una ciudad o localidad, y será regional aquellas que su circuito abarque una región.

Es común observar que una ruta, una vez difundida y aceptada por la demanda pasa a ser el itinerario de un paquete turístico.

**⚡ La temática que abordará**

Esto significa que todos los atractivos mencionados se hallan directamente relacionados con el tema central o eje de la ruta.

La temática podrá ser de índole cultural o geográfica, ejemplo la ruta de los grandes lagos en Canadá cuyo centro esta dado por la región del mismo nombre.

#### **4 El tipo de circuito a diagramar**

En función de la diagramación el circuito puede ser lineal o circular:

- **Ruta lineal.**- Son aquellos trazos en rectilíneo. Corren paralelas a algún accidente geográfico de relevancia, laguna o carretera e incorpora los atractivos localizados en sus inmediaciones, siempre que observen una misma unidad temática.

- **Ruta circular o triangular.**- Tienen trazados que dependen de la localización de los centros o atractivos, en ella, el eje rector es siempre temático.

#### **4 El nivel de información a suministrar**

En síntesis la ruta tiene como finalidad informar sobre los atractivos turísticos y servicios localizados en un área específica.

### **B. El itinerario personal o paquete turístico hecho a la medida.**

Denominado “forfait” que es organizado y producido por la agencia de viajes por encargo de un determinado cliente. El viaje es diseñado con las preferencias mostradas por el cliente.

Son verdaderas guías personalizadas del viajero cuyo objetivo es orientar al turista y brindarle información acerca de cómo emplear su tiempo en visitar lugares turísticos. Este tipo de servicio se confecciona normalmente a solicitud del usuario, sobre un destino ya elegido. No obstante ello puede ser programado y comercializado por una agencia de viajes o por un profesional en forma directa. Lo importante es que siempre debe ser personal.

Se trata de la descripción de un determinado recorrido que suministra datos sobre los atractivos situados en el recorrido.

En muchos países desarrollados este servicio es complementario del paquete turístico y le da al cliente un servicio mejor y más individual. Es una forma de romper con la estandarización del paquete.

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

Su confección se encuentra enmarcada y condicionada por:

- ✚ El objeto del viaje.
- ✚ Las motivaciones del usuario o cliente.
- ✚ El espacio físico y temporal que abarcará.
- ✚ El tipo de atractivo eje del itinerario.
- ✚ El nivel y cantidad de información a suministrar.
- ✚ La temática elegida por el cliente.

**3.1.4 Paquete Turístico**

**3.1.4.1 Definiciones:**

“El paquete turístico es un producto que se comercializa de forma única y que contiene dos o más servicios de carácter turístico (alojamiento, restaurante y transporte), por el que se abona un precio, dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta”.

“Según la definición clásica, paquete turístico es el conjunto de servicios prestados en base a un itinerario organizado previamente, que es adquirido en forma de bloque a un precio único y global. Cada programa involucra servicios intermedios o de base tales como: alojamiento, transporte, gastronomía, recreación, visitas guiadas, lugares de diversión”.

“Paquete turístico es cuando el producto turístico ya ha sido elaborado. Este es llevado al mercado a través de los diferentes canales de distribución utilizando los diversos instrumentos del marketing, y está integrado por los traslados, transporte, alojamiento, alimentación, tours y excursiones o conjunto de facilidades y servicios que se estructuran de manera articulada y que satisfacen necesidades o deseos de los consumidores turísticos. Generalmente son armados o ensamblados por los tour operadores y se ofrecen por las agencias de viajes y turismo en un mercado turístico definido. Es adquirido en

el lugar de origen y consumido en el lugar de destino e integrado con precio fijo y en una sola transacción”.

#### **3.1.4.2 Características de los paquetes turísticos:**

Es un viaje a la oferta.

Es un viaje que combina varios servicios contratados por la agencia mayorista en grandes cantidades y por lo tanto a precios reducidos.

La unión de todos estos servicios es un nuevo producto llamado “paquete” que se vende a un precio global.

La organización de estos viajes sigue un proceso complicado que comienza aproximadamente un año antes

Se nutre de las características del (los) producto(s) - destino.

Cada paquete debe conllevar un factor de diferenciación.

Se ofrece con frecuencia bajo el sello de una marca establecida.

#### **3.1.4.3 Clasificación de los paquetes turísticos:**

Toda clasificación de paquetes turísticos debe atender a siete variables significativas en el momento de la elaboración que son: la organización de la prestación, la modalidad de viaje, la duración del programa, el territorio recorrido, la temática, la forma de operación y los usuarios del producto.

Los paquetes turísticos pueden ser:

##### **a) Programas Locales o Excursiones**

Los programas locales también se conocen con el nombre de excursiones. Son aquellos cuyos circuitos se diagraman dentro de los límites de un centro o localidad, entendiendo por centro turístico el espacio urbano donde se sitúan los servicios y los atractivos. La duración de estos programas oscila entre medio día y un día entero

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

de acuerdo con la magnitud del centro y la variedad de los atractivos a visitar.

Estos programas generalmente son elaborados por operadores locales, ubicados en el destino y están dirigidos a agencias operadoras ubicadas en el mercado, quienes intermedian entre los productores y el usuario. Los programas locales engloban distintos servicios tales como: los traslados, los city tours, los tours de compras y las excursiones propiamente dichas.



06 JUL 2012

✚ **El City Tour:** Es el programa local basado en un circuito o recorrido por una ciudad para conocer sus principales atractivos, se caracteriza por que su duración se estima en medio día con una variación de una a tres horas. Su temática es general y opera en forma regular.

✚ **Visita a la ciudad:** Es un tipo de programa que se basa en un **circuito** o recorrido por una determinada localidad visitando sus atractivos o monumentos turísticos significativos. Su duración varía desde medio día a un día entero, según la cantidad de elementos a visitar. La diferencia entre este tipo de paseo y el city tour es que éste tipo de visita son guiadas hasta el interior de los atractivos mas destacados durante el trayecto. Su temática puede ser general o especifica dependiendo de su forma de operar.

✚ **El tour de compras:** Es un programa local que combina el traslado a zonas comerciales, fábricas o poblaciones que se caracterizan por la elaboración de bienes típicos, artesanías o productos específicos y una visita guiada o conferencia. Tiene

una duración variable por que depende de los lugares que se visiten. Tiene una temática específica que esta centrada en los procesos de producción, empleos y en el bien en si mismo.

✚ **La nocturna:** Es el programa local que combina el traslado a restaurantes y lugares de diversión nocturna tales como. Cabarets, teatros, tanguerías, discotecas, casinos, etc., incluye una visita guiada por los barrios, avenidas y zonas de las grandes urbes por su enorme actividad nocturna.

**b) Las Excursiones Propiamente Dichas:** Son programas locales que incluyen distintos servicios como: transporte, visitas guiadas, comidas, etc. Este tipo de excursiones se realizan para conocer elementos o atractivos puntuales y ciudades ubicadas en las cercanías de los centros turísticos. “Se denomina excursión a todo viaje o programa cuya duración no exceda las 24 horas, contando con ida y vuelta”. Su duración oscila entre medio día a un día. Su operatividad puede ser de tipo regular o eventual quedando a cargo de las agencias receptoras, locales, mayoristas, guías culturales o de visitas escolares.

**c) Además por el territorio recorrido los programas pueden ser**

✚ **Locales:** Son aquellos que se realizan dentro de los límites de una ciudad o localidad determinada.

✚ **Zonales:** Son programas cuyos circuitos abarcan el área geográfica inmediata al centro turístico.



**d) Por su organización estos programas pueden presentarse como:**

- ✚ **Estándar:** Se ajustan a patrones o modelos únicos para el consumo masivo y es siempre de tipo regular por que se realiza de acuerdo a un calendario preestablecido y que sus visitas están programadas anticipadamente teniendo en cuenta las temporadas mas adecuadas.
- ✚ **Especiales:** Son aquellos que se producen de acuerdo al pedido del cliente tomando en cuenta las necesidades particulares. En su elaboración participan tanto el programador como el *usuario* por igual y, el programador tiene la responsabilidad de adecuar la oferta a los requerimientos del cliente. Estos programas son siempre de tipo eventual porque sus salidas quedan sujetas a la voluntad del usuario y no a un rol establecido.

**e) Por su temática los programas pueden ser:**

- ✚ **Generales:** Son aquellos cuyos itinerarios no abordan un tema determinado o puntual como único marco de referencia, sino que incluyen diferentes aspectos relacionados con el centro para dar una idea global del lugar.
- ✚ **Específicos:** Son aquellos cuyos itinerarios abordan temas únicos y específicos, e incorporan en las visitas solo aquellos atractivos que se relacionan directamente con dichos temas, así como: visitas históricas, arquitectónicas, de aventura, etc.

**f) Los Programas Regionales o Tours**

Podemos distinguir 3 tipos de viajes diferentes:

- ✚ **El fin de semana:** se conoce con este nombre al viaje cuya

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

duración coincide con un weekend, es decir incluye un solo un pernocte.

✚ **Miniturismo:** Tour cuya duración oscila entre dos o cinco noches en el destino. No se considera las horas pasadas en medios de transporte que aproximen al pasajero al primer destino.

✚ **Larga distancia:** Se considera cuando su duración supera las 5 noches de pernoctación. Cabe aclarar que la tecnología hoy en día a superado el tema de distancias, puesto que hoy es posible ir un fin de semana a lugares que antes demandaba varios días de viaje, por ello es incorrecto tomar como variable la distancia en kilómetros.

Por *el territorio recorrido* los programas pueden ser zonales o regionales. Serán regionales cuando su circuito o recorrido abarque porciones extensas de territorio, sin tener en cuenta que se trate de regiones nacionales o transnacionales.

**3.1.4.4 Proceso del diseño de un programa y/o paquete turístico.**

Para diseñar un programa turístico se debe tener en cuenta lo siguiente:

- a. Contar con personal calificado que implica: conocimiento, habilidad, iniciativa y creatividad.
- b. Tener contactos comerciales con proveedores de servicios idóneos.
- c. Experiencia y capacidad en gestión empresarial en el sector.
- d. Conocimiento de diversos idiomas.
- e. Información actualizada y vigente.
- f. Negociación con proveedores que presten buen servicio.
- g. Conocimiento del entorno empresarial competitivo.
- h. Investigación del mercado al que va dirigido el paquete.

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

Y si un pasajero solicita el servicio en **forma individual** se debe tener en cuenta lo siguiente: Imagen que el pasajero tiene de su viaje, motivación del viaje, zona a visitar, atractivos generales, destinos preferidos, tipo nivel y calidad de los servicios, duración máxima y mínima del viaje, fecha propuesta por el pasajero y nivel de tarifa.

Y lo más importante para el diseño de un programa turístico es tener en cuenta lo siguiente:

- ✚ **La Oferta.-** Conformada por el conjunto de productos, servicios y organizaciones que intervienen de forma activa y cohesionada en el sector turístico.
  
- ✚ **La demanda.-** Formada por el conjunto de consumidores de bienes y servicios turísticos tanto extranjeros como nacionales.
  
- ✚ **El Espacio Geográfico.-** Base física donde se encuentran la oferta y la demanda y donde se sitúa la población residente, que facilita o dificulta la experiencia turística, según se haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística.
  
- ✚ **Los Operadores de Mercado.-** Son aquellas empresas y organismos que se encargan de hacer posible la unión entre la oferta y la demanda. Entre ellos encontramos las agencias de viaje, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que mediante su labor profesional, realizan la ordenación y/o promoción del turismo.

**3.1.4.5 Ventajas y desventajas en el diseño de un Programa y/o  
Paquete Turístico.**

**✚ Ventajas para el cliente**

**Conveniencia:** Facilita la planeación del viaje y el control de los gastos por todo concepto.

**Ahorro:** Mayor eficiencia precio- costo al adquirir los componentes del paquete y/o programa con descuento por volumen.

**Calidad:** Los clientes reciben calidad garantizada por el operador, adicional a la ofrecida por cada servicio.

**Seguridad:** El cliente puede estar más protegido contra abusos y situaciones imprevisibles.

**✚ Ventajas para el proveedor:**

**Programación:** Puede negociar con anticipación, establecer fechas y enfrentar la temporalidad más convenientemente.

**Ampliar mercados:** Permite introducir servicios nuevos, combinarlos con facilidades posicionadas y atraer segmentos diversos de clientes.

**Competitividad:** Enfrenta de mejor manera la competencia y reacciona más rápidamente ante la dinámica del mercado.

**✚ Desventajas para el cliente**

**Inflexibilidad:** Al ser un producto único, se compran todos los componentes del producto turístico, independientemente de que alguno no cumpla con las expectativas del cliente.

**Credibilidad:** El cliente debe asumir que el paquete ha sido bien diseñado y que ha acertado en la elección del operador.

**Información:** Deberá contar con mayor asesoría, ante el cúmulo de información en Sistemas Globales de Distribución GDS, INTERNET y medios masivos.

**3.1.4.6 Principios y factores para diseñar un Programa y/o  
Paquete Turístico:**

**a) Principios:**

- ✚ **Planear cuidadosamente:** Incluye adecuar el programa a las características y necesidades del mercado objetivo. Asegúrese de ofrecer lo que el cliente desea encontrar. No incluya aquello que no desearía hacer.
- ✚ **Incluir gancho generador de demanda:** Un gancho es una atracción, un evento, una actividad que da la primera razón para comprar el paquete y/o programa.
- ✚ **Ofrecer Ventajas Comparativas:** Ofrezca al cliente una ventaja que no tendría si comprara los componentes por separado. Puede ser un descuento o la inclusión de elementos “sin costo”.
- ✚ **Determinar Precios Competitivos:** El precio debe ser alcanzable para los diferentes segmentos de mercado y más atractivo que el de la competencia con similares características.
- ✚ **Coordinar los detalles:** Defina responsabilidades y a quien acudir para afrontar posibles contingencias. Desarrolle sistemas para verificar todos los detalles y reconfirmar reservaciones.
- ✚ **Garantizar compatibilidad entre clientes:** Cuando un operador conforma un grupo de viajeros, deben ser compatibles en sus hábitos y motivaciones, no se aconseja mezclar convenciones con recreación.
- ✚ **Ofrecer toda la información posible:** Tanto en la etapa de mercadeo, como en el momento de hacer las reservas y en desarrollo del programa, se debe tener toda la información necesaria: tipo de ropa, dinero

requerido, estado del tiempo, cambios entre otros.

- ✚ **Definir una política justa de crédito y reembolso:** Debe contarse con una política oportuna y justa de crédito y reembolso, adecuada a circunstancias imprevisibles como: el estado del tiempo, el orden público y la infraestructura. El cliente deberá tener ventajas razonables al establecer los procedimientos.
- ✚ **Incluir componentes únicos:** Ofrezca componentes diferenciados “libres de costo” dando la sensación de buen precio y atención extra. El maletín, la champaña, las frutas, el coctel de bienvenida, están dando paso a atractivas sorpresas.
- ✚ **Asegurarse de que el paquete y/o programa es rentable:** La ganancia debe recompensar el esfuerzo y la rentabilidad debe asegurarse.

**b) Factores:**

- ✚ Clase de clientes y sus intereses.
- ✚ Tiempo y presupuesto disponible.
- ✚ Número y clase de atracciones generadoras de demanda, facilidades y servicios complementarios en el área.
- ✚ Clase y naturaleza de productos en el mercado (competencia).
- ✚ Eventos y Actividades que se incluyen si representan el motivo principal y son generadores de demanda.

**3.1.5 Método para la elaboración de programas y/o paquetes Turísticos.**

El método en sí consiste en cinco etapas consecutivas que tiene por finalidad procesar los datos suministrados por el resto de la organización. Su resultado

es el folleto es decir, su contenido que servirá de herramienta y marco de acción para el sector operativo.

La importancia de lo expuesto no se agota en la explicación del método sino en la necesidad de planificar el programa en todos sus detalles ya sea que se trabaje manualmente o con asistencia de computadoras. El primer paso siempre consistirá en modelar una metodología de trabajo que ordene los datos, los analice, los evalúe y sirva de control permanente al proceso de producción. Para la elaboración del programa y/o paquete turístico se tiene en cuenta las siguientes etapas:

### **1º Etapa: Determinación del Objetivo.**

Esta etapa comienza con la recolección de datos e información de las partes integrantes del proceso, el objetivo de un programa marca la orientación del mismo y lo condicionará en su temática, en su estructura o características formales.

- ✦ **Determinación de la temática:** Puede ser general o específica. Se tendrá en cuenta el tema sobre el cual versará el programa.
- ✦ **Determinación de las características formales:** Responde a las preguntas claves que todo programador se formula al comenzar un trabajo y que forman la estructura eje del programa.
- ✦ **Duración estimada:** No se debe trabajar con una duración fija, sino que se delimitan los máximos y mínimos posibles.
- ✦ **Zona o región a recorrer:** Son los lugares por donde se realizará el recorrido.
- ✦ **Actividades a desarrollar:** Se trata de aquellas actividades ejes del programa como por ejemplo el Trekking.
- ✦ **Tipo y nivel de alojamiento pretendido:** Estadía promedio por centro o destino.
- ✦ **Régimen de pensión:** Completa, media, sin pensión, con o sin

desayuno, etc.

- ✚ **Transporte de aproximación preferido:** Se consigna el tipo de transporte a utilizar.
- ✚ **Cantidad de excursiones:** Tiempo medio ocupado por ellas.
- ✚ **Grupo Base:** Se establece el mínimo de pasajeros con el que operará el programa puede medirse indistintamente por salida o en forma global. No puede ser menor al punto de equilibrio.

### **2º Etapa: Diagramación del Circuito.**

Cuando se diagrama un circuito se establecen los centros base o de pernocte, teniendo en cuenta los atractivos de mayor importancia en la zona, las rutas de acceso al primer destino, de enlace entre centros y en función a su historia (trascendencia), localización y distancia.

**a. Investigación de la zona:** Se refiere al relevamiento del área a recorrer, para lo cual es necesario tener en cuenta la geografía, historia, folklor de la zona, etc. Se detectan los atractivos existentes y se los incluye en una lista, para determinarlos si son centrales, complementarios, periféricos o de entorno a la temática propuesta a fin de establecer su inclusión en el programa. Una vez seleccionados se debe verificar su localización en el mapa correspondiente.

**b. Análisis de accesibilidad:** Se evalúan las rutas de acceso a los centros y atractivos. Su estado de conservación, paradores, nivel de organización circundante. Se debe considerar todas las alternativas que ofrece la zona.

**c. Selección de centros base y atractivos:** El centro base es la localidad o ciudad que posee el nivel adecuado de servicios para efectuar los pernoctes indicados en el programa. Además de establecer el nivel de los servicios en cuanto a calidad, cantidad y nivel tarifario; se debe tener en cuenta lo



**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

siguiente:

- ✚ Que sean los centros con mayor movimiento urbano de la zona: Escoger el de mayor jerarquía (tendrá mayor importancia aquel que sea único)
- ✚ Con posibilidades de realizar actividades recreativas y de esparcimiento que servirán para complementar el destino principal.
- ✚ Que se encuentren equidistantes de los otros centros considerados.

**d. Enunciación del circuito:** La información sobre los centros seleccionados, los atractivos de relevancia, las rutas y distancias dadas en Kilómetros y Horas se vuelca en una planilla a la cual se le irá anexando la información pertinente para elaborar el programa solicitado.

Por último se redacta el circuito marcando los centros base, las rutas de enlace y el kilometraje parcial entre centros.

**Para elaborar el circuito es importante tomar en cuenta los siguientes factores:**

- ✚ El espacio a abarcar: Local o regional
- ✚ Tipo de circuito: Lineal, cuyo trazado es rectilíneo, circular o Triangular

**3º Etapa: Confección del Itinerario.**

El circuito es la base o estructura de un itinerario donde se debe consignar los centros base, todos los atractivos que se visitan o recorren en el programa, los servicios incluidos, los días y horas en que se desarrollan las actividades previstas y toda otra información ofrecida al usuario. El itinerario es el detalle del programa efectuado a partir de un circuito.

**a. Estructuración o confección del itinerario:** Es en esta fase donde se otorga un ordenamiento secuencial y lógico a la prestación de los servicios,

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

actividades y visitas a atractivos puntuales, determinando los tiempos otorgados para los tramos en ruta, visitas y excursiones, paradas técnicas y tiempo libre diario.

⚡ **Tiempos en ruta:** Se toma la velocidad media del constante del vehículo y se lo relaciona con la distancia entre dos puntos dada en kilómetros. Así podemos tomar como base.

- Carreteras pavimentadas: entre 80 y 100 Km. /h.
- Carreteras no pavimentadas: entre 60 y 80 Km. /h.
- Rutas de montaña o sumamente difíciles: entre 40 y 60 Km. /h.

⚡ **Tiempos de visita:** Depende del tipo de visita de que se trate. Si se incluye visitas a elementos aislados de tipo urbano, tanto en espacios cerrados como abiertos se considera una duración aproximada de:

- a) Atractivos aislados de tipo urbano: 30 – 45 min.
- b) Atractivos de tipo rural: 60 minutos a 90 min.
- c) Visita a localidades: 02 a 03 horas
- d) Excursiones de día entero: 04 a 05 horas (07 horas incluyendo viaje de ida y regreso al centro base)

⚡ **Tiempo Libre:** Es el período de tiempo diario no comprometido en el consumo de actividades preestablecidas en el plan. Si bien hay un criterio único, es conveniente calcular un medio día libre cada dos o tres días completos.

