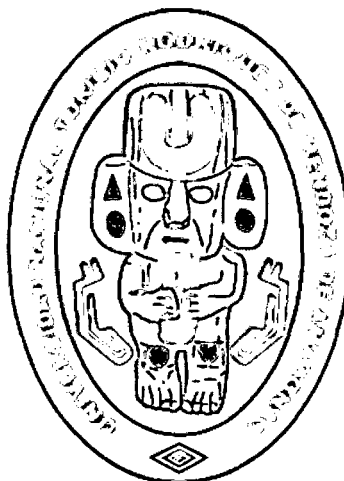




**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y ADMINISTRACIÓN**



TESIS

**“PROPUESTA TURISTICA DEL SITIO ARQUEOLOGICO
DUSHAC, DISTRITO DE INGUILPATA, PROVINCIA DE LUYA,
DEPARTAMENTO DE AMAZONAS - 2014”**

Para optar el Título Profesional de

LICENCIADO EN TURISMO Y ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

BACH. CARLOS YOPLAC TORREJÓN

ASESOR:

MG. BARTON SAJAMI LUNA



27 MAY 2015

**CHACHAPOYAS - PERÚ
2014**



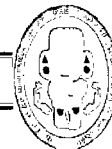
DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación,
lo dedico a mi esposa María Gisela y
a mi hijo Derek Kaled quienes son cada
día un motor de motivación para alcanzar
objetivos superiores y a quienes le estaré
eternamente agradecido

Con cariño y aprecio a mis hermanos
Josué y Deysi, por su apoyo y ayuda
constante e incondicional.



27 MAY 2015



AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme fuerza y fe para culminar este trabajo, en especial a mis padres Jorge y Betty por haberme apoyado a lo largo de todo este camino que ya estoy llegando a culminar, y a mis maestros ya que ellos me enseñaron a valorar los estudios y a superarme cada día.

INSTITUCIONES:

Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas

Escuela Profesional de Turismo y Administración

Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Amazonas

Instituto Nacional de Cultura de Amazonas

Municipalidad Provincial de Chachapoyas

Municipalidad Distrital de Inguilpata



AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Ph. D. JORGE LUIS MAICELO QUINTANA
RECTOR

DR. OSCAR ANDRES GAMARRA TORRES
VICERECTOR ACADÉMICO

Mg. CIRILO LORENZO ROJAS MALQUI
**DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**



VISTO BUENO DEL ASESOR

Como asesor del presente trabajo de investigación, considero que la tesis: **“PROPUESTA TURISTICA DEL SITIO ARQUEOLOGICO DUSHAC, DISTRITO DE INGUILPATA, PROVINCIA DE LUYA, DEPARTAMENTO DE AMAZONAS-2014”**, elaborado por el bach. Carlos Yoplac Torrejón ha concluido satisfactoriamente. Por lo que doy visto bueno para su evaluación y sustentación correspondiente.

Chachapoyas, Diciembre del 2014

MG. BARTON G. SAJAMI LUNA
ASESOR



JURADO

ECO. DANTE RAFAEL MENDOZA ALFARO
PROFESOR (Presidente)

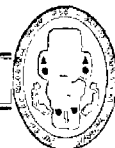
Ms. C. PEPE OSWALDO MORI RAMIREZ
PROFESOR (Secretario)

LIC. ADM. AGUSTIN TAMAYO BELTRAN
PROFESOR (Vocal)



INDICE

RESUMEN	9
ABSTRACT	10
I. INTRODUCCIÓN	11
II. MARCO TEÓRICO	13
2.1. Base Teórica.....	13
2.2. Antecedentes.....	24
2.3. Realidad Problemática.....	27
2.3.1. Planteamiento del Problema.....	27
2.3.2. Formulación del Problema.....	32
2.3.3. Justificación del Problema.....	32
2.4. Hipótesis.....	33
2.5. Objetivos.....	34
2.5.1. Objetivo General.....	34
2.5.2. Objetivos Específicos.....	34
III. MARCO METODOLÓGICO	34
3.1. Diseño de la Investigación.....	34
3.2. Material de Estudio.....	34
3.3. Población y Muestra.....	34
3.4. Métodos, Técnicas, Instrumentos y Procedimientos.....	35
3.5. Análisis Estadístico de los Datos.....	36
IV. RESULTADOS	37
4.1. Análisis de la Demanda que visita Inguilpata	37
4.3. Determinación de Estrategias para la Propuesta Turística de Dushac en Inguilpata	49
4.3.1. Diagnóstico Situacional del resto Arqueológico de Dushac	50
4.3.2. Estrategias para la propuesta de Desarrollo Turístico del Resto Arqueológico de Dushac.....	54



V. DISCUSIONES.....	58
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	60
6.1. Conclusiones.....	60
6.2. Recomendaciones.....	61
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	63
VIII. ANEXOS.....	65



RESUMEN

La *“Evaluación del potencial turístico del resto arqueológico de Dushac en el distrito de Inguilpata; es para promover una propuesta Turística con la participación de la Población de Inguilpata en la Provincia de Luya en el año 2014”*, esta propuesta nos ha permitido analizar las potencialidades turísticas del distrito involucrado, formular estrategias para el desarrollo turístico e identificar actividades turísticas como alternativas de desarrollo económico.

En el análisis de las potencialidades turísticas se desarrolló un inventario de los recursos turísticos por distrito, donde se efectuó un registro categorizado y jerarquizado de los mismos, a demás se hizo un registró de todos los establecimientos de hospedaje y de restauración. De este análisis se obtuvo que la jerarquía en recursos turísticos es el resto arqueológico de Dushac siendo esta como un punto e icono turístico del distrito de Inguilpata

La determinación de estrategias de desarrollo turístico, parte de un diagnóstico situacional donde se ha determinado que las actividades económicas que realiza Inguilpata es netamente agrícola y ganadera y teniendo como una alternativa de desarrollo económico el turismo, encontrándose esta en el resto arqueológico de Dushac, asimilando de esta forma un turismo arqueológico y complementándose con un turismo rural y alternativo 12 fortalezas, 10 oportunidades, 16 debilidades y 06 amenazas; lo que ha permitido plantear 08 estrategias enfocadas al sistema turístico con 39 actividades, que con su aplicación permitirá convertir a la propuesta en un producto turístico competitivo.



ABSTRACT

"Evaluation of the tourism potential of the archaeological rest of Dushac in Inguilpata District; is to promote tourist proposal involving Population Inguilpata in the Province of Luya in 2014 ", this proposal has allowed us to analyze us the tourist potential of the involved district formulate strategies for tourism development and identify tourist activities as alternatives of economic development.

In the analysis of tourism potential inventory of tourism resources by district, where a search was conducted categorized and hierarchical thereof, to others it was a recorded of all lodging establishments and catering developed. From this analysis it was found that the hierarchy in tourism resources is the ruin of Dushac being this as a point and tourist icon Inguilpata District

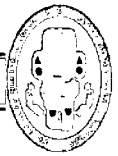
The determination of tourism development strategies, part of a situational analysis where it is determined that the economic activities carried Inguilpata is purely agricultural and livestock and taking as an alternative economic development tourism, finding this in the ruin of Dushac, assimilating thus an archaeological tourism and complemented with a rural and alternative tourism strengths 12 10 opportunities, weaknesses 16 and 06 threats; allowing raise 08 strategies aimed at tourist system with 39 activities, whose application can convert the proposal in a competitive tourism product.



I. INTRODUCCIÓN

Desde la década de los 90, la industria del ocio y el turismo ha conocido una segunda revolución, al integrarse profundamente en la economía mundial, gracias a la liberación del comercio, el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación y a la reducción de las tarifas de los transportes. El turismo es un motor de crecimiento en muchos países. La industria turística figura entre los 5 principales renglones de exportación del 83% de los países y constituye la principal fuente de divisas para el 38% de ellos (*NETCOM. 2007. Pág. 05*). En tal sentido el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (*MINCETUR*), a través de su representante la Ministra Mercedes Aráoz, el 21 de agosto del 2008 pone en manifiesto, que es política primordial del estado peruano la implementación de corredores turísticos seguros en las regiones del país (<http://www.andina.com.pe>).

Por ello, la **“Propuesta Turística Del Sitio Arqueológico Dushac, Distrito De Inguilpata, Provincia De Luya, Departamento De Amazonas-2014”** está dirigido a contribuir a la comunidad de Inguilpata con las comunidades anfitrionas, donde estas conocerán las verdaderas potencialidades turísticas tanto culturales como naturales y el grado de importancia de las mismas, para que de esa manera motive a los conciudadanos y autoridades, la conservación y preservación de la naturaleza; restos arqueológicos, patrones arquitectónicos que pueden ser civil, religioso y militar; la recuperación del folklore basado en la música, danza, indumentaria, gastronomía, demostrados en sus usos y costumbres diarias; fortaleciendo de esta manera la identidad y autoestima colectiva con cultura medio ambiental. Permitiendo de esta manera, identificar en virtud a las potencialidades nuevas actividades turísticas, como alternativas económicas, minimizando el impacto negativo en la cultura y el medio ambiente de otros sectores productivos, los cuales sentaran las bases para la consolidación de productos turísticos que enmarquen su desarrollo en: ***La Sostenibilidad Económica*** de manera que no busquen la rentabilidad inmediata de sus operaciones, sino que el verdadero reto sea su consolidación productiva y social y su aportación al desarrollo socioeconómico duradero; ***La***



Sostenibilidad Ambiental con la conservación y el respeto de los recursos y valores naturales que son la base de la propia actividad turística, y cuya existencia a de ser garantizada en el futuro para el propio sostenimiento de la actividad y para asegurar el disfrute del medio por parte de las generaciones venideras; *La Sostenibilidad Social y Cultural* como motores del desarrollo turístico, sin meros objetivos de consumo con exclusivo valor de cambio sino mas bien con autenticidad y conservación de los valores sociales y culturales con identidad, sentido de pertenecía, protección y defensa de la misma. (Ugarte, F. 2005. Pág. 88 - 89).



II. MARCO TEÓRICO

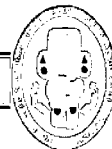
2.1. Base Teórica

Actividad Turística; conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista, ya sean realizadas en el lugar de origen del turista o en el de acogida. Por extensión, por actividad turística se entiende no solamente cualquier acción desarrollada por los agentes turísticos sino también por el propio turista, con el objetivo de satisfacer unas motivaciones o necesidades y realizar las acciones programadas en el tiempo libre vacacional (*turismo de aventura, turismo cultural, turismo fluvial, etc.*). (Montaner, J. Antich, J. Arcarons R. 1998).

Área Turística; son las partes en las que se puede dividir una zona y, por tanto, su superficie es menor que la del todo que las contiene; sin embargo, como las zonas pueden llegar a tener tamaños distintos, es posible que un área de la zona más grande resulte mayor que otra zona más pequeña. Las áreas turísticas deben estar dotadas de atractivos turísticos contiguos, en número menor que los de la zona y lo mismo que ellas necesitan una infraestructura de transporte y comunicación que relacione entre si a todos los elementos turísticos que la integran. (Boullon, R. 2004. Pág. 69).

