

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

**FACULTAD DE TURISMO Y CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**



**“PROPUESTA DE GESTIÓN TURÍSTICA PARA LA  
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE TRITA - LUYA - AMAZONAS  
2011”**

**TESIS**

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

**AUTOR:** Bach. Gilber Ramos Chappa  
**ASESOR:** Lic. Jessica Noemí Rojas Paico

**CHACHAPOYAS – AMAZONAS – PERU**



**5 JUN 2012**

***Dedicatoria***

*A mis padres Atílio y Maria Juana por su amplio apoyo económico y moral para realizarme como hombre de bien.*

*A mis abuelos y Hermanos quienes fueron mis segundos padres que me apoyaron psicológicamente y económicamente para seguir adelante en mi superación.*

*A mis maestros de todos los niveles por sus conocimientos que impartieron conmigo y así llegar a cumplir con mi meta propuesta.*



5 JUN 2012

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradecer al divino hacedor por darme la vida, la inteligencia, la sabiduría para así asimilar las teorías y prácticas impartidas por mis maestros.*

*A La universidad nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas por su creación en mi querida región donde tuve la oportunidad de estudiar en sus bellas aulas y por el apoyo dado para finalizar este informe de tesis.*

*A los funcionarios del consejo municipal de Trita y a todas las autoridades, de mi querida tierra quienes con sus paciencias pusieron a disposición experiencias, información e infraestructura para llevar a cabo la teoría y por el esfuerzo que realizan para mejorar la calidad de vida de sus pobladores con el transcurrir de los días.*

*Mis agradecimientos a los docentes que me apoyaron y me corrigieron con paciencia y entendimiento en el informe.*

*A todos ustedes mi más profundo agradecimiento*

## **AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

---

Ph. D., Dr. Hab. Vicente Castañeda Chávez.

Rector.

---

Msc. Roberto Jose Nervi Chacon.

Vice – Rector Académico (e).

---

Msc. Zoila Rosa Guevara Muñoz.

Vice – Rector Administrativo (e).

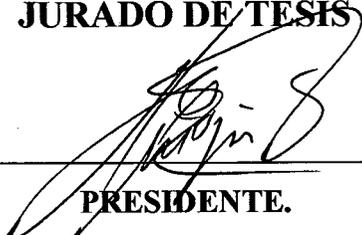
---

Abog. Barton Gervasi Sajami Luna

Decano de la Facultad de Turismo y Ciencias Económicas,

Administrativas y contables.

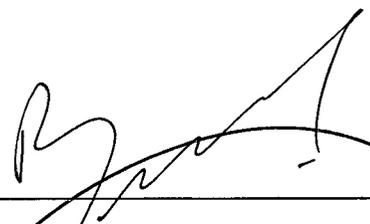
**JURADO DE TESIS**



---

**PRESIDENTE.**

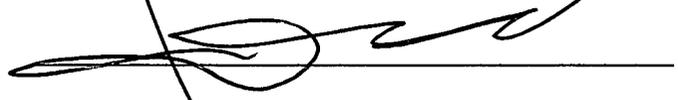
**Mg. CPC. Carlos Hinojosa Salazar**



---

**SECRETARIA.**

**Abog. Barton Gervasi Sajami Luna**



---

**VOCAL.**

**Lic. Adm. Agustín Tamayo Beltrán**



---

**Accesitario.**

**Lic. Ricardo Rafael Alva Cruz**

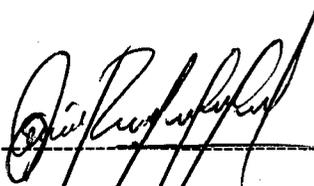
**VISTO BUENO DEL ASESOR**

Yo, Jessica Noemí Rojas Paico identificado con DNI N°: 16782731, domiciliado en Jr. Higos hurco S/N., Licenciado en Idiomas, docente de la Facultad Turismo y Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza Amazonas. **DOY VISTO BUENO**, al informe de tesis denominado **“PROPUESTA DE GESTIÓN TURISTICA PARA LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE TRITA - LUYA - AMAZONAS 2011”**. Elaborado por el bachiller Gilber Ramos Chappa para optar el título de Licenciado en Turismo Y Administración en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza.

**Por lo tanto:**

Firmo la presente para mayor constancia

Chachapoyas, 12 de agosto de 2011



-----  
**Lic. Jessica N. Rojas Paico**

DNI N°: 16782731

## INDICE:

Resumen.....	ix
Abstract .....	x
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>II. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACION.....</b>	<b>4</b>
2.1 Formulación del Problema.....	4
2.1.1 Problema.....	4
2.1.2. Justificación.....	5
2.2 Hipótesis.....	6
2.3 Objetivos.....	7
2.3.1 Objetivo general.....	7
2.3.2 Objetivos específicos.....	7
<b>III. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>9</b>
3.1 Ubicación del distrito.....	9
3.2 Antecedentes.....	9
3.2.1 Internacional.....	9
2.2.2 Nacional.....	13
2.2.3 Regional.....	17
3.3 Definiciones.....	18
3.3.1 El Turismo, Características Y Efectos.....	18
3.3.2 Importancia Del Municipio En El Desarrollo Turístico Local.....	23
3.3.3 Municipalidad.....	26
3.3.4 Marco Legal.....	26
3.3.5 Gestión.....	27
3.3.6 Gestión Turística.....	28

3.3.7	Las Funciones Del Municipio Turístico.....	29
3.3.8	Turismo, Municipio Y Comunidad.....	35
3.3.9	Turismo, Economía Y Municipio.....	36
<b>IV.</b>	<b>MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>39</b>
4.1	Materiales y Métodos.....	39
4.1.1	Material de Estudio.....	39
4.1.1.1	Población.....	39
4.1.1.2	Muestra.....	39
4.1.1.3	Unidad de análisis.....	39
4.1.1.4	Fuente de información.....	39
4.1.1.5	Variables.....	40
4.1.1.6	Variable independiente.....	40
4.1.1.7	Variable dependiente.....	40
4.1.2	Métodos, instrumentos y Técnicas.....	40
4.1.2.1	Tipos de investigación.....	40
4.1.2.2	Métodos.....	40
4.1.2.3	Técnicas.....	41
4.1.2.4	Instrumentos.....	42
<b>V.</b>	<b>RESULTADOS .....</b>	<b>44</b>
5.1	Matriz (FODA).....	57
<b>VI.</b>	<b>PROPUESTA DE GESTIÓN TURÍSTICA PARA LA MUNICIPALIDAD</b>	
	<b>DISTRITAL DE TRITA.....</b>	<b>61</b>
6.1	Planeamiento.....	62
6.1.1	Estructura organizacional para el impulso del turismo.	
6.1.2	Visión y Misión.	

<b>6.1.3</b>	Metas, objetivos, estrategias y directrices para guiar la organización, ejecución y control de las acciones.	
<b>6.1.4</b>	Indicadores de control.	
<b>6.2</b>	Organización.....	79
<b>6.2.1</b>	Reglamento de organización y funciones.	
<b>6.2.2</b>	Responsabilidades de las áreas de acción.	
<b>6.2.3</b>	Frecuencia de los controles.	
<b>6.3</b>	Ejecución.....	93
<b>6.3.1</b>	Implementación de actividades.	
<b>6.3.2</b>	Empowerment.	
<b>6.4</b>	Control.....	96
<b>6.4.1</b>	Aplicación de los indicadores.	
<b>6.4.2</b>	Análisis y evaluación de los resultados.	
<b>6.4.3</b>	Aplicar medidas de corrección.	
<b>6.5</b>	Retroalimentación.....	99
<b>VII.</b>	Discusiones.....	102
<b>VIII.</b>	Conclusiones.....	104
<b>IX.</b>	Recomendaciones.....	106
<b>X.</b>	Referencias bibliográficas.....	108
<b>XI.</b>	Anexos.....	110

## RESUMEN

El análisis de la situación actual de la municipalidad distrital de Trita- Provincia de Luya-Región Amazonas, para determinar la capacidad de gestión en cuanto al turismo durante el año 2011, nos ha permitido comprender la realidad en la que se encuentra el municipio, de lo que podemos señalar la débil gestión y el poco interés en cuanto al desarrollo del turismo, y que no responde para ser reconocido como distrito turístico, escasos recursos económicos, baja calificación de recursos humanos, no existe sensibilización turística, Comunidad poco participativa y sin conciencia de los beneficios del turismo local, Poca conciencia de la importancia de la inversión en consultoría turística para el desarrollo sostenible de las empresas y destinos, Nula intervención en la protección, conservación, y restauración de sus recursos naturales y culturales, por ultimo no tienen ninguna experiencia en el desarrollo turístico nacional.

Del mismo modo se pudo observar que el 57% de las personas encuestadas no tienen un concepto a cerca del Turismo. Además no cuentan con instrumentos de gestión (plan de ordenamiento territorial, inventario de recursos turísticos, plan estratégico de turismo; etc.) así mismo no cuentan con pagina Web.

No cuentan con una planta turística apropiada, tales como: una infraestructura pésima, no existe señalización turística, con poco de restaurantes y establecimientos de hospedaje.

Para la elaboración del presente informe se realizo encuestas y entrevistas aplicadas a la población en estudio (consejo municipal y a autoridades del distrito).

Para tal efecto se aplicaron 23 encuestas a los funcionarios del consejo y a autoridades del distrito, colaboraron para la elaboración del presente informe.

## ABSTRACT

The analysis of the actual situation of the town council, Luya district, province Tarma – Amazon Region to determine the capacity of management as for the tourism during the year 2011, has allowed us to understand the reality of this town council, what we can indicate is the weak person management and few interest as for the development of the tourism, and that it does not correspond to be recognized as tourist district, it has scanty economic resources, lowers qualification of human resources, tourist awareness doesn't exist. It is a slightly participative community and within mad conscience of the tourism benefits, this community has few conscience of the importance of the investment in tourist consultancy for the sustainable development of the companies and destinations, there is a void intervention in the protection, conservation and restoration of his natural and cultural resources, finally they don't have any experience in the national tourist development.

In the same way it was possible to observe that 57% of the polled persons don't have a clear concept about tourism. In addition they do not possess instruments of management (plan of territorial classification, tourist resources inventory, plan of tourism strategic; etc) likewise they don't have web page.

The community doesn't have a tourist place appropriate, since: a good infrastructure, tourist signposting doesn't exist; there are neither many restaurants nor accommodation and lodges. For the production of the formless present test were realized and interviews applied to the population in study (town council and authorities of the district) for such an effect applied 23 test to the civil servants of the municipality and authorities of the district, who collaborated for the above mentioned report.

# **CAPITULO I**

## **I. INTRODUCCIÓN**

Los gobiernos locales requieren contar con una propuesta de gestión turística adecuado a su realidad que les permita estructurar acciones gerenciales y operativas incorporando conceptos de sostenibilidad en la administración y planificación del turismo.

En este sentido es decisiva la intervención e incorporación de las autoridades, de los funcionarios municipales, de diversos sectores de la población (comunidad y empresas locales) y de otros agentes que intervienen en el sistema integral de turismo para mejorar su planificación y desarrollo partiendo de un análisis de las actividades e iniciativas realizadas en materia de turismo en el ámbito municipal.

En esta investigación se propone la elaboración de una propuesta de gestión turística municipal a la realidad local que sirva de guía para realizar programas que impulsen y fortalezcan el turismo en el Perú.

La propuesta contiene orientaciones, procedimientos, acciones, así mismo estrategias de sensibilización y capacitación, políticas de gestión institucional tales como acciones de coordinación intermunicipal estructuradas en procesos de planeamiento, organización, ejecución y control.

Los conceptos, técnicas y la metodología presentadas se orientan a facilitar el proceso de organización y gestión del turismo fortaleciendo la autoridad municipal, enfatizando el aprovechamiento de sus facultades legales, su capacidad de convocatoria, las labores para ofrecer servicios a la comunidad y promover su transformación económica potenciando la descentralización, la atracción de inversiones, el aprovechamiento sostenible de sus recursos, la participación ciudadana y la cooperación interinstitucional.

De este modo la municipalidad distrital de Trita podrá aplicar esta propuesta con miras a contribuir a la reducción de la pobreza y al mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores a través del incentivo de la actividad turística y comercial; a la preservación del patrimonio, la cultura y del medio ambiente; a la difusión de los valores locales y al logro de un desarrollo turístico sostenible.

## **CAPITULO II**

## **II.- PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACION**

### **2.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

Conociendo que el turismo es una actividad que contribuye a la transformación económica de la localidad. El municipio, al desarrollarlo, se guiara por criterios de descentralización en la gestión, justicia y equidad en la distribución de ingresos, generación de empleo y prestación de servicios, así también por el respeto a la comunidad, sus manifestaciones socioculturales y la tolerancia a las interacciones que se desarrollan con los turistas y visitantes.

Identificando la problemática y dificultades que tienen los gobiernos locales, observados en diferentes publicaciones, encuestas realizadas para diversos trabajos y teniendo en cuenta que el consejo municipal no sabe aprovechar sus recursos naturales, culturales, de una manera sostenible y sabiendo que los gobiernos locales por su facultad y su cercanía tanto a los recursos como a la comunidad, tienen mayores posibilidades para identificar la demanda, contactar y regular la oferta, gestionar aspectos que afectan la vida cotidiana de la población (salud, seguridad, transporte, etc.), participar en la política pública, negociar y cooperar con el sector privado lo cual les convierte en los agentes con mayores ventajas para consolidarse como los principales impulsores y gestores del turismo local en tal sentido nos permite definir el problema general mediante una interrogante que nos orientara el presente trabajo de investigación.

#### **2.1.1 PROBLEMA**

**¿CUÁL SERÁ LA PROPUESTA DE GESTIÓN TURÍSTICA PARA  
LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE TRITA - LUYA -  
AMAZONAS 2011?**

### **2.1.2. JUSTIFICACIÓN**

El turismo en el Perú está en aumento y observamos que la actividad turística demanda nuevas e innovadoras estrategias de ordenamiento. A nivel nacional el desarrollo del turismo brinda oportunidades a los poblados de insertarse en una cadena de valor económica con múltiples posibilidades de generación de ingresos. Por otro lado, la descentralización de funciones y de carga de responsabilidades que viene haciendo el gobierno central hacia los municipios, motivará un franco proceso de desarrollo económico local en aquellos municipios en los se implementen adecuadas estrategias de intervención según las vocaciones económicas de sus territorios.

Actualmente el Perú está en un proceso de transición y cambio, producto de la descentralización y municipalización de responsabilidades estatales centrales, por lo que se necesita desarrollar capacidades y habilidades para ejecutar la actividad turística en sus diversas modalidades, sea promoviendo emprendimientos individuales como colectivos a nivel de organizaciones (asociaciones, o comunidades). Teniendo en cuenta las potencialidades del Perú, se observa una fuerte tendencia de promoción de nuevos proyectos de turismo orientados a las modalidades de turismo rural comunitario, ecoturismo, vivencial, etc. Para estas nuevas intervenciones, el Estado peruano ha promulgado directrices que canalizan los emprendimientos y captan la atención de las poblaciones locales, a fin de que sean parte activa de su desarrollo. Espacios de concertación (producto de iniciativas locales) como mesas de diálogo, comités de turismo, patronatos de turismo y cámaras de turismo, creadas

a lo largo del territorio peruano, evidencian la intención de organización y vocación de servicio de los pueblos, que están a la espera de orientación y políticas claras en el desarrollo del turismo, basado en el aprovechamiento de su rico patrimonio.

El distrito Trita, destino turístico ubicado en la provincia Luya (Amazonas), muestra una actividad turística reciente y crecientemente importante. Los pobladores del distrito tienen muy bajos niveles de vida y bienestar social, no obstante, al lado de la pobreza que caracteriza el paisaje social de la zona, siempre ha estado el paisaje hermoso de su belleza natural y la riqueza de sus manifestaciones culturales. En este sentido, el turismo puede ser una alternativa de desarrollo local o de complemento y fortalecimiento del ámbito rural, no sólo como un proceso especializado en ofertar naturaleza y paisaje, sino también generando empleo y valor agregado a las actividades o ciclos económicos existentes en la zona (agricultura, ganadería, artesanía, etc.).

En ese contexto, el flujo de turistas es una oportunidad para el distrito Trita, especialmente para generar nuevas fuentes de empleo, elevar sus magros ingresos y mejorar sus niveles de vida.

La gestión del turismo a nivel de municipalidades requiere de conocimientos y equipamiento técnico para la formulación de proyectos sustentables, que lleguen a beneficiar a los pobladores, permitiéndoles aprovechar adecuadamente los recursos con los que cuentan.

## **2.2 HIPÓTESIS**

Una buena propuesta de gestión turística sustentable, la municipalidad desarrollara programas que impulsen y fortalezcan el turismo local

incorporando conceptos de administración, planificación y turismo sostenible. De tal modo se podrá explotar, diversificar y racionalizar el potencial turístico, con la que cuenta dicho distrito.

## **2.3 OBJETIVOS**

### **2.3.1 OBJETIVO GENERAL**

Elaborar una propuesta de gestión turística para la municipalidad distrital de Trita - Luya - Amazonas 2011.

### **2.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un diagnostico situacional para conocer la situación actual en la que se encuentra dicho municipio, en cuanto a gestión turística.
- Determinar la importancia de la actividad turística.
- Crear pautas, lineamientos, técnicas y herramientas de gestión para que le sirva como guía al consejo municipal.

## **CAPITULO III**

### **III. MARCO TEÓRICO**

#### **3.1 UBICACIÓN DEL DISTRITO**

El distrito de Trita es uno de los veintitrés distritos de la Provincia de Luya, ubicado en el Departamento de Amazonas, en el norte del Perú.

Limita al norte con el distrito de Lámud y al sur con el distrito de Luya.

El distrito fue creado el 12 de febrero de 1960 mediante Ley N° 13383. Su capital es el centro poblado de Trita.

Superficie: 12,68 km<sup>2</sup>, Población: 1,392 (Censo 2.005) hab. Densidad: 109.8 hab/km<sup>2</sup>

Pueblos y caseríos del distrito de Trita

- Trita.
- San Miguel de Cruz Pata.
- Chaquil
- Cohetashon
- Chuchirita
- Romerillo.<sup>1</sup>

#### **3.2 ANTECEDENTES**

##### **3.2.1 Internacional**

Brasil

Su territorio es el más grande de Sudamérica. Casi la novena parte del país está situada entre en ecuador y el trópico de capricornio y sus costas

---

<sup>1</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Distrito\\_de\\_Trita](http://es.wikipedia.org/wiki/Distrito_de_Trita)

limitan con el océano atlántico. Su capital es Brasilia y posee una geografía dominada por el “planalto central” (meseta), “la llanura Amazónica” y la “cuenca del Paraguay” (el pantanal de mato grosso). La selva amazónica brasileña constituye una de las mayores reservas ecológicas del planeta y posee un gran atractivo turístico.

El país está provisto de autopistas modernas que hacen posible llegar hasta las áreas menos pobladas que están siendo explotadas por la agricultura, la ganadería, la extracción de oro y el turismo.

Las entidades involucradas en su desarrollo son el ministerio de industria, comercio y turismo de Brasil, el instituto brasileño de turismo y municipios locales quienes reciben asesoramiento técnico de la OMT.

Estos organismos actúan coordinadamente para alcanzar su objetivo principal: llevar a cabo el programa nacional de municipalización del turismo (PNMT).

Los principios que guían sus labores son la descentralización, la sostenibilidad, la concertación (con sector privado y organizaciones no gubernamentales), la movilización (de las comunidades locales) y la capacitación (del recurso humano empleado).

Se ha desarrollado acciones estratégicas centradas en la planificación y la gestión del desarrollo turístico local tales como:

- Elaboración del plan director (que incluye el plan de desarrollo sostenible del turismo, plan de zonificación, entre otros), tomando en cuenta la ley orgánica del municipio.
- Contribuir a la formación de los consejos municipales de turismo, con la participación del sector privado y la comunidad local, para

orientar la planificación y el desarrollo de actividades turísticas en el municipio.

El consejo municipal de turismo, creado dentro de la filosofía del PNMT, se encarga de iniciar y coordinar el proceso de elaboración del plan de desarrollo sostenible del turismo a través de una metodología simplificada de planeamiento, bajo un enfoque participativo.

La dinámica del PNMT consiste en brindar capacitación en oficinas municipales en tres etapas.

**1° concientización:** capacitación a los agentes multiplicadores nacionales, departamentales y a los monitores municipales para la movilización, sensibilización y concienciación de la comunidad.

**2° capacitación:** cualificación de los agentes multiplicadores nacionales, departamentales y de los monitores municipales para la orientación de los diversos segmentos de la comunidad hacia la constitución del consejo municipal de turismo y del fondo municipal de turismo.

**3° planeamiento:** capacitación a los agentes multiplicadores nacionales, departamentales y de los monitores municipales y a los facilitadores en la metodología simplificada de elaboración de la estrategia municipal de desarrollo sostenible del turismo.