⚡ **Paradas técnicas:** Es el período de detención cuya duración varia entre 30 y 90 minutos de acuerdo a los servicios que se consuman en ese tiempo.

⚡ **Fijación de horarios:** Una vez conocida la duración de la prestación

de cada servicio y las actividades incluidas en el programa, se fijarán los horarios tentativos para su operación. Es conveniente tomar parámetros amplios como la mañana, tarde o noche, que se ajustarán a lo largo de la tarea programadora.

✚ **Redacción del itinerario:** En esta fase se detalla el programa día por día sintetizando toda la información necesaria para el armado del paquete. Su redacción deberá ser concreta y precisa y debe utilizar una forma fácil de interpretación donde indique:

- Día en que se presta cada servicio.
- La localidad donde se presta el servicio.
- Detalle de cada servicio incluido.

#### **4º Etapa: Cotización del Programa:**

Armar un paquete y/o programa presupone la unión de distintos servicios, que para el pasajero se materializan en un solo acto de compra y una sola prestación final.

a. **Preselección de Prestadores:** Cuya selección se basa en maximizar la calidad de la prestación reduciendo el costo al mínimo. La información necesaria que se debe manejar es:

- ✚ El domicilio de la empresa a contratar.
- ✚ La tarifa pasada.
- ✚ El nombre del contacto con quien se ha negociado.
- ✚ Las condiciones del servicio y,
- ✚ Las condiciones de pago.

Esta es sólo una primera fase de selección.

b. **Presupuesto:** Se fijará el costo final del producto. El mismo que se puede

calcular a partir de cada salida, o se puede tomar en cuenta el total de salidas de la temporada. En ambos casos se tendrá en cuenta los siguientes factores:

✚ **Costos fijos de la empresa e indirectos:** Mediante el método de costeo por absorción, se establece un índice por producto, el mismo que debe agregarse en cada presupuesto. Es decir son aquellos que no dependen de la operación del programa, sino que se deben abonar independientemente, se debe tener en cuenta los gastos de:

- Salarios y cargas sociales
- Promoción
- Teléfono y demás medios de comunicación
- Alquiler servicios públicos y tasas municipales
- Impuestos y otros.

✚ **Costos directos al programa:** Surgen como consecuencia de la producción de un determinado programa y que varían según el tamaño de la misma. Para la confección del presupuesto se toman los precios unitarios (generalmente) y en el caso de grandes proveedores se emplea el grupo base o punto de equilibrio. Los rubros a tener en cuenta son:

- Transporte
- Alojamiento
- Comida
- Guías / Tour Conductor
- Excursiones
- Varios o extras
- El beneficio deseado o ganancia

**c. El canal de distribución del producto**

El sistema de comercialización empleado por la empresa para colocar sus productos en el mercado esta directamente relacionado con el precio final o de venta.

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

Se definirán los precios netos mas margen de ganancia, asimismo se establecerá con el canal el cronograma de salidas durante toda la temporada.

**5° Etapa: Programa y/o Paquete Resultado.**

El Programa detalla brevemente lo que se ofrece en el viaje; día por día, mencionando los servicios que se brindarán. Asimismo, se debe indicar aquello que no incluye, la tarifa por persona y la moneda en que se debe pagar. Existen distintas formas de presentación. Usualmente el contenido y redacción de la información suministrada al pasajero cubre los siguientes puntos:

- ✚ Código del paquete.
- ✚ Nombre o denominación del programa.
- ✚ Duración del programa expresado en días y noches (4D/3N).
- ✚ Descripción día por día indicando la alimentación a brindar.
- ✚ Tarifa por persona en base a habitación doble.
- ✚ Fecha de salida.
- ✚ Los servicios que incluye el programa.
- ✚ Los servicios que no incluye el programa.
- ✚ Día en que se presta cada servicio.
- ✚ Las localidades o ciudades a visitar.
- ✚ Descripción de los lugares y atractivos visitados.
- ✚ Información sobre las actividades incluidas en el programa.
- ✚ Información sobre el tiempo libre.
- ✚ Condiciones generales o contractuales del programa.
- ✚ Recomendaciones.
- ✚ Excursiones opcionales.

### **3.1.6 La operación del programa y/o paquete turístico:**

Se refiere a la puesta en marcha o efectivización del producto turístico y comprende todas aquellas acciones destinadas a la correcta prestación de los servicios incluidos en el programa turístico ya sean de tipo receptivo o emisor. Desde la función operativa todo programa tours o excursión puede ser clasificada de la siguiente manera:

**a. Programas operados en forma regular:** Son aquellos cuya efectivización esta prevista mediante un cronograma de salidas establecidos por temporadas. Pueden ser individuales o por grupos homogéneos o heterogéneos.

**b. Programas operados en forma eventual:** Son aquellos que no están previstos con antelación a la acción de compra, pueden ser individuales o en grupos homogéneos.

De acuerdo con la organización y administración de las prestaciones, toda operación regular o eventual puede ser:

**c. Prestación a través de terceros:** Pueden presentarse los siguientes casos:

☛ Que el operador responsable del producto cumpla la función de coordinación y administración y que el producto sea la suma de programas locales.

☛ Que el operador contrate en forma separada los servicios incluidos. Su función será organizar y administrar el producto.

☛ Que el operador no tenga una política definitiva y actúe de acuerdo con las realidades de cada destino. Tendrá un sistema mixto.

**d. Prestación directa de los servicios:** En este caso, el operador es a la vez

responsable directo de la administración de los servicios básicos y del servicio integrado o programa turístico.

Tiene por misión:

- ✚ La prestación o efectivización concreta del programa.
- ✚ El control de la calidad en prestación de los servicios básicos incluidos y contratados, que debe tener en cuenta lo siguiente:
  - ✚ Un período de desarrollo prefijado.
  - ✚ Una cantidad establecida de salidas.
  - ✚ Un nivel fijo de servicios.

**e. La operación emisora:** Se refiere a la efectividad del servicio turístico integrado, es decir la emisión o partida del pasajero desde su punto de origen hacia los destinos turísticos que abarque el producto adquirido.

**f. La operación receptiva:** Es la puesta en marcha o ejecución del paquete turístico, comprende todas aquellas acciones destinadas a asegurar la correcta recepción del pasajero en el destino y la prestación de los servicios contratados en la forma y tiempo en que se pactaron. Este ciclo finaliza cuando el pasajero parte hacia otro destino. Implica dos campos básicos de acción:

- ✚ **La organización receptiva del destino.-** Es la que fija las pautas y establece las políticas turísticas locales. Su responsable directo es el sector público o las entidades rectoras de la actividad en cada localidad.
- ✚ **La organización receptiva del paquete.-** Es la real prestación del mismo y su responsable directo es el operador, el mismo que actúa como intermediario entre el usuario y los prestadores de servicio. Ambos campos se complementan y dan origen al producto- destino. La operación receptiva integra el proceso de desarrollo turístico, abarca

estrategias de comercialización, promoción y producción.

### **3.2. Antecedentes:**

#### **3.2.1 A nivel Internacional:**

En la actualidad las principales regiones de destino de los **viajes internacionales** son:

- ✓ Europa principal región de destino de los viajes turísticos internacionales.
- ✓ América segunda región receptora de viajes turísticos internacionales.
- ✓ Pacífico y Asia Oriental en progreso notorio.
- ✓ Europa es al mismo tiempo que la principal receptora, la mayor región emisora de viajes turísticos internacionales y otros destinos.

##### **3.2.1.1 Europa en el Desarrollo Turístico**

La importancia de Europa en el mercado turístico internacional se centra en los países industrializados del Centro y Norte de Europa facilitando el desarrollo de la actividad turística.

Las razones más importantes del desarrollo turístico de Europa son:

- ✚ Condiciones económicas.
- ✚ Condiciones socio demográfico influido por mayor tiempo libre y mayor nivel de educación.
- ✚ Desarrollo cuantitativo y cualitativo de los medios de transporte.
- ✚ Condiciones geográficas: países con clima frío y lluvioso y países con excelente clima.

##### **3.2.1.2 América: El futuro desarrollo del Turismo**

**Las previsiones y tendencias del crecimiento del turismo:**

##### **Mercados y Destinos Emergentes**

Los nuevos destinos se centran en América:



## **CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA REGIÓN AMAZONAS.**

- ✚ EE.UU. y Canadá: bien consolidados en todos los mercados importantes generadores de turismo;
- ✚ México y los destinos importantes del Caribe (ej. Barbados, Bahamas, la República Dominicana, Jamaica): bien consolidados en el mercado norteamericano y en rápido crecimiento en los mercados de la Europa occidental. El rápido crecimiento en los últimos años del turismo de Europa a América del Norte y las subregiones del Caribe ha estado basado en el turismo de playa. La zona tiene un considerable potencial diverso por explotar.
- ✚ Otras islas del Caribe y América Latina: algunos países están bien consolidados en el mercado norteamericano pero son menos conocidos en el mercado de la Europa occidental; otros son aún coto de operadores especializados.

No obstante, el turismo en hacia Sudamérica es cada vez más conocido y practicado por los turistas europeos.

### **3.2.2 A Nivel nacional.**

#### **3.2.2.1 Destinos de la Macrorregión Norte:**

Aunque presenta un flujo de turistas menor al de la región Sur, la potencialidad de esta oferta se presta para desarrollar una mayor variedad de intereses especiales de viaje. **Lima Metropolitana y el Callao** son el centro emisor-receptor, ya que concentran la mayor cantidad de población, infraestructura y servicios en el país. Además, constituyen la puerta de ingreso del 90% de viajeros al Perú y representan el mayor centro emisor de turismo interno (86%). Como metrópoli, Lima se está posicionando en el desarrollo de un turismo urbano y gastronómico.

Por una parte, si se toma en cuenta las once ecorregiones del Perú clasificadas por Antonio Brack, se puede comprobar que la Norte concentra diez de ellas, de las cuales cuatro son exclusivas de esta región: mar tropical, bosque seco

ecuatorial, páramo y bosque tropical del Pacífico, configurando una flora y fauna de especial atracción. En este contexto, esta macrorregión puede satisfacer tanto el turismo de naturaleza convencional, basado en paseo por ríos y bosques, como el especializado, enfocado en la observación de determinadas especies de la flora y fauna. Así, cuenta con una de las áreas naturales protegidas más grandes del Perú: Pacaya-Samiria, así como otras áreas de exclusiva flora y fauna: Parque Nacional del Río Abiseo, Santuario Nacional Manglares de Tumbes, Área de Conservación Privada Abra Patricia, etcétera. Por otra parte, sus playas se han posicionado para satisfacer el turismo de sol y playa, así como el de deportes de aventura, sobre todo *surf* en playas como Máncora, Lobitos, Órganos, Cabo Blanco y Huanchaco, entre otras.

Por último, en la zona se puede destacar el segmento de Cultura no solo por los museos y arqueología (Museo Arqueológico Bruning, Museo Tumbas Reales Señor de Sipán, Museo Nacional de Sicán, Museo de Sitio Túcume, Kuelap, Ciudadela de Chan Chan), sino también por la gastronomía, el turismo rural comunitario, el termalismo y el chamanismo.

### **3.2.2.2 Destinos de la Macrorregión Centro:**

En cuanto al segmento de naturaleza, esta macrorregión contiene cinco de las once ecorregiones identificadas por Brack. Destacan el bosque tropical amazónico —que comprende la amazonía por debajo de los 800 m.s.n.m—, los nevados (Cordillera Blanca y Cordillera Negra, Pastoruri, Callejón de Huaylas, Cordillera Huayhuash), el Parque Nacional Yanachaga Chemillén, la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas, y la Reserva Comunal Yanesha.

Entre todos sus destinos destaca la ciudad histórica de Lima al ser la capital y el principal *hub* de todas las actividades turísticas del país. En cuanto al segmento de naturaleza inciden con especial interés las lagunas de Llanganuco y Paca, los baños termales de Churín, el bosque de piedras de Huallay, el valle del Mantaro, el canotaje en el río Santa y en el río Cañete, y las actividades de

trekking y andinismo en Huayuash y en el Callejón de Huaylas. Por el lado de cultura destacan el sitio arqueológico Wilcahuain, la artesanía de Shipibo, Caral, las manos cruzadas de Kotosh, Pachacamac, así como el turismo rural comunitario y las culturas indígenas de los colonos en Pasco y Huánuco.

### **3.2.2.3 Destinos de la Macrorregión Sur:**

Esta macrorregión abarca la mayor extensión de la ecorregión Puna, la cual es casi inexistente en el Norte. Así, esta ecorregión que comienza entre los 3.500 y 3.800 m.s.n.m y alcanza las zonas más altas del Perú, es la única que tiene sabana de palmeras en las Pampas del Río Heath (frontera de Madre de Dios con Bolivia), con excelente futuro para las actividades de ecoturismo y turismo científico, según Brack. Además existen otros lugares como el Parque Nacional del Manu y la Reserva Nacional Tambopata, aprovechados para la observación de flora y fauna. En cuanto a deportes de aventura destacan el río Urubamba, los Caminos del Inca y el Cañón del Colca, entre otros. Estos lugares se han posicionado más fuertemente dentro del segmento de cultura (arqueología y culturas vivas), pero presentan también un alto potencial en los campos anteriormente señalados. Además, existe un importante turismo fronterizo, a través del corredor Tacna-Moquegua, básicamente comercial.

#### **IV. MATERIALES Y METODOS**

##### **4.1 Material de Estudio.**

Circuito Turístico en el Distrito de Shipasbamba.

##### **4.2 Métodos.**

**4.2.1 Inductivo:** De la recopilación de datos bibliográficos y de campo se realizó un el análisis y se llegó a la propuesta de un “*Circuito Turístico en el Distrito de Shipasbamba.*”

**4.2.2 Deductivo:** Porque permitirá la derivación de conceptos y enunciados ya establecidos en las fuentes bibliográficas consultadas y a partir de las mismas llegar a conclusiones generales.

**4.2.3 Descriptivo:** Describir un fenómeno específico como lo es la formulación de un circuito Turístico, ello nos permite describir en forma resumida conceptos y definiciones sobre circuitos turísticos.

**4.2.4 Analítico:** Luego de haber recopilado la información primaria y secundaria se realizó un análisis situacional del turismo en el Distrito de Shipasbamba que nos permitió la diagramación del circuito Turístico en Shipasbamba.

##### **4.3 Técnicas**

**4.3.1 Técnica del Fichaje:** A través de la utilización de fichas bibliográficas par la recopilación de la información.

**4.3.2 Análisis de Datos:** A través de base de datos recopilados a través de las encuestas, para consolidar

**4.3.3 Análisis Bibliográficos:** Libros, revistas, reglamentos, guías aéreas y manuales que tengan incidencia directa en el tema.

**V. RESULTADOS:**

**5.1 Análisis de la Situación del Turismo en el Perú:**

**5.1.1 Tendencias del mercado**

- El nuevo viajero busca sentir y descubrir nuevas civilizaciones antiguas y un alto contacto con la naturaleza.
- 51% de crecimiento del turismo cultural desde el 2000 a nivel mundial
- Tendencia creciente de viajes de norteamericanos (2° mercado emisor más grande) a Sudamérica por el alza del euro
- Seguirán creciendo los viajes Long Haul (5.4% anual 1995-2020)

**5.1.2 Principales actividades realizadas en el Perú:**

- Cultural 83%
- Naturaleza 57%
- Culturas Vivas 25%
- Aventura 26%
- Sol y Playa 20%

**5.1.3 Gasto Promedio:**

- Long Haul \$ 1532
- Gasto Promedio Latinoamericano \$ 885

**5.1.4 Oferta Turística.**

- ✦ El Perú es considerado uno de los siete focos originarios de cultura en el mundo.

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

- ✦ Existen más de setenta sitios arqueológicos considerados de uso turístico.
- ✦ El Perú es uno de los doce países mega diversos.
- ✦ El Perú cuenta con lugares aptos para la práctica de deportes de montaña, así como con playas para la práctica de *surf*.

El Perú cuenta con once lugares inscritos en la lista de patrimonio de la humanidad. Según la UNESCO: Parque Nacional Río Abiseo, Parque Nacional Huascarán, Sitio arqueológico de Chavín, Zona arqueológica de Chan Chan, Centro Histórico de Lima, Santuario Histórico de Machu Picchu, Ciudad del Cusco, Líneas y geoglifos de Nasca y de Pampas de Jumana, Parque Nacional del Manu, Centro Histórico de Arequipa y la isla de Taquile en el Lago Titicaca.

Por estas razones y dado el interés en adecuar la oferta turística, infraestructura y comercio de estos destinos emergentes en verdaderas opciones turísticas de calidad, Perú se debe presentar como un destino diverso y renovado. El patrimonio peruano es único en el mundo y en la medida en que el patrimonio se revalorice se posicionará cada vez más como destino turístico. Sin embargo, la competencia del destino Perú dentro del contexto turístico internacional todavía es muy pequeña. Además, su lejanía frente a los grandes focos emisores condiciona su posición en el mercado respecto a la competencia y a la concurrencia.

Los primeros análisis se enmarcan en las tres macrorregiones (Norte, Centro y Sur) como referencia para caracterizar los distintos recursos turísticos del país. Esto permitirá entender el comportamiento diferencial de cada parte del país

según sus características territoriales, según la orientación de sus principales productos turísticos y según sus intereses especiales de viaje.

**✚ Destinos de la Macrorregión Norte:**

Se puede observar que la planta hotelera alcanza el 24% del total nacional y el 28% de los hospedajes categorizados. Además cuenta con un creciente número de albergues y *ecolodges*. Asimismo, existen señales de inversión turística en los destinos de sol y playa.

**✚ Destinos de la Macrorregión Centro:**

Esta macrorregión representa el más bajo porcentaje de infraestructura hotelera en el ámbito nacional (el 20% del total nacional y el 14% de los hospedajes categorizados) y, de este total, un 79% está concentrado en hoteles de 1, 2 y 3 estrellas.

**✚ Destinos de la Macrorregión Sur:**

Por su parte, el Sur cuenta con el 28% de la infraestructura hotelera en el ámbito nacional y 38% de los hospedajes categorizados), superando por muy poco a Lima Metropolitana y Callao. Es decir, presenta la mejor oferta de hospedaje a nivel nacional, concentrada principalmente en Cusco y Arequipa. En este sentido, es importante recalcar el rol de centro emisor-receptor de Lima Metropolitana y Callao. Su particularidad en este esquema es la concentración de inversión, infraestructura y equipamiento de servicio, que supera ampliamente al resto del país.

### **5.1.5 Demanda Turística**

Para desarrollar adecuadamente el diagnóstico de Perú como destino turístico resulta esencial una caracterización de la demanda que permita conocer las necesidades, los hábitos de viaje y el grado de satisfacción de la gente que nos visita. Se requiere conocer las necesidades y las deficiencias que detectan nuestros visitantes en el destino para responder a ellas con las acciones de

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

mejora pertinentes e integrarlas en el modelo de desarrollo turístico. No obstante, el conocimiento sobre el comportamiento de la demanda ha de ser monitoreado periódicamente. De este modo, se pueden detectar las tendencias del mercado a lo largo de los años respecto a nuestra oferta como destino turístico y reajustar el modelo turístico en función de las necesidades de la demanda.

Los datos del *Perfil del Turista Extranjero 2007* advierten que el mayor porcentaje de turistas actuales y potenciales del Perú están interesados en realizar actividades de diferentes segmentos (multisegmento), es decir combinando cultura y naturaleza. El principal medio de información es Internet y buscan viajes participativos. No quieren ser turistas que observan desde la ventana sino que buscan experiencias y actividades nuevas.

El turista receptivo es en la mitad de los casos latinoamericano, aunque las tendencias están favoreciendo el mercado de EE.UU., Reino Unido, Japón, Francia, Alemania y España, como mercados prioritarios.

Algunos estudios de PROMPERÚ, *Perfil del Vacacionista Nacional 2007* (que viaja por recreación), definen también con mayor exactitud cómo es el turista nacional. La mayoría de los viajeros suele buscar información durante el viaje; el viaje lo hacen principalmente por vía terrestre; predominan los viajes en grupo familiar (padres e hijos) y en grupo de amigos (sobre todo jóvenes). Los viajes son motivados por la búsqueda de descanso, relax y salir de la rutina, asimismo el clima y el paisaje natural influyen en la elección del destino.

Por último, para realizar este diagnóstico de demanda es imprescindible considerar el flujo de turistas a los distintos destinos turísticos del país. Ya que la estadística para medir la llegada de turistas hacia los recursos turísticos está incompleta, se ha analizado la llegada hacia las regiones a través de los reportes de pernoctación de los hoteles.



**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

**✚ Destinos de la Macrorregión Norte:**

El turismo interno es su principal demanda, representa el 19% del país y supera a todas las otras dos macrorregiones. En turismo receptivo, con un 6%, tiene poca participación en relación a la macrorregión de mayor demanda, que es la Sur.