Atractivo; son bienes o manifestaciones con capacidad de motivar o inducir el viaje, o lo que es lo mismo, el desplazamiento de personas desde su lugar de residencia habitual o temporal al espacio donde está emplazado el bien o manifestación en cuestión. (Pueden ser de tipo natural o cultural). (Chan, N. 1994. Pág. 119).

Atractivo Turístico; cualquier punto o recurso del patrimonio natural o cultural de un lugar que sea capaz de motivar la visita por parte de los



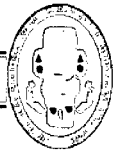
turistas. Punto o elemento atractivo para el turismo. (*Guía CTN. 2007. Pág. 43*).

Beneficios; alude a cualquier cosa que recibe una persona y a la que se le asigna un valor. Los beneficios de la experiencia turística pueden presentarse en forma de beneficios psicosociales para el individuo, como, por ejemplo, una experiencia satisfactoria. Los beneficios que el turismo reporta a una comunidad pueden reflejarse en ganancias o impactos de tipo ecológico, psicológico, social, cultural o económico. Estos beneficios pueden ser percibidos por la comunidad en su conjunto o repartirse entre determinados colectivos o empresas. (*Jafari, J. 2000*).

Beneficios Económicos; es la diferencia que se obtiene de la operación “ingresos menos costes” de una empresa se conoce como beneficio. (*Jafari, J. 2000*).

Cambio Socio Cultural; el cambio que afecta a las normas y reglas de comportamiento y/o de ideología e identidad cultural de un grupo social con el paso del tiempo constituye lo que se conoce como “Cambio Socio Cultural” o aculturación, cuando este cambio se debe al contacto cultural entre grupos bien en relaciones (*comerciales*) mutuas o desiguales (*colonización*). Los impactos del turismo van desde los cambios en la política económica local debido a la globalización hasta los cambios en las expectativas de los turistas. (*Jafari, J. 2000*).

Comunidad; es una combinación de unidades y sistemas sociales que proporcionan a las personas acceso a los ámbitos de actividad que resultan imprescindibles en la vida cotidiana. Dicha combinación de unidades y sistemas tiene cinco funciones principales: La Económica, la socialización, la de control social, la participación social y apoyo mutuo. (*Jafari, J. 2000*).



Comunidades Locales; las comunidades de personas que son originarias, del espacio territorial. Pueden vivir cerca o en zonas adyacentes a las áreas naturales, rurales o donde la empresa opera. (*Guía CTN. 2007. Pág. 43*).

Corredor Turístico; (Sub Región Turística) es un espacio homogéneo, en el que por la cercana distancia de los atractivos y servicios se llega a una natural complementariedad. Por lo general, se agrega que rutas truncales efectivizan su integración y la jerarquía de los atractivos y productos determinan el rango de convocatoria de dicho espacio. Por lo general, son integrados por Comarcas Turísticas.

(http://es.geocities.com/itaca_peru/vocabularioturistico.htm)

Corredores Turísticos; son las vías de conexión entre las zonas, las áreas, los complejos, los centros, los conjuntos, los atractivos turísticos, los puertos de entrada del turismo receptivo y las plazas emisoras del turismo interno, que funcionan como elemento estructurador del espacio turístico. (*Boullon, R. 2004. Pág. 80*).

Demanda Turística; termino económico que refleja la disposición de compra de un bien o servicio en función de su precio, o bien de la renta del sujeto. (*Montaner, J. Antich, J. Arcarons R. 1998*).

Desarrollo Comunitario; es un proceso de progreso económico y social basado en las iniciativas locales. (*Jafari, J. 2000*).

Desarrollo Económico; son aspectos relacionados con la calidad de vida, y no se confunde con un simple crecimiento económico. El primero se refiere a la salud y el bienestar, mientras que el segundo se centra en el ámbito más restringido del índice de cambio del producto nacional o producto interior bruto. (*Jafari, J. 2000*).



Desarrollo Sostenible; tipo de desarrollo que satisface las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. (*Jafari, J. 2000*).

Desarrollo Sostenible; en 1983, la Comisión Brundtland definió el “desarrollo sostenible” como aquel “que asegura las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para enfrentarse a sus propias necesidades”. Recomendó adoptar un modelo de crecimiento económico justo desde el punto de vista ecológico y social, estableciendo que el desarrollo sostenible debía comprender estas tres dimensiones: *económica, social y ambiental*. (*Manual CTN. 2007. Pág. 20*).

Efectos Socioculturales del Turismo; influencias (*positivas o negativas*) que ejerce el turismo sobre el comportamiento social del individuo en las comunidades sociedades o mercados, tanto emisores como receptores. Las principales consecuencias son las siguientes:

1. *Sobre el emisor:* a). Permite una mejor calidad de vida física y mental, tanto por el descanso físico como intelectual; b). Puede permitir un mejor conocimiento de otras culturas y sociedades, estrechando los lazos de comunicación y entendimiento entre los pueblos, o, por el contrario, ocasionar problemas de prejuicios raciales y xenofobia, y c). Genera una actividad socioeconómica sobre el mercado receptor, pero, también, puede causar fenómenos de repetición: vuelta a los mercados receptores, por trato, amabilidad, comprensión, acogimiento, precios, etc.
2. *Sobre el Receptor:* a). Efecto de aculturación, es decir, cambios en la pautas y hábitos de la cultura de la sociedad de vida; b). En el ámbito laboral proporciona aumento social del empleo por la creación de nuevos puestos de trabajo, y c). Modificación de la sociología rural y urbana al recibir de forma regular corrientes turísticas masivas.

(*Montaner, J. Antich, J. Arcarons R. 1998*).



Efectos Socio Económicos del Turismo; la Organización Mundial del Turismo (*OMT*) estableció una clasificación de los efectos económicos, tras analizar la acción del turismo sobre la economía mundial a través de los diferentes países. Así, los efectos de mayor impacto son los siguientes: *a*). Efectos globales sobre la estrategia del desarrollo turístico basados en la economía nacional e internacional; *b*). Efectos parciales sobre la economía nacional (*Empleo, balanza de pagos, inflación, desarrollo regional, etc.*); *c*). Efectos externos basados en el terreno socio cultural, físico y de recursos humanos (*Medio ambiente, formación profesional, hábitos de consumo, etc.*). (*Montaner, J. Antich, J. Arcarons R. 1998*).

Espacio Turístico; es una zona delimitada dispuesta física o socialmente para recibir visitas turísticas. (*Jafari, J. 2000*).

Estrategia; es un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin. Es el proceso seleccionado mediante el cual se espera lograr alcanzar un estado futuro. Se usa normalmente en tres formas. Primero, para designar los medios empleados en la obtención de cierto fin, es por lo tanto, un punto que involucra la racionalidad orientada a un objetivo. En segundo lugar, es utilizado para designar la manera en la cual una persona actúa en un cierto juego de acuerdo a lo que ella piensa, cuál será la acción de los demás y lo que considera que los demás piensan que sería su acción; ésta es la forma en que uno busca tener ventajas sobre los otros. Y en tercer lugar, se utiliza para designar los procedimientos usados en una situación de confrontación con el fin de privar al oponente de sus medios de lucha y obligarlo a abandonar el combate; es una cuestión, entonces, de los medios destinados a obtener una victoria. (<http://es.wikipedia.org>)



Evaluación; señalar el valor de algo. Estimar, apreciar, calcular el valor de algo. (*Microsoft Encarta. 2008*).

Evaluación de los Recursos; alude al proceso en el que se determina la adecuación de diversos recursos para su uso en el ámbito del turismo, y constituye un componente importante de la planificación y el desarrollo de esta actividad. Este proceso cubre la realización de un inventario de los recursos disponible para su utilización en el marco del turismo. Entre este tipo de recursos se pueden citar las atracciones, los emplazamientos de interés cultural, histórico y/o natural y las instalaciones de las que se disponen para transporte, alojamiento y actividades. Una vez que se ha completado este tipo de inventario, la siguiente fase de proceso de planificación consiste en evaluar estos recursos en lo que se refiere a la adecuación de los mismos para el uso turístico. (*Jafari, J. 2000*).

Flujo Turístico; o corriente turística, es todo movimiento migratorio por tierra, mar o aire, que desplaza a los turistas de un punto geográfico a otro y que los hace permanecer fuera de su lugar habitual de su residencia o domicilio. (*Montaner, J. Antich, J. Arcarons R. 1998*).

Infraestructura; se entiende a la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas. Forma parte de la misma, la educación, los servicios de salud, la vivienda, los transportes, las comunicaciones y la energía. Dado el carácter de apoyo a la población de un país en su conjunto, también se denomina a las inversiones en infraestructura (*teléfonos, carreteras, ferrocarriles, puentes, viviendas, escuelas, hospitales, represas, etc.*), “Capital Social Fijo”. (*Boullon, R. 2004. Pág. 47*).

Inventario de Recursos Turísticos; constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso ara el



turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico nacional. Un inventario no es sólo un cúmulo de información, sino fundamentalmente es un instrumento que debe de ser mejorado de manera constante, y cuyo uso debe permitir y facilitar la toma de decisiones en las múltiples instancias del que hacer turístico. (MINCETUR. 2008).

Inversión Económica; es un concepto de flujo y se asocia con el ritmo al que aumenta, disminuye o se mantiene la masa de capital social. A si pues, la inversión tiende a vincularse con la adquisición de bienes con los que se asocia una cualidad de longevidad. La inversión económica financiera es un concepto que engloba todas las cuestiones relativas al mantenimiento o al incremento de los niveles de capacidad productiva, y es una actividad que puede afectar a todos los aspectos o factores de la producción. (Jafari, J. 2000).

Jerarquización; procedimiento que consiste en medir el grado de importancia de los recursos turísticos inventariados, donde se debe tomar en cuenta los siguientes puntos:

- **Criterios de Jerarquización:**

- ***Calidad***

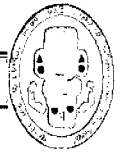
- a. *Estado de conservación:* Es una breve observación de cómo se encuentra el recurso (*muy bueno, bueno, regular y malo*).

- b. *Situación de servicio:* Considerar la existencia y situación de los servicios dentro y fuera del recurso.

- ***Accesibilidad***

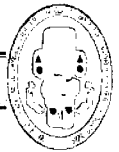
- a. *Nivel de dificultad del corredor turístico:* Evaluación del estado actual de las vías que conducen al recurso

- b. *Señalización:* Existencia o no de señalización hacia y dentro del recurso.