El PNMT, iniciado en 1997, ha conseguido descentralizar acciones de planificación y coordinación hacia los municipios así como proporcionar medios a los diferentes sectores de iniciativa privada para elevar el nivel de calidad e incrementar la eficiencia y la eficacia en los servicios y en las actividades turísticas de los municipios en los que se ha actuado. En

el ámbito nacional se ha logrado incluir en el programa alrededor de 1500 gobiernos locales.<sup>2</sup>

Chile

El desafío de asegurar un desarrollo turístico sostenible, con la participación de todos los actores locales, se ha transformado en un objetivo prioritario de las naciones que han comprendido la capacidad de la industria turística para contribuir al bienestar de la comunidad. Y no solo por sus significativos efectos económicos, sino también por su importancia en la valoración de ambientes naturales- como es el caso de las áreas protegidas, y el resguardo del patrimonio cultural.

En este contexto, reconocemos en el municipio una instancia decisiva para enfrentar el desafío en materias tan diversas como la identificación de oportunidades de inversión turística para el sector privado; la preparación de programas y proyecto dirigidos a consolidar la oferta turística local, y la participación en campañas de promoción para el mercado nacional o internacional, entre otras tareas que se han incorporado a sus preocupaciones cotidianas.

Tenemos la certeza que este manual “Turismo y gestión municipal” pionero en nuestro país, y fruto de un trabajo conjunto entre la asociación chilena de municipalidades y el servicio nacional de turismo, será un valioso aporte para quienes han asumido la tarea de consolidar nuestros destinos turísticos tradicionales y de abrir nuevas perspectivas para aquellas zonas que ven en esta actividad una clara opción de desarrollo.

Con esta publicación, las autoridades locales y todos los interesados en el tema, podrán disponer de un documento de apoyo para orientar las

---

<sup>2</sup> RENDON PUERTAS María Luisa “El municipio y el desarrollo turístico local”- Tomo I- 1ra Edición- julio, 2006

funciones vinculadas a la planificación turística, trabajo que compartimos y que confiamos continuara en estrecha relación con las municipalidades del país.<sup>3</sup>

### 2.2.2 Nacional

Las principales acciones desarrolladas por la Oficina de Turismo y la Dirección de desarrollo Cultural en cooperación con otras áreas municipales muestran la iniciativa, evolución y avance del municipio con respecto al turismo local.

El desarrollo turístico del distrito de Miraflores se inicia en 1991 con la creación de la Central de Información y Promoción Turística (CIPT) para satisfacer la demanda de los turistas que visitaban la zona y fomentar el turismo interno entre los vecinos residentes. Esta entidad realizó un inventario de los recursos, atractivos, servicios e instalaciones relacionadas con la actividad turística y recomendó que se estableciera una Oficina de Información a cargo de la Dirección de Cultura de la Municipalidad.

A partir de entonces, se tuvo como uno de los objetivos primordiales la organización de visitas locales y viajes a diferentes provincias del Perú. Los programas se orientaron básicamente a la realización de turismo social: escolares, adultos mayores y discapacitados.

En 1993 la Oficina de Turismo actualizó el inventario turístico, tanto de recursos y atractivos como de planta turística.

---

<sup>3</sup>Asoc. Chilena de Municipalidades, SERNATUR y DSE (1997) "Turismo y Gestión Municipal". Serie Manuales Didácticos 9, Santiago.

En 1994 se inauguró el Centro Cultural Ricardo Palma ofreciendo servicio de biblioteca, instalaciones para auditorios, salas de exposiciones, Oficina y Counter de atención turística, entre otros servicios.

Miraflores fue sede del “IV Simposio Internacional de Turismo, Ecología y Municipio” (SITEM)<sup>5</sup> donde se suscribió la Carta de Miraflores de gran relevancia para el turismo local por su contenido sobre estrategias de desarrollo sostenido del turismo, protección y conservación del medio ambiente y relaciones intermunicipales.

En este periodo se desarrollaron programas turísticos, cursos y talleres de actualización para personal de hostelería, paseos, excursiones y campamentos a lugares cercanos a Lima, en coordinación con el Instituto Peruano de Seguridad Social (actual ESSALUD) promoviendo el turismo social y de salud, entre otros.

Se intensificó la puesta en valor de la Huaca Pucllana, trabajo conjunto con el Instituto Nacional de Cultura (INC) para la catalogación y estudio de hallazgos y la elaboración de la maqueta del complejo arqueológico.

Se editó una Agenda Turística y un Boletín de Cultura para la promoción turística.

Durante este periodo se continuó con el programa de acciones iniciado anteriormente, siendo las más importantes:

- Organización del Primer Festival de las Culturas del Mundo en 1997 con la participación de delegaciones de Argentina, Chile, Costa Rica, Ecuador y Corea.

En 1998, este evento contó con artistas de Egipto, Croacia, Guatemala y España.

- Se realizaron campañas y concursos para centros educativos del distrito sobre ecología y preservación del medio ambiente.
- En 1998 se efectuó el Tercer Congreso Nacional de Clubes Ecológicos en el Centro Cultural Ricardo Palma.
- En Octubre de 1998 tuvo lugar el Primer Concurso de Fotografía “Miraflores Destino Turístico”, organizado por el Programa de Jóvenes de la municipalidad.
- Se remodeló parques y alamedas, como la Alameda Cristina Gálvez y se creó otros como el Parque María Reiche, Isaac Rabín y Henry Dunant en el Malecón de la Reserva así como la recuperación del patrono del distrito, San Miguel Arcángel, colocado en el Óvalo Gutiérrez.

En Abril de 1998, del Plan Urbano Distrital de Miraflores 1996-2010,6 en colaboración con el Instituto Metropolitano de Planificación y otras instituciones.

En el año 2000 se programó actividades en favor de la cultura nacional. También se promovió la comunicación entre la Central de Información Turística y entidades relacionadas al turismo, con el fin de brindar al público, tanto nacional como extranjero, toda la información requerida. En ese año se fomentó la participación vecinal logrando generar una comunicación constante entre los 39 presidentes zonales y el municipio, en beneficio de la comunidad.

Se invirtió en vigilancia y se desarrolló programas de seguridad dirigidos a reducir la criminalidad en el distrito.

En la actualidad se orientan a la comunidad local, turistas y visitantes (tanto nacionales como internacionales), oferta turística (empresas), gobierno y en general todo tipo de profesionales y técnicos pertenecientes al entorno empresarial de Miraflores.

El número de participantes promedio mensual en las actividades turísticas programadas por esta oficina es de 150 personas.

En la Caseta de Información Turística se tiene, en promedio, 400 consultas mensuales (nacionales y extranjeras).

Los cursos, conferencias, exposiciones y otras actividades de turismo que se relacionan con aspectos culturales, educativos o recreativos, también se dirigen al propio personal municipal que trabaja o se relaciona con el turismo local (policía municipal, taxistas, mozos, personal de turismo del municipio, etc.). El número promedio mensual de participantes en estas actividades ha sido de 40 personas.

En él se determinaron áreas destinadas a zonas turísticas, residenciales y comerciales, dentro de un plano y reglamento de zonificación.

El promedio se ha calculado en base a las cifras proporcionadas por la Oficina de Turismo de Miraflores.

Asimismo, se ofrece actividades a escolares de la zona, a personas con discapacidad física o mental, entre otras.

Este municipio es sede de eventos regionales y departamentales de índole turística y cultural (ferias artesanales, exposiciones variadas, desfiles, etc.).<sup>4</sup>

### 2.2.3 Regional

Gracias al valioso apoyo de la Oficina de Reducción a la Pobreza de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional USAID y el Fondo Ítalo Peruano, Cáritas viene ejecutando programas de apoyo a las comunidades campesinas que cuentan con recursos naturales y culturales, para consolidarlos como destinos turísticos que contribuyan a mejorar sus ingresos. En este sentido se viene trabajando los siguientes aspectos:

- Fortalecer las organizaciones de base capacitando a sus miembros en el uso de sus recursos turísticos y productivos como actividad generadora de ingresos.
- Desarrollar capacidades en las comunidades en temas como: gestión empresarial, conciencia turística, medio ambiente, conservación de recursos naturales, culturales y atención al turista.
- Mejorar la infraestructura de servicios turísticos en el ámbito donde se encuentran los atractivos naturales y culturales.
- Contribuir a que las comunidades mejoren los estándares de producción, productividad y calidad de los productos artesanales.
- Promover el incremento del número de visitantes a las comunidades con recursos turísticos.

---

<sup>4</sup> RENDON PUERTAS María Luisa "El municipio y el desarrollo turístico local"- Tomo I- 1ra Edición- julio, 2006

Todas estas actividades están orientadas a dotar a los pobladores de las comunidades incluidas en el programa con las herramientas necesarias para mejorar sus ingresos provenientes del turismo.

Se da en líneas de Capacitación.

- Conciencia turística. Calidad en el servicio al turista.
- Conservación del medio ambiente.
- Técnicas de guiado para las guías locales.
- Mejora en la producción artesanal.
- Liderazgo.
- Gestión empresarial (Formación de microempresas turísticas).<sup>5</sup>

### **3.3 DEFINICIONES**

#### **3.3.1 EL TURISMO, CARACTERÍSTICAS Y EFECTOS**

Según la Organización Mundial del Turismo “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”.<sup>6</sup>

##### **a. Características**

- El turismo se realiza de manera estacional al estar condicionado por elementos climatológicos y de índole vacacional, hábitos de consumo, calendarios de festividades, restricciones laborales, entre

---

<sup>5</sup> <http://www.caritas.org.pe/pr-turis.htm>. Manual de turismo solidario.

<sup>6</sup> OMT, 1994

otros. Los flujos turísticos se dan con mayor intensidad en un determinado periodo. Esta afluencia irregular de visitantes origina condiciones de trabajo poco estables por la existencia de altas y bajas en la demanda, provoca una alta rotación y movilidad de empleados lo cual a su vez disminuye su motivación y el nivel de satisfacción laboral, fomenta la poca exigencia de conocimientos y baja la calidad en el servicio.

- Esta actividad es sensible a la afluencia de elementos exógenos y endógenos como la publicidad, difusión positiva o negativa respecto a la imagen del destino, prosperidad económica del país, su estructura social, estabilidad política y económica, seguridad, entre otros aspectos, que afectan las decisiones y el recuerdo que tiene el turista o viajero.
- La demanda es independiente pues el turista forma parte de un mercado espontáneo y autónomo en el que predomina la libre elección y la sostenibilidad a la publicidad y a los factores ya mencionados.
- El sector turístico es vasto y complejo, en el interactúan personas, empresas e instituciones pertenecientes a diversos ámbitos socioeconómicos por ello se afirma que es multidisciplinario y heterogéneo.
- Por lo general se da una infravaloración de esta actividad pues su aporte está diseminado en diversos sectores y su prestación se basa en servicios caracterizados por la intangibilidad, la dispersión y la atomización.

- Dad la variedad de sectores que intervienen en el turismo y a su relación con diversas actividades, su recurso humano tiene mayor amplitud en la gama de especializaciones y calificaciones lo que permite hablar de una polivalencia de funciones en el trabajador. Esto sumado a la necesidad en contratación de empleo estacional, en muchos casos, genera una escasa calificación en materia turística al emplear recursos humanos de otros sectores lo cual puede darse tanto a nivel técnico operativo como gerencial.
- Inexistencia de un marco social que propicie y potencie la profesionalización en turismo. Generalmente se piensa que vale más la experiencia que la educación en el campo de trabajo y por ello se asigna más recursos y mayores esfuerzos de capacitación en otras áreas consideradas más beneficiosas o productivas.

#### **b. Efectos positivos**

El turismo tiene la posibilidad de generar beneficios directos e indirectos de manera tangible e intangible al involucrar en sus actividades a diversos sectores de la sociedad. Los efectos positivos del turismo que benefician al ámbito local son:

- **Económicos.** El resultado positivo más significativo del turismo es el efecto multiplicador que genera beneficios económicos directos e indirectos, entre los cuales destacan la redistribución del dinero y la generación de empleo, factores fundamentales para el desarrollo local.

El efecto multiplicador, denominado también impacto económico del turismo, se refiere al gasto del turista que tiene recuperación directa

en los ingresos de los receptores iniciales (hoteles, restaurantes, tiendas, etc.). Al mismo tiempo crea un efecto indirecto por las sucesivas transacciones de negocios que se dan cuando lo ofertado es comprado dentro del mercado económico.

Se produce a la vez un efecto inducido que resulta del ingreso personal adicional que permite el gasto de este turista. Los impactos directos se denominan primarios y los indirectos e inducidos secundarios. La difusión y redistribución del gasto del turista a través de la economía genera consecuencias similares que inciden tanto en la producción como en los ingresos y el empleo de diversos sectores económicos.

Este elemento puede generar nuevos puestos, aumentar el empleo y producir, consecuentemente, beneficios para la población porque, a mayores oportunidades de hacer cosas distintas, el turista tendrá más opciones de esparcimiento, gastara más dinero, podrá prolongar su estadía y requerirá mayores instalaciones, servicios y actividades comerciales.

- **Sociales.** El turismo, al aportar beneficios económicos, de preservación, conservación, y difusión del patrimonio natural y cultural, genera identidad, sentido de pertenencia y una retribución para la comunidad receptora. Esta puede percibir los beneficios del turismo, siempre y cuando sea realizado con criterios de sostenibilidad y se la haga participe del proceso de desarrollo. El municipio debe fomentar la difusión e impulso turístico entre los pobladores de la comunidad local para lograr un desarrollo de la

actividad turística apoyándose en su capacidad de coordinación y convocatoria y en sus facultades para la gestión y el manejo de los recursos locales.

- **Medioambientales.** El turismo promueve la conservación del medio ambiente. Su planificación sostenible permite una adecuada utilización y aprovechamiento de áreas verdes, plantea un uso racional de los recursos y atractivos y toma medidas para reducir la contaminación en todo sentido (visual, ambiental, auditiva, etc.) con miras a que el desarrollo turístico este en armonía con el medio ambiente y con los elementos que este incluye.
- **Para el patrimonio cultural y natural.** El turismo contribuye a la preservación y difusión del patrimonio de la localidad pues su impulso fortalece la conciencia y la promoción del patrimonio y la cultura de la comunidad receptora. Para ello es muy importante la actividad de los municipios que representan los intereses de desarrollo turístico y la recreación de la comunidad cuya función es la administración del patrimonio local.

**c. Efectos negativos**

La mayoría de los efectos negativos surgen por falta de conciencia y por la escasa atención que han dedicado tradicionalmente los gobiernos (en sus diversos niveles) al planificación y al impulso de la actividad turística.

Existe dificultad para centralizar los diversos aspectos involucrados en el sector en un organismo o ministerio por su propia heterogeneidad. La variedad y dispersión de actuaciones públicas

afectan directa o indirectamente al turismo (transportes, infraestructura, planificación urbana, controles medioambientales, planificación de los recursos turísticos, educación, comercio, regulación de las empresas y servicios, etc.).<sup>7</sup>

### **3.3.2 IMPORTANCIA DEL MUNICIPIO EN EL DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL**

Para comprender el papel del municipio y su importancia en el desarrollo turístico local es necesario conocer lo que implica un municipio turístico

Los municipios turísticos son aquellos que han ido incorporando progresivamente al turismo en su actividad económica. En ellos se concentra el uso y disfrute del territorio por parte de un considerable número de turistas y el turismo se convierte en la actividad económica predominante, especialmente en determinadas estaciones del año. Esto trae consigo una serie de actividades, servicios, infraestructura, fenómenos de asentamiento de población vacacional así como patrones de conducta en la población residente

Estos municipios, llamados también ciudades o destinos turísticos, son localidades que prestan las siguientes características.

- Cuentan con una población permanente y una población flotante (esta última conformada por personas que acuden a la ciudad para abastecerse, realizar tramites y negocios o para frecuentar escuelas u otros centros de estudios, pero que difícilmente pernoctan en ella.

---

<sup>7</sup> RENDON PUERTAS María Luisa "El municipio y el desarrollo turístico local"- Tomo I- 1ra Edición- julio, 2006

- La población permanente trabaja, al igual que en ciudades tradicionales y utiliza los mismos servicios que los turistas (cines, restaurantes, centros de entretenimiento y áreas públicas.
- Los turistas circulan en ellos buscando conocer la ciudad y hacer uso tanto de las instalaciones como de los servicios de ocio y entretenimiento
- La población permanente se recrea durante su tiempo libre y los turistas practican el esparcimiento compartiendo espacios locales (en la playa, en parques, en museos, áreas deportivas, etc.
- Tienen como función principal la administración de los recursos locales entre los cuales existen aspectos turísticos pues, como gobiernos locales, deben brindar servicios de cultura y recreación para la comunidad y los visitantes

Los centros turísticos son tipos especiales de ciudades y por ello deben adoptar sus sistemas de administración y gestión para gobernar a los habitantes y al mismo tiempo atender las necesidades de los visitantes y turistas quienes también forman parte de su realidad.

Para adoptar esta visión de servicio e incorporar conceptos turísticos en la administración local es preciso contar con el interés del alcalde, de las autoridades, del sector empresarial privado y con la participación de la comunidad.

El primer paso es el cambio de actitud, a través de la sensibilización turística, esto se traduce en una adecuada administración de sus recursos y en la satisfacción de las necesidades e intereses comunes de los individuos y entidades que intervienen en turismo lo cual va mas allá de

la simple prestación eficiente de servicios como alumbrado, limpieza pública, seguridad, educación, entre otros aspectos.

Compete al municipio regular las actividades de las empresas turísticas del distrito e impulsar, a través de diversas acciones, la calidad en el servicio, mejorar la promoción y la educación turística, contribuir con la capacitación y sensibilización en turismo (tanto en las empresas como en la comunidad local), fomentar la dinamización económica y comercial, generar bienestar y elevar la calidad de vida de sus pobladores y visitantes, entre otros aspectos.

Para lograr una mejora sostenida en el turismo local, es necesario combinar la inversión en capital físico (tecnología, infraestructura), con la inversión en capital humano (capacitación a los empleados e información a la población de la localidad) y en la investigación turística.

El incremento de viajeros a nivel mundial y la afluencia de turistas demandan a los municipios ofrecer a los visitantes una gama de servicios de apoyo y asistencia, como son la información turística sobre atractivos, hoteles, restaurantes y otros que se ofrecen en las diferentes localidades.

La importancia del turismo en el ámbito local radica en los múltiples beneficios que esta actividad puede generar. En áreas adecuadamente desarrolladas, el turismo puede enriquecer a sus habitantes a través de la activación comercial, la creación de centros de entretenimiento, cines, teatros y restaurantes, con lo que el residente puede disponer de alternativas de ocio que anteriormente no tenía a su alcance. Esto constituye una razón más para que el turismo sea adecuadamente planificado y promovido especialmente por el gobierno local quien tiene

facultades políticas y materiales para generar, gestionar e impulsar esta actividad, en cumplimiento de sus funciones establecidas por ley para el beneficio de la comunidad.

La relevancia de la acción municipal para lograr el desarrollo del turismo reside en que el éxito de los destinos turísticos no depende exclusivamente de una política nacional, si no del compromiso para el crecimiento local que está en las propias manos de quienes asumen el protagonismo en cada localidad. Por ello se reconoce la responsabilidad del municipio para intervenir en la planificación del desarrollo turístico local el cual está íntimamente ligado con el de su comunidad. Como afirma la organización mundial del turismo, el ámbito local es más propicio que el nivel nacional o la escala regional para plantear políticas efectivas y proyectos concretos; esto se debe a que para el municipio, por sus facultades legales, su cercanía con la comunidad y sus recursos lo cual resulta más concreto, tangible y manejable, por este motivo es más fácil planificar, diseñar, gestionar y controlar el turismo.<sup>8</sup>

### **3.3.3 MUNICIPALIDAD**

Las municipalidades provinciales y distritales son los órganos de gobierno promotores del desarrollo local, con personería jurídica de derecho público y plena capacidad para el cumplimiento de sus fines.<sup>9</sup>

### **3.3.4 MARCO LEGAL**

- De acuerdo a la ley orgánica de municipalidades N° 27972, Artículo 82:

---

<sup>8</sup> RENDON PUERTAS María Luisa "El municipio y el desarrollo turístico local"- Tomo I- 1ra Edición- julio, 2006

<sup>9</sup> Ley orgánica de municipalidades lima-setiembre, 2003.

De la educación, cultura, deportes y recreación:

Acápites 15 “Fomentar el turismo sostenible y regular los servicios destinados a este fin, en cooperación con las entidades competentes”.

Art. 161 De las competencias y funciones:

Párrafo 4, En materia de industria, comercio y turismo

Numeral 4.7, Promover y controlar la calidad de los servicios turísticos.

- De acuerdo a la ley para el desarrollo de la actividad turística N° 26961 Artículo 7° las municipalidades provinciales y distritales son órganos de gobierno local que tienen dentro de su competencia la facultad de promover los recursos turísticos de su localidad, ejecutando las acciones y programas en dicha materia, acorde con los principios básicos del estado y con los objetivos y estrategias que formule el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.<sup>10</sup>

### **3.3.5 GESTIÓN**

Todos realizamos gestiones. Cuando hacemos un trámite, hablamos con gente para comprar o vender cosas, conseguimos un préstamo, preguntamos por un puesto de trabajo.