**✚ Destinos de la Macrorregión Centro:**

Presenta el porcentaje más bajo en demanda de turistas, a pesar de su proximidad a Lima Metropolitana, que es el primer centro emisor. Su principal demanda viene del turismo interno, con un 11%. Posee el número de arribos internacionales más bajo, alrededor de 1%.

**✚ Destinos de la Macrorregión Sur:**

Las ciudades más visitadas por el turista receptivo están ubicadas en esta parte del país. Concentra un 46% del turismo receptivo y tiene un 18% del turista interno en el ámbito nacional.

**5.2. DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA  
EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA.**

**5.2.1 Caracterización de la Zona.**

**Datos generales:**

**Región:** Amazonas

**Provincia:** Bongará

**Distrito:** Shipasbamba

**Capital:** Shipasbamba

**Etimología:** Proviene de dos términos quechuas:

**SHIPAS** = Mujer joven bella y hermosa

**BAMBA** = Pampa o llanura

**Significado:** Pampa de jóvenes bellas y hermosas.

**Ubicación:** Se encuentra ubicado a 5 Km. del desvío de la autopista

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

Fernando Belaunde Terry a la ciudad de Chachapoyas.

**Altitud:** A 1985m.s.n.m. en plena ceja de selva.

**Clima:** Es templado con regulares precipitaciones fluviales.

**Límites:**

- Por el Norte: Distrito de Copallín.
- Por el Sur: Con el Rio Utcubamba y el distrito Jazán.
- Por el Este: Con los distritos de La Florida de Pomacochas y Jazán.
- Por el Oeste: Con el Distrito de Cajaruro

**Superficie:** 127,29 Km

**Fundación:** Fue creado el 16 de marzo en 1613 por el cacique don francisco Félix Chanzapa, donde fijaron los linderos. El 10 de agosto de 1665 les dieron posesión formal y ratificaron los linderos fijados anteriormente (desde la Quebrada de los Corrales de Pomacochas- hoy Canilyaco- hasta las Quebrada de la estación del capellán Juan de Urquíá de Villunca- hoy Santa Ana de Vellanta -, y por otra parte hasta la Quebrada de Alva- que de acuerdo a los documentos de 1768 se extendió hasta la Quebrada de Cómboca)

**Como Comunidad:** e l 17 de diciembre de 1950, Shipasbamba fue reconocida como comunidad por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Indígenas.

**Como Distrito:** Fue creado como primer distrito de Chachapoyas el 5 de febrero de 1861 por Decreto Ley 12301. El 26 de diciembre de 1870, cuando se creó la Provincia de Bongará con su capital San Carlos, Shipasbamba pasa a integrarse como distrito de esta provincia.

**Anexos del Distrito:** Los anexos con los que cuenta Shipasbamba son:

⚓ Cómboca

⚓ La Florida.

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

✚ Alba.

✚ Nuevo cumba.

✚ La Unión.

**Población:** Tiene una población de 833 habitantes (censo de 1993).

**Valles:** Palca, Pachi, Tablachaca, Cébliga, La Colpa, Méndis y Salinas.

**Ríos:** Uctubamba

**Quebradas:** Chígliga, Palca, y el arroyo de Limonhuayco.

**Cerros:** Pomacosh, Shíllac, Chígliga, Túngache y San Lorenzo.

**Lagunas:** Tablarumi y Zarumilla.

### **5.2.2 Actividades Económicas:**

Es un pueblo eminentemente agropecuario. Sus principales fuentes de ingresos son:

- ✚ El cultivo de café en sus variedades: nacionales, catimor, caturra.
- ✚ Cultivo de la caña de azúcar (guarapo y chancaca)
- ✚ Cultivo de frutales: granadilla, plátano, limón, pitajaya y palta entre otros.
- ✚ Cultivo de yuca, frijol, maíz, papa y verduras.
- ✚ Crianza de cuyes, gallinas, patos y cerdos.
- ✚ Extracción de madera: cedro, cascarilla, ishpingo, paltilla y pona.
  
- ✚ El yacimiento minero de la Florida de Shíllac (en exploración por la Minera “SOLITARIO PERÚ”) genera divisas para la Comunidad Campesina de Shipasbamba.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Bongará, Historias Leyendas y Costumbres ( Pág.35 -37) Red Educativa Temática de Lenguaje Comunicación- Ugel Bongará

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

**5.2.2.1 Inventario y Jerarquización de los Atractivos Turísticos de  
Shipasbamba:**

**CUADRO N°01: Atractivos Turísticos de Categoría Sitios Naturales**

NOMBRE	TIPO	SUB TIPO	JERARQUÍA
Laguna Tablarumi	Cuerpos de Agua	Laguna	1
El Agua Azufrada de Chaquil	Aguas Minero Medicinales	Aguas Termales	2
Las Cuevas de Caclij	Grutas Cavernas o Cuevas	cavernas	1
Las Cataratas de Shiliga	Caídas de Agua	Catarata	2

Fuente: Municipalidad de Shipasbamaba.

**CUADRO N°02: Atractivos turísticos de categoría Manifestaciones  
Culturales.**

NOMBRE	TIPO	SUB TIPO	JERARQUIA
Iglesia Matriz de Shipasbamba	Arquitectura y Espacios Urbanos	Iglesia	1
Shipasbamba	Pueblos	Pintorescos	1
El Arco de Piedra de Chígliga	Restos y Lugares Arqueológicos	Edificaciones: Templo	1
Pueblo Viejo y Santa Catalina	Restos y Lugares Arqueológicos	Edificaciones	1
Las Pinturas Rupestres de	Restos y Lugares Arqueológicos	Pinturas Rupestres.	1

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

Cómboca			
La Fortaleza de Pomacosh	Restos y Lugares Arqueológicos	Edificaciones: Templos	1
Las Ruinas de Cómboca	Restos y Lugares Arqueológicos	Edificaciones	1
Las Ruinas de Shillac	Restos y Lugares Arqueológicos	Edificaciones	1
Santo Tomás de Tiapollo	Restos y Lugares Arqueológicos	Edificaciones	1

Fuente: Municipalidad de Shipasbamaba.

**Cuadro N° 03 Atractivos Turísticos de Categoría Acontecimientos Programados**

<b>CATEGORIA ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS</b>				
<b>NOMBRE</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUB TIPO</b>	<b>JERARQUIA</b>
Fiesta Patronal de Setiembre	Shipasbamba	Fiestas	Fiestas Patronales	2
La Navidad	Shipasbamba.	Manifestaciones Religiosas y Creencias Populares	Ceremonia	1

Fuente: Municipalidad de Shipasbamba.

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

**CUADRO N°04: Atractivos Turísticos de Categoría Folklore**

<b>CATEGORIA FOLKLORE</b>		
<b>NOMBRE</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUB TIPO</b>
Locro de Chochoca	Gastronomía	Plato Típico
Sopa de mote pelado	Gastronomía	Plato Típico
El Charqui	Gastronomía	Plato Típico
El Purtumute	Gastronomía	Plato Típico
Caldo de Murumashca	Gastronomía	Plato Típico
El Puchero	Gastronomía	Plato Típico
Dulce de Chiclayo	Gastronomía	Dulces típicos
Humitilla	Gastronomía	Dulces típicos
El Shipasmute	Gastronomía	Plato Típico
Locro de guineo	Gastronomía	Plato Típico
Tacacho de plátano	Gastronomía	Plato Típico
La Mojiganga	Música y danza	
La Danza “El robo de gallinas”	Música y danza	
El albazo	Música y danza	
El Guarapo	Gastronomía	Bebida Típica
Rompopo	Gastronomía	Bebida Típica
Chicha de maíz	Gastronomía	Bebida Típica
Chicha de pata de ganado	Gastronomía	Bebida Típica
Tucsiche	Gastronomía	Plato Típico

Fuente: Municipalidad de Shipasbamba.

### **5.2.3 Descripción de los principales atractivos turísticos.**

Shipasbamba es un distrito con un amplio potencial turístico hasta ahora no conocido. Aparte de su Fiesta Patronal de Septiembre, Navidad y Semana Santa, cuenta con centros arqueológicos, pinturas rupestres, flora y fauna diversa.

Entre los atractivos turísticos destacan:

**La Laguna Tablarumi** (Piedra Plana) lugar de una imponente vista panorámica ubicada en las afueras del pueblo de Shipasbamba. Es un hermoso espejo de agua donde se cría carpa. Presenta abundante vegetación que sirve de hábitat preferido de los patos silvestre, gallinas y las garzas. Laguna incrustada en la raíz del cerro, rodeada de rocas y alimentada por un manantial de agua cristalina.

Es un lugar perfecto para el descanso y esparcimiento de familia. Seguro que con el tiempo se convertirá en un importante atractivo turístico.

#### **El Agua Azufrada de Chaquil**

A 20 minutos de Shipasbamba se encuentra las concurridas aguas minero-termo medicinal, famoso por su amplio poder curativo. Está ubicada a la margen izquierda de la autopista Fernando Belaunde Terry y de la Quebrada Asnac.

#### **Pueblo Viejo y Santa Catalina**

A hora y media de Shipasbamba se encuentran Pueblo Viejo y Santa Catalina, pueblos a donde bajaron de Tiapollo. Solamente quedan vestigios.

#### **Las Cuevas de Cáclij**

A 20 minutos de Shipasbamba se encuentran las hermosas, amplias e históricas cuevas de Cáclij. Cavernas que sirvieron de refugio a los shipasbambinos

## **CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA REGIÓN AMAZONAS.**

cuando eran perseguidos por los soldados sancarlinos después que dieron muerte al subprefecto

### **Las Cataratas de Shígliga**

A 2 horas de Shipasbamba se encuentran tres preciosas y encantadoras caídas de agua de unos 150 metros de altura, rodeadas de exuberante vegetación y fauna, donde las exóticas orquídeas y el Gallito de las Rocas le dan un colorido especial.

### **El Arco de Piedra de Shígliga**

A 2 horas de Shipasbamba, en la pampa de Shígliga se alza majestuoso el arco y la calavera de piedra. Además, a su alrededor hay varias cuevas y abundante flora y fauna.

### **Las Pinturas Rupestres de Cómboca**

A 2 horas del Puerto Cerezo (Autopista Fernando Belaunde Terry) se imponen las enigmáticas representaciones de peces dibujados en la peña dejadas por nuestros antepasados.

### **La Fortaleza de Pomacosh**

Impresionante construcción arquitectónica de piedra laja de dos a cuatro metros de altura que se emerge imponente en la cresta del cerro de Pomacosh.

Se dice que fue una fortaleza porque cuenta con un muro perimétrico y está construida estratégicamente en la cima del cerro más alto desde donde se puede divisar las llactas más cercanas de Shíllac y Wilca. Además cuenta con dos entradas muy restringidas: una al lado este, que da a los bebederos y otra al oeste.

Las edificaciones son circulares y están divididas en dos partes: en la parte baja detrás del muro las construcciones son pequeñas, posiblemente para la gente del



## **CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA REGIÓN AMAZONAS.**

pueblo; en el siguiente nivel, las construcciones son más grades y altas posiblemente vivieron los jefes y sacerdotes y en la misma cima del cerro se alza una construcción semicircular donde según la leyenda se encontraba el templo. Esta construcción cuenta con piedras sobresalientes que sirven de escalera para acceder a la superficie.

Toda la zona construida se encuentra cubierta con abundante vegetación y pasto y en total abandono.

Está ubicada en el lindero entre los Anexos de Cómboca y la Florida de Shíllac. Se encuentra a una distancia de tres horas del caserío de Cómboca. Se llega a través de una trocha. También se puede ingresar por el camino antiguo que conduce de Shipasbamba a Bagua.

### **Las Ruinas de Cómboca**

A una hora del Puerto Cerezo encontramos construcciones de piedra que se extienden desafiantes al declive del cerro, a la vegetación y a las lluvias.

Están esparcidas a lo largo de la ladera dentro de las chacras, invernadas, árboles y cafetales. Según la forma en que fueron construidas son andenes.

Los tambos y graneros están contruidos en las lomas. Escogieron estos lugares por ser ideales por su ventilación y cuidado. En estos muros se observa frisos que son característicos en las construcciones de la zona.

Se dice que Cómboca fue el campo agrícola de los antiguos pobladores de Wilca y Pomacosh por ser un lugar ideal para la siembra del maíz, vituca, colle, entre otros.

### **Las Ruinas de Shíllac**

A 5 horas de Shipasbamba, se encuentran las construcciones arquitectónicas de piedras construidas en forma circulares, con ornamentos y escalinatas.

### **Santo Tomás de Tiapollo**

## **CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA REGIÓN AMAZONAS.**

Santo Tomás de Tiapollo fue una legendaria llacta que dio origen a sus similares de Shipasbamba y Pomacochas. Según la leyenda sus pobladores huyeron de este lugar atormentados por la presencia de un gran basilisco que se había apoderado del chorro para comerse a los aguateros.

Hasta ahora dicho pueblo sigue perdido entre la densa vegetación. Si se llegase a descubrir el legendario pueblo de Tiapollo sería gran atractivo turístico como lo es Corobamba para San Carlos. Según referencias estaría ubicada cerca del Anexo del Chido, en la cumbre del cerro.

### **5.2.4 Turismo de Aventura y Ecológico:**

Las montañas de Shipasbamba se encuentran a tres horas del pueblo.

Lugar de abundante vegetación y cuna de las orquídeas que crecen vigilantes aferradas a la corteza de los árboles o de algún tronco viejo. Si tenemos paciencia podemos apreciar al Mono Choro de cola amarilla (único en la zona, y en peligro de extinción), al Oso de Pecho Blanco, al mono negro, tuta mono, mono blanco, gallito de las rocas, sachahuashpas, colibrí cola de espátula, loros, pishanes, turcas, pavas de monte, chosca, majáz, y otras variedades de animales.

### **5.2.5 Tradiciones y Costumbres**

Shipasbamba aún conserva sus tradiciones y costumbres, mayormente se van reflejadas en sus Fiestas Patronales de Septiembre, de Navidad, Año Nuevo y Semana Santa.

**Fiesta Patronal de Setiembre:**

Fiesta patronal costumbrista que se celebra con gran pompa y algarabía gracias a la masiva concurrencia de paisanos y visitantes que se dan cita a rendir devoción a sus patronos: Santo Tomás, San Juan y la Virgen Natividad.

Las actividades que se desarrollan son:

- 5 de septiembre: elaboración del voto de los mayordomos.
- 6 de septiembre: Día del voto, llegada de la banda y entrada de los nuevos mayordomos.
- 7 de Septiembre: Día del Santísimo
- 8 de Septiembre: Día de la Virgen de Natividad.
- 9 de Septiembre: Día del Patrón Santo Tomás.
- 10 de Septiembre: Día del Patrón San Juan.

Todos estos días se baila al compás de la banda de músicos contratada por la mayordomía y se brinda en pate con el tradicional guarapo, se entrega el voto, realizan el albazo, y las tardes se alegran con la danza “El robo de la Gallina”, de esta forma la noche sigue siendo amena con el baile de la mojiganga.<sup>4</sup>

**El Albazo:** Es una tradición en los días de fiesta recibir con banda de músicos y cohetes al nuevo día en la puerta del templo. El mayordomo brinda un aperitivo a todos los presentes, generalmente es caldo de gallina y caldo de cabeza de carnero, sacrificados para las danzas.

**El Mayordomo:** Es la persona devota y entusiasta que en un año antes se compromete ha organizar y realizar la fiesta, es el encargado de preparar el

---

<sup>4</sup> Bongará, Historias Leyendas y Costumbres ( Pág.43 -50 ) Red Educativa Temática de Lenguaje Comunicación- Ugel Bongará

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

guarapo, la comida, traer la banda de músicos, ofrecer la misa y preparar el albazo.

**El Voto:** Actividad costumbrista de gran devoción a los patrones ofrecido por el mayordomo y sus acompañantes. Consiste en la entrega de diferentes bocaditos, bebidas, animales, frutas, conservas, mermeladas, dulces, pasteles, panes, bollos, guaguas, platos típicos y todo cuanto puedan preparar. Después de ser exhibido en el frontis de la Iglesia, el nuevo mayordomo invita a que le ayuden a llevarlo a su casa acompañado de la banda de músicos para luego compartir con todos los presentes.

**La danza “El robo de la gallina”** Singular danza festiva realizada en tres tardes consecutivas por las principales calles del pueblo y la plaza, es organizada por cada mayordomo de cada patrón. Dicho evento se inicia con la competencia de la pelea de gallinas en el chorro, donde los entusiastas participantes muestran sus habilidades y destrezas en el pelear y lavarlas correctamente, luego beben un buen pate de guarapo, posteriormente amarran el ave en la punta de un palo junto a una orquídea y van danzando “ la charapita” al son de la banda de músicos con la compañía de todos los visitantes.

En su recorrido van desplazándose de un lado a otro tratando de interponerse en su camino y arrebatarse la gallina a sus compañeros o haciéndoles besar o pasarles por su cara, dan una vuelta en la plaza y se dirigen a la casa del mayordomo. La cocinera responsable recibe una a una las gallinas dadas y si no están conformes reciben un castigo: cuelgan a la pareja en la viga, lo echan guarapo con aguardiente por todo el cuerpo, luego le dan a beber de a gusto y petición del público, embriagados los desatan y los hacen danzar al compas de la diana.

**La Mojiganga.-** Danza festiva irónica, sarcástica, realizada durante tres noches consecutivas de fiesta, es organizada por el mayordomo quien convoca a un grupo de entusiastas varones y los disfraza con vestidos escotados, peluca,

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

maskara, tacones y bolso imitando la vestimenta de diferentes personajes del medio. Salen danzando acompañados de la banda de músicos y recorren las principales arterias de la localidad. Las muecas y los movimientos graciosos, torpes, coquetones hacen deleitar al público despertando interés por reconocerlos. Al final se premia a los participantes agasajándoles con cuy y gallina.

**La Navidad.-** Festividad de arraigado fervor religioso Inicia con la construcción del nacimiento en el templo católico hecho por los niños y entusiastas pobladores.

El 24 de diciembre en la noche se inicia el anuncio del nacimiento del niño, luego la escenificación del nacimiento y finalmente el baile de las pastoras. Las niñas pastorcitas ingresan al templo bailando y cantando sus villancicos, entregan sus regalos y se retiran para dar paso a las señoras pastoras quienes también ingresan cantando y bailando sus villancicos, una a una entregan su obsequio y se retiran.

Concluido el ritual se pasa a la casa del mayordomo para presentar el voto y degustar la comida, finalmente se confunden en baile popular donde se brinda el tradicional guarapo festejando el nacimiento del niño.

El 25 de diciembre el mayordomo ofrece un almuerzo y entrega el voto al mayordomo entrante.

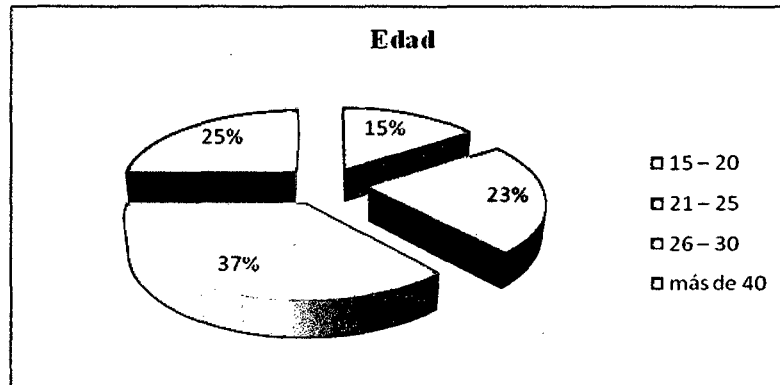
El 1<sup>a</sup> de enero se realiza un baile en el templo con la participación de niños y población en general.

El 6 de Enero se concluye con la tradicional bajada de reyes con la participación de las pastoras y la población se finaliza con un baile popular.

**5.2.6 Análisis de la Oferta y Demanda Turística del Distrito de  
Shipasbamba.**

**PERFIL DEMOGRAFICO**

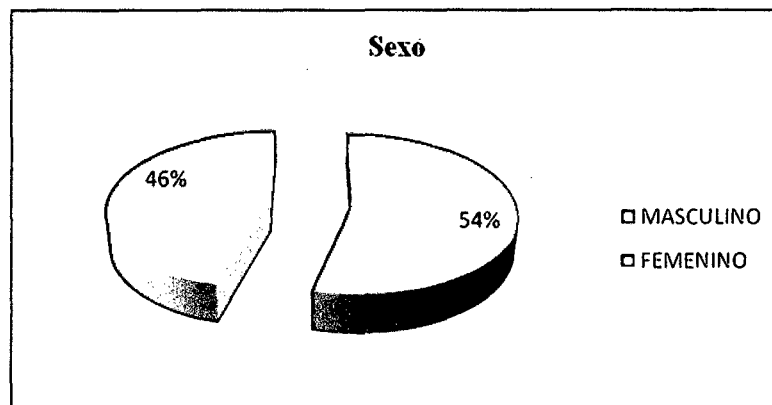
**GRAFICO N° 01**



FUENTE: Encuesta. Elaboración propia:

Respecto al grupo etáreo de los encuestados el 15% entre 15 a 20 años, el 23% entre 21 a 25 años, el 37% son entre 26 a 30 años y el 25% más de 40 años.