- ***Demanda Turística***
Medición de la afluencia de visitantes hacia el recurso.
- ***Instalaciones Turísticas***
 - a. *Adaptación turística*: Existencia y situación de infraestructura que facilite la actividad turística.
 - b. *Servicios de apoyo*: Los servicios ubicados fuera del recurso; (*centros de salud, centros de interpretación, bancos, telefonía, internet, etc.*).
- ***Particularidades del recurso***
Características singulares que le diferencien de otros recursos.
- **Niveles de Jerarquización:**
 - *Jerarquía 1*, recursos sin mérito suficiente para considerarlo al nivel de las jerarquías siguientes, pero que, igualmente, forman parte del inventario de recursos turísticos como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía.
 - *Jerarquía 2*, recursos con algunos rasgos llamativos capaces de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas locales.
 - *Jerarquía 3*, recursos con rasgos excepcionales, capaces de motivar, por sí solos o en conjunto con otros recursos contiguos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros
 - *Jerarquía 4*, recursos excepcionales y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaces, por sí solos, de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

Negocios Turísticos; son inversiones para la venta de bienes tangibles e intangibles, de consumo duradero o inmediato, con el objetivo de satisfacer las necesidades primarias y secundarias del turista y por ende generar beneficio económico en el inversionista.



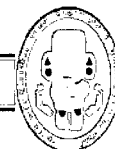
Oferta Turística; conjunto de productos y servicios turísticos que tiene un núcleo turístico basado en sus recursos e infraestructuras. Esta expresión no refleja exclusivamente los servicios de naturaleza turística dispuestos para la venta, sino que también abarca el conjunto de actividades vinculadas a la prestación de estos servicios. (*Montaner, J. Antich, J. Arcarons R. 1998*).

Participación Pública; consiste en que esas personas hagan su aportación en el proceso de toma de decisiones, y es un mecanismo que ha pasado a formar parte de la sabiduría convencional en el ámbito general de la planificación, así como en buena parte de los proyectos de desarrollo turístico. (*Jafari, J. 2000*).

Planta Turística; son los servicios que se venden a los turistas, son elaborados por un subsistema al que denominamos planta turística, que está integrado por dos elementos: *a) Equipamiento;* incluye todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos, *b) Instalaciones;* son todas las construcciones especiales cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas. (*Boullon, R. 2004. Pág. 40*).

Plan; modelo sistemático que se elabora para dirigir y encauzar acciones. Documento que contempla en forma ordenada y coherente las metas, estrategias, políticas, directrices y tácticas en tiempo y espacio, así como los instrumentos, mecanismos y acciones que se utilizarán para llegar a los fines deseados. Un plan es un instrumento dinámico sujeto a modificaciones en sus componentes en función de la evaluación periódica de sus resultados. (<http://www.riaces.net/glosariop.html>).

Plan Estratégico; es un proceso mediante el cual una organización define su visión de largo plazo y las estrategias para alcanzarla a partir del análisis de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.



Supone la participación activa de los actores organizacionales, la obtención permanente de información sobre sus factores claves de éxito, su revisión, monitoreo y ajustes periódicos para que se convierta en un estilo de gestión que haga de la organización un ente proactivo y anticipatorio.

(http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/Human/san%20martin_ac/Cap2.PDF).

Potencial Turístico; recursos naturales o culturales de un determinado territorio que pueden ser utilizados para desarrollar la actividad turística dentro del mismo.

Producto Turístico; es una combinación de prestaciones y elementos tangibles e intangibles que ofrecen una serie de beneficios al turista, como respuesta a sus expectativas y motivaciones. El producto Turístico está integrado por cuatro elementos: Los atractivos turísticos, estructura turística o empresas de servicios turísticos, la infraestructura turística y la superestructura turística. (*Manual CTN. 2007. Pág. 12-13*).

Recurso Turístico; son aquellos bienes o circunstancias que contienen un potencial que puede ser desarrollado para despertar interés por parte de los turistas. (*Manual CTN. 2007. Pág. 12*).

Recurso Turístico; son los recursos naturales, culturales, folclore, realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas y acontecimientos programados que poseen una determinada zona o área, con un potencial que podría captar el interés de los visitantes.

(http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/Manual_de_Inventario_completo.pdf).

Superestructura; comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y



modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integra el sistema así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico. (*Boullon, R. 2004. Pág. 50*).

Turismo; conjunto de técnicas y actividades encaminadas a traer y satisfacer las necesidades y motivaciones de los turistas en sus desplazamientos vacacionales. Por extensión, organización de los medios conducentes a facilitar estos viajes. *De acuerdo con la nueva definición de la OMT. (Conferencia de Ottawa, 1993)*, por **Turismo** se entiende el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, negocio y otros motivos, y no por motivos lucrativos. (*Montaner, J. Antich, J. Arcarons R. 1998*).

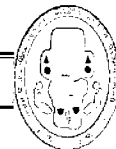
Turismo; actividad multisectorial que requiere la concurrencia de diversas aéreas productivas (*agricultura, construcción, fabricación*) y de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas. (*LEXUS. 2007. Pág. 05*)

Turismo Sostenible; este concepto implica la conservación de los recursos naturales, culturales y antropológicos para su continuado uso y disfrute en el futuro, al tiempo en que benefician en la sociedad actual. (*Montaner, J. Antich, J. Arcarons R. 1998*).

Turismo Sostenible; de acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (*OMT*), el turismo sostenible implica la implementación de prácticas de gestión aplicables a toda modalidad de turismo y en todo tipo de destino, basadas en un adecuado equilibrio entre los aspectos ambientales económicos y socio-culturales del desarrollo turístico. “*El término “Turismo Sostenible” debe utilizarse para hacer referencia a una*



27 MAY 2015



condición para el desarrollo del turismo y no a un tipo de turismo”.
(Manual CTN. 2007. Pág. 11).

Turista; visitante temporal que permanece al menos 24 horas y menos de un año, en el lugar de destino distinto al de su lugar de residencia o entorno habitual. *(Montaner, J. Antich, J. Arcarons R. 1998).*

Zona Turística; es la unidad mayor de análisis y estructuración del universo espacial turístico de un país. Una zona turística debe contar dentro de su territorio con equipamientos, servicios turísticos y dos o más centros turísticos y estar además provista de una infraestructura de transporte y comunicaciones, que relacione a los principales elementos que la integran entre si y con otras zonas y elementos del espacio turístico. *(Boullon, R. 2004. Pág. 80).*

2.2. Antecedentes

“Corredor Turístico y Ecológico en Merlo”; en San Luis-Argentina, se creó un nuevo corredor turístico denominado Bio Comechingones, que la primera reserva natural habitada del país, que tiene por objetivo canalizar de manera ordenada el flujo de turistas y preservar los recursos naturales y humanos de la región. Se extiende sobre el límite entre la provincia puntana y Córdoba.
(<http://www.terra.com.ar/canales/turismo/129/129316.html>)

“Los Corredores Turísticos en la Patagonia” / Argentina; está conformado por: El “Corredor Nacional Patagónico”, “Corredores Nacionales Patagónicos Menores” y los “Corredores Turísticos Patagónicos Internacionales”, los cuales están ligados económicamente, y también en su desarrollo, a dos aspectos fundamentales: su popularidad y su relativa cercanía; los cuales han mejorado y variado su oferta tanto en lo económico como en los servicios, por ejemplo en la mencionada nueva terminal aérea o a través del aumento de camas disponibles. No obstante, la posibilidad de mantener el crecimiento de la oferta, con una

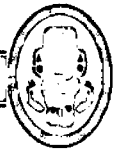


respuesta favorable por parte de los turistas, es la de profundizar la publicidad en el exterior. Por su parte, la secretaría de Turismo Argentino, está planteando que estos tres Corredores Internacionales vienen creciendo en demanda en un 8 % anual. La problemática que se le presenta a la Patagonia es que el centralismo persiste aún en el turismo y en sus ofertas. (<http://www.portalpatagonico.com/patagonia/corredores/index.html>).

“Corredor Urbano Colón - Pedro Loza” / México; el objetivo central del proyecto es impulsar la reactivación económica y la renovación urbana sustentable del eje histórico comercial. Que comprende desde la iglesia y jardín de Mexicaltzingo hasta el Jardín del Santuario como uno de los proyectos estratégicos detonantes y que forma parte de las acciones para recuperar la función urbana del Centro Histórico de Guadalajara, sus valores culturales, su arquitectura, su actividad económica, y propiciando la redensificación del mismo, generar un entorno urbano con alta calidad ambiental y patrimonial, aprovechando las fincas que poseen una vocación y potencial de uso cultural, mismas que puedan ser convertidas en proyectos detonadores que integren a la comunidad a su alrededor. (<http://www.cideu.org>)

Estudio de Potencialidad del Corredor Turístico Tucumán - Catamarca / Argentina; estudio que tiene el fin de visualizar y ordenar las capacidades turísticas, de dicho espacio geográfico. (http://2016.turismo.gov.ar/wp_turismo/?cat=4)

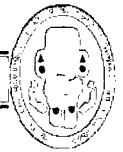
Manual Para la Formulación del Inventario de Recursos Turísticos a Nivel Nacional; establece los lineamientos técnicos para la identificación, clasificación y categorización de los recursos turísticos, que constituyen la metodología para la adecuada formulación del Inventario Nacional. Se pretende así orientar su elaboración, a través de una homogenización de los términos y criterios a emplear, para catalogar,



evaluar y dar a conocer el potencial turístico (*recursos turísticos*) de cada zona del país. El manual busca normar y orientar la elaboración del inventario de recursos turísticos a nivel nacional, a través de una metodología adecuada a emplear y los procedimientos técnicos que de éste se deriven. (MINCETUR, 2006).

Diagnóstico Situacional de la Actividad Turística en el Micro Corredor Socioeconómico Kuelap; el propósito de este diagnóstico fue identificar y analizar la potencialidad de los recursos y atractivos de la zona que abarca los distritos ubicados en la cuenca y sub cuencas del Alto Utcubamba; con el objeto de identificar a los actores y agentes que vienen trabajando en esta actividad, conocer las características del producto turístico, definir los circuitos turísticos y las potencialidades turísticas que ofrece el ámbito geográfico del micro corredor socio económico, identificar los factores limitantes para el desarrollo sustentable del turismo, plantear alternativas de solución a los factores que obstaculizan o limitan el desarrollo de esta actividad, analizar las cadenas de valor que pueden generarse a través de esta actividad turística y conocer la demanda turística; que aunado a la participación activa y coordinada de los actores sociales, agentes de desarrollo y agentes económicos permita establecer y definir estrategias y políticas de acción para lograr el desarrollo sostenible de la actividad turística en este ámbito geográfico. (FONCODES, 2002).

Plan Maestro de Kuelap; en el año 2003 se elabora el Plan Maestro de Manejo y Conservación de Kuelap en virtud al convenio entre PROINVERSION y el Instituto Nacional de Cultura que da los lineamientos base del “*Proyecto de Recuperación y Conservación de la Fortaleza de Kuelap para evitar su Colapso*” y enfrenta las condiciones de emergencia en que se encontraba el monumento por factores de intemperismo, depredación humana y falta de recursos financieros.



Plan Maestro Kuelap, aprobado por el INC, dio como consecuencia la ejecución de cinco etapas de trabajo (2004-2007) que han servido para atenuar y enfrentar de manera exitosa la situación de emergencia de los sectores de mayor importancia. Estos trabajos han sido consecuencia de un conjunto de proyectos interdisciplinarios, aprobados por el INC.