Gestionar quiere decir realizar las acciones que debemos llevar adelante para resolver nuestros problemas, para satisfacer las necesidades y demandas que nos propusimos encarar como organización. Entre estas

---

<sup>10</sup> RISCHMOLLER Úrsula Y. Diciembre, 2007- Guía para la promoción del turismo en los gobiernos locales, Lima- Perú.

acciones también se incluye el establecer relaciones con otros actores sociales:

Cualquier persona que actúa a nivel social, que realiza acciones, es un “actor social”. Un dirigente social, un puntero político, la vecina que coordina un comedor infantil, aquella otra que quiere poner una biblioteca popular, la que está a cargo del ropero comunitario de la parroquia, el concejal de la zona todos ellos son actores sociales.<sup>11</sup>

### **3.3.6 GESTIÓN TURÍSTICA**

Toda actividad para lograr resultados óptimos debe enmarcarse en una adecuada planificación, la misma que debe estar definida por los actores públicos y privados involucrados.

El Turismo no es una excepción a la regla, la actividad debe estar encarada con la mayor responsabilidad, eficiencia y eficacia por todos los sectores involucrados de manera que se garantice su éxito y se evite dañar el entorno ambiental, social y económico que circundan al turismo.

A nivel municipal la gestión, convencionalmente se ocupa de las siguientes temáticas:

- El ordenamiento territorial y los planes de manejo, son actividades en las que se planifica el uso de los suelos, saneamiento básico, conservación del espacio público, definición de espacios productivos y actividades turísticas a desarrollarse.
- Construcción de obras públicas para desarrollar el turismo. Estas obras están orientadas a la adecuación de espacios en los que se encuentren

---

<sup>11</sup> Cenoc, 1999.

los recursos y atractivos turísticos, conservación del entorno, señalización turística, etc.

- Cooperación entre el sector público y todos los actores privados y comunidades que participan de una u otra manera en el turismo.
- La gestión turística municipal debe favorecer la planificación participativa entre los sectores, la cual permita la creación de un ente u organización mixta que tenga como funciones el gestionar diferentes proyectos y oportunidades de desarrollo turístico a nivel municipal de manera conjunta, integral y participativa.
- En términos de alianzas se debe dar relevancia como estrategia al ámbito regional de manera que El Alto pueda vincularse con otros municipios y comunidades para un eficiente manejo integral del turismo. Esto permite dinamizar y absorber un flujo turístico local, nacional y extranjero, gestionar, captar recursos y promover circuitos integrales.<sup>12</sup>

### **3.3.7 LAS FUNCIONES DEL MUNICIPIO TURÍSTICO**

Niveles operativos. Uno de los principales problemas que debe enfrentar la conducción oficial del sector turismo es la distribución de tareas y responsabilidades entre los niveles de conducción nacional, provincial y municipal.

Parte de los inconvenientes se debe a la escasa precisión de los objetivos políticos, sociales y técnicos que tienen que cumplir los organismos oficiales, la falta de definición de las áreas técnicas en que han de actuar

---

<sup>12</sup> Plan estratégico de impulso al turismo en el municipio del alto 2008 – 2012, elaborado por el proyecto conflictos interculturales ddh/2004/89-126.

y de los tipos de acción que deben realizar en cada una de ellas. Esto se traduce en esquemas operativos que se contradicen. A efecto de esclarecer esta cuestión básica, se analizará a partir de dos temas: a) Áreas de acción de los organismos oficiales de turismo b) Tareas de los organismos oficiales en las áreas de acción.

**a) Áreas de acción de los organismos oficiales de turismo.**

Las áreas de acción corresponden directamente a los distintos tipos de problemas que debe afrontar la conducción del sector, y son las que figuran en la siguiente: Se repite porque es una acción vinculada con la actividad pública y privada.

Siendo el contenido de cada área de acción.

1. Información: consiste en la publicación y difusión de datos acerca de atractivos y servicios turísticos, brindada de forma directa o indirecta a los turistas.
2. Facilitación: se refiere a las disposiciones, reglamentos, acuerdos y cualquier tipo de medidas dispuestas por los organismos públicos, tendientes a agilizar el ingreso, desplazamiento y egreso de los turistas y sus equipajes, así como a contribuir a incrementar el consumo de los servicios turísticos disponibles.
3. Promoción: comprende la publicidad, las relaciones públicas institucionales la concurrencia u organización de eventos de comercialización para dar a conocer los productos turísticos y apoyar las campañas similares a cargo de la actividad privada, a fin de estimular la demanda en las plazas de mercado emisor.

4. Fomento de inversiones: constituida por estudios técnicos, investigaciones, publicaciones, exenciones impositivas, créditos y cualquier otro tipo de disposiciones similares, elaboradas y establecidas por el sector público para promover la participación de la inversión privada en el desarrollo de la planta prestadora de servicios turísticos.
5. Contralor de servicios: es la realización y actualización del registro de prestadores de servicios turísticos, la categorización y jerarquización de esos servicios, y la vigilancia del cumplimiento de los requisitos que se convengan respecto a la calidad que deben alcanzar los servicios pertenecientes a cada una de las categorías y jerarquías establecidas.
6. Capacitación: se refiere a los programas y acciones puntuales destinados a identificar y satisfacer las necesidades de formar, perfeccionar o especializar en el nivel básico, medio y superior, a funcionarios, personal y empresarios que se desempeñan en el sector turístico.
7. Asistencia técnica: es el resultado de la intervención de los equipos especializados pertenecientes a los organismos oficiales, para resolver problemas técnicos concretos que afecten el funcionamiento de algún sector de la empresa privada o de alguna parte del espacio turístico, cuyas organizaciones o autoridades no están en condiciones de afrontarlos por su cuenta, debido a la falta del personal técnico necesario o de la capacidad financiera para contratarlo.

8. **Planificación e investigación:** están directamente vinculadas con la asistencia técnica, y son resultado del trabajo de equipos especializados, para definir las metas de desarrollo del sector y las estrategias, programas y acciones que conduzcan a su cumplimiento. Comprende la investigación y la definición de medidas para explotar y preservar los atractivos turísticos, racionalizar el crecimiento de la planta, turística, programar eventos y actividades turísticas, promover el desarrollo armónico del espacio turístico, e incrementar la demanda y venta.
  9. **Administración de servicios:** es el conjunto de acciones oficiales orientadas a operar los servicios turísticos que dependen de su jurisdicción.
  10. **Recreación:** son los servicios públicos destinados a la población local para el uso y disfrute de su tiempo libre, que en algunos casos también pueden ser aprovechados por los turistas.
  11. **Recaudación:** es el ejercicio de las atribuciones del sector público para establecer imposiciones, tributos, contra prestaciones y cualquier otro tipo de aportes del sector privado, con el propósito de conformar los recursos económicos del sector oficial.
- b) Tareas de los organismos oficiales en las áreas de acción.** Cada una de las once áreas de acción que se alude en la sección anterior se concretan de modo distinto en cada uno de los tres niveles que alcanza la conducción pública del sector. A efectos de explicar y detallar las áreas de acción se adjuntan los anexos respectivos.

En los anexos respectivos se explican las tareas propias de cada uno de los tres niveles que adoptan los organismos oficiales de turismo, la columna correspondiente a municipios indica de un modo general aquellas que deben resolver por su cuenta. Al elaborarse esa lista no se consideró el tamaño del municipio ni el sistema de organización política del país, pues se aplicó el criterio que, más allá del número de empleados con que cuente el organismo municipal y características políticas que le pueden sumar o restar poder de decisión, el funcionamiento turístico de los centros que le dan origen o integra un municipio requiere que esas tareas sean cumplidas.

El principio sustentado, se apoya en que son las estructuras administrativas las que deben adaptarse a la realidad y no ésta a las estructuras. El hecho de que hoy el sistema funcione como lo hace, no es un argumento válido para afirmar que así debe continuar, a no ser que los resultados de su aplicación sean aceptables. Si esto no acontece, antes de pensar que hay que cambiar la realidad se debe constatar si alguna vez las estructuras administrativas en el turismo respondieron a esa realidad y, aún en el caso de que la respuesta fuera afirmativa, si todavía siguen haciéndolo.

Así, en Perú, las estructuras administrativas del sector turismo todavía colocan en primer lugar al organismo nacional, provinciales y después, a los municipales, lo cual se manifiesta en las asignaciones presupuestarias.

Una forma de corregir el problema consiste en cambiar las estructuras, y otra intentar mejorarlas, para acercarse gradualmente al cambio. Lo primero es lo mejor y lo más difícil y, por lo tanto, frustrante y paralizante si se piensa que hasta que todo no cambie definitivamente, no vale la pena intentar modificarlo, aunque sea parcialmente. Lo segundo es menos espectacular, y no tan convincente porque exige más esfuerzo y persistencia, pero quizá sea la mejor opción para quienes confían en el planeamiento. La complementación es el recurso de la segunda opción a la que pueden acudir los municipios turísticos, a fin de obtener de los niveles superiores, la asistencia y colaboración que requieren para cumplir con su función. Si nos quedamos en la primera opción, el turismo deberá esperar el momento en que la necesidad de un cambio global impulse al conjunto de la sociedad a modificar radicalmente sus estructuras, momento que - si todos piensan así- tal vez nunca llegue.

Esto no sólo puede beneficiar al municipio, que es el escalón más bajo, sino a los organismos nacionales y provinciales, porque si quieren aumentar su eficiencia deben actuar a través del municipio. De no hacerlo así (que es como se trabaja en la actualidad), por un lado están los planteamientos oficiales respecto al turismo y por el otro, el turismo que continúa evolucionando por su cuenta como resultado de la suma de iniciativas que en los centros turísticos emprende la actividad privada, indiferente y descreída de la capacidad operativa del sector público.

Sin complementación se produce la superposición, la contradicción y la pérdida de eficiencia en las acciones de los organismos oficiales, y divorcio con las acciones y procedimientos de la actividad privada. Sin complementación no puede haber desarrollo porque se anula el principio de armonía que debe seguir el accionar de todas las partes que intervienen en la explotación del espacio turístico. Sin complementación predomina la anarquía, bajo cuyo régimen es posible que algunos prosperen mientras el conjunto se deteriora, en ocasiones irremediablemente.<sup>13</sup>

### **3.3.8 TURISMO, MUNICIPIO Y COMUNIDAD**

El turismo en el municipio se concibe como la voluntad de todos los actores sociales implicados, lo que significa asumir un compromiso de colaboración y corresponsabilidad, buscado alcanzar los intereses colectivos a partir de una meta común.

Aislarse significa, que los beneficios de la actividad turística no llegan a la población local, y que los impactos negativos del turismo no tengan control o respuesta que obligue a corregirlos.

Una condición básica para que la relación sea suficientemente estable y útil, es impulsar el conocimiento del marco legal Artículo 115 constitucional.

Actores Sociales que Participan en el Turismo

- El municipio debe encabezar el proceso de desarrollo turístico en su comunidad.

---

<sup>13</sup> GRANADOS MAGUIÑO Mauro, Año, 2000- Gestión en el Tercer Milenio.

- El municipio debe buscar el acuerdo entre todos los agentes sociales.
- El municipio, la comunidad y los empresarios son socios en la empresa común para desarrollar el turismo.<sup>14</sup>

### **3.3.9 TURISMO, ECONOMÍA Y MUNICIPIO**

Los beneficios que cada uno de los actores sociales, recibe del turismo son muchos, reconociendo y valorando su efecto multiplicador. La forma de explicar en qué consiste el efecto multiplicador del turismo, es el proceso que sigue el dinero que gastan los turistas cuando viajan:

- 1) El gasto turístico provoca una reacción en cadena, que se inicia desde el momento en que cualquier persona decide viajar a un destino turístico.
- 2) El turista se pone en contacto con una agencia de viajes, y contrata su medio de transporte hasta el lugar, en algunos casos su alojamiento y alimentación.
- 3) La acción pone en marcha servicios turísticos, algunos de ellos locales y otros de grandes empresas internacionales.
- 4) Mientras mayor sea la prestación de los servicios a nivel local, mayores serán los beneficios que queden en la comunidad. Por ello se debe apoyar a las pequeñas y medianas empresas en el municipio.
- 5) Una vez que el turista llega al lugar elegido, realiza gastos en:
  - Alojamiento.
  - Alquiler de transporte.
  - Alimentación.
  - Compra de artesanías y productos típicos.

---

<sup>14</sup> Manual para la Gestión del Desarrollo Turístico Municipal. Pag-30

- Visita a los sitios de interés turístico.
  - Asistencia a eventos culturales.
- 6) Las empresas vinculadas a los gastos y encargadas de satisfacer las demandas de consumo de los turistas, necesitan proveedores alternos tipificando al turismo como una actividad interdependiente.
- Alimentos y bebidas,
  - Artesanías,
  - Productos de consumo variados.
- 7) Es necesario el apoyo para el mantenimiento, atención al cliente, servicio de limpieza, alimentación e información.
- 8) Las personas incorporadas al mercado de trabajo que genera la actividad turística, obtienen un salario en México 30% superior al de otras ramas económicas, que les permitirá satisfacer sus propias necesidades de consumo, fortaleciendo así la economía local, se considera que el país laboran para el turismo más de 1,900,000 personas.
- 9) Los empresarios en la medida en que prospere su negocio, podrán reinvertir los beneficios, ampliando o diversificar sus servicios, los cuales, favorecen la creación de empleos.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Manual para la Gestión del Desarrollo Turístico Municipal. Pag. 34-35

## **CAPITULO IV**

## **IV. MARCO METODOLÓGICO**

### **4.1 MATERIALES Y MÉTODOS**

#### **4.1.1 MATERIAL DE ESTUDIO**

##### **4.1.1.1 POBLACIÓN**

La población materia de estudio estuvo constituido por todos los funcionarios del consejo municipal, (Concejales y Alcalde) y/o técnicos (Técnicos responsables o Directores de Entes de Gestión), y a autoridades locales. Con un total de 23 personas.

##### **4.1.1.2 MUESTRA**

La muestra materia de estudio estuvo constituido por todos los funcionarios del consejo municipal, (Concejales y Alcalde) y/o técnicos (Técnicos responsables o Directores de Entes de Gestión), y a autoridades locales. Una población finita con un total de 23 personas.  $n= 23$

##### **4.1.1.3 UNIDAD DE ANÁLISIS**

La unidad de análisis es el consejo municipal.

##### **4.1.1.4 FUENTE DE INFORMACIÓN**

La fuente de información fue de dos tipos: primaria y secundaria. La fuente primaria lo constituyeron el alcalde y sus regidores que nos brindaron información que se reflejo en un cuestionario de entrevistas. Del mismo modo para determinar la gestión que realizan a cerca del turismo se aplico un cuestionario de encuestas a todos los funcionarios del consejo y a autoridades del distrito.

Como fuentes secundarias se utilizaron libros, investigaciones, así como el internet.

#### **4.1.1.5 VARIABLES**

Como se puede observar en el presente trabajo de investigación; la hipótesis se apoya en las siguientes variables.

#### **4.1.1.6 VARIABLE INDEPENDIENTE**

Gestión turística.

#### **4.1.1.7 VARIABLE DEPENDIENTE**

Municipalidad distrital de Trita.

### **4.1.2 MÉTODOS, INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS**

#### **4.1.2.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN: APLICADA**

Aplicada por que busca en todo aspecto conocer la realidad o situación actual del consejo municipal y determinar la capacidad de gestión turística de las mismas con el propósito de que más adelante se pueda plantear soluciones concretas, reales y concisas para una idónea gestión turística y por ende el desarrollo turístico del distrito y de Amazonas.

#### **4.1.2.2 MÉTODOS**

Los métodos en la presente investigación fueron:

- **Método descriptivo:** Método que nos permitió en un primer momento la búsqueda de información secundaria acerca del tema y a la vez nos ayudo identificar, describir, clasificar, relacionar y delimitar las variables en estudio de la municipalidad, es decir; nos ayudo a describir toda la situación actual de la municipalidad distrital de Trita.

- **Método analítico:** El cual nos permitió analizar, interrelacionar, explicar y responder a nuestra pregunta de investigación, del mismo modo logrando entender y determinar el nivel de capacidad de gestión turística de la municipalidad distrital.
- **Método inductivo:** Se aplico de manera específica a cada funcionario del consejo y a las autoridades del distrito de lo cual obtuvimos resultados individuales, que nos permitió generalizarlos los resultados de la muestra en estudio, obteniendo “la situación actual y la capacidad de gestión turística que tiene la municipalidad distrital de Trita”.

#### **4.1.2.3 TÉCNICAS**

##### **a. TÉCNICA PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS**

- **La observación directa** de donde recopilamos datos primarios; el cual nos permitió el logro de la información, en las circunstancias que ocurrieron los hechos.
- **Entrevistas y encuestas** de donde la primera fue aplicada al alcalde y sus regidores y las encuestas a todos los funcionarios del consejo y a las autoridades del distrito.

##### **b. TÉCNICA PARA EL PROCESAMIENTO DE DATOS**

- La depuración de datos innecesarios
- Clasificación de la información
- Tabulación de datos.

**c. TÉCNICA PARA EL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN  
DE DATOS**

- La estadística descriptiva a través de la distribución de frecuencias relativa y absoluta.

**4.1.2.4 INSTRUMENTOS**

**a. PARA LA COLECTA DE DATOS**

- Fichas o formularios de observación
- Cuestionario de entrevistas.
- Cuestionario de encuesta.

**b. PARA LA PRESENTACION DE DATOS**

- Cuadros estadísticos bidimensionales.
- Gráficos en barras y circulares.

**c. PARA EL INFORME FINAL**

Se redacta de acuerdo al reglamento de la UNTRM-A.

## **CAPITULO IV**

## V. RESULTADOS

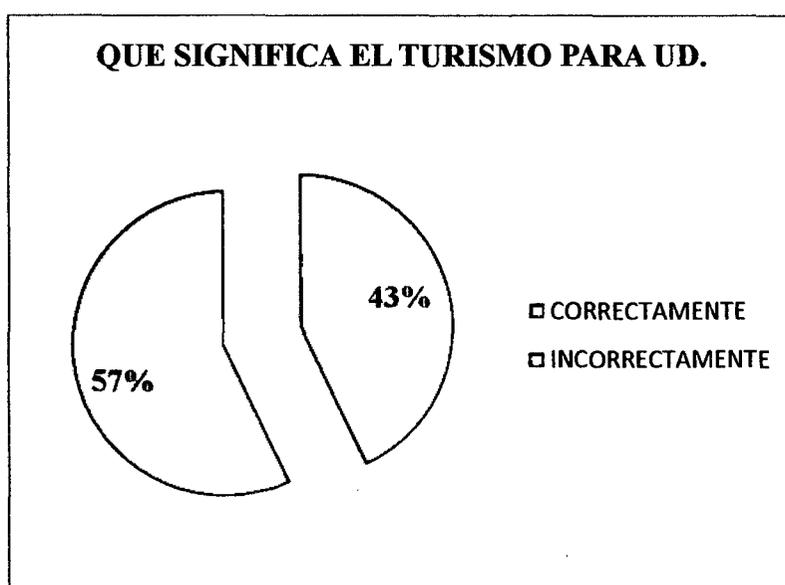
### DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS FUNCIONARIOS DEL CONSEJO Y A LAS AUTORIDADES DEL DISTRITO.

**TABLA N° 01**

**¿QUÉ SIGNIFICA EL TURISMO PARA UD.?**

CONOCIMIENTO	N°	%
CORRECTAMENTE	10	43%
INCORRECTAMENTE	13	57%
TOTAL.	23	100%

**GRAFICO N° 01**



Fuente: Elaboración propia

#### **Interpretación**

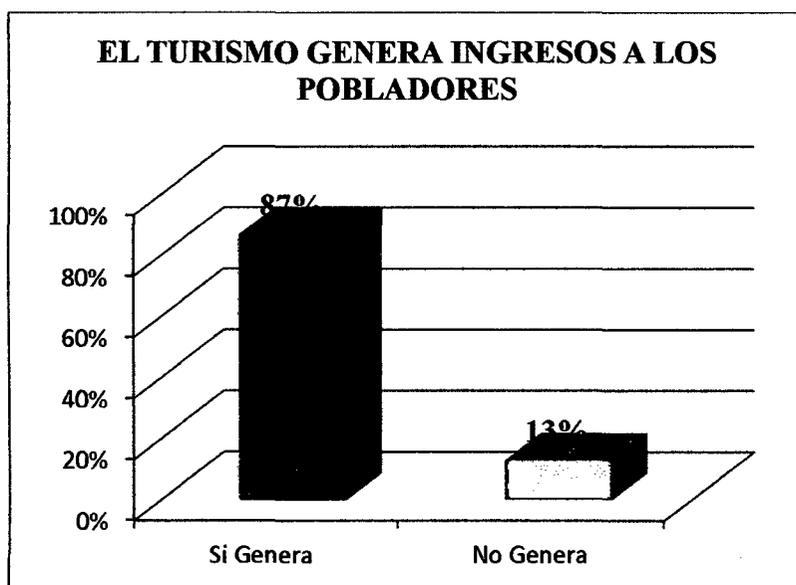
Como se puede observar en el gráfico referente a la pregunta si tienen conocimiento sobre el significado de la palabra Turismo solo el 43% contestaron correctamente y más del 50% de los encuestados desconocen; esto indica que existe desinterés por esta actividad en bien del desarrollo del turismo o es que les falta capacitarse.