**GRAFICO N° 02**

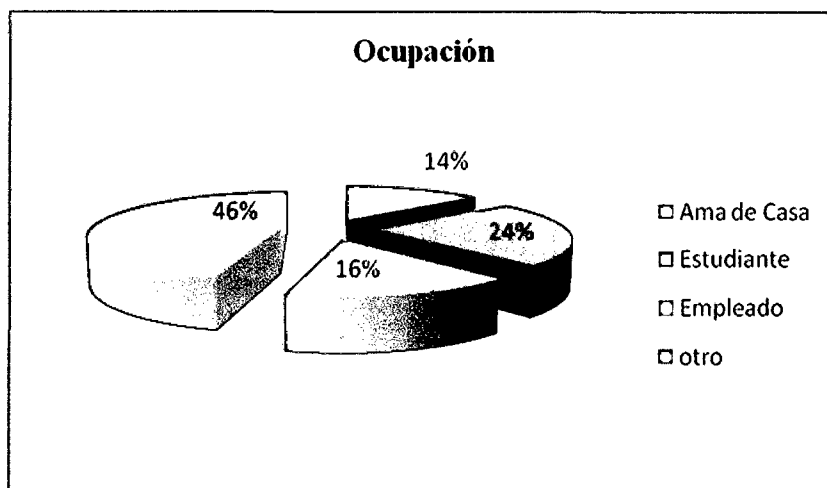


FUENTE: Encuesta. Elaboración propia:

Del gráfico anterior se observa que del 100% de encuestados el 54% son de género masculino y el 46% femenino.

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

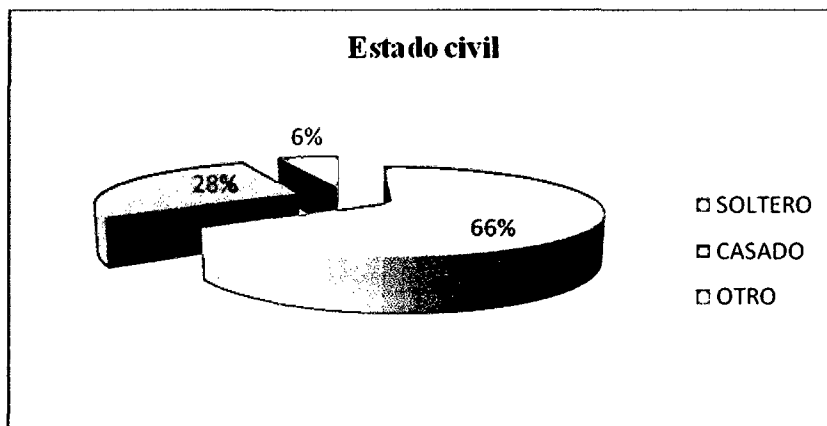
**GRAFICO N° 03**



FUENTE: Encuesta. Elaboración propia:

Por su ocupación, del 100% de encuestados el 14% son amas de casa, el 24% estudiantes, el 16% empleados, y el 46% otros.

**GRAFICO N° 04**

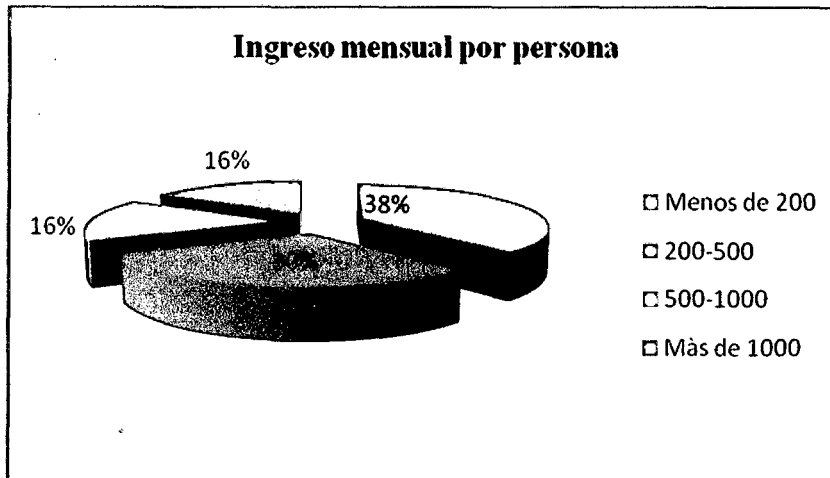


FUENTE: Encuesta. Elaboración propia:

Del 100 de encuestados el 66% fueron solteros, 28% casados y un 6% otros.

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

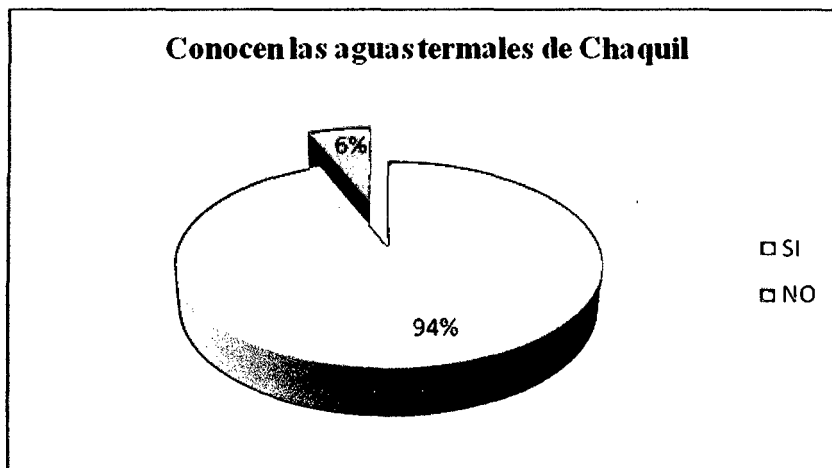
**GRAFICO N° 05**



FUENTE: Encuesta. Elaboración propia:

De los visitantes encuestados, respecto al ingreso mensual el 38% refiere percibir menos de 200 soles, el 30% de 200 a 500 soles, eo 16% de 500 a 1,000 soles y 16% más de 1000 soles.

**GRAFICO N° 06**

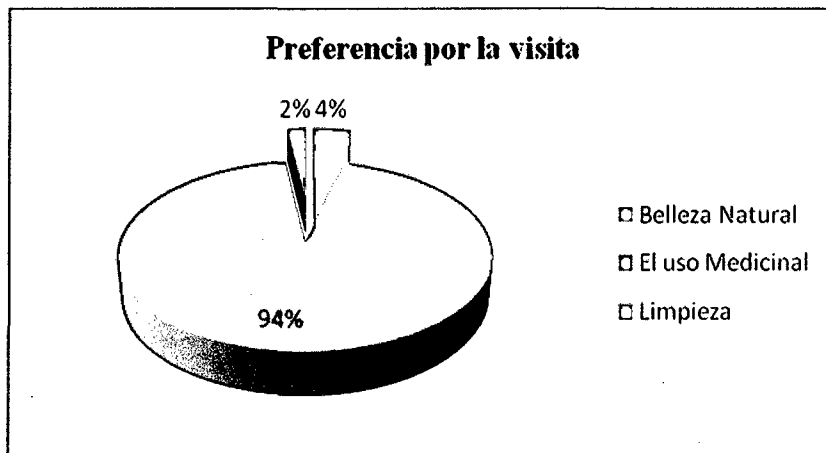


FUENTE: Encuesta. Elaboración propia:

Del 100% de encuestados el 94% conoce las aguas termales de Chaquil y el 6% no conoce.



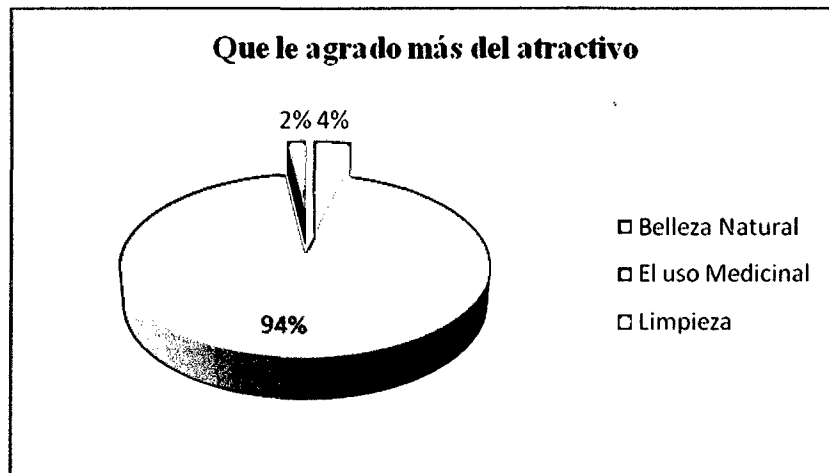
**GRAFICO N° 07**



FUENTE: Encuesta. Elaboración propia:

Respecto a la preferencia del atractivo el 94% refiere por su uso medicinal.

**GRAFICO N° 08**



FUENTE: Encuesta. Elaboración propia:

Del 100% de encuestados el 94% refiere que le agrado más el atractivo por su uso medicinal, el 4% por su belleza natural y el 2% por su limpieza.

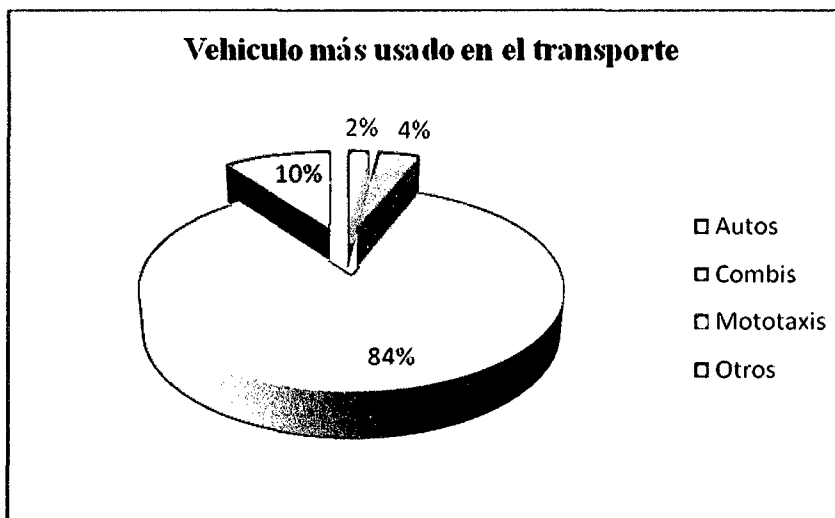
**GRAFICO N° 09**



FUENTE: Encuesta. Elaboración propia:

Si volvería a visitar el lugar el 94% refiere que sí y un 6% que no.

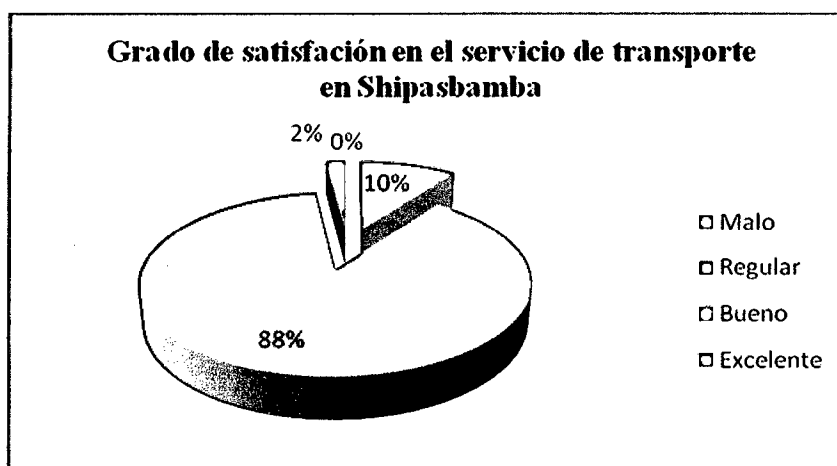
**GRAFICO N° 10**



FUENTE: Encuesta. Elaboración propia:

Respecto al Vehículo más usado en el transporte se aprecia que el 98% utiliza mototaxis, 4% combis un 2% autos y un 10 % otros (acémilas).

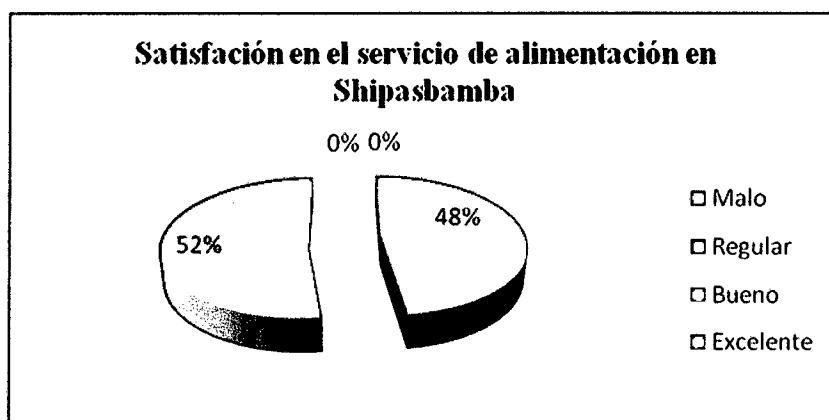
**GRAFICO N° 11**



FUENTE: Encuesta. Elaboración propia:

Del 100 % de encuestados respecto al servicio de transporte el 88% refiere que es regular, el 10% mal servicio y un 2% bueno.

**GRAFICO N° 12**

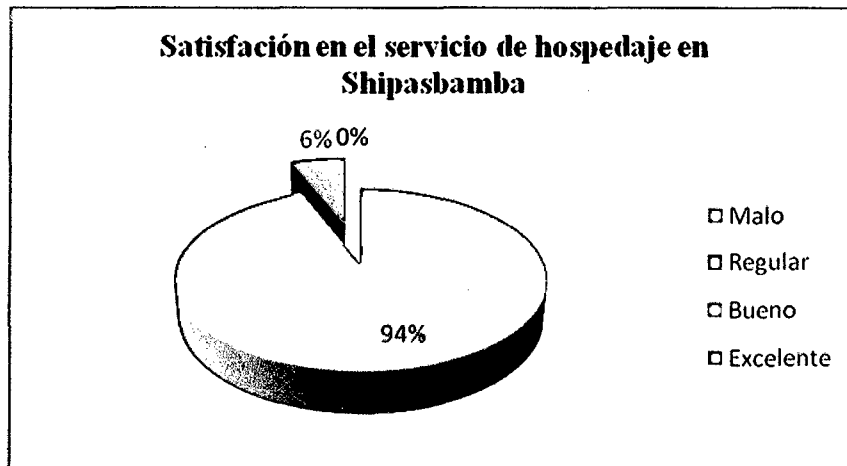


FUENTE: Encuesta. Elaboración propia:

Respecto a la satisfacción del servicio de hospedaje el 52% refiere que es regular y el 48% mal servicio.

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

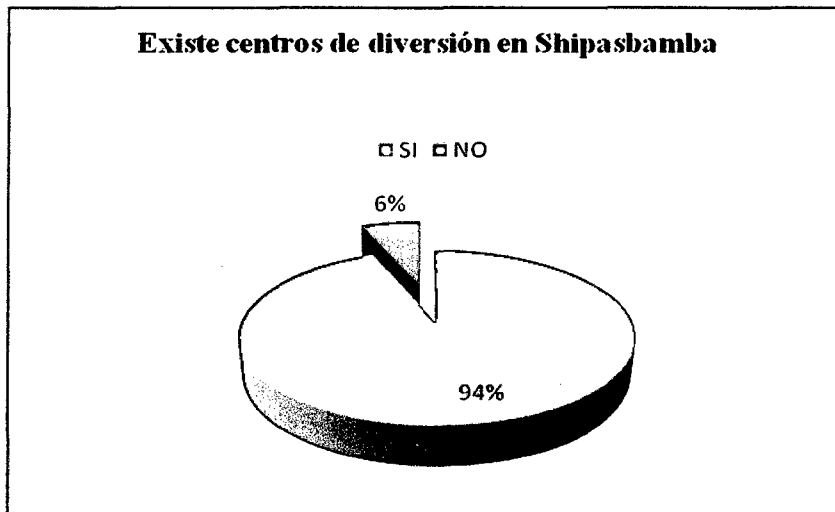
**GRAFICO N° 13**



FUENTE: Encuesta. Elaboración propia:

Respecto a la satisfacción de los servicios de hospedaje el 94% refiere que son malos y un 6% regular servicio.

**GRAFICO N° 14**

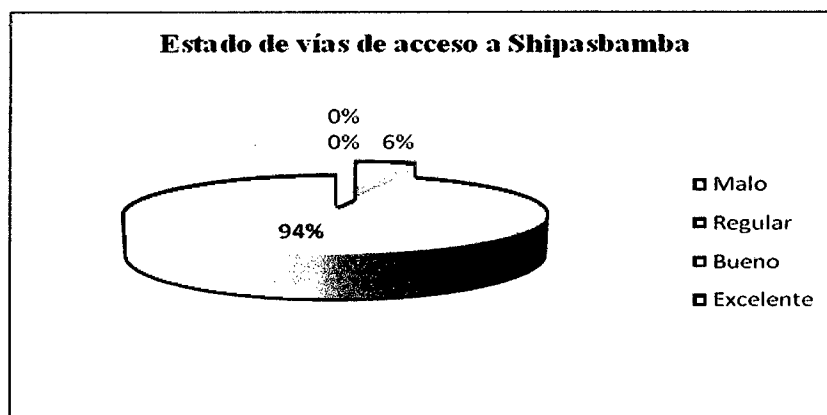


FUENTE: Encuesta. Elaboración propia:

Del gráfico se aprecia que existen centros de diversión.

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

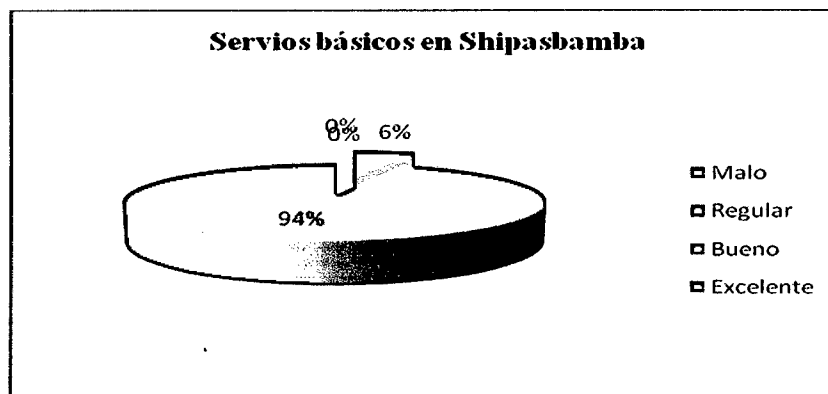
**GRAFICO N° 15**



FUENTE: Encuesta. Elaboración propia:

En cuanto a la Vías de acceso al distrito de Shipasbamba el 94% refiere que se encuentra en regular estado y el 6% en mal estado.

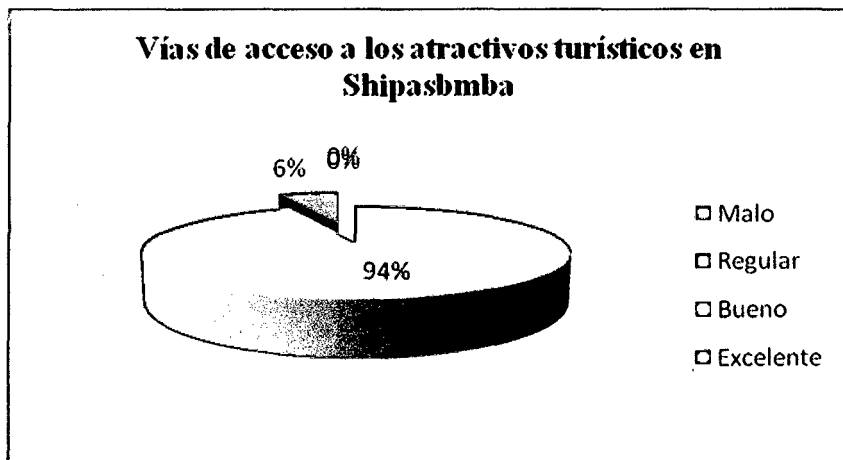
**GRAFICO N° 16**



FUENTE: Encuesta. Elaboración propia:

Respecto a los Servicios Básicos en Shipasbamba el 94% responde que es malo y el 6% que es regular.