El plan concluye en un conjunto de programas de desarrollo integral del Corredor del Alto Utcubamba, como entorno al Complejo Arqueológico Kuelap e incluye los aspectos de investigación y conservación de los sitios arqueológicos e históricos, protección de las áreas naturales, consolidación de destinos turísticos con sostenibilidad, gestión y capacitación de las poblaciones involucradas, educación, etc.

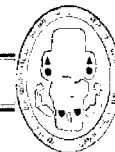
Este plan tiene como objetivo el desarrollo sostenible de doce distritos que conforman la cuenca del Alto Utcubamba, integrando a las comunidades locales, autoridades regionales, provinciales y empresarios privados a través de los talleres realizados.

Involucra el área geográfica de la Cuenca del Alto Utcubamba en el Departamento de Amazonas y tiene como marco el llamado CIRCUITO TURÍSTICO NOR ORIENTAL. (MINCETUR, 2003).

2.3. Realidad Problemática

2.3.1. Planteamiento del Problema

El turismo es la mayor industria del mundo, no solo por el dinamismo de su crecimiento, sino también porque representa más de un tercio del valor total del comercio mundial de servicios. Así el crecimiento de turismo internacional ha sido espectacular: se ha pasado de 25 millones de turistas en el año 1950 a 657 millones de turistas en 1999. Para el año 2010, la Organización mundial del turismo (OMT) estima que llegará a mil millones de turistas internacionales y unos ingresos de 1,5 billones de dólares. (Ugarte, F. 2005. Pág. 13).



Los ingresos por turismo a nivel mundial han venido creciendo a una tasa del 11,2% anual en las últimas cinco décadas, lo que significa el doble del crecimiento de la actividad económica del planeta. En el año 2005 el turismo mundial generó ingresos por un total de US\$723,000 millones y la cifra fue superada en el 2006; representando en América Latina el 3% del Producto Bruto Interno, con solo recibir 122 millones de turistas internacionales que generaron ingresos US\$ 92 000 000 millones, cifra que representa el 12.7% del total de los ingresos mundiales por turismo. (<http://unwto.org/facts/eng/barometer.htm>).

Entre el 2004 y 2011, el turismo internacional creció a un ritmo extraordinariamente superior a la media del 7 % anual, impulsado por el auge de la economía mundial y por la demanda retenida tras los retos vividos del 2001 al 2003. En el año 2005 el número de turistas internacionales alcanzó el récord de 806 millones de personas, cifra que se estima fue superada entre un 4% y 5% en el 2006, es decir, unos 40 millones de personas más decidieron armar sus maletas y salir a conocer el mundo. Según el número de junio del Barómetro de la OMT del Turismo Mundial, los primeros datos del año 2008 parecen indicar una relativa estabilidad del turismo internacional. A pesar de las incertidumbres que plantea la economía mundial, las llegadas de turistas internacionales crecieron en torno al 5 % entre enero y abril del año 2008 en relación con el mismo periodo del año 2007.

Toda una serie de países de destino del mundo entero notificaron índices de crecimiento de dos dígitos en los tres a cinco primeros meses del año 2008, entre ellos los países de Asia y el Pacífico; América; Europa; África y Oriente Medio. Donde Latinoamérica ha registrado un fuerte incremento en el número de turistas captados tanto por América Central como por Sudamérica, y el



organismo espera que la región alcance las 200 millones de llegadas anuales en el 2020. (<http://unwto.org/facts/eng/barometer.htm>).

Sin ser ajeno a las tendencias de este movimiento económico mundial, en el Perú el turismo receptivo, se viene constituyendo en una fuente importante para la generación de divisas, según los datos demostrados por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (*MINCETUR*), los cuales determinan que en el año 20118 ingresaron al país más de 1 948 660 millones de turistas extranjeros, con una variación porcentual del 7.5% respecto al año 2007 (*Ver Anexo N° 01*). Logrando así dejar ingresos por más de US\$ 2 395 000 mil millones, monto mayor en 19.4% respecto al 2007

Pero el turismo no sólo es importante como fuente de divisas; también lo es como elemento generador de empleo y de lucha contra la pobreza dada su naturaleza descentralizada, por lo cual se dice que esta actividad tiene un impacto del 7% en el Producto Bruto Interno del Perú y es el sector de mayor crecimiento del país, siendo regulado y estimulado por la Comisión de Promoción del Perú (*PromPerú*) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (*MINCETUR*). Actualmente el turismo emplea al 10,8% de la población económicamente activa del Perú (*484.000 empleos directos y 340.000 indirectos*). En la actualidad el Perú es uno de los países latinoamericanos con mayor gasto turístico per cápita, con un promedio de US\$ 1,100. Eso se debe a que, por provenir nuestros turistas en un alto porcentaje de Europa; Asia y el Pacífico y América del Norte, tienen mayor poder adquisitivo y por ende mayor capacidad de permanecer más días y gastar montos mayores que los turistas que arriban a la mayoría de los países vecinos. Con tal afirmación el objetivo del *MINCETUR* es



ubicar al Perú entre los diez principales países del mundo en cuanto a ingresos, debido al enorme potencial existente y a la toma de conciencia de la población acerca de la crucial importancia de esta actividad.

(<http://desarrolloperuano.blogspot.com/search/label/turismo>)

Es que los turistas extranjeros; además de visitar la histórica y monumental ciudad de Lima, reconocida como la capital latinoamericana de la gastronomía, y la ciudad arqueológica de Cuzco con su formidable Machu Picchu. También enrumban hacia el Circuito Turístico Norte, el cual está integrado por las Regiones de La Libertad, Lambayeque, Cajamarca y Amazonas; los cuales muestran magníficos atractivos de carácter cultural y natural representados en su biodiversidad y bagaje cultural, convirtiéndose así en uno de los principales circuitos turístico del país, que tiene como objetivo principal elevar la competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas, con el propósito de diseñar y comercializar productos, y fortalecer la gestión del sector, como la sumatoria de elementos que definen el destino turístico. *(Guía CTN. 2007).*

En la región Amazonas, el turismo se encuentra en un estado de introducción; por tal sentido vamos a realizar un diagnóstico del crecimiento turístico de esta parte del país en relación al número de visitantes que recibe y al gasto promedio que estos efectúan a nivel nacional. Los datos estadísticos de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Amazonas (*DIRCETUR-A*), muestran que las llegadas de turistas a nuestra Región crece a una media del 1,5 % debido a que se ha pasado de 166 109 mil turistas en el año 2006 a 168 515 mil en el 2007, estimando que para el 2013 las llegadas de turistas serán de 183 701 mil *(Ver Anexo N° 03)*. De igual manera, las estadísticas del Instituto



Nacional de Cultura de Amazonas (*INC*), muestran que los arribos al complejo arqueológico Kuelap se ha incrementado de 14 703 mil en el año 2007 a 17 396 mil en el 2008; estimando que el número de visitas ha aumentado en un 15.5% (*Ver Anexo N° 04*). Generando así beneficios considerables. En el año 2005 y 2007, el gasto promedio del turista no residente osciló entre, US\$ 900.00 y 1200.00, tan sólo con 12 y 13 noches de estadía. Lo que nos permite analizar que un turista extranjero en nuestro país gasta diario entre US\$ 75 y 92 dólares (*Ver Anexo N° 05*). Sumando a esto, un estudio que realizó PROM PERU en la ciudad de Chachapoyas en Agosto del 2008 considera que un turista nacional, gasta en promedio \$ 154.00 tan solo en un día, aproximando su permanencia de tres a cinco días (*Ver Anexo N° 06*).

Según el Servicio Nacional de Turismo de Chile, la distribución porcentual del gasto turístico, se efectúa de la siguiente manera: el 34.8 % en alojamiento, el 25.5% en compras, el 22.9% en consumo de alimentos y bebidas, el 9.9% en gastos no especificados y el 6.9% restante en transporte interno (*Ver Anexo N° 07*).

Todo este análisis efectuado, muestra con claridad el crecimiento del turismo y sus beneficios generados tanto en el mundo como en nuestro país y por ende en la región Amazonas. Por lo cual es de suma importancia, desarrollar el turismo de una manera profesional, debido a que en el mediano plazo nuestra economía se sustentará en gran medida en el turismo, dadas las limitaciones y bajos niveles de productividad de otros sectores.

Sin embargo a pesar del incremento de visitantes a la región Amazonas y de los beneficios que estos nos dan, las falencias son cada vez más latentes en el desempeño turístico. Todo esto



demostrado con el constante deterioro de los recursos turísticos, la baja calidad en la planta turística, la deficiente infraestructura y la inexistencia de una planificación sostenible de los espacios turísticos, que está trayendo como consecuencia la insatisfacción del turista y la falta de alternativas económicas en las zonas potencialmente turísticas. Lo que genera la no realización plena del poblador, la desigualdad, la aculturación y el desempleo; males que se traducen en baja calidad de vida y desintegración humana. Lo cual se refleja en el nuevo *mapa de pobreza elaborado por FONCODES en el 2006, el cual ubica a Amazonas dentro de las regiones más pobres del país: 37% de la población carece de agua, 17% de desagüe/letrina, 58% de electricidad; además, la tasa de analfabetismo en mujeres es del 19% y la tasa de desnutrición es del 43%. (Ver Anexo N° 08). (<http://www.foncodes.gob.pe/mapapobreza/index.asp>).*

2.3.2. Formulación del problema

¿De qué manera la evaluación del potencial turístico del resto arqueológico Dushac, permitirá promover la participación de la población del distrito de Inguilpata en actividades turísticas para el beneficio económico del 2014?

2.3.3. Justificación del Problema

En las próximas décadas, la humanidad dispondrá de más tiempo libre, de más ingreso, de mejores medios de comunicación, de más y mejores medios de transporte; y al mismo tiempo que las bellezas naturales y los vestigios históricos y culturales alcancen el más alto valor. Todo esto configura, sin lugar a dudas, el siglo del turismo, el cual aumentará su posición económica con el objeto de un intercambio comercial mundial y serán las naciones que mejor conserven su medio ambiente y su personalidad histórica, las que participen de manera plena en los



extraordinarios ingresos económicos del turismo en el futuro. (U.S.M.P. 1997. Pág. 09). Además, el Consejo Mundial de Viaje y Turismo indica que el sector turismo, en general, emplea a uno de cada 10 trabajadores en el mundo, lo que lo convierte en el mayor empleador a escala mundial. Adicionalmente, se estima que por cada empleo directo creado en la industria del turismo, se generan entre 5 a 9 empleos indirectos en otras áreas, incluso para personas con baja calificación. Estas características permiten la generación de empleo en zonas rurales, deprimidas o donde simplemente existen pocas oportunidades. (Ugarte, F. 2005. Pág. 13).