**TABLA N° 02**

**EL TURISMO GENERA INGRESOS A LOS POBLADORES**

<b>INGRESOS</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Si Genera	20	87%
No Genera	3	13%
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>100%</b>

**GRAFICO N° 02**



Fuente: Elaboración propia

**Interpretación**

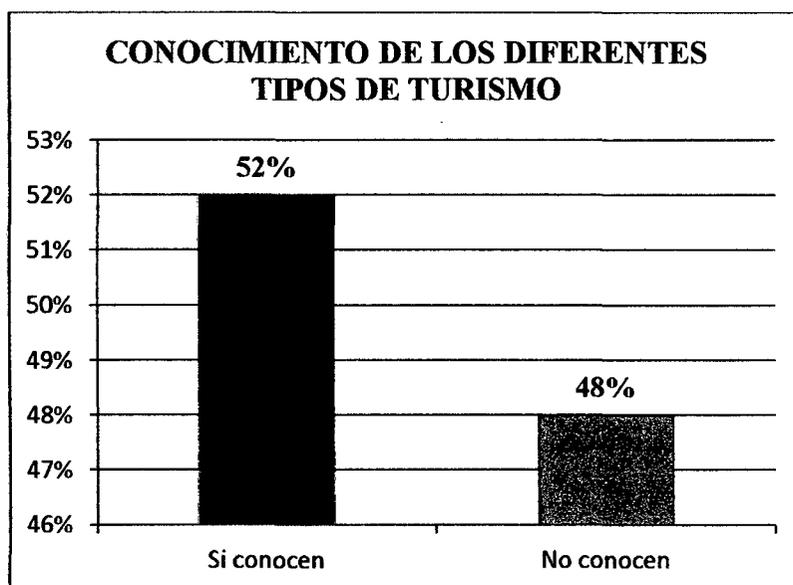
Como observamos en el gráfico el 87% es consciente que el turismo genera ingresos porque les ayuda vender sus productos, vender artesanía, etc. Y solo el 13% considera que no genera.

**TABLA N° 03**

**CONOCIMIENTO DE LOS DIFERENTES TIPOS DE TURISMO**

<b>CONOCIMIENTO</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Si conocen	12	52%
No conocen	11	48%
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>100%</b>

**GRAFICO N° 3**



Fuente: Elaboración propia

**Interpretación**

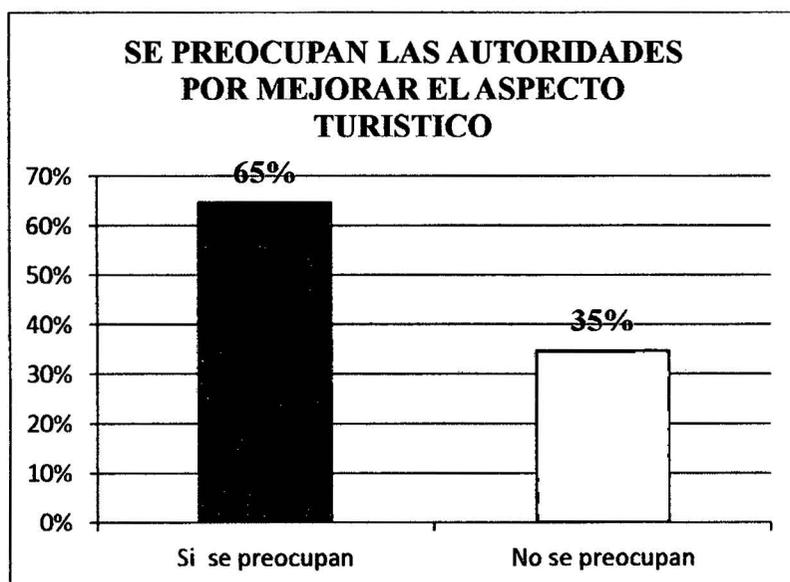
Del grafico se observa que el 52% si conocen de los diferentes tipos de turismo que se puede desarrollar en el distrito, pero el 48% desconocen los tipos de turismo.

**TABLA N° 04**

**PREOCUPACIONES DE LAS AUTORIDADES POR MEJORAR EL ASPECTO  
TURISTICO**

<b>PREOCUPACIONES</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Si	15	65%
No	8	35%
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>100%</b>

**GRAFICO N° 04**



Fuente: Elaboración propia

**Interpretación**

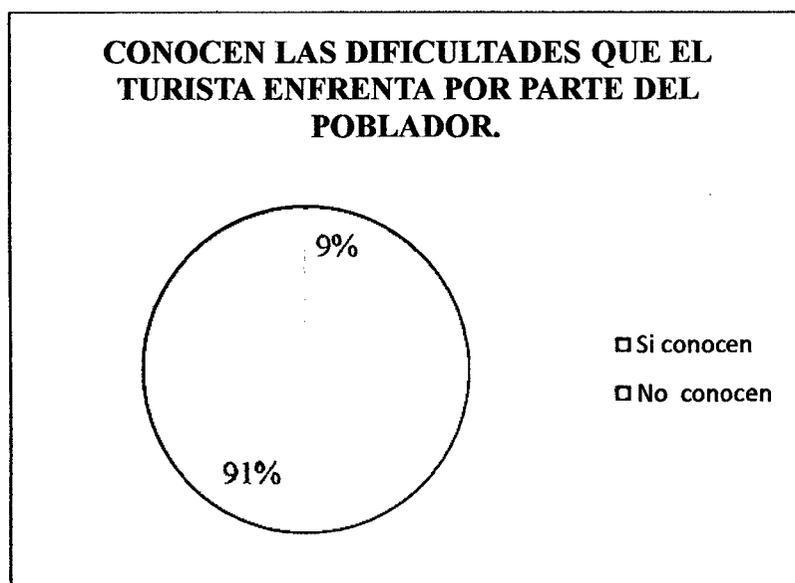
Como se observa en el grafico el 65% si se preocupa por mejorar el aspecto turístico y propone realizar proyectos, mejorar, las vías de comunicación, etc pero no se está concretizando ninguna actividad el cual perjudica en el desarrollo.

**TABLA N° 05**

**CONOCIMIENTO DE LAS DIFICULTADES QUE EL TURISTA ENFRENTA  
POR PARTE DEL POBLADOR**

<b>CONOCIMIENTO</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Si conocen	2	9%
No conocen	21	91%
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>100%</b>

**GRAFICO N° 05**



Fuente: Elaboración propia

**Interpretación**

Del grafico se puede ver que el 91% de los encuestados desconocen las dificultades que el turista enfrenta por parte de los pobladores; es decir no lo están dando la debida importancia a la visita del turista.

**TABLA N° 06**

**CUENTA CON UN PLAN ESTRATEGICO PARA EL DESARROLLO DEL  
TURISMO**

<b>CUENTA</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Si	4	17%
No	19	83%
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>100%</b>

**GRAFICO N° 06**



Fuente: Elaboración propia

**Interpretación**

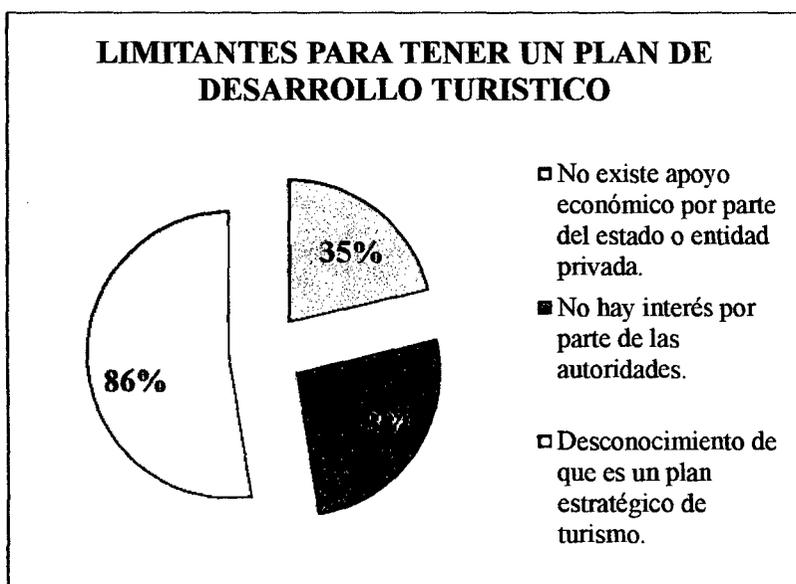
De los encuestados el 83% contestaron que el distrito no cuenta con un plan estratégico para el desarrollo del turismo.

**TABLA N° 07**

**LIMITANTES PARA TENER UN PLAN DE DESARROLLO TURISTICO**

LIMITANTES	N°	%
No existe apoyo económico por parte del estado o entidad privada.	8	35%
No hay interés por parte de las autoridades.	10	43%
Desconocimiento de que es un plan estratégico de turismo.	20	86%

**GRAFICO N° 07**



Fuente: Elaboración propia

**Interpretación**

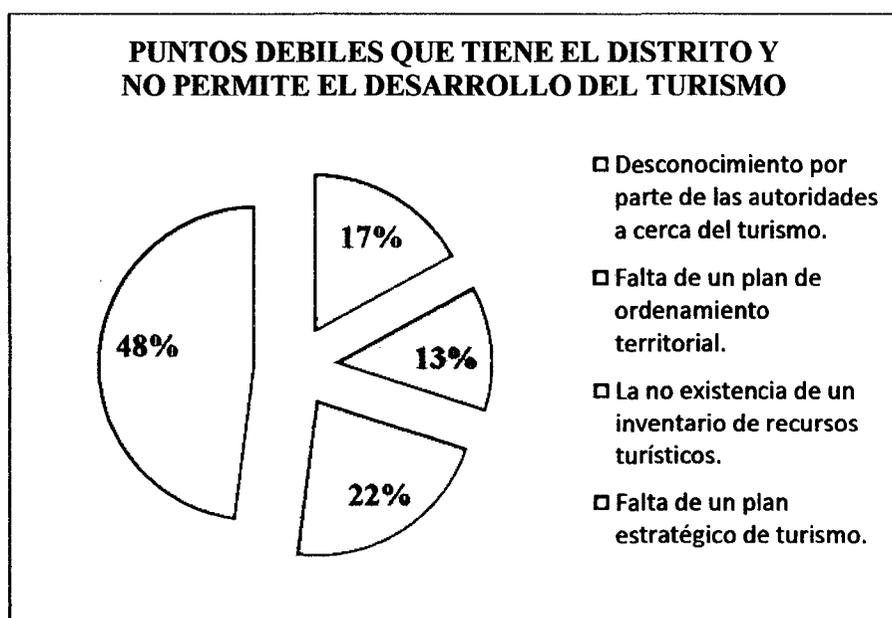
Como podemos observar en el gráfico que el 86% de los encuestados a pesar de que son trabajadores de la municipalidad desconocen lo que es un plan estratégico; siendo una de las limitantes más notorias para el desarrollo turístico, seguido del 43% de la falta de interés por parte de las autoridades involucradas y finalmente un 35% indican o ponen como limitante que no existe apoyo económico por parte del estado o de la entidad privada.

**TABLA N° 08**

**PUNTOS DEBILES QUE TIENE EL DISTRITO Y NO PERMITE EL  
DESARROLLO DEL TURISMO**

<b>PUNTOS DÉBILES</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Desconocimiento por parte de las autoridades a cerca del turismo.	4	17%
Falta de un plan de ordenamiento territorial.	3	13%
La no existencia de un inventario de recursos turísticos.	5	22%
Falta de un plan estratégico de turismo.	11	48%
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>100%</b>

**GRAFICO N° 08**



Fuente: Elaboración propia

**Interpretación**

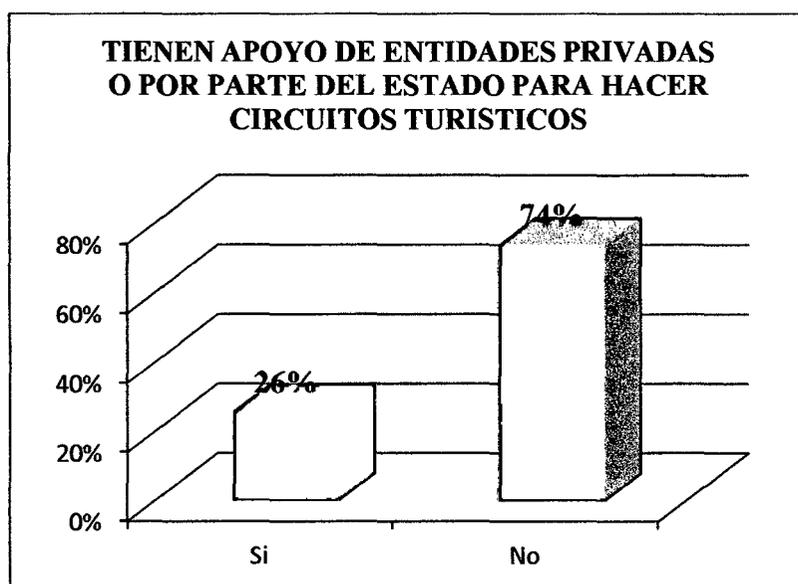
El 48% de los encuestados consideran que uno de los puntos débiles que no permite el desarrollo del turismo es la falta de un plan estratégico de turismo; seguido del 22% quienes indican que sería la no existencia de un de un inventario de recursos turísticos; el 17% el desconocimiento por parte de las autoridades a cerca del turismo.

**TABLA N° 09**

**TIENE APOYO DE ENTIDADES PRIVADAS O POR PARTE DEL ESTADO  
PARA HACER CIRCUITOS TURISTICOS**

<b>TIENE APOYO</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Si	6	26%
No	17	74%
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>100%</b>

**GRAFICO N° 09**



Fuente: Elaboración propia

**Interpretación**

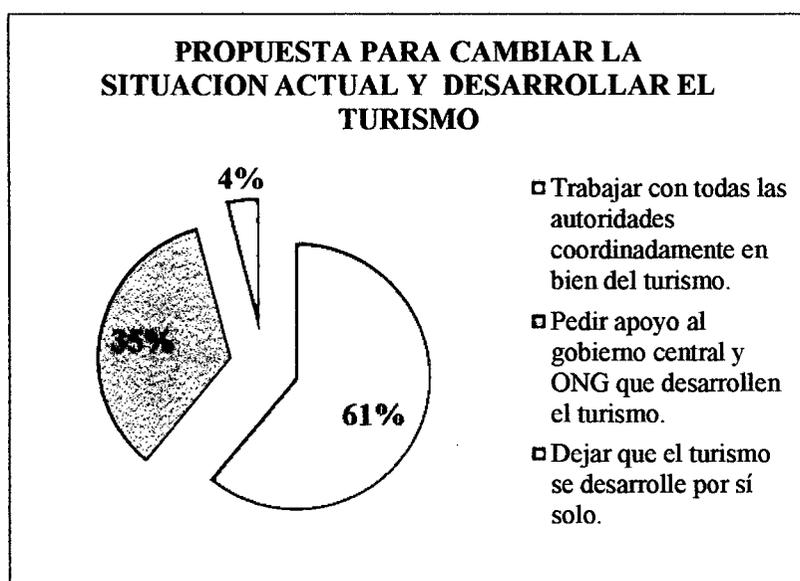
El 74% de los encuestados indican que no tienen apoyo por parte del estado y de las entidades privadas para hacer circuitos turísticos, eso significa que no hay presencia de las autoridades en el tema del turismo a pesar que este distrito está ubicado uno de los lugares turísticos más visitados como es Karajia; y solo el 26% indica que si lo tiene.

**TABLA N° 10**

**PROPUESTA PARA CAMBIAR LA SITUACION ACTUAL Y DESARROLLAR EL TURISMO**

<b>PROPUESTA</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Trabajar con todas las autoridades coordinadamente en bien del turismo.	14	61%
Pedir apoyo al gobierno central y ONG que desarrollen el turismo.	8	35%
Dejar que el turismo se desarrolle por sí solo.	1	4%
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>100%</b>

**GRAFICO N° 10**



Fuente: Elaboración propia

**Interpretación**

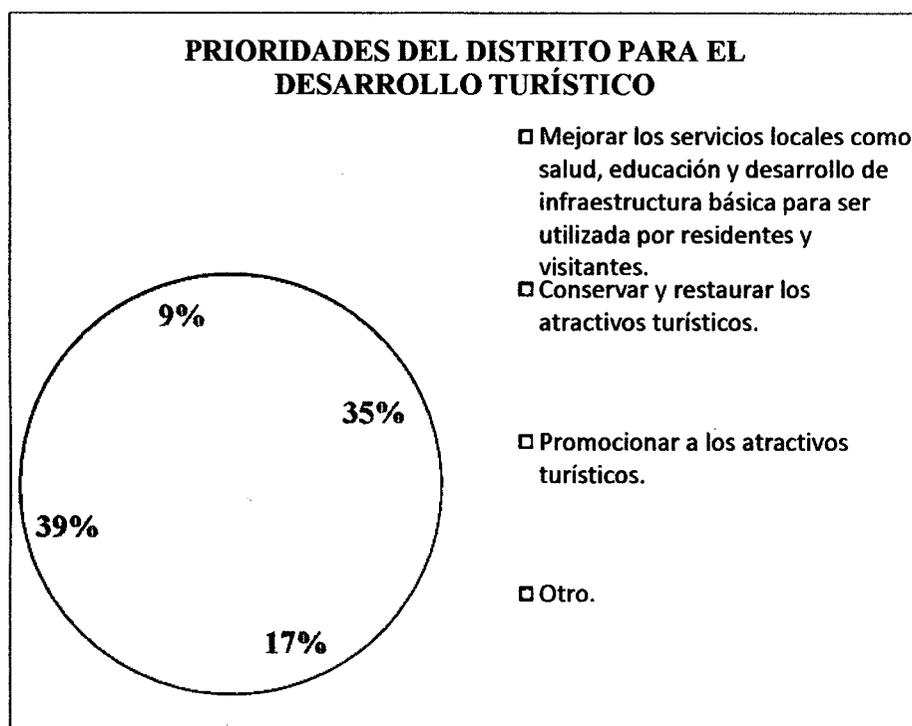
Del gráfico observamos que el 61% afirman que para cambiar la situación actual y poder desarrollar el turismo se debería trabajar coordinadamente con todas las autoridades involucradas; el 35% proponen pedir apoyo al gobierno central y ONGs.

**TABLA N° 11**

**PRIORIDADES DEL DISTRITO PARA EL DESARROLLO TURISTICO**

<b>PRIORIDADES</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Mejorar los servicios locales como salud, educación y desarrollo de infraestructura básica para ser utilizada por residentes y visitantes.	8	35%
Conservar y restaurar los atractivos turísticos.	4	17%
Promocionar a los atractivos turísticos.	9	39%
Otro.	2	9%
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>100%</b>

**GRAFICO N° 11**



Fuente: Elaboración propia

**Interpretación**

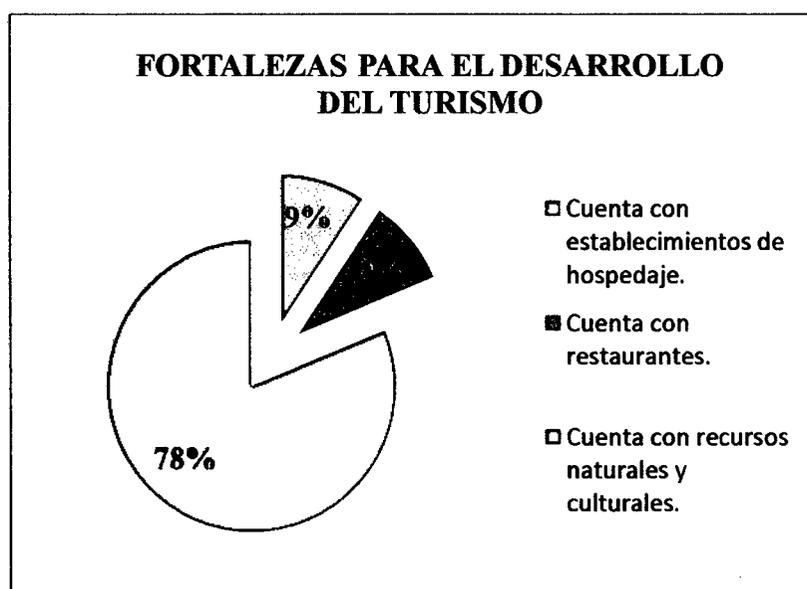
Referente a las prioridades del distrito para el desarrollo turístico el 39% afirman que es necesario promocionar los atractivos turísticos, al mismo tiempo el 35% consideran como prioridad mejorar los servicios locales, como salud, educación y el desarrollo de infraestructura básica.