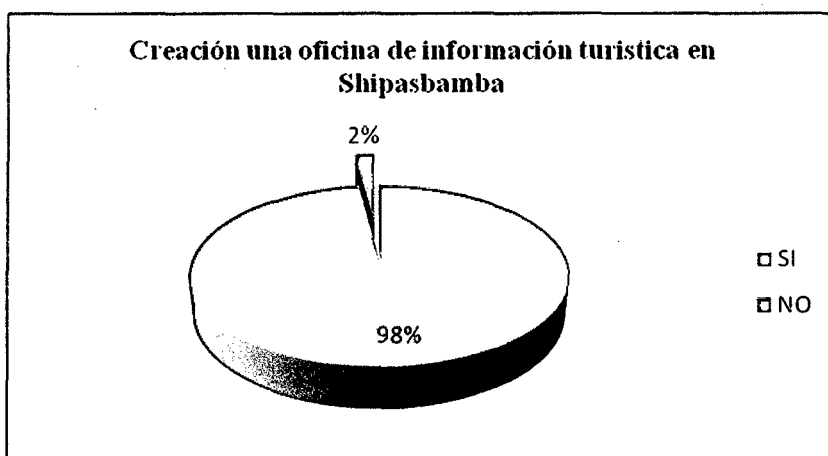
**GRAFICO N° 17**



FUENTE: Encuesta. Elaboración propia:

Del Gráfico se aprecia que el 94% de encuestados refieren que las vías de acceso a los atractivos de Shipasbamba es malo y el 6% dice que está en regular estado.

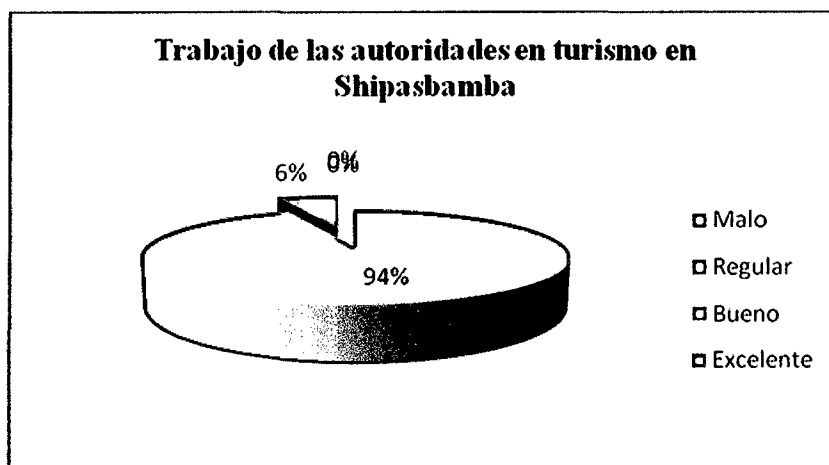
**GRAFICO N° 18**



FUENTE: Encuesta. Elaboración propia:

Del 100% de encuestados el 98% refiere que si es necesario la creación de una Oficina de Información Turística en Shipasbamba.

**GRAFICO N° 19**



FUENTE: Encuesta. Elaboración propia:

Como se aprecia en el gráfico del 100% de encuestados respecto del trabajo de las autoridades en turismo en el distrito de Shipasbamba el 94% refiere que es malo y el 6% regular ( por lo que a la fecha aun no se está trabajando proyectos de Turismo).

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

**ANALISIS FODA DEL DISTRITO DE SHIPASBAMBA.**

**Fortalezas:**

- ✚ Está dentro del CTN y el CNAT.
- ✚ Se encuentra ubicado estratégicamente cerca de la marginal a la selva (carretera Fernando Belaunde Terry).
- ✚ Es un distrito biodiverso (Flora y fauna únicos en el mundo) como el maravilloso colibrí cola de espátula.
- ✚ Cuenta con aguas Termo medicinales en Chaquil.
- ✚ Shipasbamba cuenta con servicios Básicos (Luz, agua, desagüe, telefonía móvil.)
- ✚ Está cerca de la Catarata de Gocta una de las más visitadas después de Kuelap.
- ✚ Shipasbamba es rico en tradición y folclore.

**Oportunidades:**

- ✚ Realizar proyectos de Turismo Rural Comunitario
- ✚ Es el Ecoturismo
- ✚ Vender un nuevo Producto Turístico *“Shipasbamba y sus aguas termo medicinales para el mundo”*.
- ✚ Kuelap como nuevo destino turístico del Perú, permite diversificar la oferta turística.
- ✚ Ser parte del CNAT. ( circuito turístico Nor amazónico)
- ✚ La apertura del aeropuerto con vuelos cívicos cada 15 días.
- ✚ infraestructura vial asfaltada



**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

**Debilidades:**

- ✚ No cuenta con Servicios de hospedaje de calidad.
- ✚ Los Servicios de alimentación son regulares.
- ✚ Falta de proyectos de puesta en valor de los recursos turísticos.
- ✚ Falta de inversión en planta turística en la zona
- ✚ Vías de acceso en regular estado de conservación.
- ✚ Los servicios de transporte son de regular calidad.

**Amenazas:**

- ✚ Inestabilidad política.
- ✚ La crisis económica a nivel mundial por el alza del barril de petróleo, lo que genera como consecuencia una contracción de la demanda de vuelos nacionales e internacionales.
- ✚ El cambio climático.
- ✚ Presencia de la empresa minera en la zona.

**4.2.6 Propuesta de un Circuito Turístico en el distrito de Shipasbamba.**

**4.2.6.1 Programa Turístico: “Shipasbamba y sus Aguas Termo medicinales para el mundo”**

- 1. Objetivo:** Ofertar una alternativa diferente con la práctica del turismo especializado.
- 2. Alcances de su distribución:** Turistas nacionales y extranjeros.
- 3. Centro base de la ruta:** Es la ciudad de Pedro Ruiz
- 4. Determinación de las características formales:**
- 5. Duración estimada:** 05 Días/04Noches.

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

**6. Zona o región a recorrer:** Aguas termo Medicinales de Chaquil, observación de Orquídeas, el Maravilloso Colibrí Cola de Espátula, centros artesanales, centros arqueológicos, caminos prehispánicos.

**7. Actividades a desarrollar:** Observación de orquídeas, observación del maravilloso colibrí cola de espátula, trekking, termalismo, cabalgatas, visita a restos arqueológicos, lagunas y cataratas.

**8. Tipo y nivel de alojamiento pretendido:** Hostal, casas de hospedaje, Albergues ecológicos, camping.

**9. Régimen de pensión:** Pensión Completa (PC) y media pensión

**10. Transporte de aproximación preferido:** Bus, microbús, minivans, autos y acémilas.

**11. Cantidad de excursiones:** Se realizaran 5 excursiones durante todo el circuito.

**12. Grupo Base:** 15 personas.

Enunciado del Circuito					
Día	Centro Base	Atractivo	Ruta	Km	Tiempo en Horas
01	PEDRO RUIZ	Aguas Termales de Chaquil	Ruta1. Shipasbamba y sus Aguas Termomedicinales para el mundo.	5Km	30 min.
01	PEDRO RUIZ	Shipasbamba-Tabla Rumi-Pueblo Viejo- Observación del Maravilloso Colibrí Cola de Espátula	Ruta2. Ruta del Colibrí	8Km	2hras

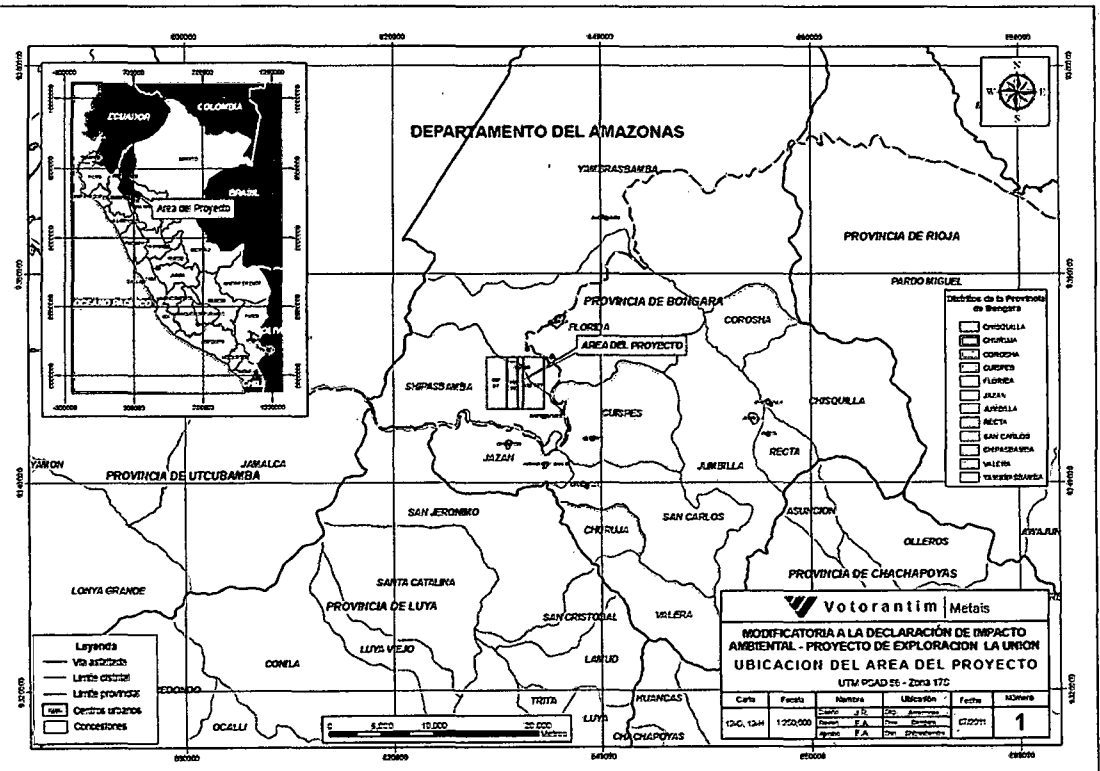
**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

03	PEDRO RUIZ	Catarata de Shiglia o Velo de Novia- Observación de Orquídeas	Ruta3. Ruta de Orquídeas.	5Km	2hras.
04	PEDRO RUIZ	Pedro Ruiz- Catarata de Gocta	Ruta: Gocta Belleza Natural.	10K m	3hras.
05	PEDRO RUIZ	Pedro Ruiz- Kuelap- Comunidades campesinas -Pedro Ruiz.	Ruta5: Kuelap Maravilla del Perú.	76 Km	2.30hras.

**Elaboración propia.**

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

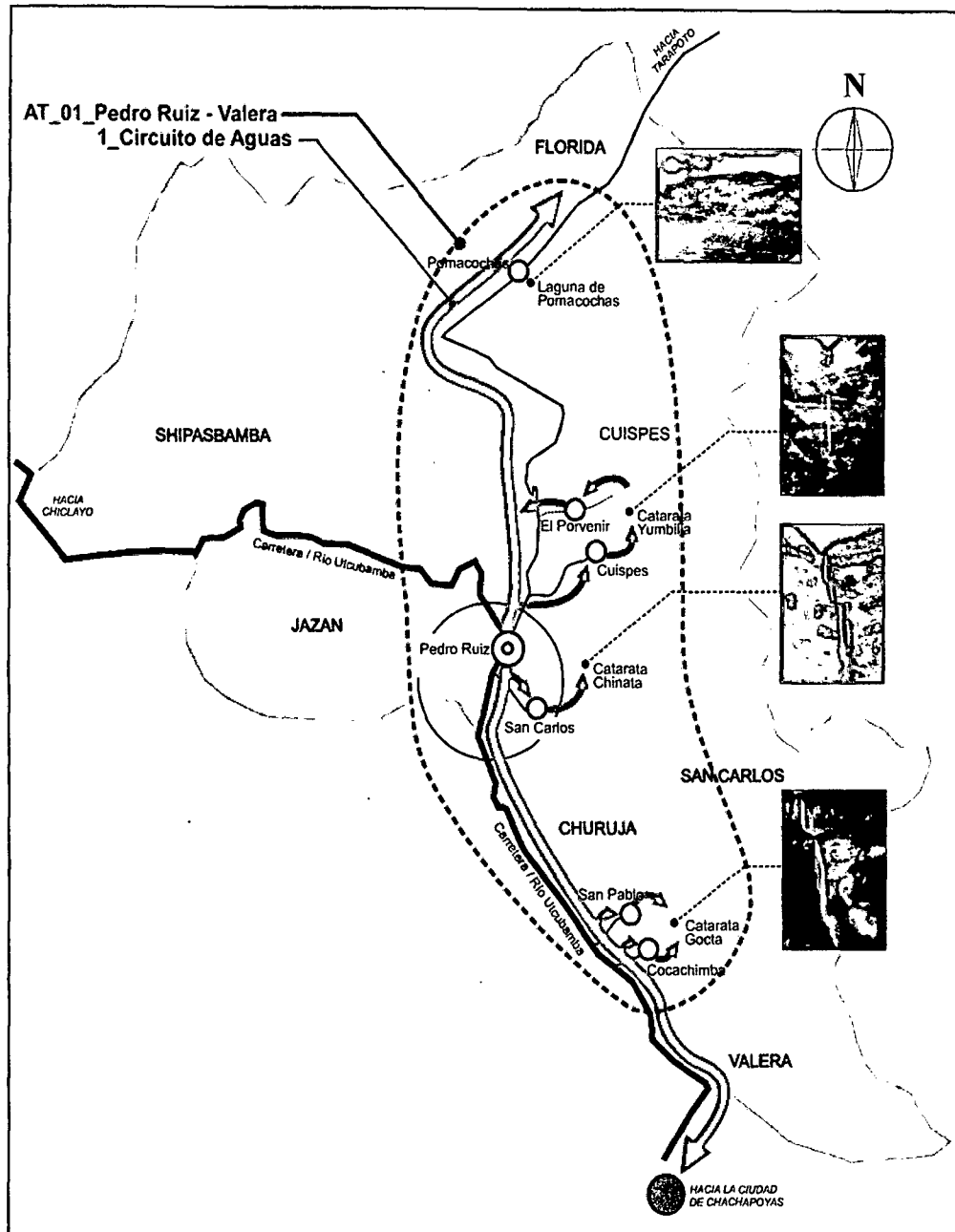
**Circuito Turístico: Shipasbamba y sus Aguas Termo Medicinales para el Mundo”**



Fuente: Minera Votorantin Metais

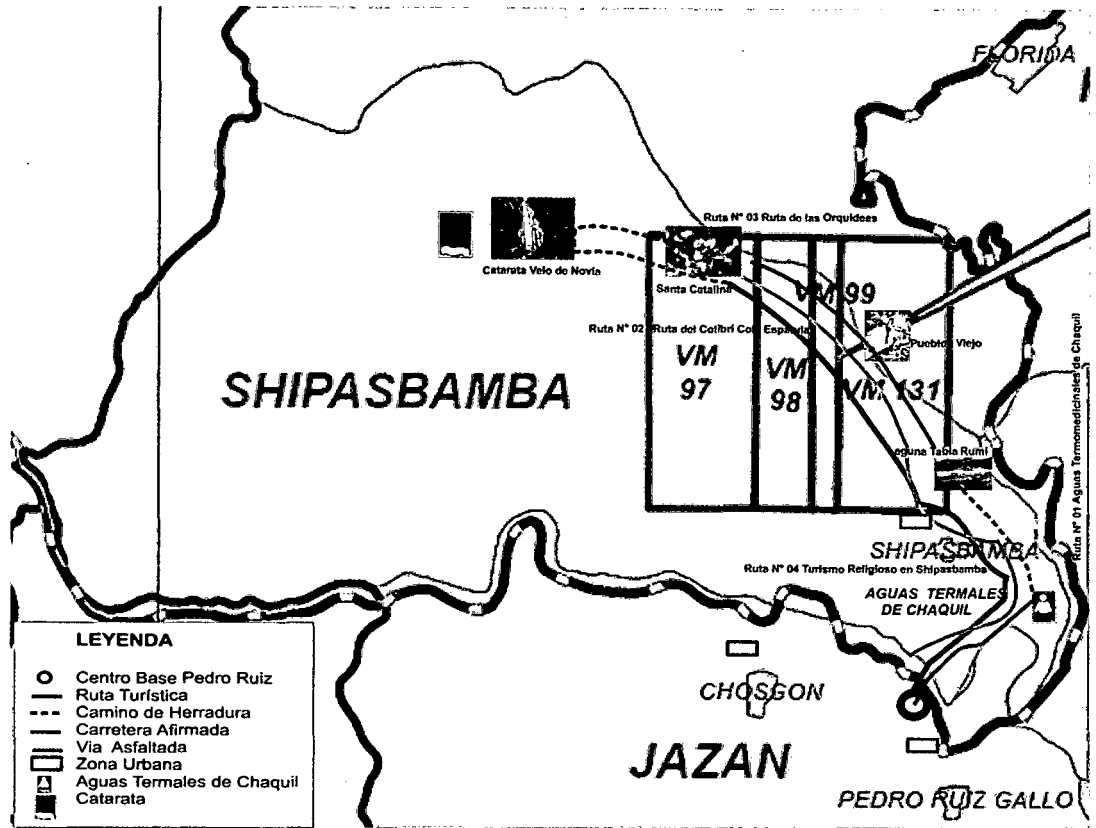
**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

**Circuito de Aguas:**



**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

**CIRCUITO TURÍSTICO SHIPASBAMBA Y SUS AGUAS  
TERMOMEDICINALES PARA EL MUNDO**



**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

**ITINERARIO:**

**5 Días/ 4 Noches.**

**RUTA1: “Pedro Ruiz – Aguas Termo medicinales de Chaquil”.**

**PRIMER DIA:**

10:00AM. Recojo en el terminal del Bus a los pasajeros e instalación en el Hotel Casa Blanca.

11:00 AM. Visita a las Aguas Termomedicinales de Chaquil, lugar de esparcimiento y relajación, las concurridas aguas minero-termo medicinal, famoso por su amplio poder curativo. Está ubicada a la margen izquierda de la autopista Fernando Belaunde Terry y de la Quebrada Asnac. Son aguas sulfuradas de amplio poder curativo.

13:00 horas: Almuerzo en Chaquil ( Boxlunch) .

**RUTA 2: Ruta del Colibrí.**

14:00 Partimos rumbo a Shipasbamba donde visitaremos la Laguna de Tabla Rumi lugar de una imponente vista panorámica ubicada en las afueras del pueblo de Shipasbamba. Es un hermoso espejo de agua donde se cría carpa. Presenta abundante vegetación que sirve de hábitat preferido de los patos silvestre, gallinas y las garzas. Laguna incrustada en la raíz del cerro, rodeada de rocas y alimentada por un manantial de agua cristalina.

Es un lugar perfecto para el descanso y esparcimiento de familia y los visitantes.

15:00 En Shipasbamba visitaremos la iglesia matriz que encierra reliquias y sobre todo el arte religioso de épocas coloniales y luego a hora y media de Shipasbamba se encuentran Pueblo Viejo y Santa Catalina, pueblos a donde bajaron de Tiapollo los cuales visitaremos y durante el trayecto se observa el maravilloso colibrí cola de espátula único en el mundo.

17:00 Retorno a Shipasbamba

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

20:00 Cena Cultural en la Municipalidad de Shipasbamba, se presentará danzas típicas (Baile de la gallina, las mojigangas).

Pernocte en Camping a las orillas de Tabla Rumi.

**SEGUNDO DIA:**

**RUTA 3: “Ruta de las Orquídeas”**

7:30 Desayuno en base a frutas exóticas como la Pitajaya, aguay- manto, granadillas, berenjenas, etc. Los cuales se tomará en la casa de la Señora Pilar.

8:30 Partimos con destino a rumbo a las cataratas donde se encuentran tres preciosas y encantadoras caídas de agua de unos 150 metros de altura, conocidas como **La Catarata de Shígliga y La catarata Velo de Novia**, rodeadas de exuberante vegetación y fauna, donde **exóticas orquídeas y el Gallito de las Rocas** le dan un colorido especial y muy particular que le hace único e inolvidable la experiencia de viaje. Luego visitaremos **El Arco de Piedra de Shígliga** en la pampa de Shígliga se alza majestuoso el arco y la calavera de piedra. Además, a su alrededor hay varias cuevas y abundante flora y fauna.

13:00 Almuerzo Típico en Shipasbamba en el Comedor Popular Niño Jesús de Praga.

15:00 Retorno a Pedro Ruiz, instalación en el Hotel Casa Blanca.

Tarde Libre

Cena Libre.

**TERCER DIA:**

**Ruta 4: “Gocta Belleza y Encanto Natural”**

8: 00 Desayuno en el hotel.

8:30 Partimos a Cocachima, luego de contratar los guías locales y contratar caballos partimos rumbo a la Catarata de Gocta la tercera más alta del mundo y la primera del Perú, en el trayecto se observa gran



**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

variedad de flora y fauna, así mismo actividades agrícolas y artesanales de la comunidad. Después de tres horas de recorrido llegamos a Gocta que es un salto de agua de 771 m. de altura (2,532 pies), distribuida en dos caídas:

La primera caída mide 231 m. y la segunda caída mide 540 m.

Está situada en la región de Amazonas, dentro de la provincia de Bongará, y cerca del poblado de Cocachimba, punto de inicio de los senderos que llevan a la primera caída.

**12.30** Box Lunch al pie de la Catarata:

**16:00** Arribo a Cocachimba donde espera un minivan con aire acondicionado para trasladar a los pasajeros a Pedro Ruiz.