La presente Investigación denominada: “PROPUESTA TURISTICA DEL SITIO ARQUEOLOGICO DUSHAC, DISTRITO DE INGUILPATA, PROVINCIA DE LUYA, DEPARTAMENTO DE AMAZONAS-2014”, ayudará al mejor aprovechamiento de la dotación de capital turístico que posee nuestra región y de formar parte de las oportunidades que muestra el mercado turístico, por otro lado nuestro estudio va a permitirnos dar un aporte al campo turístico el cual se encuentra en constante evolución, al generar nuevos conocimientos acerca de la funcionabilidad de corredores turísticos.

2.4. Hipótesis

La evaluación del potencial turístico del resto arqueológico de Dushac, nos permitirá plantear alternativas para promover la participación de la población del distrito de Inguilpata con nuevas actividades turísticas como alternativa económica al 2014.



2.5. Objetivos

2.5.1. Objetivo General

Plantear alternativas en base a la evaluación del potencial turístico del resto arqueológico Dushac, para promover la participación de la población del distrito de Inguilpata en nuevas actividades turísticas como alternativa económica al 2014.

2.5.2. Objetivos Específicos

- Analizar las potencialidades turísticas del distrito de Inguilpata dentro de la evaluación del potencial resto arqueológico Dushac.
- Identificar actividades turísticas como alternativa económica en el distrito.
- Formular estrategias para el desarrollo turístico de la propuesta turística de Dushac.

III. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Diseño de la Investigación

De acuerdo a su Naturaleza:

Cualitativa.

De acuerdo al fin que persigue:

Descriptiva

De acuerdo al Tiempo en que se capta la Información:

Retrospectiva y Prospectiva.

De acuerdo a la Técnica de Contrastación:

No experimental.

3.2. Material de Estudio

El Potencial turístico de resto Arqueológico de Dushac .

3.3. Población y Muestra

Población: Se ha considerado como población a las personas que radican en Inguilpata.



Muestra: Se ha considerado como muestra al 100% de las potencialidades turísticas del Distrito.

3.4. Métodos, Técnicas, Instrumentos y Procedimientos.

Para alcanzar los objetivos trazados en el presente trabajo de investigación, se procedió de la siguiente manera:

Etapa Preliminar:

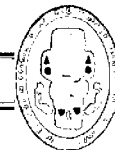
Relacionada con el potencial Turístico del resto Arqueológico de Dushac; en esta etapa se utilizó los métodos **Deductivo – Inductivo**, que permitieron el acopio de información de fuentes secundarias (*bibliográfica e internet*), aplicándose para ello la **técnica del fichaje bibliográfico y textual**; teniendo como instrumentos las fichas que sirvieron para el acopio de la información.

Los datos obtenidos son información relacionada sobre todo con los recursos turísticos del corredor, mismos que sirvieron para su contrastación y respaldo para la información primaria.

En esta primera etapa también se elaboraron los **instrumentos** para ser aplicados en la etapa de campo, estos fueron: **Fichas de Inventario de Recursos Turísticos y Fichas de Registro para los establecimientos de Hospedaje y Restauración**

Etapa de Campo:

Para esta etapa se procedió al acopio de información primaria, aplicando los instrumentos elaborados en la etapa preliminar; para ello se elaboró un cronograma de actividades que permitió un acopio planificado de información tanto de los Recursos Turísticos como de los establecimientos de Hospedaje y Restauración, que se encuentran dentro del área de estudio.



El principal método utilizado dentro de esta etapa fue el método **Etnográfico Descriptivo**, el que nos ha permitido obtener información detallada del potencial turístico aplicando la **técnica de observación directa**, que fue plasmada a través de la técnica del fichaje en los instrumentos pertinentes.

Análisis de la Información:

Radicó en interpretar, cruzar y analizar la información obtenida como resultado del trabajo de campo, proporcionándonos resultados que fueron aplicados en los diversos capítulos del presente informe y en la discusión del mismo.

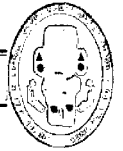
Redacción del Informe Final:

Se fundamentó en la articulación sistemática de la información plasmada en las etapas anteriores y que se encuentran en función al cumplimiento de los objetivos trazados al inicio de la investigación.

En esta etapa se utilizó como base el método **analítico** y la **técnica del fichaje** para recopilar los resultados obtenidos; otro método utilizado en esta etapa es el método **inductivo** que sirvió para la articulación de los resultados que concluyó en la redacción del informe final.

3.5. Análisis Estadístico de los Datos

Para analizar los datos se trabajó con el Software Excel versión 2007; obteniendo tablas de distribución de frecuencia, gráficos y tablas cruzadas o de doble entrada.



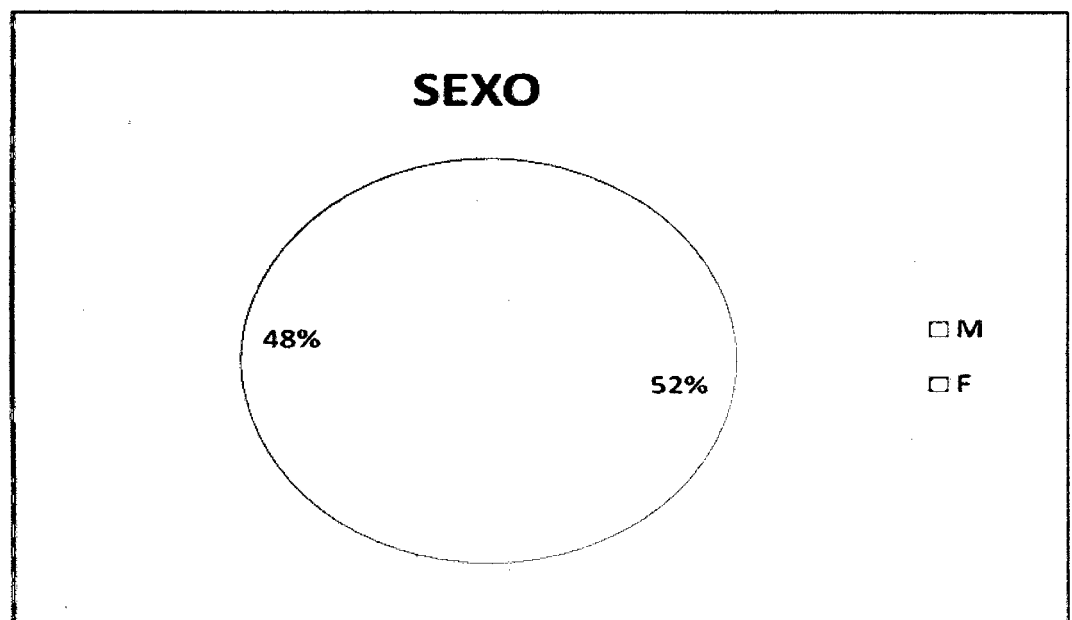
IV. RESULTADOS

4.1. Análisis de la Demanda que visita Inguilpata y el resto Arqueológico de Dushac

Es necesario Conocer y entender las necesidades, deseos y hábitos de consumo de la demanda turística, con la finalidad de que el producto ofrecido supere las expectativas del turista.

A).- CARACTERISTICAS SOCIOECONOMICAS

Grafico N° 1 Distribución de los turistas extranjeros y Nacionales según genero



Fuente. Elaboración propia

La distribución de los Turistas tanto extranjeros como nacionales que visitaron amazonas según género es de la siguiente manera: masculino con un 52% (31) y femenino con un 48% (29) no habiendo mucha diferencia lo que hace suponer que este destino es de preferencia de ambos sexos.

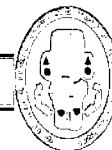
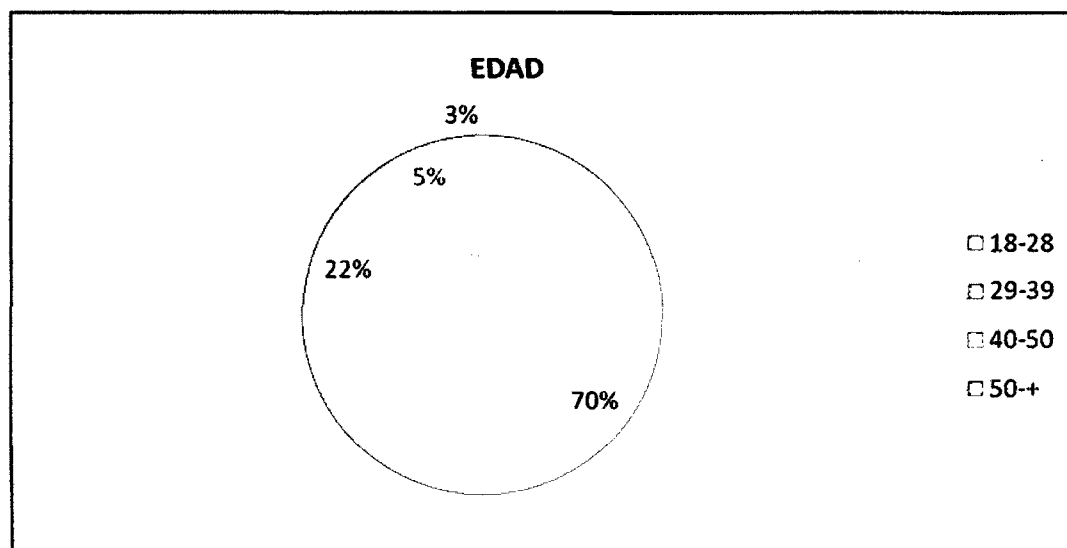


Grafico N° 2 Distribución de los Turistas Extranjeros y Nacionales según Edad

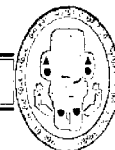


Fuente. Elaboración propia

Según el resultado de la encuesta aplicada a los turistas extranjeros y nacionales para determinar la puesta en valor del atractivo de Dushac y creación de los nuevos circuitos alternativos en Inguilpata y la edad de los que visitan Amazonas, se encuentra distribuida bajo las siguientes escalas: de 18-28 con un 70% (41), de 29-39 con un 22% (12), de 40-50 con 5% (3) y de 50 a + con un 3% (2).