**TABLA N° 12**

**SUS FORTALEZAS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Cuenta con establecimientos de hospedaje.	2	9%
Cuenta con restaurantes.	2	9%
Cuenta con recursos naturales y culturales.	18	78%
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>100%</b>

**GRAFICO N° 12**



Fuente: Elaboración propia

**Interpretación**

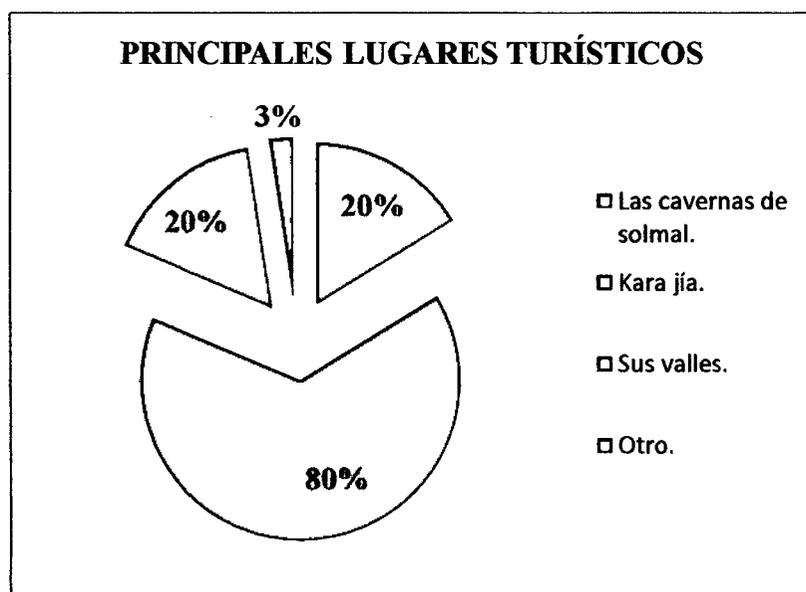
Con respecto a las fortalezas más notorias con un 78% indican que son los recursos naturales y culturales (Karajía, la danza de la cutipa) con los que cuenta el distrito.

**TABLA N° 13**

**PRINCIPALES ATRACTIVOS TURISTICOS DEL DISTRITO**

<b>PRINCIALES</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Las cavernas de solmal.	2	20%
Kara jía.	8	80%
Sus valles.	2	20%
Otro.	3	3%

**GRAFICO N° 13**



Fuente: Elaboración propia

**Interpretación**

Según el gráfico se puede observar que el recurso turístico más importante con lo que cuenta el distrito son los sarcófagos de Karajía.

## 5.1 MATRIZ (FODA)

<b>ANÁLISIS FODA DEL MUNICIPIO</b>	
<b>Factores internos</b>	
<b>Debilidades</b>	<b>Fortalezas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- El 56% del capital humano de la municipalidad ha alcanzado solo formación secundaria.</li> <li>- Carencia de metodología estandarizada uniforme para la realización de estudios y categorización de proyectos de inversión municipal.</li> <li>- Falta de personal para el seguimiento de acciones de coordinación y servicios de operación turística del municipio.</li> <li>- Escasos recursos económicos del gobierno local.</li> <li>- Falta de un plan estratégico de turismo.</li> <li>- La no existencia de un plan de ordenamiento territorial.</li> <li>- Falta de un inventario de recursos turísticos.</li> <li>- No tienen ninguna experiencia en</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ubicación estratégica.</li> <li>- Cuenta con unos de los principales atractivos de la región (karajia).</li> <li>- Interés de los trabajadores y autoridades en impulsar el desarrollo institucional.</li> <li>- De acuerdo a la ley orgánica de municipalidades N° 27972, Artículo 82: “Fomentar el turismo sostenible y regular los servicios destinados a este fin, en cooperación con las entidades competentes”.</li> <li>- Cuenta con manifestaciones culturales y religiosas de suma importancia.</li> <li>- Sus casonas son construidas con materiales propias de la zona.</li> </ul>

<p>el desarrollo turístico municipal.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Municipio no reconocido como Distrito Turístico.</li> <li>- No cuenta con página Web.</li> <li>- La no existencia de fondos estatales y de cooperación técnica destinados al impulso, promoción, inversión y mejoramiento de la calidad en el sector turístico.</li> </ul>	
<b>Factores externos</b>	
<b>Amenazas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ambiente político y económico inestable.</li> <li>- Tendencia creciente de empresas locales turísticas y comerciales pertenecientes al sector informal.</li> <li>- Poca conciencia de la importancia de la inversión en consultoría turística para el desarrollo sostenible de las empresas y destinos.</li> <li>- Comunidad poco participativa y sin conciencia de los beneficios del turismo local.</li> <li>- No existe sensibilización turística.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buenas relaciones entre el sector público y privado.</li> <li>- Cuenta con recursos naturales y culturales potenciales.</li> <li>- Crecimiento del turismo interno y externo en sus diversas modalidades.</li> <li>- Creciente desarrollo de las tecnologías información y comunicación.</li> <li>- Los compromisos que viene asumiendo la comunidad respecto a su participación activa en el desarrollo del distrito.</li> <li>- Ley de Municipalidades facilita la conformación de espacios de concertación local.</li> </ul>

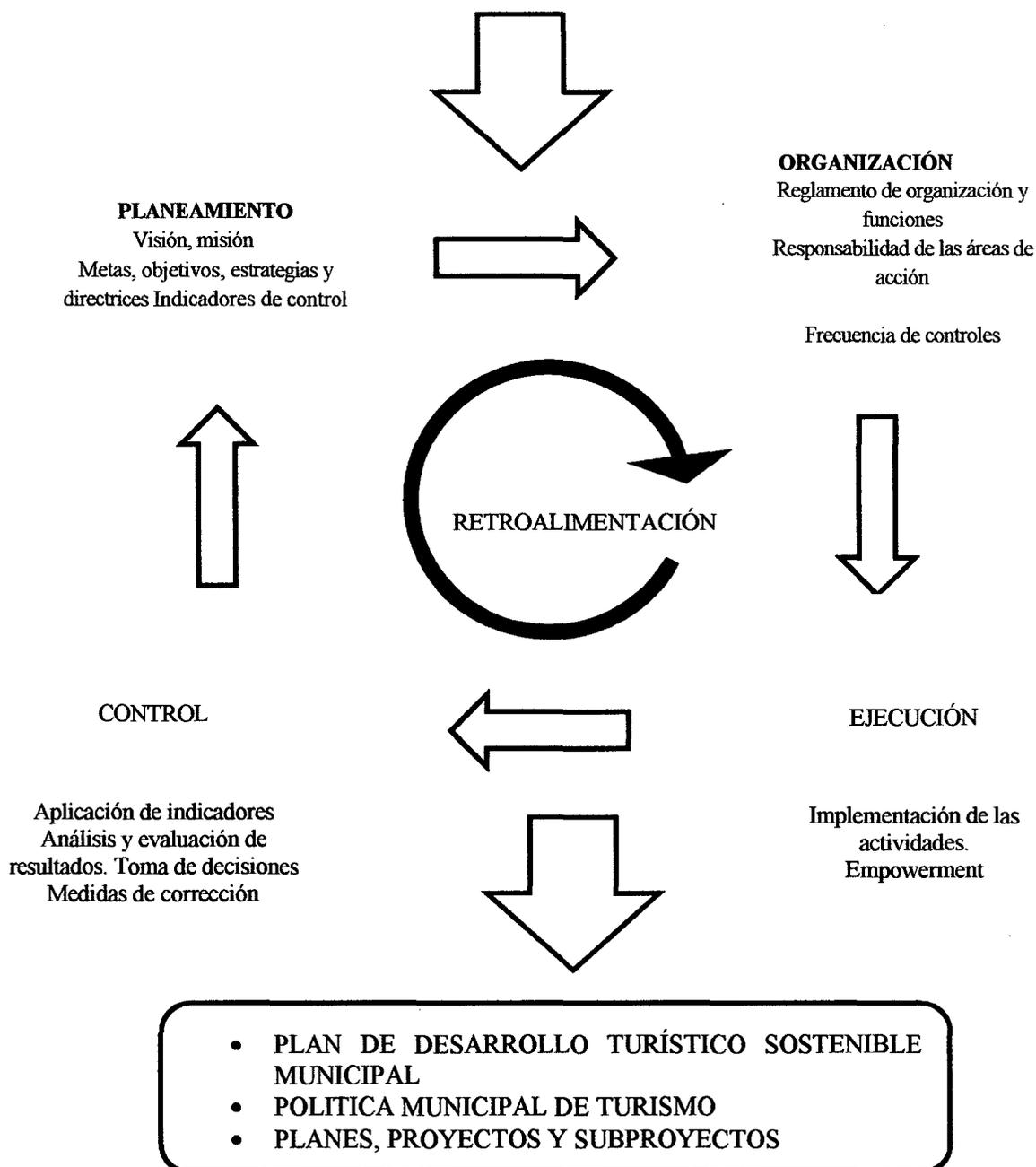
<p>- Nula intervención en la protección, conservación, y restauración de sus recursos naturales y culturales.</p>	<p>- La estabilidad económica permite realizar planes a mediano y largo plazo.</p>
---	--

## **CAPITULO VI**

## VI. PROPUESTA DE GESTIÓN TURÍSTICA PARA LA MUNICIPALIDAD

### DISTRITRAL DE TRITA

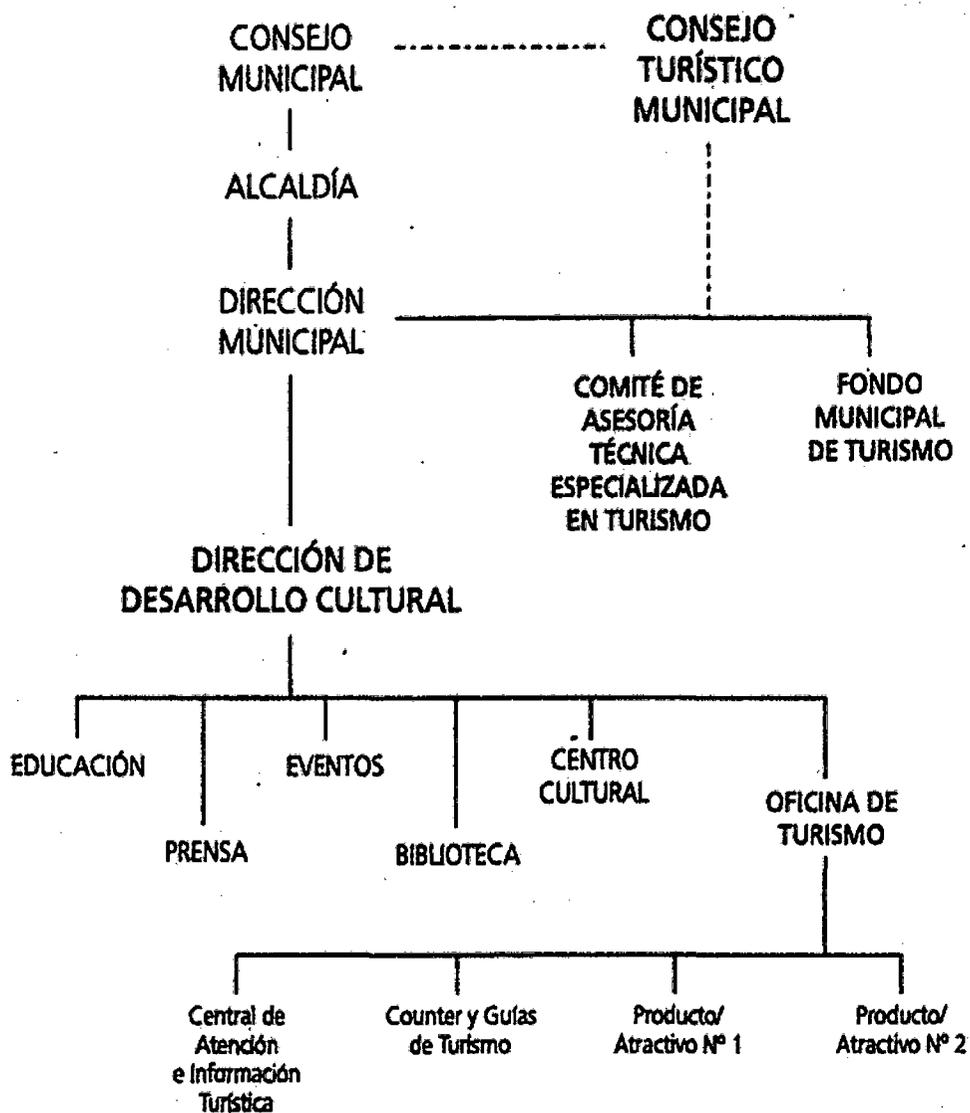
Información secundaria y primaria Análisis Municipal (estructura orgánica, recursos, actividades) Análisis FODA y Análisis Situacional



Elaborado por. Rendón puertas María Luisa- Noviembre de 2005.

## 6.1 PLANEAMIENTO

### 6.1.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL PARA EL IMPULSO DEL TURISMO LOCAL.



Elaborado por. Rendón.puertas María Luisa- Noviembre de 2005.

## **6.1.2 VISIÓN Y MISIÓN.**

### **a. Visión**

Convertir al Municipio en un líder, modelo para otros gobiernos locales en cuanto a gestión e impulso del turismo local de manera sostenible y planificada contando con una participación activa de la comunidad así como de las entidades del sector público y privado.

### **b. Misión.**

Aprovechar las fortalezas y oportunidades que posee el Municipio con respecto al turismo, dedicarse al mejoramiento de la gestión y al impulso planificado y sostenible del turismo, centrándose en el servicio a los clientes con apertura, transparencia, idoneidad, confiabilidad, flexibilidad y cordialidad para brindar actividades turísticas, culturales y recreativas, integrando tanto a la comunidad, turistas y visitantes como a representantes de otros gobiernos locales, entidades del sector público y a las empresas turísticas del sector privado para lograr una labor municipal coordinada, eficiente y participativa en la cual predomine el trabajo en equipo y la calidad en el servicio.

## **6.1.3 METAS, OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y DIRECTRICES PARA GUIAR LA ORGANIZACIÓN, EJECUCIÓN Y CONTROL DE LAS ACCIONES.**

### **A. Meta.**

Convertir al turismo en un factor clave de desarrollo económico, social y cultural para el municipio.

## **B. Objetivo general.**

Impulsa el desarrollo turístico sostenible en el municipio así como Concienciar y sensibilizar a la comunidad sobre la importancia del turismo como instrumento de crecimiento económico, generador de empleo, capaz de mejorar la calidad de vida, de preservar y poner en valor el patrimonio natural y cultural.

### **• Objetivos específicos.**

- Mejorar la organización, administración y conducción de la actividad turística local.
- Lograr un mayor liderazgo del municipio, respecto a otros, en la actividad turística.
- Hacer del producto turístico del municipio una "marca" reconocida por la calidad y la sostenibilidad.
- Establecer, enriquecer y promocionar una imagen del municipio como Centro Turístico en la cual se defina su propia personalidad, su perfil y su identidad.
- Conservar, poner en valor y difundir el patrimonio cultural y natural de la localidad.
- Promover la generación de empleo en turismo y el comercio a nivel local.
- Incrementar racionalmente, distribuir y mejorar la infraestructura y planta turística del municipio.
- Promover la creación de circuitos turísticos locales en base a los productos turísticos de la zona y de otros municipios.

- Aumentar y prolongar el número de pernoctaciones así como pro  
longar la duración de las visitas (para incrementar el gasto en la  
localidad).
- Promover el turismo social, educativo, juvenil y de tercera edad.

### **C. Estrategias.**

Las siguientes estrategias están basadas en el objetivo general las cuales están enmarcados en cuatro áreas:

- a. Concienciación.
- b. Capacitación.
- c. Implementación.
- d. Comercialización.

#### **a. Concienciación:**

- Fortalecer la cultura institucional respecto al turismo a través de acciones para la identificación de los empleados de manera interna y externa (establecimiento de procedimientos para el personal, diferenciación del municipio frente a otros, técnicas de motivación y marketing, entre otras).
- Informar a la población en general y específicamente a la comunidad local sobre el contenido del plan de desarrollo turístico del municipio.
- Concienciar a los niños, jóvenes y adultos de la comunidad sobre las medidas y acciones concretas para la preservación cultural y ambiental, para lograr una cultura ciudadana favorable al turismo y la integración en las actividades turísticas.

**b. Capacitación:**

- Fortalecer la Oficina Municipal de Turismo a través de procesos de formación.
- Incentivar la capacitación del personal turístico (a nivel técnico-operativo y gerencial).
- Liderar la gestión y promoción del sector con profesionales en turismo.
- Contratar a personal municipal preparado para gestionar y operar los diferentes niveles que requiere el turismo (nivel técnico-operativo y el de gestión).
- Proveer asesoría técnica especializada en temas como marketing turístico, planificación, ordenamiento territorial, desarrollo de productos turísticos, educación y capacitación turística, ecología, entre otros.
- Fomentar la información y sensibilización en turismo de la comunidad local.

**c. Implementación:**

- Crear un Consejo Municipal de Turismo.
- Formar un Comité de Asesores Técnicos especializados en turismo.
- Respaldar la implantación de las medidas de turismo sostenible y recomendaciones de la OMT para el ámbito local.
- Establecer convenios de colaboración entre la iniciativa privada y la administración local.
- Participar en los procesos de desarrollo turístico, canalizando las inversiones hacia el desarrollo económico de la comunidad,

seleccionando fondos y formando el capital humano de la propia localidad.

- Integrar la actividad turística local a otros municipios dentro del ámbito de influencia municipal.
- Readecuar o redimensionar, con ayuda de asistencia técnica especializada (profesionales en ecología, gestión cultural, administración y planificación turística, etc.), los componentes del desarrollo turístico sostenible.
- Crear las condiciones organizacionales necesarias y apoyar al turismo a través de un presupuesto acorde con el potencial de desarrollo local. Dar continuidad y promover la especialización en los procesos de control e inspección del turismo.
- Elaborar directrices de conservación ambiental y cultural.
- Elaborar directrices de ocupación y uso del suelo (distribución, ordenamiento, expansión y construcción) y realizar un planeamiento urbano conveniente de la zona.
- Mejorar la seguridad ciudadana y los servicios públicos.

**d. Comercialización:**

- Potenciar y fomentar la inversión e iniciativa privada para la explotación y el mejoramiento de la planta turística local (medios de hospedaje, alimentación, transporte, comercio, establecimientos de artesanías, etc.).
- Atraer y participar en eventos turísticos nacionales e internacionales así como coordinar actividades y eventos locales.

- Utilizar medios de comunicación (tanto electrónicos como gráficos, por ejemplo: Internet, folletos, periódicos, radio, televisión, revistas especializadas, entre otros) para la difusión, información y venta del destino.
- Comunicar a todos los funcionarios del municipio y de otros organismos públicos, por medio de material impreso, sobre la creación del Consejo Municipal de Turismo que realizará en coordinación con otras áreas (en especial con la de Turismo) las directrices propuestas.
- Buscar la asesoría de profesionales especializados en turismo y comunicación social para la determinación de lineamientos y acciones, la divulgación de los eventos y la dinamización de los lugares escogidos como puntos turísticos prioritarios.
- Elaborar la estrategia de marketing del municipio en colaboración con el Consejo de Turismo Municipal y el equipo de asesores.
- Posicionar el nombre del municipio como Centro Turístico en la zona y posteriormente hacerlo a nivel nacional e internacional a través de los medios de comunicación masiva.
- Promover talleres, conversatorios y conferencias con profesionales capacitados en turismo.

**D. Directrices para guiar la organización, ejecución y control de las acciones.**

Estas constituyen guías y lineamientos para las acciones del municipio. Su formulación está basada en el marco de la propuesta de gestión Turística local, siguiendo los principios

establecidos para contribuir a los planes y políticas de desarrollo turístico municipal. Su aplicación se da dentro del contexto de las condiciones económicas, sociales y culturales imperantes en la zona.

**a. De largo plazo:**

- La Administración Municipal deberá:
  - Fomentar acciones conjuntas con otros municipios y empresas del sector turístico en base a convenios para el desarrollo y cooperación en turismo, proyectos de ordenamiento urbano, mejoramiento de niveles de limpieza y seguridad, etc.
  - Participar activamente en el desarrollo turístico a través de la gestión y abastecimiento de los servicios públicos de su competencia.
- La Oficina de Turismo y la Oficina de Educación, en colaboración con institutos, universidades, asesoría técnica en turismo y comunicaciones y los entes rectores respectivos se encargarán de:
  - Contribuir a la identificación total con la actividad turística mediante campañas continuas de concienciación, eventos especializados y programas turísticos participativos e integradores dirigidos a la administración local, empresas relacionadas con el sector y en general a toda la comunidad.
  - Elaborar un programa de concienciación para el reciclaje de desechos y la limpieza del municipio.
  - Crear e implementar una campaña publicitaria que desarrolle un slogan para posicionar al municipio con una imagen o marca que lo caracterice como destino turístico.

- La Dirección de Infraestructura Urbana y la Oficina de Turismo fiscalizarán la implementación de proyectos de desarrollo turístico en la jurisdicción del municipio.