**20:00** Cena en el Restaurant

**Pernocte en Hotel Casa Blanca.**

**CUARTO DIA:**

**Ruta 5: “Kuelap Maravilla del Perú”.**

7:30 Desayuno en el Hotel

8:00 Partimos rumbo a Kuelap, en el trayecto a recorrer, observamos el valle del Utcubamba cuyo río es de aguas cristalinas y donde habita la trucha, las Cashcas o Carachamas, y diversas aves como el pato de agua dulce, aprox. a una hora de salida se realizará una parada para observar los jeroglíficos de Càclic que están ubicados al margen izquierdo de la pista. Continuando el recorrido se aprecia en el fundo de Achamaqui la producción de la Chirimoya que hoy en día es un producto orgánico de exportación.

10:00 Realizamos una parada para observar el Santuario de Macro, perteneciente a la cultura Chachapoya, durante el trayecto pasamos comunidades campesinas en las que apreciamos diversas actividades agrícolas y ganaderas.

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

11:00 Arribamos a la Ciudad Fortificada de Kuelap el cual visitaremos en un recorrido aproximado de 2 horas y medio.

14:00 Almuerzo en el restaurante “El Changali”

15:00 Horas retorno a Pedro Ruiz.

19:00: Instalación en el Hotel Casa Blanca.

20:00 Embarque en el Bus rumbo a Chiclayo.

**INCLUYE:**

Traslados al hotel y agencia

Transporte

Alimentación

Reservas en el Hotel

Guiado

Carpas y bolsas de dormir.

**NO INCLUYE:**

Entradas a los Atractivos Turísticos

Alquiler de Acémilas

**Costo del Paquete: S/. 480.00 Nuevos Soles.**

**Recomendaciones para el viaje:**

Llevar impermeables

Linternas

Repelentes

Protector solar

## **VI. DISCUSIÓN :**

Los Corredores Turísticos son vías que se utilizan para aprovechar de la mejor manera la dotación del potencial turístico que posee un destino y formar parte de las oportunidades que muestra el mercado turístico. Constituyen la red de caminos, carreteras a través de los cuales se desplaza los flujos turísticos para cumplir itinerarios, encontrándose dentro de ellos servicios complementarios como restaurantes, hospedajes, transportes, enmarcados dentro de los lineamientos para la prestación de servicios turísticos.

Por lo que decimos que los corredores turísticos actúan uniendo áreas y zonas turísticas o están inmersas dentro de ellas, su punto de origen en algunas veces es su punto de llegada, sobre los corredores se desarrollan las rutas, sobre las rutas los circuitos y sobre éstos últimos se elaboran los itinerarios.

Además los corredores deben presentar recursos turísticos diversos, en cuanto a clasificación, catalogación y jerarquización, para lo cual primeramente se debe evaluar el potencial turístico existente. Según Jafari “La evaluación de los recursos”; alude al proceso en el que se determina el valor de diversos recursos para su uso en el ámbito del turismo, y constituye un componente importante de la planificación y el desarrollo de ésta actividad, también considera que dentro de la evaluación de los recursos turísticos se enmarcan los atractivos y la planta turística.

Es por ello que el presente trabajo de investigación ha realizado la evaluación del potencial turístico en el Distrito de Shipasbamba y en el Centro Base Pedro Ruiz Gallo como se aprecia en los cuadros N<sup>o</sup> 01, 02,03 y 04 de los inventarios de recursos turísticos de los cuales se

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

aprecia que el distrito Shipasbamba presenta 35 recursos turísticos inventariados los cuales están distribuidos de la siguiente manera:

04 sitios naturales, destacando con jerarquía 2 las Aguas Termomedicinales de Chaquil, en manifestaciones culturales presenta 07 atractivos, en acontecimientos programados presenta 02 destacando sus fiestas patronales con jerarquía 2 y para folclore 20 recursos.

Del mismo modo se realizó la evaluación de la planta turística tanto de Pedro Ruiz por ser Centro Base, como del distrito de Shipasbamba como se aprecia en los gráficos, podemos ver que Shipasbamba no cuenta con servicios de alimentación y hospedaje de calidad, tampoco existe la puesta en valor de los recursos hasta la fecha a pesar del potencial con el que cuenta, aun falta proyectos de inversión en turismo, pero al realizar el diseño del Circuito Turístico de Shipasbamba se pudo notar que el Atractivo turístico Aguas termales de Chaquil, podría convertirse en un producto turístico por ser único y contar con accesibilidad a servicios turísticos.

Para plantear el circuito turístico del distrito de Shipasbamba se ha elaborado 03 rutas turísticas en el distrito de Shipasbamba las cuales son:

**Ruta 1: Aguas Termomedicinales de Chaquil para el mundo.**

**Ruta 2: Ruta del Colibrí**

**Ruta 3: Ruta de las Orquídeas.**

Complementadas con 02 rutas importantes como son:

**Ruta 4: Gocta Belleza y Encanto Natural.**

**Ruta 5: Kuelap maravilla del Perú.**

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

Sobre las cuales se ha diseñado el circuito como se presenta en el mapa de Shipasbamba de acuerdo al enunciado del circuito, finalizando con el itinerario.

## **VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.**

### **6.1. Conclusiones:**

- ✚ El circuito turístico del distrito de Shipasbamba cuenta con un potencial turístico poco conocido que se convierte en una oportunidad para ser comercializado al Perú y al mundo de manera sostenible.
- ✚ Las Aguas Termomedicinales de Chaquil son únicas y por su jerarquización se convierte en un producto turístico alternativo.
- ✚ Shipasbamba no cuenta con proyectos de desarrollo turístico.
- ✚ Shipasbamba no cuenta con servicios de turismo organizados.
- ✚ Pedro Ruiz es el Centro base del circuito.
- ✚ Gocta es considerada la Catarata más alta del Perú y la tercera más alta del mundo lo que convierte en una oportunidad a Shipasbamba para ofrecer productos alternativos.

### **6.2. Recomendaciones:**

- ✚ A las autoridades locales y de Turismo a promover el Circuito Turístico Shipasbamba y sus Aguas Termomedicinales para el Mundo.
- ✚ A la Municipalidad continuar con el mejoramiento de la infraestructura vial al distrito de Shipasbamba.
- ✚ Al Gobierno regional en coordinación con el IRC y la Municipalidad de Shipasbamba la puesta en valor de los atractivos turísticos de la zona.

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

- 4 A los Operadores Turísticos visitar Shipasbamba y programar dentro de sus paquetes la inclusión del *circuito turístico Shipasbamba y sus aguas termomedicinales para el mundo.*

### VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:

- BOULLON, Roberto C. (2004) *Planificación del Espacio Turístico* cuarta edición.
- JAFARI, Jafar (2000) “*Enciclopedia del Turismo*”. Editorial Síntesis-España –Madrid.
- CHAN NELIDA, Circuitos Turísticos Programación y Cotización, segunda edición 1994- Buenos Aires Argentina.
- MARVÍN BLANCO M., *Guía para la Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico de un Territorio*; Grupo Técnico PRODAR – IICA, Costa Rica, noviembre 2008.
- (2008). *Plan Estratégico de Promoción Turística 2008*. Lima: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
- BRACK, A.; MENDIOLA, C. (2000). *Ecología del Perú*. Lima: Editorial Bruño/PNUD.
- CÁMARA NACIONAL DE TURISMO (1999). *Programa de desarrollo integrado del turismo en el Perú*. Lima: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo- MINCETUR. ( 2008) *Manual para la formulación del Inventario de Recursos Turísticos a Nivel Nacional*.

#### Pàg. WEB.

- [http:// www.terra.com.ar/canales/turismo/1297129316.html](http://www.terra.com.ar/canales/turismo/1297129316.html).
- [http:// www.mincetur.gob.pe/newweb](http://www.mincetur.gob.pe/newweb).
- [http://www.es.geocities.com/itaca\\_peru/vocabulrioturistico.html](http://www.es.geocities.com/itaca_peru/vocabulrioturistico.html).



# **ANEXOS**

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

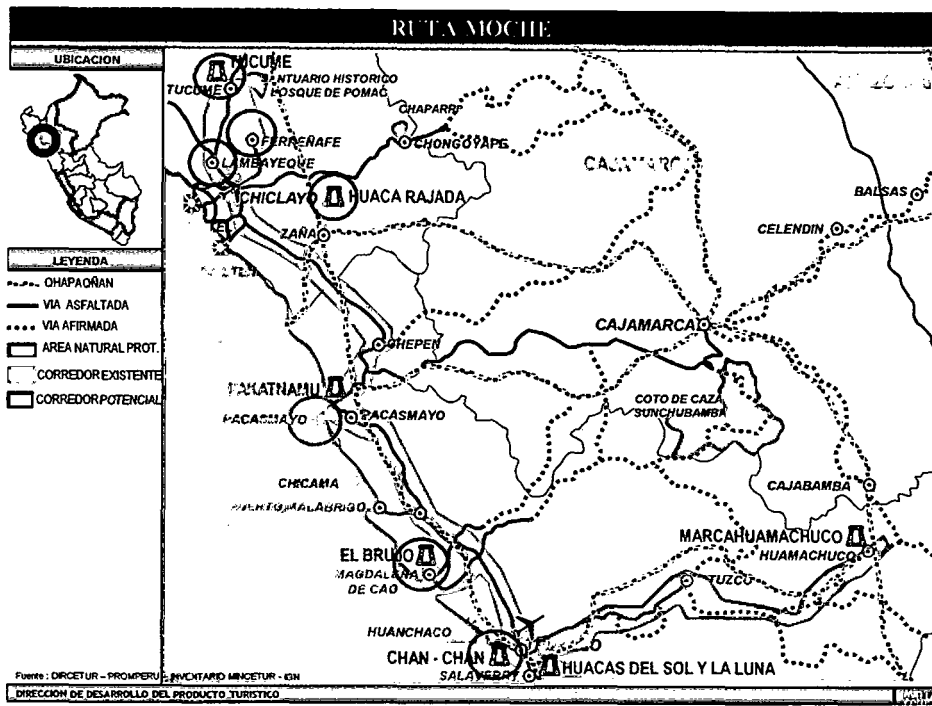
**ANEXO: 01 MAPAS DE CIRCUITOS NACIONALES Y REGIONALES.**

**CIRCUITO DE LA MACROREGION NORAMAZONICA**

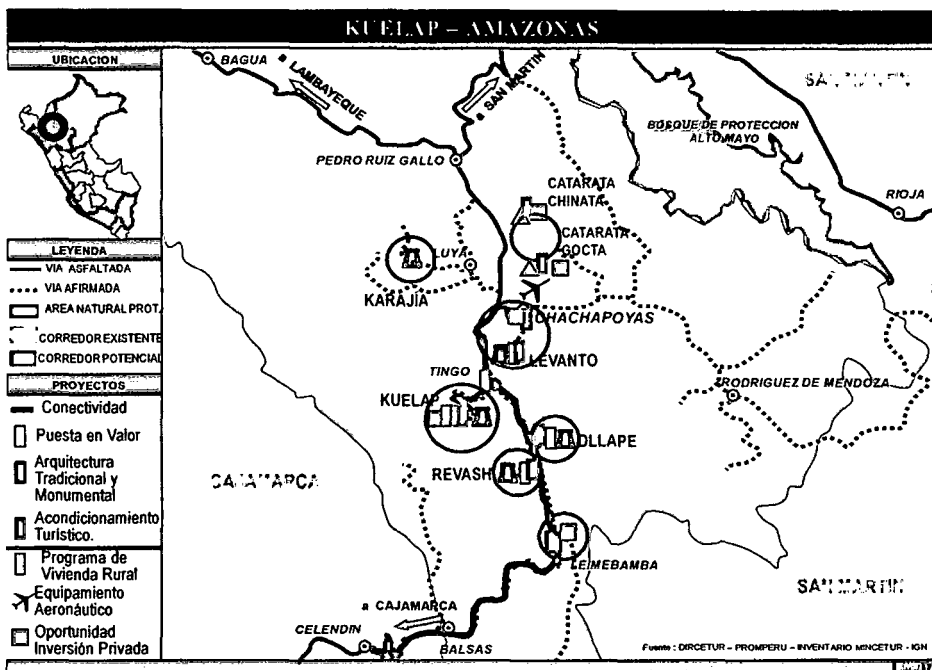


**Fuente: MICETUR.**

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

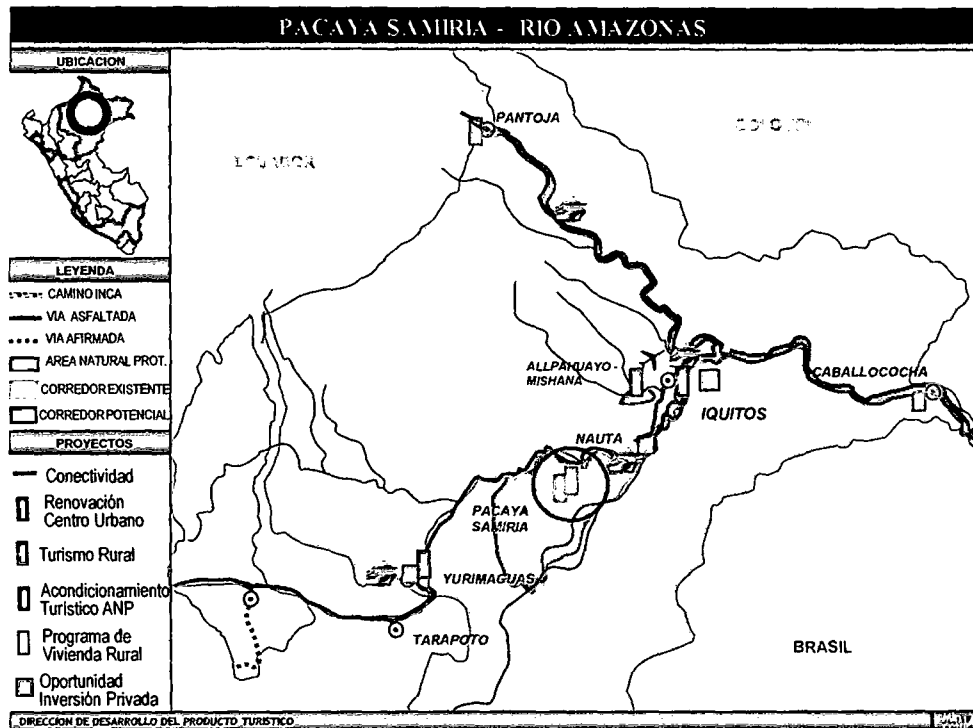


**Fuente: MICETUR**

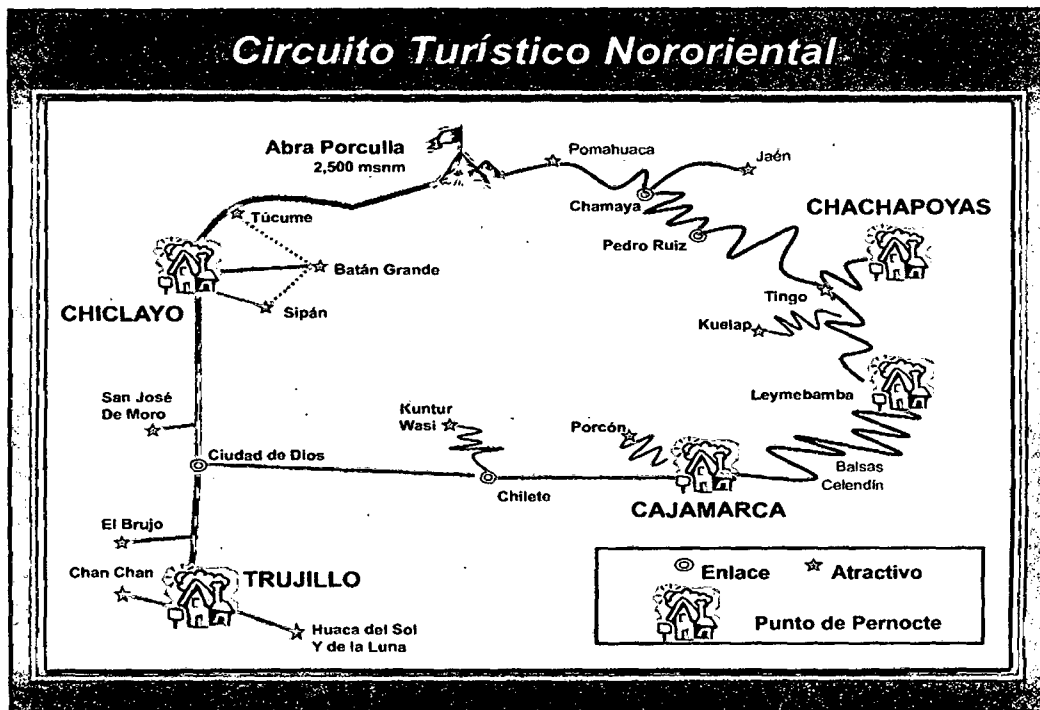


**Fuente: MICETUR**

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

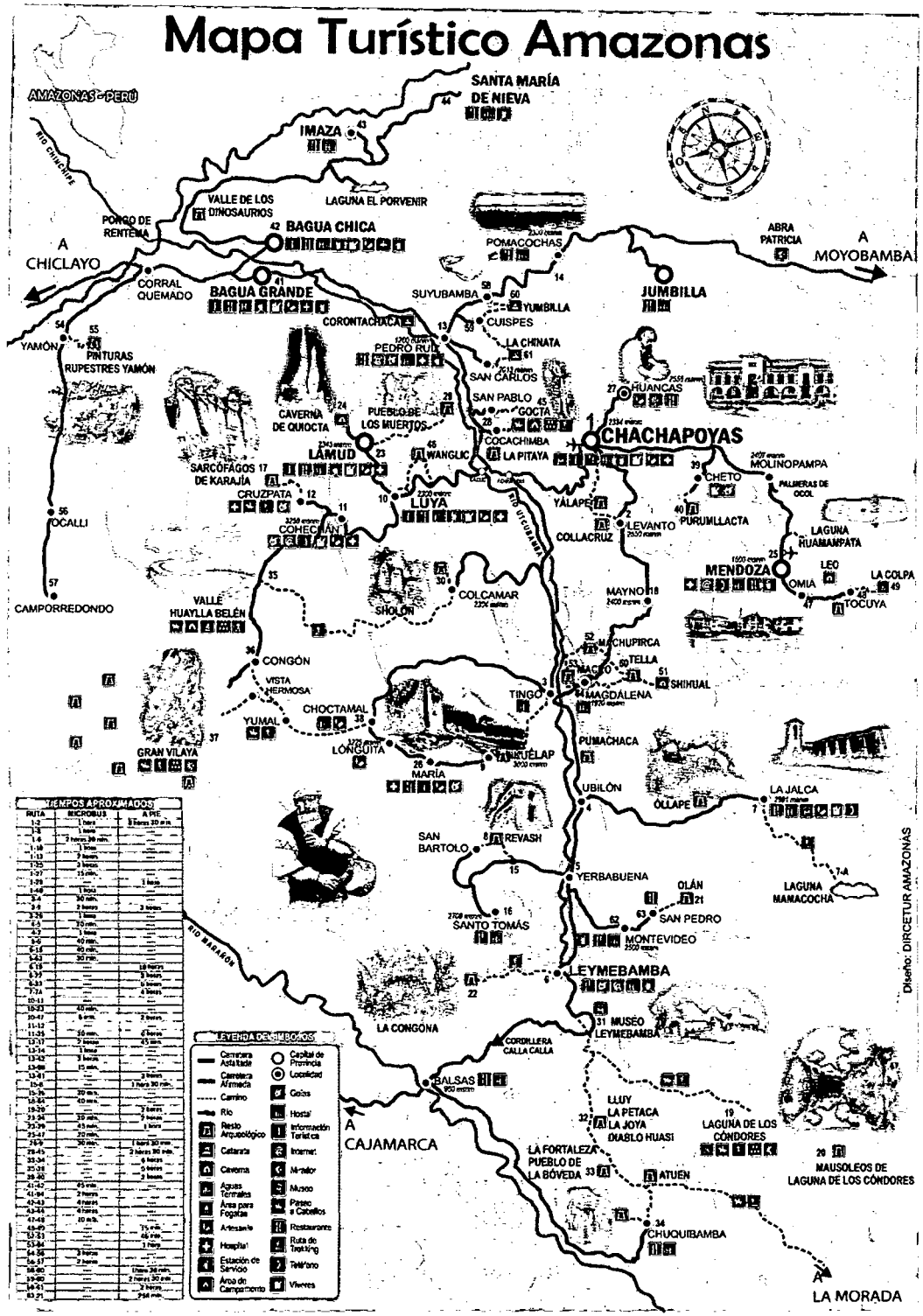


Fuente: MICETUR



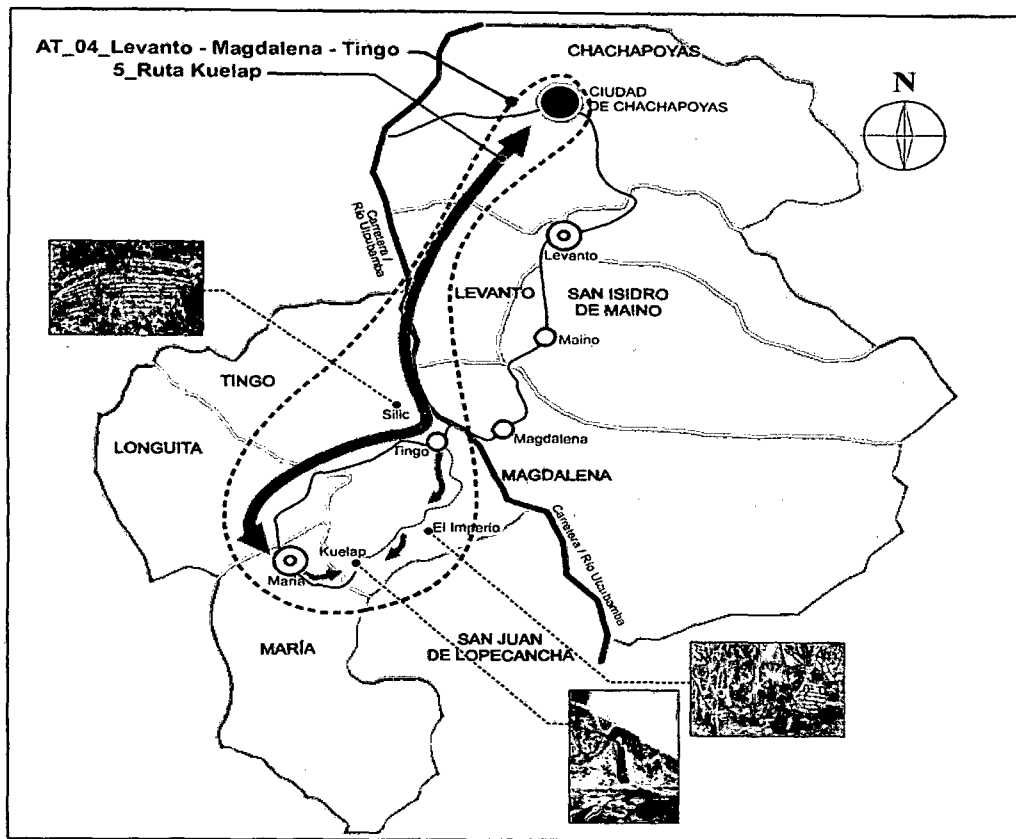
Fuente: Proyecto CTN- Perú.