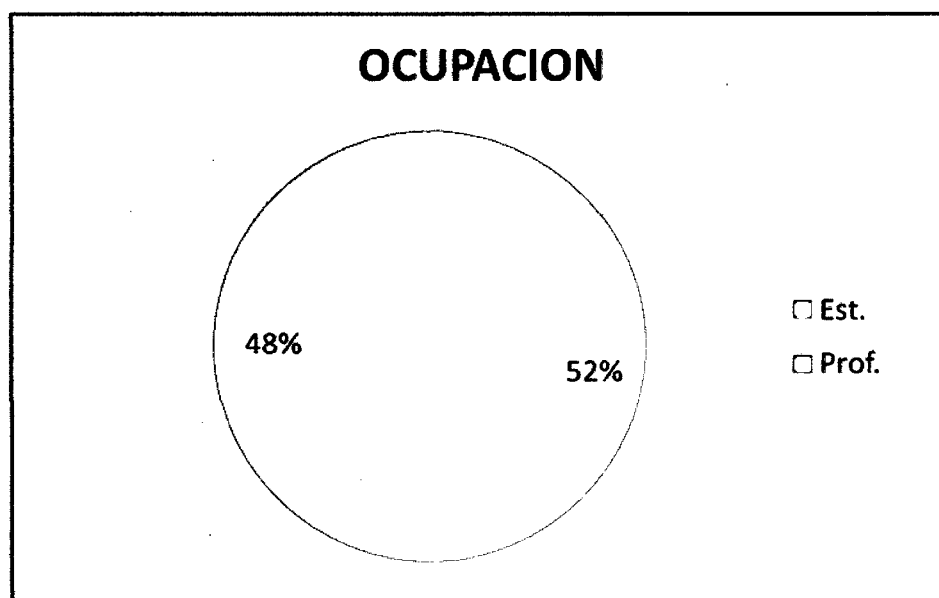
Estos resultados nos dan a entender que la demanda de Turistas tanto extranjeros como Nacionales para el destino de Amazonas es netamente joven que está comprendida entre los 18 a 28 años; esto se debe a diferentes factores como lo son:

- El destino de Amazonas es un elemento alternativo en la oferta turística del Perú ya que los componentes turísticos principales lo constituyen los tradicionales destinos del Sur como los son Arequipa, Cuzco, Puno y Lima que es la puerta de entrada y salida del turismo receptivo.



- La distancia y la Accesibilidad a la mayoría de los atractivos turísticos que se ofertan en el destino Amazonas se convierte en un factor predominante para segmentar a los turistas de su edad; ya que en su mayoría el desplazamiento a estos lugares requiere de mayor esfuerzo físico.
- La planta turística que forma parte de la oferta del destino tiene características bastante particulares que no pueden llegar a satisfacer las necesidades de un turista de tipo egocéntrico que mayormente se encuentra entre la edad de 40 a más y requiere de prestaciones de servicios con altos estándares de calidad, dentro de los parámetros del servicio turístico convencional.

Gráfico N° 3 Distribución de los Turistas Extranjeros y Nacionales según Ocupación

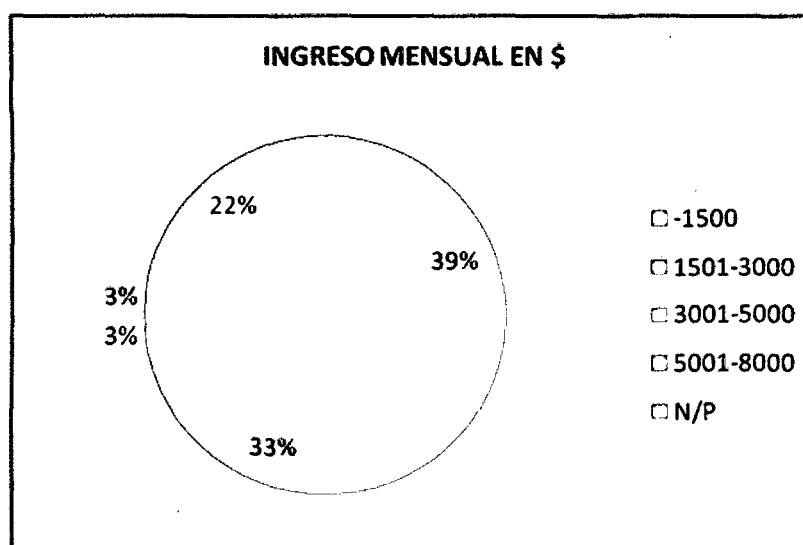


Fuente. Elaboración propia



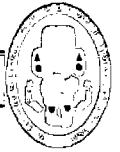
Los turistas Extranjeros y Nacionales encuestados que visitan el destino de Amazonas según su ocupación dio como resultado que él 52% (29) es estudiante, y él 48% (28) son profesionales, haciendo suponer que la mayoría son jóvenes estudiantes que cuentan con disponibilidad de tiempo que les permite planificar una visita al destino Amazonas con un periodo de permanencia mayor a 5 días

Grafico N° 4 Distribución de los Turistas según ingreso Económico Mensual



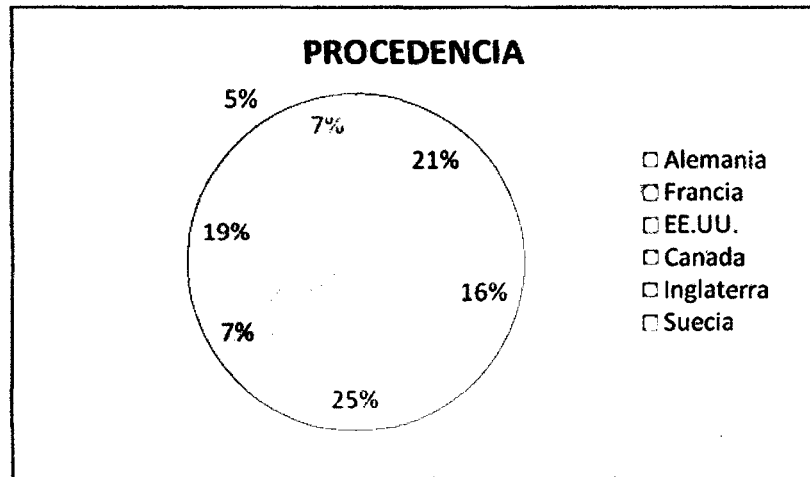
Fuente. Elaboración propia

De los turistas encuestados se obtuvo un resultado del 39% (23) de ellos tienen un ingreso de \$/1500, así como también el 33% (20), obtiene un ingreso de de \$/1500 a 3000, y como otra características el 3% y 5% (2), tiene un ingreso más de \$/3000 a +. Haciendo suponer que si se establecería nuevos circuitos podrían quedarse más tiempo y generas más ingresos para las comunidades o las empresas encargadas del servicio.



B).- CARACTERISTICAS DEL VIAJE

Gráfico N° 5 Distribución de los Turistas según lugar de Procedencia

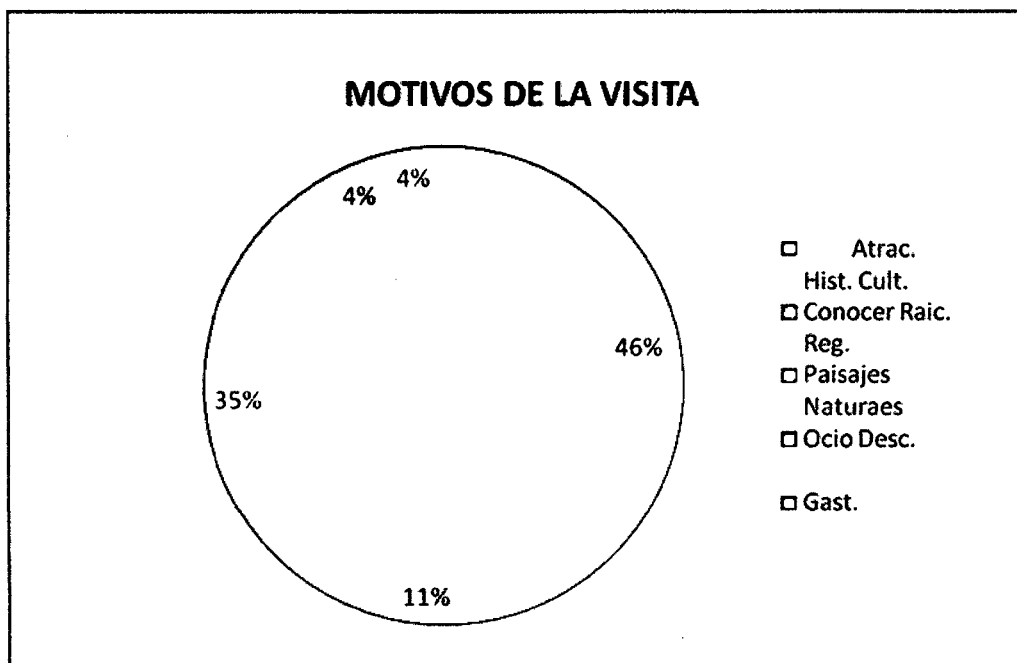


Fuente. Elaboración propia

Los resultados obtenidos y observados en el gráfico N° 5 guardan relación con el perfil del turista extranjero que visita el Perú y donde señala a los países antes mencionado como principales nichos emisores de turistas a nuestro país, dentro de ellos con mayor porcentaje EE.UU. en un 25% ,Alemania en un 21% y Francia en un 16% , quienes se distribuyen a los diferentes destinos que esta Oferta; como es el caso de Amazonas, una nueva alternativa que diversifica la oferta del turismo en el Perú, con atractivos eje como Kuelap y Gocta que generan desplazamiento de turistas.



Gráfico N° 6 Distribución de los turistas según Motivo de Visita



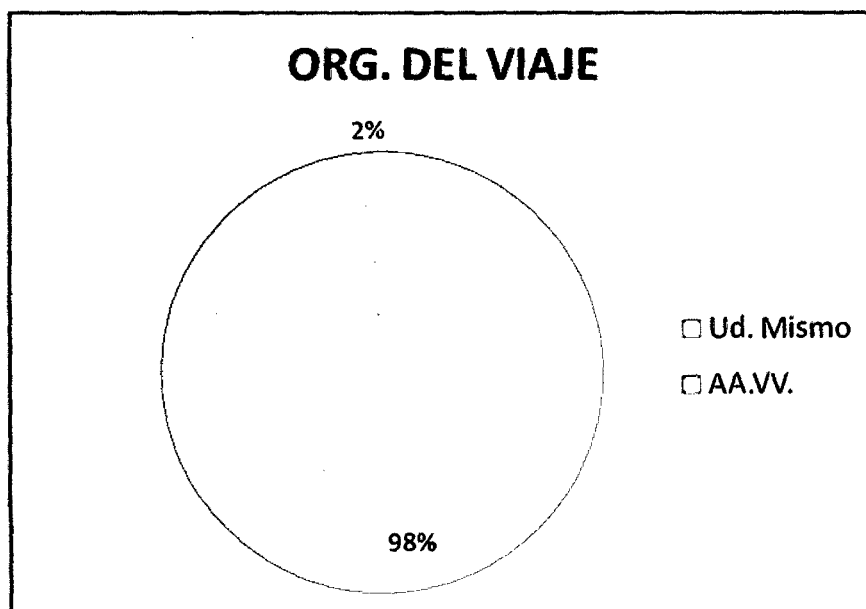
Fuente. Elaboración propia

Se está diversificando la Oferta Turística del Destino que años anteriores se limitaba a la visita de Kuelap, Quiocta y Karajia que se constituían en los principales atractivos de la Región. En la actualidad la apertura de nuevos destinos internos como corredor Chachapoyas- Gocta, el corredor Chachapoyas – Leymebamba – Laguna de los Cóndores y otros destinos internos como Huamanpata en Rodríguez de Mendoza y el de Huaylla Belén y el Gran Vilaya en Luya entre otros motivan a que el turista planifique más de 5 días de permanencia en el destino de Amazonas significando esto mayor oportunidad para quienes se benefician directa e indirectamente de la actividad turística.