**b. De mediano plazo**

- La Dirección de Cultura, la Oficina de Turismo, la Oficina de Eventos y en general todas las dependencias involucradas en el turismo local dirigirán la organización, promoción, realización y apoyo a los eventos turísticos y culturales del municipio.
- El Consejo Turístico Municipal guiará la acción coordinada entre la Oficina de Planificación, Presupuesto y Racionalización, la Dirección de Administración y Finanzas, la Oficina de Comercio y Turismo, la Dirección de Desarrollo Cultural y otras áreas relacionadas con el apoyo externo y con el financiamiento de proyectos para:
  - Realizar constantemente investigaciones sobre las posibles líneas de financiación, iniciativas de inversión y otras a ser ejecutadas por instituciones de diversa naturaleza.
  - Contactarse con organismos y entidades para dialogar y/o negociar iniciativas concretas y asegurar el éxito de los proyectos.
  - Fortalecer los canales de comunicación y colaboración continua una vez que se haya conseguido el apoyo financiero (mantener contacto e intercambiar opiniones para asegurar la confianza).

- La Oficina de Turismo, en colaboración con institutos, universidades de turismo, asesoría técnica especializada y los entes rectores respectivos, podrá:
  - Implementar casetas de información turística en puntos clave del territorio y counters de recepción en los locales del municipio.
  - Desarrollar programas de mejora en la calidad de servicio dirigidos a las empresas turísticas locales y a nivel interno, en el municipio, elaborar un Manual de Calidad en el Servicio que debe ser adoptado por esta dependencia.
- La Oficina de Educación, en colaboración con las galerías de arte y de la biblioteca, buscará implementar un Centro de Diversión y Cultura Infantil en el que se incorporen actividades relacionadas con la sensibilización hacia el turismo y el medio ambiente.

**c. De corto plazo**

La responsabilidad del nivel ejecutivo municipal se centrara en las siguientes directrices:

- Creación de los cargos y dependencias administrativas del Consejo Municipal de Turismo y de la Oficina de Turismo para el óptimo desarrollo de las actividades turísticas.
- Instalación de infraestructura y asignación de los recursos humanos, materiales y físicos necesarios para la Oficina de Turismo.

- Formación del Comité de Asesoría Técnica Especializada en Turismo.
- El Consejo Turístico Municipal, con la colaboración del Comité de Asesoría Técnica Especializada en Turismo, determinará los responsables de cada actividad (considerando a todas las partes involucradas), definirá sus funciones así como las condiciones y canales de interacción, comunicación y retroalimentación, en un Manual de Organización y Funciones.
- El Consejo Turístico Municipal, específicamente la Dirección de Desarrollo Urbano, con apoyo del Comité de Asesoría Técnica especializada en Turismo, elaborará un Plan de Zonificación y Ordenamiento Turístico Territorial acuerdo con los lineamientos del Plan de Zonificación Urbana de la localidad.
- El Consejo Municipal de Turismo y la Oficina de Turismo, en colaboración con técnicos o universitarios de turismo, marketing y comunicaciones así como organizaciones nacionales e internacionales, formularán planes de manejo y desarrollo de productos turísticos en las áreas señaladas con potencial turístico para su utilización sostenible.
- La Oficina de Turismo, con cooperación de universidades y asesoría técnica especializada en turismo, organizará acciones para la permanente actualización y registro tanto de la oferta turística del municipio como del inventario turístico local.

Los elementos principales a incluir en el inventario son:

- Los atractivos (clasificados por jerarquía, especificando el tipo de mercado al que están dirigidos).
  - El equipamiento turístico.
  - Las instalaciones.
- Realizar estudios periódicos de la demanda turística (sectorizada por atractivo) y programas turísticos locales. Los estudios de mercado incluirán un análisis cualitativo y cuantitativo de la demanda.
  - En base al inventario de la oferta, de los atractivos y de los estudios de demanda turística, determinar segmentos de mercado, preferencias de los clientes, realizar estimaciones del volumen de venta de los productos locales y un análisis de la competitividad de los programas turísticos respecto a los de otros municipios que ofrecen productos similares.
  - Elaborar circuitos temáticos en donde se detalle las rutas posibles y los itinerarios para elaborar programas culturales, de arte, de arquitectura, museos, áreas naturales y parques, comerciales, gastronómicos, nocturnos, de deportes de aventura, entre otros que correspondan a los recursos y atractivos que posee el municipio y a los intereses de la demanda.
  - Producir material publicitario e informativo sobre los atractivos naturales y culturales del municipio en colaboración con el sector privado y el ente rector (en este caso Promperú).
  - Implementar instalaciones para facilitar el acceso y desplazamiento de personas con discapacidad.

- Colocar señalización turística en toda el área que abarca el municipio (comenzando por los atractivos principales) según recomendaciones de la OMT y del MINCETUR o las disposiciones del ente rector de turismo nacional correspondiente.
- La Oficina de Turismo y la Oficina de Educación, en colaboración con institutos, universidades y asesoría técnica en turismo se encargarán de:
  - Elaborar un manual de orientación y normas para la preservación ambiental y realización del turismo para visitantes y pobladores locales.
  - Promover seminarios de capacitación, concienciación sobre la importancia turística y la educación para la preservación ambiental dirigidos a profesores y escolares del ámbito local, a la comunidad, al recurso humano del municipio y al de las empresas del sector.
  - Promover la participación escolar en turismo a través de excursiones, talleres, actividades recreativas, videos, etc.
  - Incentivar la formación y profesionalización de guías de turismo, protectores del patrimonio local así como animadores turísticos.
- La Oficina de Participación Vecinal y la Oficina de Turismo coordinarán para:
  - Identificar las áreas de turismo en las que participará la población.

- Determinar las organizaciones de la comunidad con las cuales se va a trabajar.
- Señalar mecanismos para que la participación sea democrática, efectiva, se produzca un intercambio real y se alcance las metas y los objetivos planificados.
- La Dirección de Cultura, la Oficina de Eventos y la Dirección de Deportes apoyarán a las asociaciones de ciudadanos, especialmente del adulto mayor, en la selección de locales para reuniones y participación en actividades turísticas y culturales específicas.
- La Dirección de Cultura y la Oficina de Eventos trabajarán conjuntamente para organizar una comisión municipal de defensa del patrimonio cultural y natural local, que debe estar unida a estas dependencias. Esta comisión se creará con la asesoría y el apoyo del INC, INRENA y DIRPOLTURE o de los organismos equivalentes.
- La Dirección de Infraestructura Urbana y la de Áreas Verdes buscarán:
  - Incentivar el reciclaje entre los vecinos, mejorar las áreas de depósito de desechos municipales así como una planta de procesamiento de aguas servidas.
  - Embellecer el entorno de las vías de acceso y puntos de principal atractivo del municipio (arborización, decoración floral, limpieza, remodelación urbana, ornamentación, iluminación, etc.).

- Crear un vivero y/o un zoológico municipal con plantas y animales nativos de la zona (cuando éstos existan).

#### 6.1.4 Indicadores de control.

En la etapa de planeamiento del turismo municipal se seleccionará indicadores de desempeño estratégicos a ser utilizados en la continua evaluación del cumplimiento de las acciones y la obtención de información para la realización de los ajustes que sean necesarios. Al desarrollar esta labor es sumamente valiosa la utilización de una herramienta denominada Cuadro de Control de Mandos (Balanced Score Card), cuyo modelo se muestra a continuación.

<b>CUADRO DE MANDO al 31.12.2006</b>		Municipio de _____
		Dirigido a: Alcalde cc, Jefe de Área de _____
<b>ÁREA CRÍTICA:</b>		
Aspecto clave:		
<b>INDICADOR</b>	<b>RATIO/MEDICIÓN</b>	

Las áreas críticas de evaluación, los aspectos a controlar y sus indicadores

són:

#### **Estacionalidad**

- Temporada alta.
- Temporada baja.
- Preferencias recreativas de turistas nacionales.
- Distribución real de llegadas.

### **Eficiencia y rendimiento**

- Mejoramiento del producto turístico actual.
- Diversificación de la oferta turística.
- Número de llegadas.
- Punto de equilibrio de las actividades turísticas programadas.
- Porcentaje de participación en las actividades turísticas.
- Número de clientes frecuentes (turistas y visitantes)

### **Calidad**

- Percepción de turistas, visitantes y comunidad respecto al producto turístico local.
- Niveles de satisfacción (relación entre precio y valor).
- Mejoramiento en la calidad de vida de los residentes (comunidad local).  
Se requiere considerar aspectos que influyen en la calidad de vida de la comunidad (capacidad ecológica, turística, social y de recepción).

### **Sostenibilidad**

- Límites de Uso: Total de visitas diarias permitidas (Capacidad de Acogida por Coeficiente de Rotación).
- Capacidad de Acogida (Superficie utilizada por los turistas / Promedio individual).
- Coeficiente de Rotación (Número de horas diarias de apertura a los turistas / Tiempo promedio de la visita).
- Intensidad de uso (Personas por metro de área accesible).
- Congestión (Número de visitantes por metro de atractivo accesible, congestión de tránsito, duración de la espera en la atención).

- Niveles de contaminación (Total de metales pesados y coliforme fecal).
- Atracción del sitio (Nivel de deshecho, de deterioro, etc.).
- Medición de la contaminación del aire (índices de contaminación por partículas de dióxido sulfúrico, óxido de nitrógeno, etc.).
- Número de días en los que se sobrepasa los estándares de contaminación (sonora, visual, lumínica, respiratoria).
- Calidad del agua potable.
- Tipo, importancia y frecuencia de enfermedades contagiosas.
- Niveles de ruido (informes de decibelios en lugares clave).

### **Seguridad**

- Niveles y tipos de criminalidad (número de delitos denunciados: robos, asaltos, agresiones, etc.).
- Niveles de accidentes (de tránsito, en la práctica de deportes de aventura, etc.),
- Seguridad del tránsito.

### **Indicadores de sitio**

- Niveles de atracción (calidad estética, visibilidad, señalización, etc.).
- Degradación del sitio (costos de restauración y mantenimiento, niveles de contaminación y deshechos).
- Evaluación del comportamiento perjudicial para el sitio (vibración del tránsito, número de incidentes de vandalismo declarados, etc.).
- Determinación de la capacidad turística de acogida y de carga.

Es importante planificar y estandarizar la elaboración de reportes que contenga información cuantitativa y cualitativa sobre:

- Datos municipales (estadísticas, reportes internos, datos de participación en actividades turísticas locales, etc.).
- División general de la economía local (estructura de aportes y de consumo, ingreso por rubro de actividad, entre otros indicadores críticos).
- Movimientos de turismo receptivo en las ciudades principales y a nivel local (según convenga ya sea actual, futuro o potencial).
- Preferencias y motivaciones de los clientes y proyecciones de estas tendencias.
- Gasto per cápita y estructura del gasto de clientes (turistas, visitantes y comunidad local).
- Régimen estacional o temporadas del turismo local, relación con el turismo interno (nacional y receptivo).
- Análisis y clasificación general de la infraestructura y de la estructura turística.
- Servicios complementarios y de apoyo al turismo.
- Movimientos de las inversiones turísticas o fondos de apoyo (internos y hacia otros municipios).

## **6.2 ORGANIZACIÓN**

En esta fase se realizara la distribución de trabajo, funciones, autoridad, responsabilidad y de los recursos para el logro de los objetivos establecidos. Es preciso asignar eficientemente los recursos humanos, económicos y técnicos e incluso establecer las fuentes de financiamiento para su implementación. Los gobiernos locales deben conducir la administración del turismo y organizarse interna y externamente para acoplarse a los niveles provincial, regional y nacional.

### **6.2.1 Reglamento de organización y funciones.**

Se elaborará detalladamente un reglamento específico para el funcionamiento de la Oficina de Turismo tomando en cuenta la estructura organizacional, el Manual de Organización y Funciones del municipio y la regulación de una serie de áreas de acción: información, facilitación, marketing y promoción turística, fomento de inversiones y financiamiento, contraloría de servicios, capacitación, asesoría técnica, investigación, desarrollo e innovación, administración de servicios, recreación y recaudación.

El reglamento será elaborado de tal manera que pueda ser aplicado y cumplido fácilmente por el personal que labore en el municipio y contemplará tanto las metas como los objetivos establecidos para evitar que las acciones se desvíen de su consecución. Este documento reducirá la duplicidad de funciones y acciones, permitiendo un trabajo más eficiente y productivo en el Área de Turismo.

### **6.2.2 Responsabilidades de las áreas de acción.**

Las áreas de acción a ser desarrolladas por el municipio y sus responsabilidades son las siguientes:

#### **a) Información**

Esta área de acción se ocupará de:

- Obtener y recopilar la información necesaria para la elaboración y actualización del inventario turístico local.
- Transmitir la información del inventario turístico a la actividad privada local y a los entes rectores (MINCETUR y Promperú).

- Recopilar información secundaria o realizar un estudio para obtener información de la demanda turística del municipio y darla a conocer tanto a la actividad privada como al sector público.
- Difundir datos sobre los atractivos y servicios turísticos ofrecidos de forma directa o indirecta por el municipio y facilitar la promoción de los futuros productos turísticos a los turistas, visitantes y a la comunidad.
- Brindar información turística del municipio a través de casetas o de un centro de información ubicado en un lugar de fácil acceso y buena visibilidad para el visitante y la comunidad.
- Buscar la cooperación y coordinación para el logro de acuerdos y la firma de convenios intermunicipales.

Toda la información que se brinde será oportuna, veraz, exacta, permitirá ver resultados y tomar decisiones (dar soluciones, corregir problemas o reforzar acciones correctas). Para que pueda ser utilizada apropiadamente es recomendable realizar controles y correcciones continuas.

#### **b) Facilitación**

Esta área de acción tendrá las siguientes responsabilidades:

- Dar disposiciones, desarrollar reglamentos y propiciar acuerdos o cualquier otro tipo de medidas del municipio y los organismos público y privados con los que se relaciona para facilitar el ingreso, desplazamiento y regreso de los turistas, visitantes y de la propia comunidad.
- Establecer normas y medidas para elevar el uso de los espacios turismo y de los servicios municipales.

- Realizar las gestiones necesarias para agilizar el ingreso, la circulación y regreso de los turistas y visitantes para mejorar el producto turístico local.
- Establecer criterios congruentes con los establecidos por el organismo nacional, para resolver rápidamente cualquier inconveniente que puedan tener los turistas, visitantes y los miembros de la comunidad que participen en actividades turísticas, durante su estadía o desplazamiento en el municipio.
- Aplicar sanciones según disposiciones legales (de ser necesario).

**c) Marketing y promoción turística**

Por lo tanto, los encargados de marketing turístico se encargaran de:

- Desarrollar acciones orientadas a la publicidad y las relaciones públicas institucionales.
- Acudir u organizar eventos y ferias para dar a conocer los productos turísticos y comercializar el destino.
- Apoyar campañas y acciones del sector privado para estimular la demanda en el mercado emisor (región de origen).
- Definir la imagen turística en relación con la demanda (específicamente en función al mercado objetivo al que desea dirigirse el municipio), sus atractivos, su planta turística y su tipología funcional.

Para lograrlo se tiene que destinar recursos y señalar los responsables de:

- La realización de un conjunto de relaciones públicas entre las personas clave y las instituciones pertinentes (vendedores, tour operadores, transportistas, agencias de viajes, etc.).

- La interacción entre los individuos, las empresas y los organismos públicos para mantener relaciones y facilitar la coordinación, los ajustes al cambio, la innovación y la competencia.
- Establecer objetivos realistas de promoción dirigidos a la creación de una imagen, actitudes y opiniones favorables al turismo tanto en la comunidad como en la demanda en general.
- Contribuir a la creación de una cultura institucional orientada hacia los turistas, visitantes y a la comunidad, ofreciendo elementos de facilitación turística.
- Contar con tecnología de información para la realización de actividades especiales específicas de promoción a través de medios de comunicación, actividades de publicidad, sistemas de investigación de mercado y disposición de crédito.
- Flexibilizar procedimientos para que sean eficaces en la obtención de datos de pronóstico y para la retroalimentación administrativa.

El municipio requiere realizar un estudio que permita determinar los segmentos dentro del mercado emisor a los cuales se dirigirá la promoción así como el tipo de estrategia que se utilizará. En la segmentación se debe considerar que los turistas y visitantes (externos e internos) se pueden clasificar:

**Según las características del cliente:**

- Demográficas: estado civil, edad, ingresos, sexo.
- Psicográficas: psicocéntricos, alocéntricos, mediocéntricos.
- Geográficas: lugar.

- Hábitos de consumo: solo o acompañado, con amigos, familia, etc.

**Según la respuesta del cliente:**

- Beneficios: descanso, formación, recreación, turismo.
- Utilización: clientes frecuentes, intermedios, ocasionales, no usuarios.
- Respuesta promocional: publicidad oral o visual (en televisión, conferencias, talleres, charlas), publicaciones (periódicos, revistas, volantes, folletos), Internet y otros canales.
- Lealtad: tendencias de jóvenes, adultos mayores, amas de casa, entre otros.
- Servicios: para minusválidos, para estudiantes, de comodidad, de información, etc.

**d) Fomento de inversiones y financiamiento.**

Algunas alternativas de financiación para resolver problemas de insuficiencia económica a nivel municipal son las siguientes:

- Recurrir al endeudamiento como vía extraordinaria de financiación de inversiones, es decir, concertar operaciones de crédito con todo tipo de entidades (tanto públicas como privadas) en diversas modalidades, según convenga para cada requerimiento de financiación.
- Lograr competitividad obteniendo recursos externos a través de asociaciones o alianzas estratégicas (con gobiernos locales o con el sector privado, a nivel nacional o internacional).

- Buscar financiamiento en el sector empresarial turístico privado mediante:
  - El desarrollo de una política para patrocinar actividades culturales, artísticas, proyectos turísticos y determinados servicios.
  - El incentivo y la atracción de inversiones privadas destinadas a infraestructura y equipamiento para evitar afrontar estos gastos exclusivamente con fondos municipales.
  - La creación de consorcios mixtos en los que participe el sector empresarial privado para solventar gastos de publicidad, promoción y desarrollo del destino.
- Crear una tasa turística gestionada de forma mixta por el municipio y el sector privado. Existe la opción de programar una "ecotasa" que será aplicada en municipios turísticos donde el mercado exija altos estándares de calidad.
- Contar con un catastro eficientemente gestionado para tener actualizados e identificados a los contribuyentes fiscales y efectivizar el sistema de cobro de arbitrios y tasas locales.
- Aplicar economías de escala para determinados servicios y algunas inversiones, partiendo de la asociación entre municipios vecinos o destinos con potencial turístico similar (formación de mancomunidades o hermanamientos municipales).
- Reinvertir utilidades de actividades comerciales propias o por convenios, cuando la naturaleza de la entidad lo permita,

especialmente si se ha constituido como empresa industrial y comercial del Estado.

- Destinar recursos para elaborar, ejecutar y mantener planes de excelencia y dinamización turística del destino.
- Dotar de fondos adicionales para la financiación de servicios generados por la actividad turística.

Al regular las inversiones y el financiamiento es conveniente crear un Fondo de Promoción Turística que servirá para financiar proyectos, planes y programas que contemplen acciones de marketing y promoción turística, tendientes a incrementar el turismo receptivo y el doméstico presentados por la entidad administradora o por solicitud de terceros así como de desarrollo de la competitividad (planes y programas que contengan acciones dirigidas a incrementar la eficiencia y la sostenibilidad del sector).

Los proyectos, para ser considerados por el Fondo de Promoción Turística Municipal, deben incluir:

- Objetivos.
- Justificación.
- Acciones promocionales o de desarrollo de la competitividad.
- Presupuesto discriminado por acción.
- Mecanismos de financiación contemplados.
- Cronograma de ejecución.
- Indicadores de control y seguimiento.
- Medidas de evaluación y corrección.

En este campo de acción el municipio deberá:

- Promover la participación de la inversión privada en el desarrollo de la oferta (planta o estructura) prestadora de servicios turísticos locales.
- Aplicar estrategias establecidas por los organismos nacionales en cuanto a incentivos para el apoyo de la inversión privada.
- Determinar la manera de captar capitales extranjeros y de entidades nacionales a través de la elaboración de proyectos, convenios de cooperación, etc.
- Realizar evaluaciones técnicas, económicas y financieras de los proyectos de inversión.
- Fomentar inversiones que permitan llevar a cabo el Modelo de Administración Turística propuesto y otros planes, programas y/o proyectos afines.

**e) Contraloría de servicios**

Incluirá entre sus funciones:

- Realizar y actualizar el registro de prestadores de servicios turísticos, la categorización y jerarquización de éstos (según información propia, del INEI y del MINCETUR) y vigilar el cumplimiento de los requisitos de calidad que deben alcanzar los servicios.
- Aplicar las normas e indicadores de control y corrección establecidos por los organismos nacionales y por el gobierno local.
- Mantener actualizado el inventario turístico mediante un registro de servicios y atractivos turísticos locales.