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**



Fuente: DIRCETUR- Amazonas.

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**



Fuente: Proyecto JICA

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

**Anexo 02.**

<b>FICHA DE JERARQUIZACIÓN</b>				
				N° 01
<b>Nombre del Recurso Turístico:</b>		Aguas Termo Medicinales de Chaquil		
<b>Región:</b>	Amazonas	<b>Categoría:</b>	Sitios Naturales	
<b>Provincia:</b>	Bongará	<b>Tipo:</b>	Aguas Termomedicinales	
<b>Distrito:</b>	Shipasbamba	<b>Sub Tipo</b>	Aguas Termales.	
<b>CODIGO</b>	<b>CRITERIO DE EVALUACION</b>	<b>VALOR ASIGNADO</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	<b>SUB - TOTAL</b>
<b>A</b>	Particularidad	2	2	4
<b>B</b>	Publicaciones	2	0.5	1
<b>C</b>	Reconocimiento	2	1.5	3
<b>D</b>	Estado de conservación	4	1.5	6
<b>E</b>	Flujo de turistas	1	2	2
<b>F</b>	Representatividad	2	1.5	3
<b>G</b>	Inclusión en la visita turística	2	1	2
<b>TOTAL</b>				21
<b>JERARQUÍA</b>		2		

Fuente: Manual para la formulación del Inventario de Recursos Turísticos - MINCETUR

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

**Nº TABLA FINAL DE EQUIVALENCIA:**

<b>VALORACIÓN TOTAL</b>	<b>JERARQUÍA</b>
<b>De 50 a 60 puntos</b>	4
<b>De 30 a 49 puntos</b>	3
<b>De 15 a 29 puntos</b>	2
<b>Menores de 15 puntos</b>	1

Fuente: Fuente: Manual para la formulación del Inventario de Recursos Turísticos - MINCETUR



**Anexo 03:**

**TERMINOLOGÍA TURÍSTICA**

**Ciudad soporte:** Conjunto urbano o rural que cuenta con servicios e infraestructura básica, energía, caminos de acceso, y servicio de telecomunicaciones; para que un destino sea factible de ser promovido para el turismo interno y receptivo.

**Corredor turístico:** Vía de interconexión o ruta de viaje que une en forma natural dos o más centros turísticos dotados de infraestructura y otras facilidades que permitan su uso y desarrollo.

**Corrientes turísticas (flujos):** Conjunto de personas que se desplazan de un lugar a otro con fines turísticos, formando un canal continuo con características especiales que permiten la realización de actividades recreacionales.

**Facilitación turística:** Políticas y acciones coordinadas que adopta el Estado para promover y fomentar los viajes e identificar procedimientos que supriman obstáculos en los arribos y salidas de terminales aéreos, terrestres y portuarios no solo referidos a formalidades fronterizas y procedimientos aduaneros a fin de propiciar visitas, desplazamientos y permanencia de individuos y grupos con fines turísticos.

**Imagen - Marca turística:** Es una herramienta de comunicación que tiene como fin incrementar el valor de un destino a partir de la su reconocimiento y su diferenciación de los competidores cercanos.

**Inventario de recursos turísticos:** Todos los recursos turísticos actuales y potenciales, indicando sus características y estado actual, datos históricos de importancia, tipología, distancias, acceso, clima, infraestructura, facilidades y equipamiento turísticos, y de ser el caso las características de los flujos turísticos existentes. Los componentes del

inventario pueden jerárquizarse de acuerdo al impacto que puedan generar en el turista.

**Planificación estratégica de Turismo:** Actividad que consiste en la integración de los recursos y servicios turísticos de interés de un territorio con el fin de construir productos a partir de la calidad e identidad del destino, optimizando la comercialización conjunta, el nivel de satisfacción de la demanda, y el desarrollo económico-social integral del territorio.

**Planta turística:** Conformada por organizaciones encargadas de producir y explotar servicios turísticos básicos y directos demandados por los turistas para satisfacer sus necesidades y deseos.

**Producto turístico:** Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos, atractivos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos, que son percibidos como una experiencia turística y permiten satisfacer motivaciones y expectativas.

**Recurso turístico:** Son los recursos naturales, culturales, tradiciones, costumbres y acontecimientos que posee una determinada zona o área, con un potencial que podría captar el interés de los visitantes.

**Segmento multitemático:** Se trata de un público de turistas interesados en practicar actividades recreativas de diferentes segmentos de mercado.

**Vocación turística:** Son las características y potencialidades económicas, sociales, culturales y ecológicas que deben ser tomadas en cuenta por un destino para generar un aprovechamiento turístico.

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

**Anexo 04:**

**ENCUESTA PARA MEDIR EL GRADO DE CONOCIMIENTO DE LA ACTIVIDAD  
TURÍSTICA EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA.**

**INSTRUCCIONES: Marcar con (X) una sola respuesta por cada pregunta.**

**I.- PERFIL DEMOGRÁFICO**

**1.- EDAD:**

( )	( )	( )	( )
15 – 20	21 – 25	26 – 30	más de 40

**2.- SEXO:**

Masculino ( ) Femenino ( )

**3.- ESTADO CIVIL**

Soltero ( ) Casado ( ) Otros (especifique) \_\_\_\_\_

**4.- OCUPACIÓN**

Ama de casa ( ) Estudiante ( ) Empleado ( ) Otro ( )

**5.- INGRESO MENSUAL**

( )	( )	( )	( )
Menos de 200	200 – 500	501 – 1000	más de 1000

**II.- EL ATRACTIVO**

**1.- ¿Conoce usted Las aguas termales sulfurosas de Chaquil?**

SI ( ) NO ( )

Si la respuesta es No: ¿Le gustaría conocer?

SI ( ) NO ( )

¿Cuál sería el motivo por el que visitaría el atractivo?

Curiosidad ( ) Por uso medicinal ( ) Por uso turístico ( )

**2.- ¿Qué le agrada más del lugar? (para los que conocen)**

Belleza Natural ( ) El uso medicinal ( ) Limpieza ( )

**3.- ¿Volvería a visitar el lugar?**

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

SI ( ) NO ( )

**III.- PLANTA TURÍSTICA:**

1.- ¿El transporte terrestre existente más usado?

( )	( )	( )	( )
Autos	Combis	Mototaxis	Otros

2.- ¿Cómo calificaría usted el servicio de transporte de pasajeros hacia Pedro Ruiz - Shipasbamba?

( )	( )	( )	( )
Malo	Regular	Bueno	Excelente

2.- ¿Cómo calificaría usted el servicio de servicio de Alimentación en el distrito de Shipasbamba?

( )	( )	( )	( )
Malo	Regular	Bueno	Excelente

3.- ¿Cómo calificaría usted el servicio de Hospedaje en el distrito de Shipasbamba?

( )	( )	( )	( )
Malo	Regular	Bueno	Excelente

4.- ¿Existe centros de diversión?

Si ( ) No ( )

**IV.- INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA**

1.- ¿Qué opina usted acerca de la condición actual de las vías de acceso al distrito de Shipasbamba?

( )	( )	( )	( )
Malo	Regular	Bueno	Excelente

2.- ¿Cómo calificaría a los servicios infraestructura básicos en el Distrito de Shipasbamba? (Agua y desagüe, Luz, comunicaciones, etc.)

( )	( )	( )	( )
Malo	Regular	Bueno	Excelente

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

3.- ¿Qué opina usted acerca de la condición actual vías de acceso a los atractivos turísticos más importantes del distrito de Shipasbamba?

( )	( )	( )	( )
Malo	Regular	Bueno	Excelente

**V.- SUPERESTRUCTURA TURÍSTICA**

1.- ¿Considera necesaria la presencia de una Oficina de Información turística en el Distrito de Shipasbamba?

SI ( ) NO ( )

2.- ¿Cuál es su opinión acerca del trabajo de las autoridades en materia de turismo?

( )	( )	( )	( )
Malo	Regular	Bueno	Excelente

*Gracias por su colaboración.*

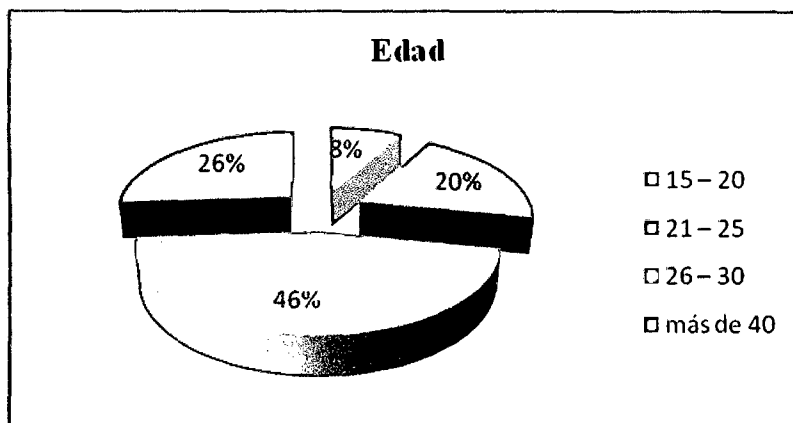
**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

**Anexo 05:**

**Análisis de la Oferta y Demanda Turística del Centro Base Jazán- Pedro  
Ruiz Gallo.**

**PERFIL DEMOGRÁFICO**

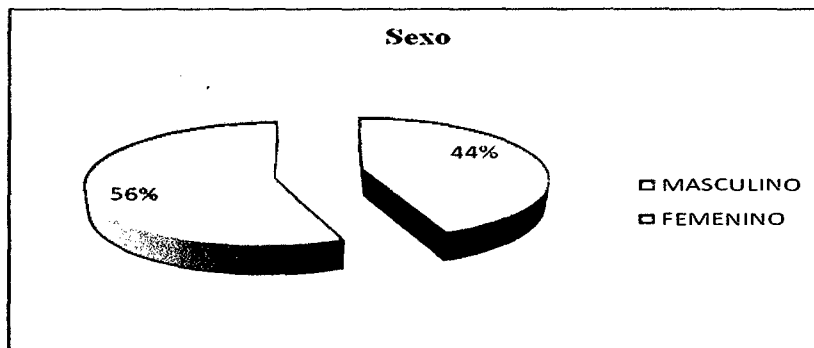
**GRAFICO N° 01**



FUENTE: Encuesta. Elaboración propia.

Del 100% de encuestados el 8% oscila entre 15 a 20 años, el 20% de 21 a 25 años, el 46% entre 26ª 30 años y el 26% de más de 40 años.

**GRAFICO N° 02**

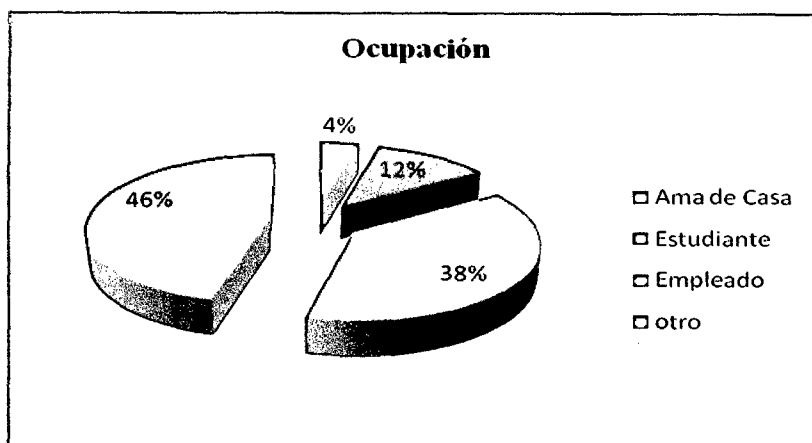


FUENTE: Ecuesta. Elaboración propia.

Del gráfico se aprecia que del 100% de encuestados el 56% son de género femenino seguido de un 44% de género masculino.

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

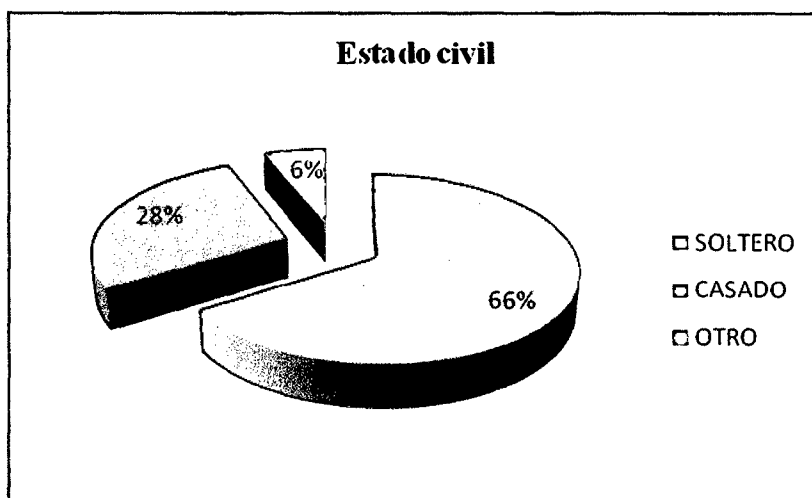
**GRAFICO N° 03**



FUENTE: Ecuesta. Elaboración propia

Respecto a la ocupación del 100% el 4% son amas de casa, el 12% estudiantes, el 38% son empleados y el 46% otros.

**GRAFICO N° 04**

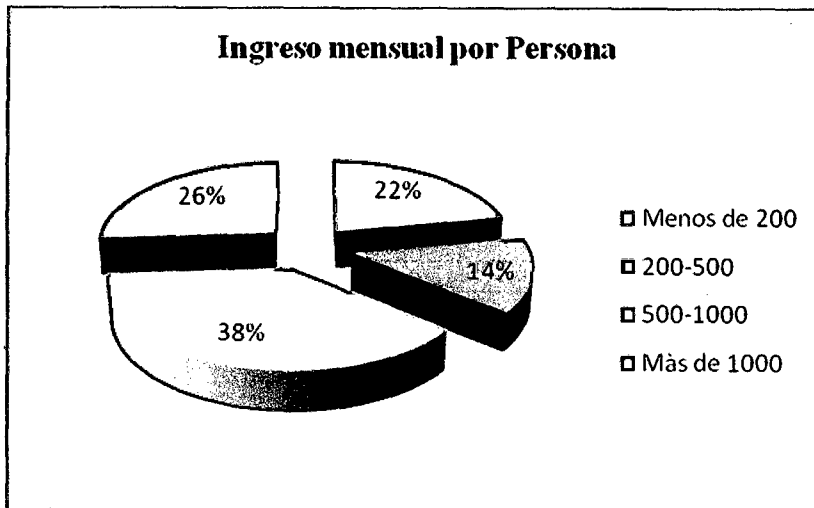


FUENTE: Encuesta. Elaboración propia

Respecto a su estado civil del 100% de encuestados el 66% son solteros, el 28% casados y el 6% otros.

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

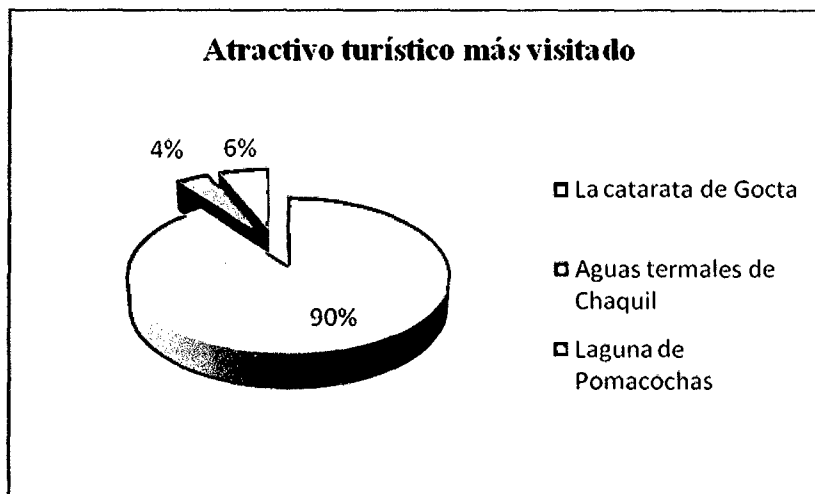
**GRAFICO N° 05**



FUENTE: Ecueta.Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados respecto al ingreso mensual que percibe, el 22% menos de 200 soles, un 14% de 200 a 500 soles, un 38% de 500 a 1000 soles y un 26% más de 1000 soles.

**GRAFICO N° 06**

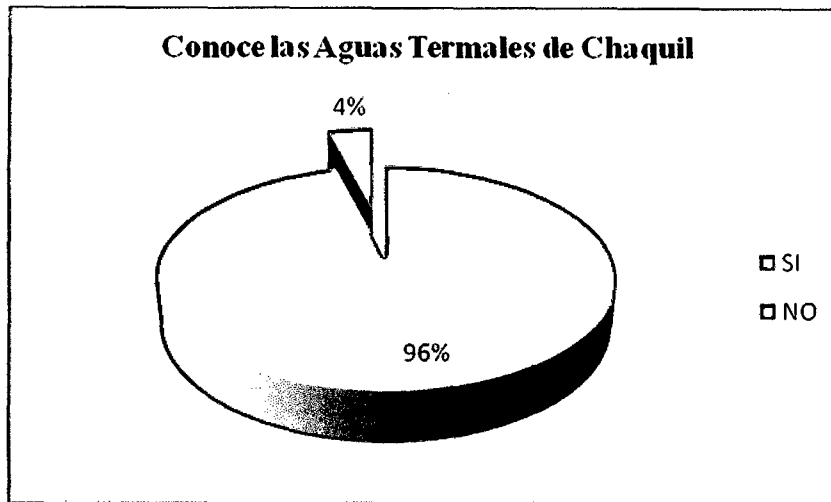


FUENTE: Encuesta. Elaboración propia.

Respecto a los atractivos ,más visitados en la provincia de Bongará contestaros con un 90% para cataratas de Gocta,un 6% para La laguna de Pomacochas y un 4% para las aguas termales de Chaquil.



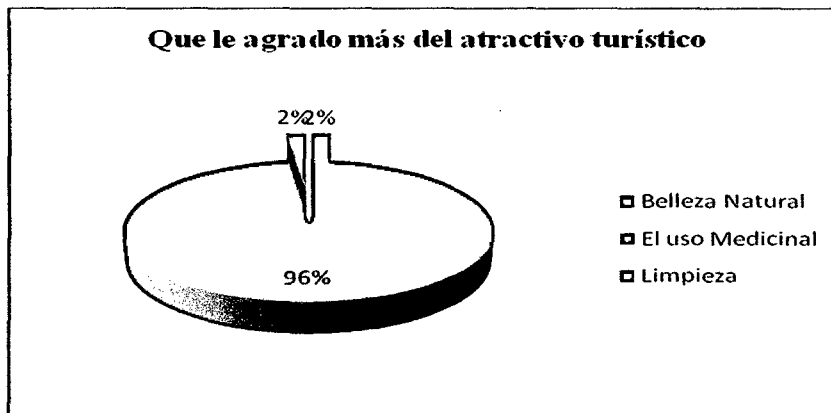
**GRAFICO N° 07**



FUENTE: Encuesta. Elaboración propia

Respecto si conoce las aguas termales de Chaquil del 100 % contestaron un 96% que si conocen y un 4% que no conocen.