Según el gráfico la información obtenida de la encuesta aplicada a los turistas extranjeros el principal motivo de visita lo constituye el turismo arqueológico y cultural con un 46%, (53), seguido de un turismo de paisajes naturales con 35% (40) y un 11% (12) por conocer nuevas culturas regionales dando resultado del análisis que si tuvieran otra alternativa de circuitos diseñados podrían variar en sus gustos y preferencia.

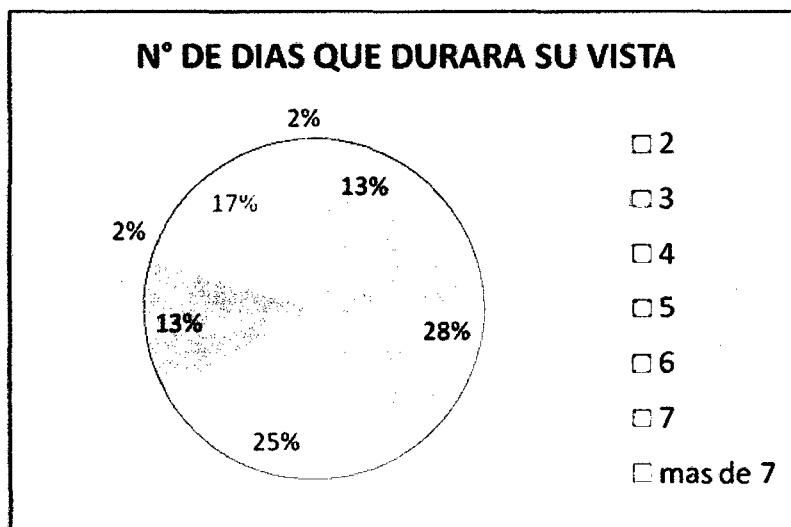


Gráfico N° 7 Distribución de los turistas según Organización del viaje



Fuente. Elaboración propia

El análisis nos da un resultado que en la Organización del viaje, el mismo turista organiza con anticipación su propio traslado como refleja que el 98% (51) preparó el mismo turista y el 2% (1) lo hizo mediante un operadora de servicios. Concluyendo que es necesaria una promoción exhaustiva de los recursos turísticos de Amazonas a nivel internacional y así como también de nuevos circuitos turísticos.

**Gráfico N° 8** Distribución de los Turistas según las Duración de las Visitas

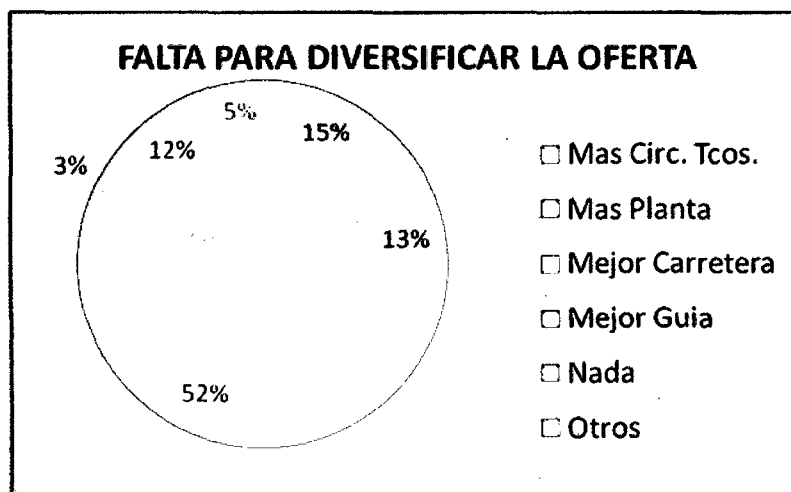
Fuente. Elaboración propia

En el periodo de permanencia de los turistas que visitaron Amazonas predominan los de 3 a 5 días, con un promedio de 28% de 3 días, y con 25% 4 días y con 12% de 2 días haciendo notar que los promedios oscila entre 3 a 4 días de permanencia.



C).- CARACTERISTICAS SEGÚN EL PRODUCTO OFRECIDO

Gráfico N° 9 Distribución de los Turistas según la falta de Diversificación de la Oferta Turística.



Fuente. Elaboración propia

Según las encuestas realizada dio como análisis el resultado que un 52% (35) falta carretera para tener mayor facilidad en el acceso, un 15% (10) más circuitos turísticos con sus respectivas actividades para diversificar la oferta y puedan quedarse por más días en Chachapoyas, y un 13% (9) mejoramiento de falta o la no existencia de planta con servicios elementales, viendo de esta forma que la diversificación de la oferta tendrá como un elemento primordial las carreteras que será parte del común denominador para poder hablar de desarrollo turístico en las comunidades y variar las actividades dadas en ellas.



Gráfico N° 10 Distribución de los Turistas según el Tiempo de permanecer más días

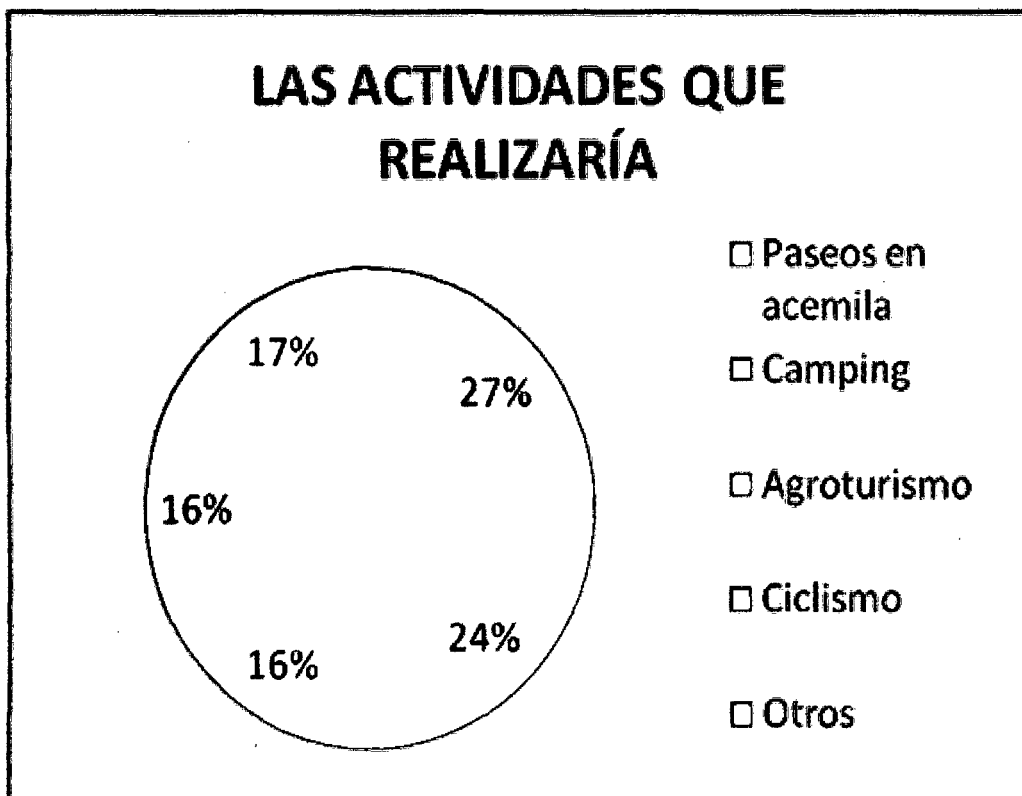


Fuente. Elaboración propia

Dado a las encuestas realizadas a los turistas se analizó que ellos se quedarían por más tiempo si hubiera más alternativas de actividades programadas dando como resultado del análisis lo siguiente que un 87% (52) desearía quedarse y 13% (8) no desearía quedarse, dando como definido que los turistas se quedaría si se diversificaría más circuitos programados y de experiencia en calidad.



Gráfico N° 11 Distribución de los Turistas según las actividades que realizaría

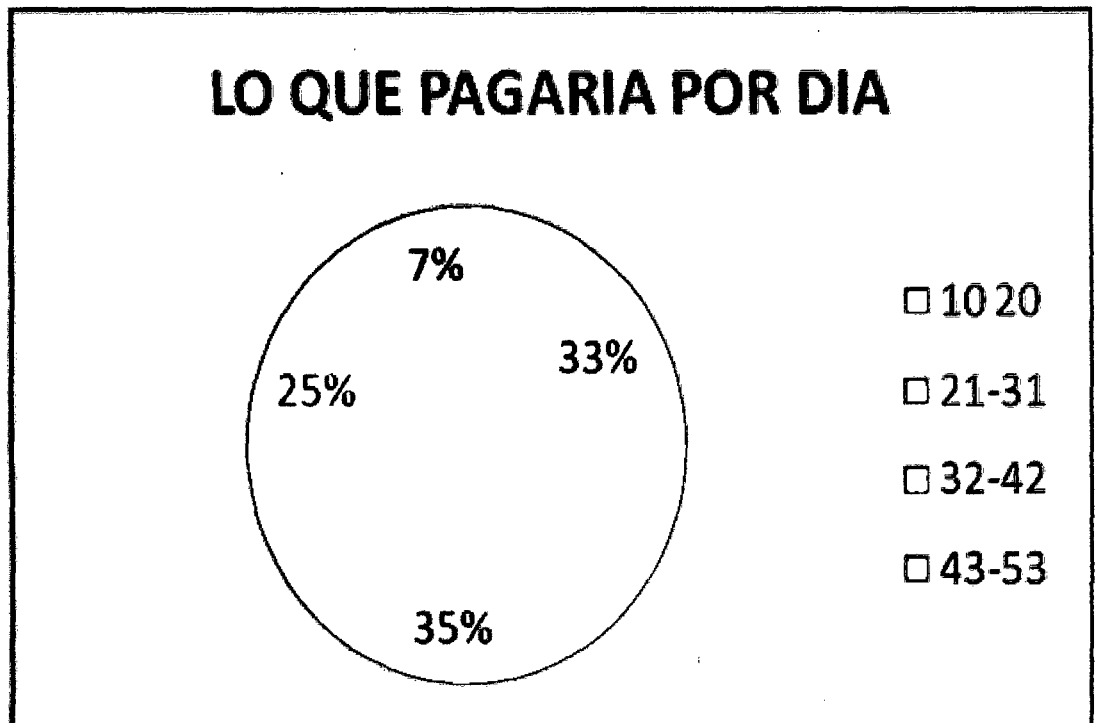


Fuente. Elaboración propia

Según las encuestas realizadas a nuestra demanda para conocer los gustos de que actividades más les gustaría realizar se encontró la siguiente respuesta que un 27% desea el paseo a acémila, un 24% camping, 16% agroturismo así como también un 16% ciclismo, obteniendo de esta muestra perspectivas para la creación de nuevos circuitos con estas alternativas para la diversificación de la oferta en Inguilpata.