- Establecer mecanismos de recepción, tramitación y resolución de denuncias y quejas respecto a los servicios municipales.
- Recibir, procesar y resolver las quejas y denuncias de los turistas y visitantes referentes al funcionamiento, precios y calidad de los servicios turísticos (según el ámbito de competencia) o derivarlas al Servicio de Protección al Turista de INDECOPI.
- Relacionar y coordinar con las áreas de control del municipio (Oficina de Planificación, Presupuesto y Racionalización u Oficina de Auditoría Interna, según sea el caso).
- Informar y orientar al usuario de manera veraz y transparente. El área de contraloría procurará que la institución brinde una correcta orientación a los usuarios para lo que les indicará claramente requisitos que faciliten sus trámites.
- Detectar cuellos de botella mediante entrevistas formales e informales.

La identificación de obstáculos para la prestación de servicios contribuirá a la solución idónea de los mismos, contando con la colaboración de las autoridades y del área correspondiente.

- Aplicar instrumentos de medición y sondeo a los usuarios y al personal que presta servicios dentro de la institución.

#### **f) Capacitación**

El capital humano tiene especial relevancia en la actividad turística por tratarse de un sector de servicios por ello la capacitación debe ser considerada como una inversión estratégica para elevar la competitividad del destino y de la oferta turística.

Esta área será responsable de:

- Identificar y satisfacer las necesidades de formar, perfeccionar o especializar a los funcionarios, al personal y empresarios que se desempeñan en turismo.
- Detectar las necesidades de capacitación del municipio y de las empresas complementando esta labor con la de los organismos de Educación y Turismo.
- Colaborar en la puesta en marcha de los programas elaborados por el ente rector (MINCETUR y/o Ministerio de Educación) para la capacitación de los recursos humanos del sector.
- Realizar programas de capacitación con fondos propios o recurrir al apoyo de entidades privadas y públicas, nacionales o internacionales.
- Celebrar acuerdos con organizaciones privadas y públicas, con el fin de coordinar y ejecutar programas que respondan a las necesidades locales.

**g) Asesoría técnica**

El Comité de Asesoría Técnica especializada en Turismo colaborará con la Oficina de Turismo para:

- Resolver problemas técnicos concretos que afecten a las actividades turísticas locales.
- Formar asociaciones con otros municipios para afrontar problemas comunes o recurrir a los organismos nacionales (MINCETUR, Promperú, INC, INRENA, etc.).

- Determinar con precisión los problemas o investigaciones locales que no puedan ser resueltos por el municipio para solicitar el apoyo de organismos especializados a nivel provincial, regional, nacional e internacional o contactar a los expertos que sean necesarios.

#### **h) Investigación, desarrollo e innovación**

Esta área de acción tiene la responsabilidad de:

- Establecer las metas de desarrollo del turismo local, las estrategias, programas y acciones específicas que conduzcan a su cumplimiento en concordancia con las del Consejo Turístico Municipal.
- Investigar y definir medidas para el acondicionamiento y la utilización de los atractivos turísticos así como para el control, ordenamiento y la constante evolución de la planta turística.
- Elaborar estudios de mercado con el fin de determinar la demanda real, el perfil y nivel de satisfacción del consumidor y complementarlos con la información obtenida en el área de promoción, entre otros aspectos, para incentivar el turismo en la zona.
- Colaborar con los organismos provinciales en la investigación sobre el grado de modernización, desarrollo de tecnologías de punta y procesos alternativos así como potenciar la rentabilidad de los servicios turísticos.
- Elaborar un Plan de Desarrollo Turístico Municipal contando con la colaboración del Consejo Turístico Municipal, el apoyo o asociación de otros municipios y la participación del sector privado (empresas, gremios y sector académico).

- Promover la creatividad y la innovación en el sector a través de la organización de eventos, concursos, investigaciones, etc.

#### **i) Administración de servicios**

Esta área es operada por la Oficina de Turismo cuyo personal se encargará de:

- Verificar la correcta operación de los servicios turísticos que corresponden a las funciones municipales en colaboración con las áreas específicas del municipio y los organismos pertinentes.
- Administrar los atractivos y recursos turísticos que forman parte del patrimonio natural y cultural dentro de su jurisdicción.
- Colaborar, a nivel interno, con la Oficina de Establecimientos y Anuncios y el Comité de Defensa Civil.
- Coordinar, en el ámbito externo, con entidades como MINCETUR, INDECOPI y gremios privados.

#### **j) Recreación**

El área contemplará entre sus funciones:

- Definir espacios de recreación para la comunidad local, turistas y visitantes.
- Programar la agenda de actividades de ocio y esparcimiento.
- Adecuar la programación de actividades dentro de los planes anuales y los objetivos específicos previamente planificados.
- Coordinar con las áreas involucradas en la organización de las actividades de recreación y la operación de servicios para la comunidad, los turistas y los visitantes.

### **k) Recaudación**

Una tarea que cada municipio asumirá es el fomento de inversiones que posibiliten el cumplimiento de planes y la realización de proyectos turísticos.

Es necesario que en este campo de acción se:

- Establezca racionalmente imposiciones, tributos, tasas, contraprestaciones, etc.
- Realice una planificación coordinada con el área de fomento de inversiones y convenios comerciales.
- Mantenga actualizado el catastro empresarial (especialmente el de establecimientos comerciales y turísticos) y un sistema de información de contribuyentes.
- Plantee la posibilidad del establecimiento de una "ecotasa" o peaje turístico, evaluando, de manera objetiva, los beneficios (volumen de ingresos, conservación, mantenimiento y puesta en valor de recursos) y los costos (inversión del municipio para su implementación y funcionamiento, impacto sobre la población residente y en el volumen de turistas y visitantes) que puede tener una medida de tal naturaleza.
- Desarrolle un sistema eficiente y eficaz para el control y el cumplimiento de las obligaciones tributarias así como para la reducción de las tasas de evasión fiscal.

#### **6.2.3 Frecuencia de los controles.**

Es recomendable programar y llevar a cabo controles periódicos (mensuales, trimestrales y anuales) con el fin de tener un registro más completo, detalla-

do y continuo del desempeño del sector, estructurándolos en un Cronograma de Control de Actividades. En esta labor puede ser muy útil la aplicación de un Diagrama Gantt.

Estos controles servirán como herramienta de evaluación y de retroalimentación para el modelo.

La frecuencia de controles será establecida por el Consejo Turístico Municipal y la colaboración del Comité de Asesoría Especializada en Turismo, considerando plazos racionales para evaluar la gestión del turismo.

### **6.3 EJECUCIÓN**

Durante la puesta en marcha del modelo se aplicará todo lo planificado y organizado previamente asegurando la homogeneidad y consistencia de las acciones con los objetivos y metas a través de las diferentes acciones a desarrollar.

Para ejecutar esta etapa la Oficina de Turismo Municipal, en colaboración con el Consejo Turístico Municipal, deberá:

- Realizar una planificación temporal de las acciones acorde con la planificación general realizada previamente (congruente con la visión, misión, metas, objetivos, estrategias y directrices).
- Determinar los recursos técnicos y humanos necesarios (es decir, el personal del municipio que intervendrá, los recursos materiales que dispondrá para la realización de las acciones y programas turísticos municipales guiando sus acciones a través de la política turística local y de los manuales de funciones y de calidad previamente elaborados).
- Evaluar los recursos financieros necesarios para implementar las acciones (lo que implica asignar porcentajes adecuados de recursos a las áreas de

acción determinadas como prioritarias, adecuándose a los fondos municipales y recurriendo al apoyo de fuentes externas, según sea el caso).

- Analizar, definir y concretar las posibles ayudas locales, provinciales, regionales, nacionales, internacionales y comunitarias en el aspecto económico, material y/o respaldo institucional (siguiendo las líneas de acción y restricciones legales a las cuales está sometido el municipio, ejecutando las políticas de coordinación y estableciendo convenios con entidades del sector público o privado así como con otros municipios y en general con todas aquellas entidades o personas que puedan ser involucradas de manera eficiente para lograr el desarrollo y fortalecimiento del turismo local).

Durante la ejecución es primordial contar con la colaboración de diversos sectores del ámbito local, para ello es importante que se tome en cuenta:

- Las opiniones de la comunidad.
- El grado de activación y dinamismo de las empresas locales así como sus intereses.
- La participación y colaboración de todas las áreas del municipio que se relacionen directa e indirectamente con la actividad turística.

### **6.3.1 Implementación de actividades.**

Los pasos recomendados para su elaboración son:

- Analizar los productos o servicios turísticos (componente primario y componente secundario).
- Estudiar el medio físico para la programación de circuitos o rutas turísticas (transporte, atractivos, región de destino).
- Estructurar y componer el programa turístico (detallando también actividades y servicios).

- Determinar las estrategias de programación (frecuencia, duración, temporadas).
- Evaluar el resultado del programa (imagen, mejoramiento del producto, impacto económico, etc.).

En la ejecución se debe considerar los principios de sostenibilidad en la gestión y realización de acciones turísticas así como el uso social, económico y racional del patrimonio cultural y natural del municipio.

Para ello se recomienda:

- Preservar el carácter paisajístico urbano y natural general de la zona.
- Proteger los parques y sus entornos y las zonas de naturaleza en general de forma que los turistas, visitantes y la comunidad local puedan continuar utilizándolos racional y confortablemente.
- Evitar la destrucción del paisaje, de montaña por las actividades de construcción.
- Mantener e incrementar las áreas verdes, naturales y espacios de conservación.
- Atender las necesidades de la población local (recreativas, sociales, culturales, económicas, etc.).

### **6.3.2 Empowerment.**

El empowerment se basa en el desarrollo de lo siguiente:

- Identificación y organización de los recursos internos y externos (del municipio, de otras entidades y de la comunidad).
- Delegación de responsabilidades a nivel interno (asignándolas racionalmente a cada área que interviene en turismo, otorgando niveles adecua

dos de autoridad, autonomía y poder de decisión, sin dejar de lado una comunicación y coordinación constante).

- Formulación y ejecución de metas, objetivos y acciones específicas con el personal del Área de Turismo. Es recomendable elegir parámetros que sobrepasen el status actual y que sean factibles, especialmente a corto plazo, para considerar el aspecto motivacional. Además es preciso que sean coherentes con los objetivos generales (de mediano y largo plazo), previamente definidos por el Consejo Turístico Municipal.
- Reconocimiento del papel que debe cumplir la comunidad y establecimiento concreto de canales de participación activa para el desarrollo turístico local (tomando medidas para involucrarlos como clientes y al mismo tiempo como agentes de recepción, información y acogida de turistas y visitantes).

#### **6.4 CONTROL**

La etapa de control tiene como finalidad verificar si se está avanzando de manera correcta hacia los objetivos trazados. Aquí se comprueba, a través de la aplicación de los indicadores de control establecidos en la etapa de planeamiento, si la ejecución e implementación del modelo se llevaron a cabo de manera óptima y como se había planificado.

En ella se realizarán modificaciones y/o mejoras requeridas para solucionar las deficiencias que puedan presentarse en los procesos desarrollados por el municipio.

#### **6.4.1 Aplicación de los indicadores.**

En esta fase se empleará un Cronograma de Control de Actividades (previamente elaborado en la etapa de Organización) para la aplicación de las evaluaciones y supervisiones que, luego de un trabajo en equipo, se realicen según las frecuencias establecidas para cada etapa, programa o actividad.

Considerando lo programado se usará los indicadores definidos durante el Planeamiento para verificar, luego de la Ejecución, si se están alcanzando los objetivos y metas del municipio con respecto al desarrollo del turismo local.

#### **6.4.2 Análisis y evaluación de los resultados.**

El procedimiento para el análisis y la evaluación de los resultados de la gestión del municipio en turismo es el siguiente:

- 1) Toma de datos, observación y recolección de información.
- 2) Control de los procesos y acciones.
- 3) Utilización de los criterios o indicadores de evaluación.
- 4) Valoración de los logros obtenidos (análisis de brechas). En caso que existieran brechas negativas (el desempeño o el resultado es inferior al objetivo o meta trazada) se procede a la evaluación y toma de decisiones para luego aplicar las medidas correctivas necesarias. Esto se realiza luego de una apreciación concertada por las áreas implicadas y, de ser requerida la asesoría técnica específica.
- 5) Seguimiento de los avances conseguidos.
- 6) Toma de decisiones para continuar, mejorar, solucionar o cambiar la estrategia de actuación de acuerdo con los resultados.

Los pasos para analizar adecuadamente la información sobre los indicadores son los siguientes:

- Verificar el estado actual (status): Identificar dónde se encuentra el municipio y comparar su posición con las metas previamente establecidas.
- Definir factores críticos de éxito: Conocer y analizar las relaciones y procesos de la oficina o área evaluada (tanto internos como externos).
- Definir las áreas prioritarias o de éxito e identificar los factores críticos para cada área (en porcentaje o cifras).
- Reunir informes propios y de otras áreas.
- Hacer un análisis en el que se considere cada factor crítico, su status y la meta a la cual se dirige: La meta debe ser clara y el status puede alcanzar un límite mínimo, resultado satisfactorio o en el mejor de los casos un resultado sobresaliente, en comparación con la meta.
- Evaluar el status de cada factor crítico y ver el progreso o reforzar el área para mejorar o corregir el desempeño, dependiendo del caso.

#### **6.4.3 Aplicar medidas de corrección.**

Una vez evaluados los resultados obtenidos por el municipio, se procede a realizar de manera conjunta con las áreas involucradas, un proceso de brainstorming con el objeto de contar con diversas alternativas correctivas que permitan solucionar los problemas o brechas negativas encontradas.

De lograrse un desempeño superior o satisfactorio, se debe continuar con el curso de acción y, complementariamente, sugerir medidas de refuerzo.

Luego, a partir de estas sugerencias, se realiza un proceso de evaluación en el cual se elige la alternativa más apropiada de acuerdo con las posibilidades y recursos con los que cuenta el municipio, sin dejar de lado el análisis de la influencia del ambiente externo y las medidas para aprovechar las condiciones favorables (oportunidades) o minimizar las situaciones negativas (amenazas).

En ambos casos, ya sea una brecha negativa o positiva, se realiza un proceso de toma de decisiones que ayuda a seleccionar cursos de acción idóneos y correspondientes a la situación específica en la que se encuentre el municipio.

En este proceso es fundamental la participación de las áreas involucradas en las acciones que están siendo evaluadas y en ciertos casos, según su envergadura, se requiere también la participación y el consenso de los miembros del Consejo Municipal de Turismo para garantizar la amplitud de criterios y la aplicación de principios de sostenibilidad turística.

## **6.5 RETROALIMENTACIÓN**

La retroalimentación (por su nombre en inglés, feedback) es un mecanismo que se desarrolla durante todas las etapas del Modelo de Administración Turística Municipal.

Permite llevar a cabo procesos de control y evaluación, potenciar el sistema de gestión y corregir acciones, funciones, áreas o procesos que se estén dando de manera errónea gracias a la información proporcionada.

La retroalimentación, de un lado, puede ser positiva si la respuesta que se recibe del sistema es favorable, refuerza tanto directrices como líneas de acción y contribuye a que la gestión alcance lo planificado. Por otro lado,

puede ser negativa si se recibe una serie de señales, datos o resultados que indican un patrón de acción desacertado en las interacciones de los elementos del sector turístico o en la asignación de recursos municipales.

Es recomendable que se la utilice como un instrumento para:

- Reorganizar el Modelo de Administración Turística Municipal.
- Corregir cursos de acción, lineamientos, directrices y estrategias.
- Reasignar recursos de toda índole.
- Reforzar conductas positivas entre los agentes interactuantes.
- Motivar a los agentes que intervienen en la administración turística local.
- Enseñar y reforzar actitudes y prácticas favorables para el desarrollo turístico.
- Reconocer el esfuerzo del recurso humano y/o de la planificación, organización y gestión realizadas de forma eficiente y eficaz.

Para obtener óptimos resultados es conveniente aplicar las correcciones o ajustes de la retroalimentación constructivamente de forma que los colaboradores internos y en general todos los agentes que participan en la gestión del turismo local la perciban como un factor de progreso. Por ello se debe dedicar tiempo para analizar la información obtenida y señalar tanto aspectos positivos como negativos en todos los casos y no centrar la atención exclusivamente en los responsables de los fracasos. También es preciso asignar recursos y aquellos elementos que le proporcionen cualidades para ser ejecutada con calidad y equidad en las áreas municipales que intervienen en turismo.

## **CAPITULO VII**

## VII. DISCUSIONES

- Más del 50% de encuestados desconocen, sobre el concepto de turismo demostrando un desinterés por esta actividad, faltándoles capacitación y sensibilización turística
- El 87% de los encuestados considera que el turismo si genera ingresos a través de la venta de sus productos, artesanía, fondos dejados por visitantes a su ingreso a atractivos turísticos; etc. pero que ningún poblador está percibiendo ingresos como consecuencia de esta actividad.
- El 52% si conocen de los diferentes tipos de turismo que se puede desarrollar en el distrito, así como es el turismo cultural pero con un conocimiento vulgar o empírico.
- El 65% si se preocupa por mejorar el aspecto turístico y propone realizar proyectos, mejorar, las vías de comunicación, hacer convenios con otros consejos municipales para hacer circuitos turísticos. Pero no se está concretizando ninguna actividad el cual perjudica en el desarrollo.
- El 91% desconocen de las dificultades que el turista enfrenta por parte de los pobladores; es decir no lo está dando la debida importancia a la visita del turista.
- El 83% contestaron que el distrito no cuenta con un plan estratégico para el desarrollo del turismo, debido a que sus autoridades no se preocupan y que no existe apoyo económico y técnico por ninguna entidad pública o privada.
- El 86% de los encuestados a pesar de que son trabajadores de la municipalidad desconocen lo que es un plan estratégico; siendo una de las limitantes más notorias para el desarrollo turístico.

- El 48% de los encuestados consideran que uno de los puntos débiles que no permite el desarrollo del turismo es la falta de un plan estratégico de turismo.
- El 74% indican que no tiene apoyo por parte del estado y de las entidades privadas para hacer circuitos turísticos, eso significa que no hay presencia de las autoridades en el tema del turismo a pesar que este distrito está ubicado uno de los lugares turísticos más visitados como es Karajia.

Es por ello que Rendón Puertas María Luisa, en su libro “El Modelo de administración turística local” Pp. 10. Considera:

- La intervención de los gobiernos locales es decisiva para contribuir al desarrollo local mediante la capacitación de los recursos humanos, la sensibilización de la comunidad, el incentivo de la competitividad empresarial, la coordinación interinstitucional y la aplicación de principios de sostenibilidad turística.
- Es primordial contar con la colaboración del sector público y del privado para realizar un trabajo conjunto y coordinado. Del mismo modo, es necesario que la población se integre en este proceso y participe de manera activa en la planificación y el control de la actividad turística local.
- Para planificar y llevar a cabo acciones eficientes y continuas entre dichos sectores es preciso establecer mecanismos de coordinación y correlación de intereses que favorezcan un desarrollo armónico tanto a nivel local como regional y nacional, señalando un horizonte común y una visión de los objetivos a determinado plazo, indispensables por las características de interdependencia y multidisciplinariedad del turismo.

## VIII. CONCLUSIONES

Se entrevistaron a seis funcionarios del consejo municipal, que de ellos depende en mayor medida la buena gestión, tomar decisiones apropiadas, en todos los aspectos tanto económicos sociales culturales y ambientales en mejora de la calidad de vida de sus pobladores. Por muchos años autoridades se desplazan por el consejo, pero siempre con capacidades de gestión deficientes, debido a que las personas que tienen preparación técnica y/o universitaria van migrando. Por ende el consejo viene siendo administrado en su mayoría por personas con secundaria a esto hay que agregarle, los recursos escasos con la que cuenta dicho municipio debido a que no tiene centros de producción, tampoco tiene ingresos por tributos. Si bien es cierto según la ley orgánica de municipales el consejo municipal es el máximo organismo promotor de desarrollo turístico del distrito aprovechando sus recursos, pero si dicho municipio no trabaja en esta actividad ni apunta convertirse en un distrito líder a nivel regional, nacional, e internacional de nada le sirve sus fortalezas con la que cuenta, y consecuentemente sus pobladores y el distrito seguirán retrasados.

- Referente a las prioridades del distrito para el desarrollo turístico el 39% afirman que es necesario promocionar los atractivos turísticos.
- Con respecto a las fortalezas más notorias con un 78% indican que son los recursos naturales y culturales (Kara jía, la danza de la cutipa) con los que cuenta el distrito.
- Se observar que el recurso turístico más importante con lo que cuenta el distrito son los sarcófagos de Karajía.

- El 61% afirman que para cambiar la situación actual y poder desarrollar el turismo en el distrito se debería trabajar coordinadamente con todas las autoridades involucradas.
- Menos del 50% de su capital humano solo a alcanzado un nivel técnico y/o universitario la cual podemos afirmar existe una baja calificación de recursos humanos.
- No cuentan con instrumentos de gestión turística tales como: plan de ordenamiento territorial, inventario de recursos turísticos, plan estratégico de turismo entre otros.
- No cuentan con técnicos en turismo, no existe sensibilización turística y capacitaciones a sus personales.
- El consejo no tiene ingresos por ende no cuenta con recursos para realizar proyectos de inversión.
- Desconocen la importancia del turismo y los beneficios que genera esta actividad del mismo modo sus vías de comunicación y vías de acercamiento a los atractivos están en pésimas condiciones.