**GRAFICO N° 08**

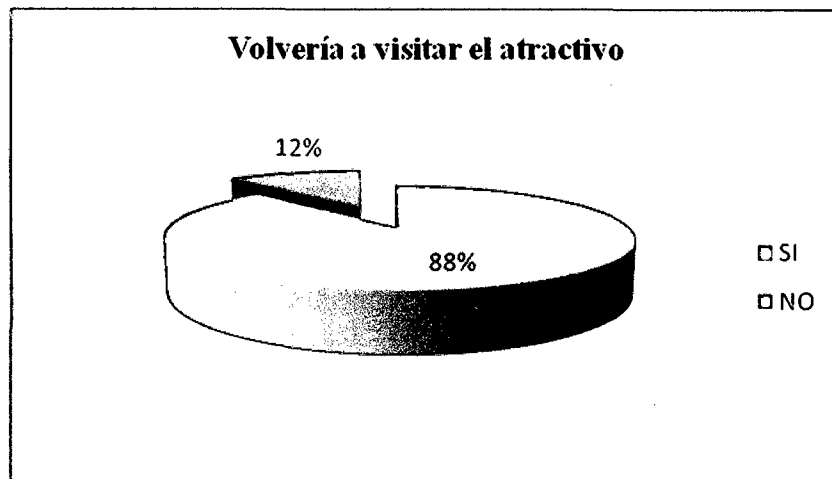


FUENTE: Encuesta. Elaboración propia.

Respeto a qué les agradó más de las aguas termales contestaron un 96% por su uso medicinal, seguido de un 2% por su belleza natural, y 2% por su limpieza.

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

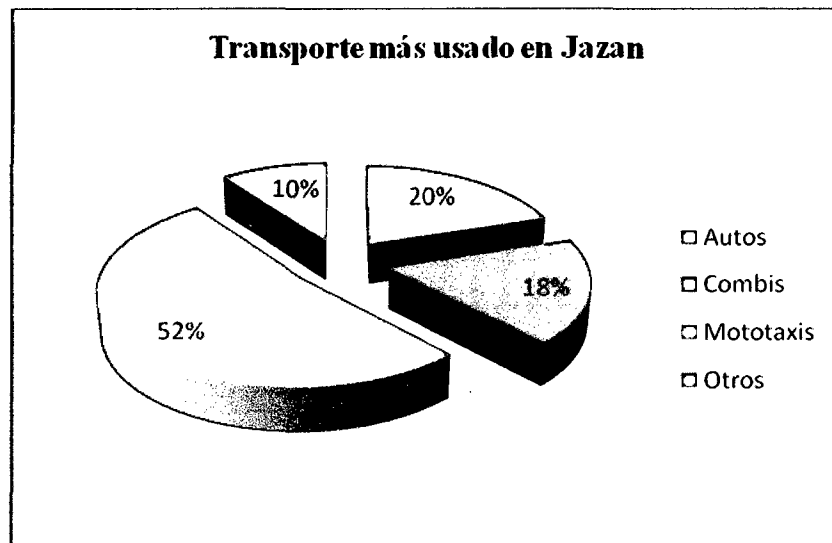
**GRAFICO N° 09**



FUENTE: Encuesta. Elaboración propia.

Del 100% de encuestados: el 88% refiere que si volvería a visitar en atractivo y un 12% que no volvería.

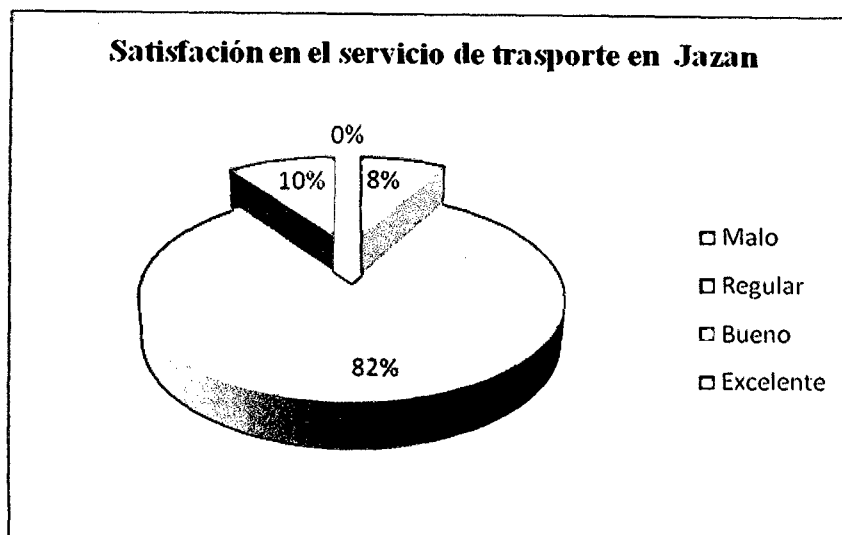
**GRAFICO N° 10**



FUENTE: Encuesta. Elaboración propia:

Respecto al transporte más usado en el distrito jazán el 52% refiere mototaxis, seguido de un 20% de autos, un 18% de combis y un 10% otros.

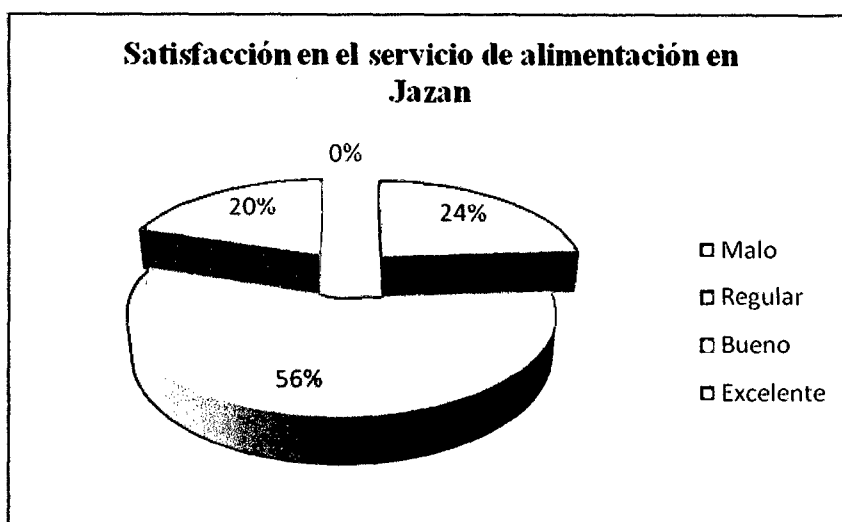
**GRAFICO N° 11**



FUENTE: Encuesta. Elaboración propia:

Respecto a la satisfacción del servicio de transporte el 10% refiere que es bueno , un 82% refiere que es regular y un 8% mal servicio.

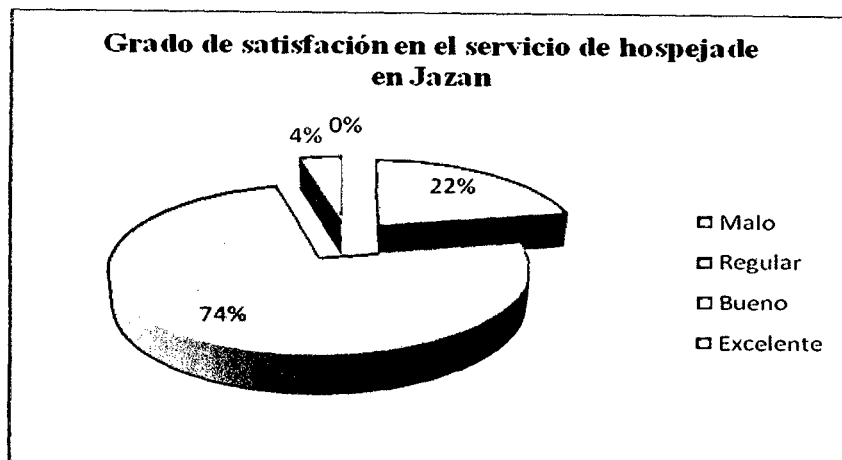
**GRAFICO N° 12**



FUENTE: Encuesta. Elaboración propia

Respecto al servicio de restaurantes, los encuestados el 20% que es bueno 56% refiere que el servicio es regular, y un 23% que es malo.

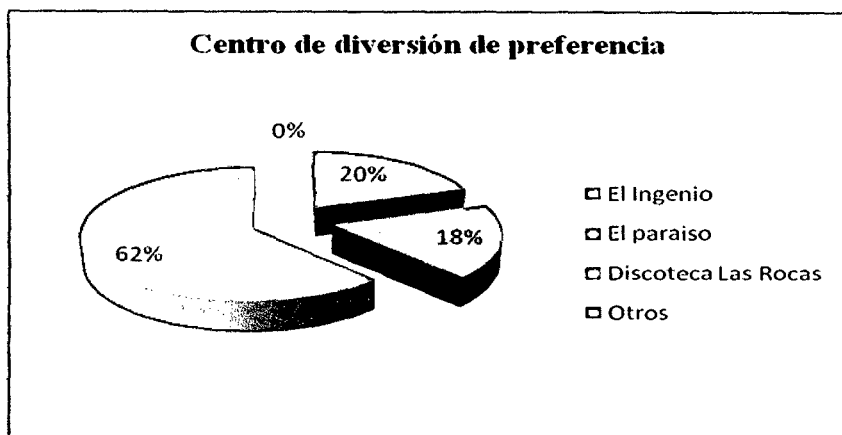
**GRAFICO N° 13**



FUENTE: Encuesta. Elaboración propia.

Del 100% de encuestados respecto al grado de satisfacción del servicio de hospedaje: el 22% refiere que el servicio es malo, un 74% regular, y un 4% BUEN SERVICIO.

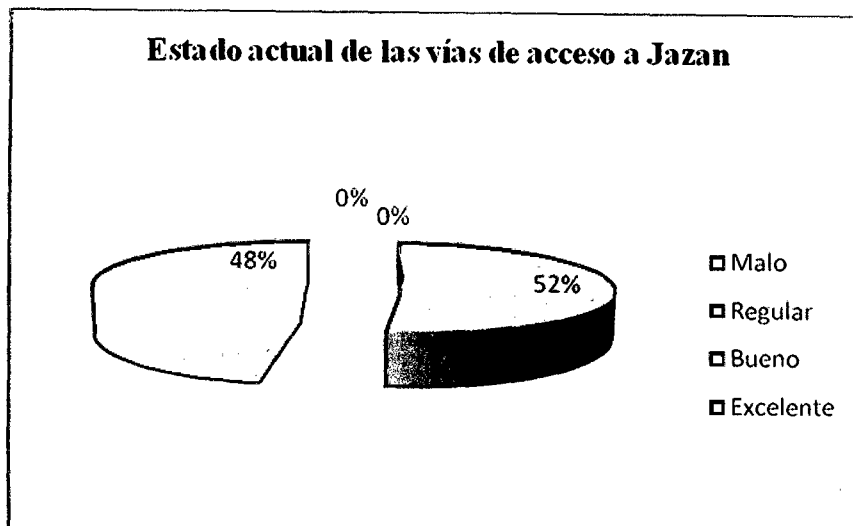
**GRAFICO N° 14**



FUENTE: Encuesta. Elaboración propia

Según el gráfico se aprecia que del 100% de los encuestados el 62% prefiere la discoteca Las Rocas, seguido de un 20% que prefiere la discoteca el Ingenio y finalmente un 18% prefiere El Paraíso.

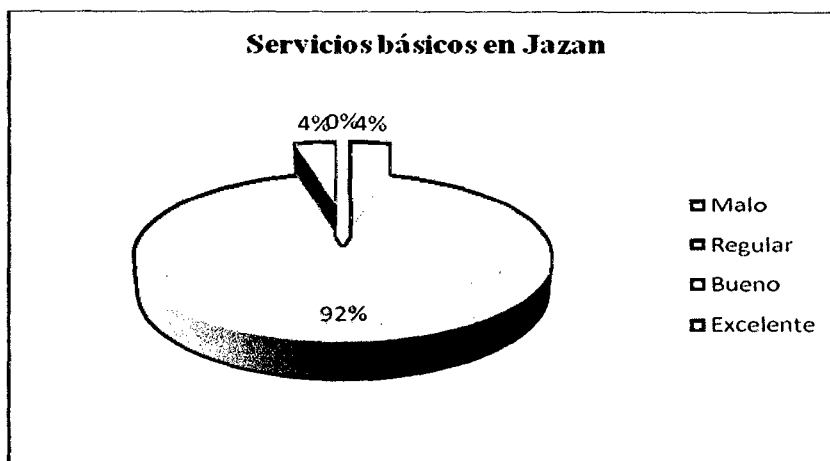
GRAFICO N° 15



FUENTE: Encuesta. Elaboración propia:

Respecto a las vías de acceso en el distrito de Jazán contestaron un 48% que es bueno y 52% que el estado es regular.

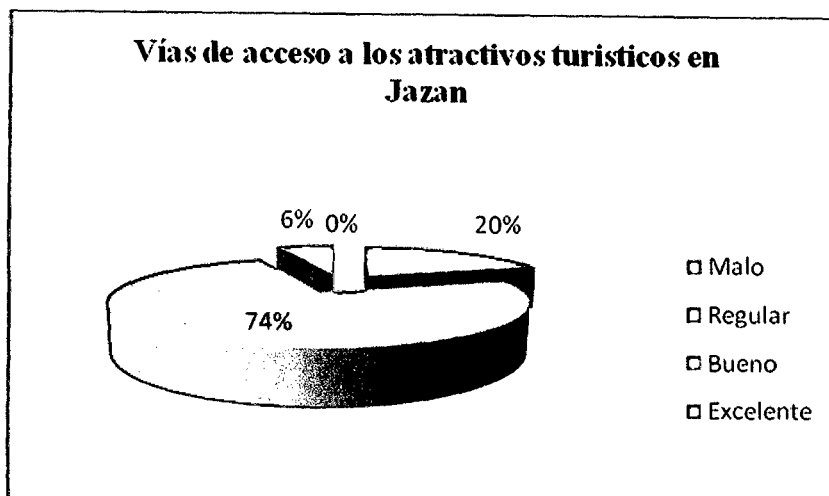
GRAFICO N° 16



FUENTE: Encuesta. Elaboración propia.

Del gráfico se aprecia respecto a los servicios básicos del distrito de Jazán que el 92% refiere que es regular, un 4% bueno y un 4% malo.

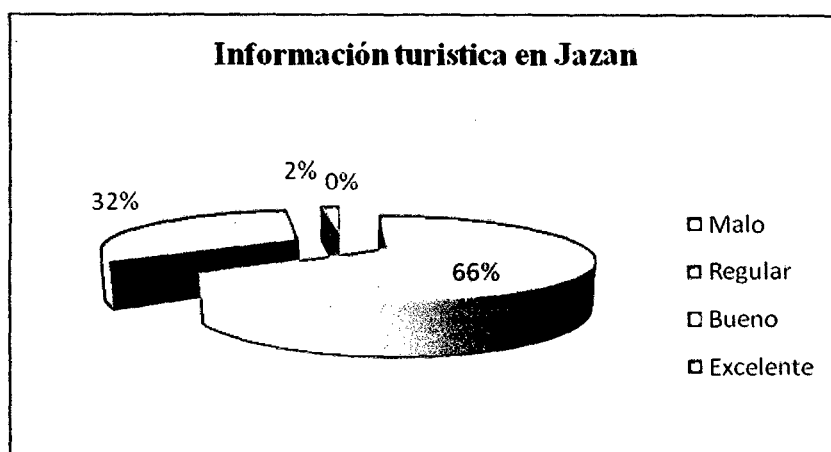
**GRAFICO N° 17**



FUENTE: Encuesta. Elaboración propia.

Las vías de acceso a los atractivos turísticos de Jazán según refieren los encuestados: el 74% que se encuentran en regular estado un 20% en mal estado y un 6% en buen estado.

**GRAFICO N° 18**



FUENTE: Encuesta. Elaboración propia.

Respecto al servicio que brinda la oficina de información turística en Jazan dijo que es malo, seguido de un 32% refiere que es regular y un 2% refiere que la información es buena.

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

**Anexo06: Análisis de la demanda:**

**PERÚ: LLEGADA MENSUAL DE TURISTAS 2007 – 2009**

<b>MES</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
<b>Enero</b>	141 238	154 371	178 584	179 817
<b>Febrero</b>	147 813	158 895	184 045	180 674
<b>Marzo</b>	141 457	159 010	168 463	171 702
<b>Abril</b>	134 210	140 036	155 412	164 675
<b>Mayo</b>	131 540	141 483	164 605	179 817
<b>Junio</b>	135 782	154 958	173 881	180 674
<b>Julio</b>	167 021	188 929	207 437	171 702
<b>Agosto</b>	150 563	168 584	187 349	164 675
<b>Setiembre</b>	138 794	154 766	164 052	179 817
<b>Octubre</b>	141 549	159 341	162 033	180 674
<b>Noviembre</b>	137 495	161 266	143 569	171 702
<b>Diciembre</b>	153 284	174 761	168 190	164 675
<b>TOTAL</b>	<b>1 720 746</b>	<b>1 916 400</b>	<b>2 057 620</b>	<b>696 868</b>

Fuente: MINCETUR.

**CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SHIPASBAMBA – PROVINCIA DE BONGARA  
REGIÓN AMAZONAS.**

**Llegada de Visitantes al Complejo Arqueológico de Kuelap, Enero 2007 -  
Diciembre 2009**

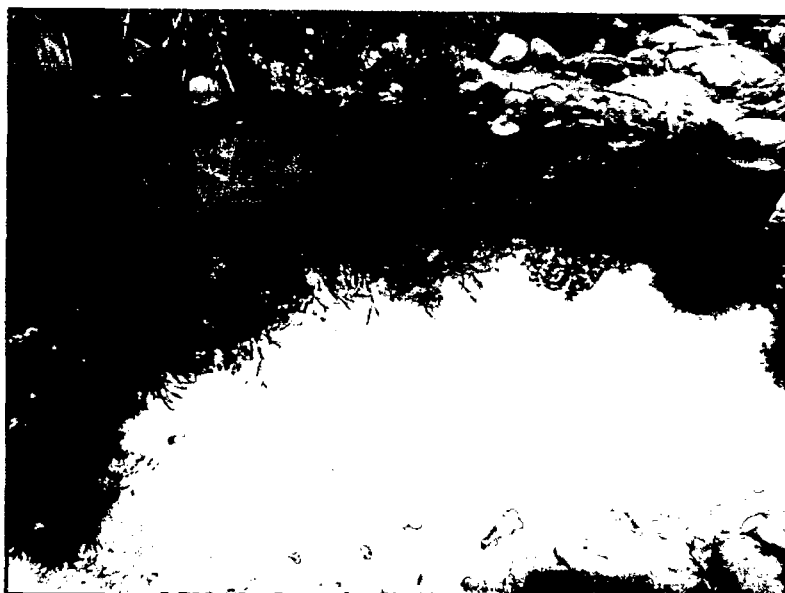
MES	2007			2008			2009		
	TOT.	NAC.	EXT.	TOT.	NAC	EXT	TOT	NAC	EXT
Enero	920	738	182	1 227	888	339	1 153	732	421
Febrero	480	358	122	764	544	220	950	632	318
Marzo	459	227	232	726	437	289	474	264	210
Abril	591	393	198	273	124	149	774	460	314
Mayo	71	408	302	1 069	595	474	690	340	350
Junio	952	643	309	890	559	331	772	447	325
Julio	2 034	1 122	912	1 975	682	1 293	3 268	2 446	822
Agosto	2 664	1 942	722	3 553	2 797	756	2 003	1 325	678
Setiembre	1 431	1 012	419	1 207	846	361	1 516	1 164	352
Octubre	1 448	1 110	338	1 856	1 310	546	2 076	1 587	489
Noviembre	2 169	1 772	397	2 385	2 075	310	2 819	2 396	2 423
Diciembre	845	737	108	1 471	1 146	325	2 047	1 643	404
<b>TOTAL</b>	<b>14 703</b>	<b>10 462</b>	<b>4241</b>	<b>17396</b>	<b>12003</b>	<b>5393</b>	<b>18 542</b>	<b>13 436</b>	<b>5 106</b>

**Fuente: DIRCETUR – Amazonas**



**Anexo 07: FOTOS**

**IMAGEN N° 01: AGUAS AZUFRADAS DE CHAQUIL**



**IMAGEN N° 02 CATARATA VELO DE NOVIA.**



**IMAGEN N° 03 CATARATA SHILIGA.**



**IMAGEN N° 04 COLIBRI COLA DE ESPATULA**



**IMAGEN N° 05 LAGUNA TABLARUMI**