## **IX. RECOMENDACIONES**

- Crear herramientas de gestión como (política de desarrollo turístico municipal, disposiciones respecto al turismo local, plan de desarrollo turístico sostenible, plan de ordenamiento territorial, inventario de recursos turísticos y firmar convenios intermunicipales).
- Dotar al municipio con las condiciones técnicas, organizacionales y gerenciales necesarias para el desarrollo de la actividad turística local dado su potencial turístico.
- Trabajar en proyectos de saneamiento (agua, desagüe, luz, infraestructura, etc.)
- Convertir al turismo en un factor clave de desarrollo económico, social y cultural para el municipio.
- Conciencia y sensibilizar a la comunidad local sobre la importancia del turismo como instrumento de crecimiento económico, generador de empleo, de mejora de la calidad de vida de la población y de preservación de su patrimonio natural y cultural.
- Lograr la explotación racional, sostenible y no predatoria de los recursos y atractivos culturales y naturales del municipio.
- Estimular el fortalecimiento de las relaciones de los diferentes niveles de poder público con la iniciativa privada, dirigiéndolos hacia el establecimiento de asociaciones así como a la organización de reuniones y mesas de trabajo para discutir los problemas y buscar soluciones en beneficio de la comunidad.
- Crear un consejo municipal de turismo.
- Formar un comité de asesores técnicos especializados en turismo.
- Atraer y participar en eventos turísticos nacionales e internacionales así como coordinar actividades y eventos locales.

- Utilizar medios de comunicación (tanto electrónicos como gráficos, por ejemplo: internet, folletos, periódicos, radio, televisión, revistas especializadas, entre otros) para la difusión, información y venta del destino.
- Trabajar coordinadamente todos los agentes involucrados en esta actividad sector público, privado, municipio y comunidad local para así alcanzar objetivos propuestos.

## **X. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

### **A. LIBROS Y REVISTAS**

- **Asoc. Chilena de Municipalidades, SERNATUR y DSE (1997)** "Turismo y Gestión Municipal". Serie Manuales Didácticos 9, Santiago.
- **RENDÓN PUERTAS María Luisa**, "El Municipio y el Desarrollo Turístico Local" -Tomo I- 1º Edición- Julio, 2006 LIMA (PERÚ)".
- **RENDÓN PUERTAS María Luisa**, "Modelo de Administración Turística Municipal"- Tomo II- 1º Edición- Julio, 2006 LIMA (PERÚ)".
- **PRESMAN Betina - HERAS Ana Inés - Argentina**, abril 2007. Gestión- Cuaderno de Trabajo V- INCLUIR.
- **Plan estratégico de impulso al turismo en el municipio del alto 2008 – 2012**, elaborado por el proyecto conflictos interculturales ddh/2004/89-126.
- **Ley orgánica de municipalidades lima-setiembre, 2003.**
- **RISCHMOLLER Ursula Y. Diciembre, 2007-** Guía para la promoción del turismo en los gobiernos locales, Lima- Perú.
- **OMT, 1994.**
- **GRANADOS MAGUIÑO Mauro**, Año, 2000- Gestión en el Tercer Milenio.
- **Manual para la Gestión del Desarrollo Turístico Municipal. Pag. 30-34-35.**

### **B. PAGINAS WEB.**

- <http://www.caritas.org.pe/pr-turis.htm>. Manual de turismo solidario.
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Distrito\\_de\\_Trita](http://es.wikipedia.org/wiki/Distrito_de_Trita)

# ANEXO

## **XI. ANEXOS**

### **A. ANEXO 01**

#### **MODELO DE POLÍTICA TURÍSTICA MUNICIPAL**

Este ejemplo es un estatuto de Política Municipal de Turismo factible de adecuarse para desarrollar, poner en ejecución o corregir algún reglamento similar.

Puede servir como guía para las acciones de desarrollo e impulso turístico a emprender por los gobiernos locales.

#### **ORDENANZA DE CREACIÓN DE UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE TURISMO**

La Corporación Municipal d \_\_\_\_\_ acuerda lo siguiente:

##### **Sección 1**

##### **CONSIDERANDOS.**

La Corporación considera que:

- 1) La ciudad de \_\_\_\_\_ está dotada de belleza paisajística, claves históricos, recursos culturales y población, cuya diversidad y tradiciones resultan atractivas para los visitantes.
- 2) Estos recursos deberían ser protegidos y potenciados, no solo porque son estimados por otros ciudadanos de este país y visitantes de otros países, sino porque son valorados por los propios residentes de \_\_\_\_\_
- 3) El turismo contribuye al bienestar económico de la ciudad, al crear puestos de trabajo y generar ingresos para las empresas locales.
- 4) El turismo es un medio educativo que ayuda a visitantes y residentes por igual a familiarizarse con la historia, los recursos naturales y culturales y los logros económicos de la ciudad.
- 5) El turismo inspira orgullo local y crea un sentido de comunidad de intereses entre residentes locales y visitantes.

- 6) El desarrollo y promoción del turismo en \_\_\_\_\_ es de interés público.
- 7) El turismo en \_\_\_\_\_ debería desarrollarse de forma ordenada con el fin de beneficiar al máximo a la ciudad y sus residentes.
- 8) Es esencial definir una política municipal de turismo si se quiere que este fenómeno se produzca de forma ordenada.

## **Sección II**

### **POLÍTICA**

La política de la ciudad de \_\_\_\_\_ consistirá en:

- 1) Estimular en crecimiento y desarrollo ordenados del turismo en la ciudad.
- 2) Inspirar un sentimiento histórico local entre la juventud de \_\_\_\_\_  
Promocionando la protección y restauración de sus lugares, recorridos, edificios y distritos históricos.
- 3) Promocionar el turismo de forma que se favorezca la comprensión por los visitantes de los valores, costumbres, tradiciones étnicas y creencias religiosas de los residentes locales.
- 4) Vigilar el impacto turístico en los derechos humanos fundamentales de los residentes y garantizar el acceso igualitario para visitantes y residentes a las zonas públicas de recreo.
- 5) Garantizar la protección de los recursos naturales y el mantenimiento de los tesoros geológicos, arqueológicos y culturales en las zonas turísticas.
- 6) Promover los intereses comerciales de la ciudad estimulando la organización de festivales, ferias y muestras de artesanía y oficios de los visitantes conozcan los productos y los logros empresariales
- 7) Dispensar a los visitantes de una acogida hospitalaria.
- 8) Garantizar la seguridad de los visitantes, de sus pertenencias y de sus derechos como consumidores.

- 9) Facilitar a visitantes y residentes las mejores condiciones posibles de alcantarillado y saneamiento público.
- 10) Facilitar a todo visitante acceso rápido a los procedimientos judiciales y garantías jurídicas necesarias para proteger sus derechos.
- 11) Fomentar el turismo mediante el desarrollo de la infraestructura esencial; estableciendo incentivos a la inversión, exigiendo de los funcionarios municipales la planificación de las necesidades turísticas y la capitalización de los recursos turísticos locales.
- 12) Inspirar una mayor comprensión en los residentes de la ciudad y los funcionarios públicos de la importancia del turismo para la economía local.
- 13) Conseguir que el interés turístico de la ciudad sea tomado plenamente en consideración por las instancias locales en sus deliberaciones; armonizar, en lo posible, todas las actividades cívicas en apoyo del turismo con las necesidades del público en general, las subdivisiones políticas de la ciudad y la industria turística local.

### **Sección III**

#### **DERECHOS Y RESPONSABILIDADES DEL ALCALDE**

El Alcalde será responsable de la ejecución de estas políticas. Para ayudar al Alcalde en el desempeño de estas responsabilidades de turismo, se crea una Oficina Municipal de Turismo encabezada por un Coordinador de Turismo que actuará como representante especial del Alcalde ante la industria turística y de esta ante el Municipio.

La Oficina de Turismo, en conjunción con las organizaciones locales privadas y públicas del sector:

- 1) Estimula el desarrollo de la infraestructura, instalaciones, servicios y atracciones del turismo local.

- 2) Estimulará a la Junta Escolar a que cree oportunidades de formación profesional y capacitación en trabajos relacionados con el turismo.
- 3) Fomentará la cooperación entre instancias municipales e individuos y organizaciones privados a favor de los intereses turísticos de la ciudad; también recabará la opinión de estas instancias y del sector privado sobre los programas y políticas del turismo de la ciudad.
- 4) Desarrollará un plan global de promoción del turismo procedente de otras ciudades, provincias y países.
- 5) Cuantificará y proyectará el volumen los ingresos y el impacto, tanto social como económico del turismo.
- 6) Tomará la iniciativa en todo lo relacionado con el turismo en la ciudad.
- 7) Desempeñará las demás funciones necesarias para un crecimiento y desarrollo ordenados del turismo.

La Oficina de Turismo asistirá al Alcalde y al Consejo de Política Turística, creado en virtud de la Sección IV de esta ordenanza, para que los intereses turísticos municipales reciban plena y debida consideración en las deliberaciones de las juntas de calificación de terrenos y planificación, junta de obras pública, junta escolar, departamento de vías públicas y pleno de la Corporación. Identificará además, todas las instancias locales cuyas políticas y programas tengan un efecto considerable sobre la industria local de viajes, vigilará esas políticas y programas, notificará a las agencias correspondientes los efectos de sus actuaciones sobre el turismo dirigido a la ciudad en caso necesario, recomendará modificaciones de programas o políticas.

La Oficina de Turismo estimulará a la industria de viajes a que refleje fielmente el carácter y la imagen de la ciudad y a que subraye su legado histórico y cultural.

La Oficina de Turismo facilitará el desarrollo de material informativo para visitantes en el que:

- 1) Se describirán la historia, economía, recursos culturales, instituciones políticas, instalaciones de recreo al aire libre y principales festivales de la ciudad.
- 2) Se instará a los visitantes a que respeten las especies en peligro de extinción y los recursos naturales, los vestigios arqueológicos y los tesoros culturales.
- 3) Se inspirará una ética de gestión responsable de los recursos naturales de la ciudad.

La Oficina de Turismo fomentará la comprensión por parte de los residentes de la ciudad y de sus funcionarios públicos de la importancia económica de la hospitalidad y del turismo con destino a la ciudad.

La Oficina de Turismo se esforzará con las empresas locales, incluidos bancos y hoteles, instituciones educativas, la Oficina Provincial de Turismo y la Oficina Estatal de Viajes y Turismo, para garantizar a los visitantes extranjeros los servicios especiales necesarios como, por ejemplo, cambio de moneda.

La Oficina de Turismo favorecerá la reducción de barreras arquitectónicas y de otro tipo que dificulten los viajes a personas minusválidas.

El Departamento de Sanidad Pública o instancia equivalente tiene la responsabilidad de que los lagos y corrientes en terrenos de propiedad pública estén libres de contaminantes y sean aptos para usos turísticos y recreativos por parte de residentes y visitantes. En colaboración con la Oficina de Turismo y otros organismos competentes, el Departamento tomará todas las medidas necesarias, incluido el desarrollo de material

informativo para recabar la cooperación de los visitantes con la ciudad para proteger la fauna y los recursos naturales de los abusos y la destrucción.

El Departamento también obligará al cumplimiento de las normas de alcantarillado y saneamiento en los lugares de descanso de turistas y en parques, refugios, restaurantes y otras instalaciones destinadas al viajero y administradas por la ciudad o sus concesionarios.

El Departamento de Desarrollo Económico (o equivalente) deberá cooperar con los organismos apropiados nacionales, regionales, provinciales y locales para desarrollar la infraestructura turística de la ciudad. El Departamento colaborará con la oficina de conservación del patrimonio de la provincia, la Oficina de Turismo y los organismos competentes nacionales, provinciales y locales para proteger y restaurar los sitios históricos de interés para los turistas.

La policía municipal y otros empleados municipales recibirán a los visitantes con cortesía y hospitalidad.

La Junta de Educación estimulará programas dirigidos a mejorar la preparación profesional y la calidad de servicio de los empleados de turismo. En las escuelas públicas se ofrecerá capacitación para el turismo al igual que para otras ramas de la economía, como la agricultura o la construcción.

La oficina encargada de licencias y permisos municipales fijará criterios estrictos pero razonables para la concesión de licencias a todos los individuos que trabajen e contacto directo con los visitantes y contribuirá a alentar la buena impresión que los turistas reciben de la ciudad, sus guías, taxistas, operadores de barcos de alquiler y demás concesionarios.

## **Sección IV**

### **CONSEJO DE POLÍTICA TURÍSTICA**

Se crea un consejo coordinador de organismos competentes en turismo que se denominará Consejo de Política Turística. Este órgano tendrá como miembro al Alcalde de la ciudad, que será el Presidente, al Administrador Municipal, al Coordinador de Turismo, y a los jefes de todos los demás departamentos que se consideren apropiados, incluidos los de Salud, Parques y Recreo, Planificación y Desarrollo Económico, Transportes, Obras Públicas, Policía, Junta de Calificación de Terrenos y Junta de Educación. Cada miembro debe designar un suplente que asista a las reuniones del Consejo cuando el miembro titular no pueda hacerlo. No obstante, el suplente deberá ostentar la suficiente categoría para tomar decisiones que comprometan al organismo que representa.

El Consejo funcionará como instancia de supervisión y

- 1) Estudiará las evaluaciones elaboradas por la Oficina de Turismo sobre el impacto de las ordenanzas y reglamentos tanto vigentes como propuestos en el turismo de la ciudad;
- 2) Tratará de reducir o eliminar todo tipo de impacto negativo, y
- 3) Llevará a ejecución la política turística descrita en la Sección II de esta Ordenanza.

El Vicepresidente del Consejo será nombrado por el Alcalde entre los miembros del Consejo.

El Presidente puede crear comisiones. Entre estos pueden figurar:

- 1) Una comisión de revisión legislativa para a) identificar ordenanzas vigentes propuestas que puedan dificultar el desarrollo del turismo o de la infraestructura

turística; y b) recomendar y elaborar ordenanzas o modificaciones que puedan ser necesarias para promocionar el crecimiento ordenado del turismo.

- 2) Una comisión de revisión reglamentaria que a) identifique los reglamentos municipales que dificultan el turismo; y b) recomiende y elabore para su presentación al pleno del Consejo enmiendas que favorezcan el crecimiento ordenado del turismo.

Las comisiones se reunirán cuando así lo requiera su presidente que será nombrado por el Presidente del Consejo. Los presidentes de comisión lo serán durante un año y son reelegibles.

El Consejo y sus comisiones estarán autorizados para llevar a cabo sesiones públicas de investigación y para consultar a la industria de viajes.

## **Sección V**

### **JUNTA ASESORA DE TURISMO**

El Alcalde designará a la Junta Asesora de Política Turística integrada por \_\_\_\_\_ miembros elegidos como representantes de la industria turística local. La Junta asesorará sobre desarrollo de políticas de marketing turístico y para coordinar los programas municipales de turismo con el trabajo de las organizaciones promotoras de la zona y del sector privado.

Los miembros de la Junta Asesora desempeñarán sus funciones sin retribución alguna y durante un tiempo determinado por el Alcalde. Elegirán entre ellos un presidente y un vicepresidente. Los miembros pueden ser destituidos si existen razones para ello y deberán abstenerse de expresar su opinión sobre cualquier asunto relacionado con un proyecto en el que tengan un interés financiero directo.

## **Sección VI**

Esta ordenanza entrará en vigor una vez aprobada por la Corporación Municipal y sancionada por el Alcalde.

**B. ANEXO 02**

**ENCUESTA**

**Encuesta para efectuar una propuesta de gestión turística para el desarrollo en el distrito de Trita.**

**1.- ¿Qué significa el Turismo para Ud?**

- a.-Actividades que realiza el hombre con fines propios de su actividad profesional tales como reuniones, misiones y negocios.
- b.-Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos.
- c.- Actividad recreativa que consiste en viajar a un país u otra zona que no es la propia por diversión o placer.
- d.- No Sabe.

**2.- ¿Considera que el Turismo generara ingresos a los pobladores de Trita?**

- a.- Si
- b.- No

Cómo? .....

**3.- ¿Tiene cocimiento de los diferentes tipos de turismo que se podrían explotar en la zona?**

- a.- Si
- b.- No

Nombre alguno de ellos.....

**4.- ¿Hay preocupación en las autoridades de la zona por mejorar el aspecto turístico del distrito?**

- a.- Si
- b.- No

De qué manera?.....

**5.- ¿Conoce las dificultades que el Turista enfrenta por parte del poblador del distrito?**

a.- Si

b.- No

Cuales nombre alguno de ellos.....

**6.- ¿Cuenta con algún plan estratégico para el desarrollo Turístico del Distrito?**

a.- Si

b.- No

Si es (SI) pase a la 8 y si es (NO) pase a la 7

**7.- ¿Cuáles son las limitantes para tener un plan de desarrollo en Trita?**

a.- No existe apoyo económico por parte del estado o entidad privada.

b.- No hay interés por parte de las autoridades.

c.- Desconocimiento de que es un plan estratégico de turismo.

d.- Otro.....

**8.- ¿Qué puntos débiles considera que tiene el Distrito de Trita, que no permite el desarrollo del Turismo?**

a.- Desconocimiento por parte de las autoridades a cerca del turismo

b.- Falta de un plan de ordenamiento territorial.

c.- La no existencia de un inventario de recursos turísticos.

d.- Falta de un plan estratégico de turismo.

e.- Otro.....

**9.- ¿Cuenta con apoyo de alguna entidad privada o por parte del Estado Peruano para hacer los circuitos turísticos?**

a.- Si

b.- No

Qué entidad y como apoya.....

**10.- ¿Qué haría para cambiar la situación actual; y poder desarrollar el Turismo en Trita?**

- a.- Trabajar todas las autoridades coordinadamente en bien del turismo.
- b.- Pedir apoyo al gobierno central y ONG que desarrollen el turismo.
- c.- Dejar que el turismo se desarrolle por sí solo.
- d.- Otro.....

**11.-¿Cuáles deberían ser las prioridades del Distrito, para el desarrollo Turístico de Trita?**

- a.- Mejorar los servicios locales como salud, educación y desarrollo de infraestructura básica para ser utilizada por residentes y visitantes.
- b.- Conservar y restaurar los atractivos turísticos
- c.- Promocionar a los atractivos turísticos
- d.- Otro.....

**12.- ¿Cuáles son sus fortalezas para el desarrollo del turismo en Trita?**

- a.- Cuenta con establecimientos de hospedaje.
- b.- Cuenta con restaurantes.
- c.- Tiene buenas vías de comunicación.
- d.- Cuenta con recursos naturales y culturales.
- e.- Otro.....

**13.- ¿Cuáles son sus principales atractivos turísticos del Distrito?**

- a.- Las cavernas de Solmal.
- b.- karajia.
- c.- Sus valles.
- d.- Otro.....

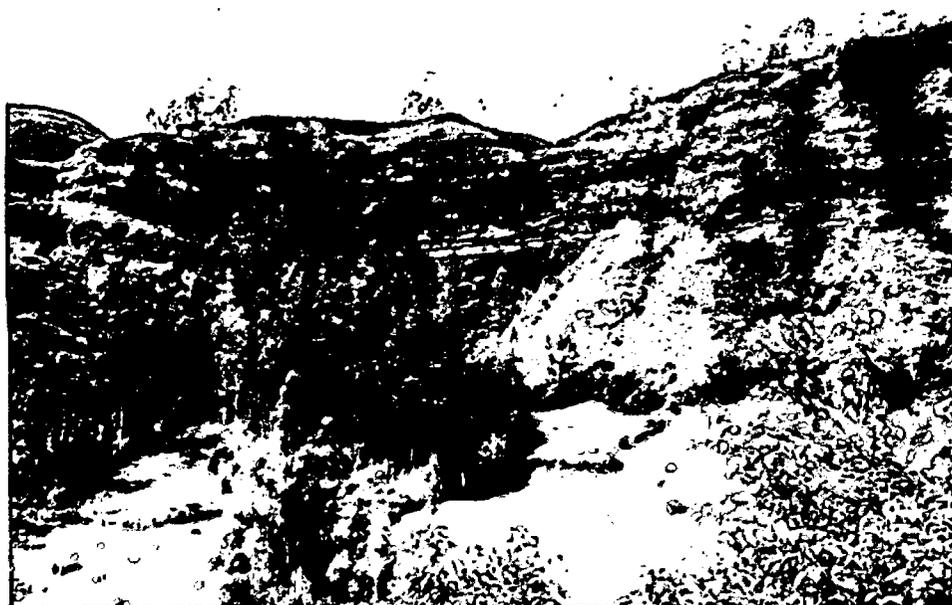
**C. ANEXO 03**

**PRINCIPALES ATRACTIVOS POTENCIALES TURÍSTICOS DEL DISTRITO**

**SARCÓFAGOS DE KARAJIA**



**CAVERNA SOLMAL**



**CAMINO HERRADURA A SOLMAL**



**QUEBRADA SOLMAL**



**PLAZA DE SAN MIGUEL DE CRUZPATA**



**SARCÓFAGOS DE KARAJIA**