Gráfico N° 12 Distribución de los Turistas cuanto pagaría por día

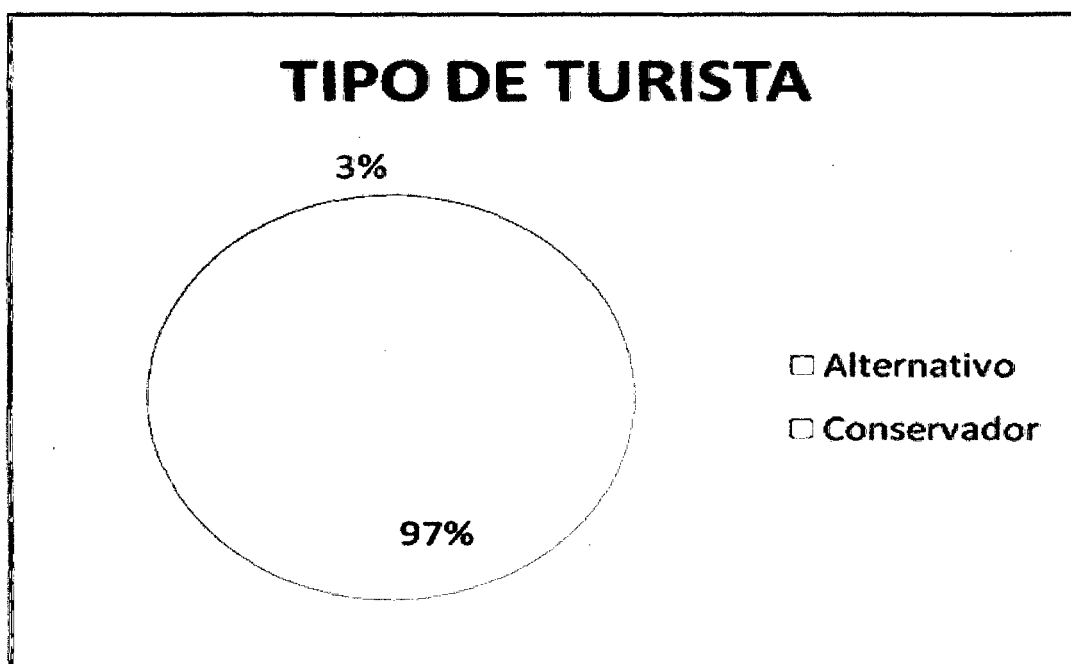


Fuente. Elaboración propia

Si nos damos cuenta en este grafico nos data que los turistas están dispuestas a pagar una cierta cantidad por nuevas opciones en este caso se trata de circuitos alternos teniendo que un 35% estaría dispuesto a pagar de 21 a 31 dólares, así también tenemos que un 33% estaría dispuesto a pagar de 10 a 20 dólares y un 25% de 32 a 42 dólares obteniendo del análisis que el promedio que un turista puede pagar es de 10 a 30 dólares como promedio estándar si esto se basaría en la creación de nuevas actividades y la obtención de nuevas experiencias, dando una ventaja más al distrito de Inaguilpata.



Gráfico N° 13 Distribución de la Demanda según el tipo de turista

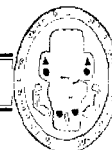


Fuente. Elaboración propia

Con este gráfico podemos dar como análisis que la demanda se caracteriza por ser personas que desean algo nuevo caracterizándose como turistas alternativos, lo cual no hace decidir por nuevas opciones en el desarrollo de circuitos vivenciales y obteniendo de este gráfico que un 97% es turista alternativo y 3% un turista conservador.

4.2. Determinación de Estrategias para la Propuesta Turística de Dushac y el Desarrollo Turístico de Inguilpata .

La determinación de estrategias de desarrollo turístico, va a estar fundamentada en la evaluación del potencial turístico y en el diagnóstico situacional. Estrategias que enmarcan diversas actividades para la intervención en el recurso turístico, en la planta turística, en la infraestructura turística y en la superestructura turística de la puesta en valor del Resto Arqueológico de Dushac y el distrito de Inguilpata.



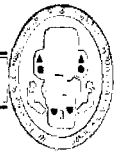
4.2.1. Diagnóstico Situacional del Resto Arqueológico de Dushac.

El Resto Arqueológico de Dushac, en el distrito de Inguilpata, este Recurso turístico que se encuentran en constante deterioro por el bajo nivel de conciencia y educación, por la falta de identidad cultural y sentido de pertenencia, y por desconocimiento del crecimiento turístico y su generación de riqueza en la población, que son factores dados al no percibir todavía los beneficios del turismo en materia económica, cultural y ambiental.

Pero no solamente existen problemas en cuanto al recurso si no también, la infraestructura del distrito presenta limitaciones como: en el abastecimiento de agua que en su mayoría no es potable, en la cobertura de alcantarillado, en la deficiente energía eléctrica, y en el deterioro constante de sus carreteras.

Mientras, que la planta turística o negocios turísticos dentro del margen de influencia turística, son centros de expendio de bienes y servicios de baja calidad y con una infraestructura inadecuada, y el servicio de transporte cubre la ruta en forma indistinta desde la ciudad de Chachapoyas al distrito en mención.

Por último, también hay que reconocer como problema, la escasa coordinación interinstitucional que ha hecho que los esfuerzos en turismo sean aislados, desarticulados y no congruentes debido a que se ignora la magnitud e importancia del turismo; además, la escasa capacidad gerencial de los empresarios, las no asertivas gestiones de desarrollo regional y provincial, la mala interpretación del fenómeno de globalización, la deficiente gestión estratégica, la desequilibrada estructura organizativa, la adopción de recurso humano no calificado y la dirección de inversiones sin una clara orientación para aprovechar las ventajas



comparativas locales; han generado en la población: falta de confianza, escasa participación ciudadana y desarrollo no concertado.

En tal sentido, con el objeto de conocer el diagnóstico potencial del Resto Arqueológico, desarrollamos el siguiente análisis

FODA:

Fortalezas

1. Kuelap icono turístico del nororiente peruano.
2. Chachapoyas centro de distribución turística de la región Amazonas.
3. Existencia de prestadores de servicios afines a la actividad turística.
4. Existencia de recursos turísticos culturales y naturales.
5. Proximidad entre las capitales de distrito que involucra la propuesta.
6. Proximidad de las capitales de distrito hacia sus recursos turísticos.
7. Presencia de similar patrón cultural en los distritos que comprende el corredor.
8. Proyecto de Desarrollo turístico sostenible de las provincias de Chachapoyas, Rodríguez de Mendoza, Luya y Bongará; ejecutado por el Gobierno Regional Amazonas.

Oportunidades

1. La Región Amazonas está incluido en el Circuito Turístico Norte (CTN).
2. Cercanía al paso del corredor comercial bioceánico Norte.
3. Inclusión de los distritos de Levanto, San Isidro del Mayno y Magdalena en el proyecto Capaqñan.



4. Desarrollo de inversiones en infraestructura vial por el gobierno central y otras fuentes en la parte sur de la región (*Mejoramiento de la carretera Tingo – Kuelap y asfaltado de la carretera Cajamarca – Celendín - Balsas*).
5. Existencia de la carrera profesional de Administración en Turismo en la UNTRM para calificar competitivamente a los Recursos Humanos de la región.
6. Desarrollo del circuito binacional Perú – Ecuador.
7. Interés del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo en la Región Amazonas.
8. Interés de fuentes de financiamiento externo en proyectos de desarrollo turístico.
9. Proyecto Telecabinas Kuelap.
10. Intervención de proyectos de cooperación técnica internacional (FIP, JICA, GTZ, AECI, DED).

Debilidades

1. Deficiente calidad de infraestructura de saneamiento básico (*agua, desagüe y alcantarillado*); electrificación, telefonía e internet.
2. Deficiente calidad de servicio en la planta turística.
3. Falta de un inventario turístico especializado por distrito.
4. Mal estado de las vías de comunicación.
5. Dificil acceso a los recursos turísticos.
6. Bajo nivel educativo de los pobladores.
7. Bajo nivel de conciencia turística en la población.
8. Baja valoración de la identidad cultural en los pobladores.
9. Carencia de tratamiento de los residuos sólidos de los distritos.
10. Deterioro constante del patrimonio arqueológico.
11. Falta de ordenamiento territorial en los distritos.



12. Bajo presupuesto del gobierno local para el desarrollo turístico.
13. Deficiente señalización hacia y dentro de los recursos turísticos.
14. Falta de oficinas de información turística dentro de las capitales de Distrito.
15. Falta de proyectos de puesta en valor para la conservación de los recursos culturales y naturales.
16. Falta de proyectos de integración rural.
17. Deficiente información sobre los atractivos turísticos por parte de los operadores turísticos.
18. Centralización de la planta turística en Chachapoyas.

Amenazas

1. Deterioro de los recursos turísticos por factores antrópicos y naturales.
2. La globalización deteriora la identidad local por el mal entendimiento.
3. Presencia de pandemias.
4. Crisis económica internacional.
5. Incremento de la inseguridad en el espacio regional y nacional.
6. Inestabilidad política.



ESTRATEGIAS PARA LA PROPUESTA TURISTICA DE INGUILPATA

INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA:

Estrategia 01: *Mejorar los servicios básicos del Distrito.*

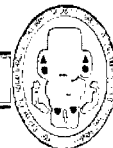
Actividades:

- Potabilizar el agua principalmente en la capital de los distritos.
- Tratamiento de aguas servidas mediante la construcción de posos de oxidación en las capitales de distrito y anexos con mayor población.
- Incremento del alumbrado público tanto en la capital de los distritos como en sus anexos.
- Implementación continua de los centros de salud (*con personal especializado, medicamentos y equipos*).
- Incremento de hasta dos cabinas públicas de teléfono en las capitales de los distritos.
- Mejorar e incrementar el servicio de telefonía móvil (*Claro y Movistar*).
- Elaborar un plan integral de gestión ambiental de residuos sólidos.

Estrategia 02: *Ordenamiento de los centros urbano*

Actividades:

- Elaboración de un plan director de desarrollo urbano en todas las municipalidades.
- Construcción de aceras y escalinatas en las capitales de los distritos.
- Empedrado o asfaltado de las principales calles de las capitales de los distritos y anexos más importantes.
- Conservación, restauración y recuperación del patrón arquitectónico de cada centro urbano de la capital de los distritos.



- Cuidado y conservación de áreas verdes dentro de las localidades.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

Estrategia 03: *Velar por la utilización racional de los recursos naturales y culturales.*

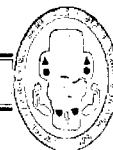
Actividades:

- Recuperación y restauración para la conservación de los bienes culturales tangibles priorizados por cada distrito.
- Investigación para ampliar el conocimiento acerca de la conservación de los bienes culturales intangibles por cada distrito.
- Investigación para ampliar el conocimiento sobre conservación y uso sostenible de la biodiversidad de acuerdo a una zonificación por cada distrito.

Estrategia 04: *Fortalecimiento de la identidad cultural.*

Actividades:

- Incrementar la interpretación cultural en todos los distritos.
- Propiciar la recuperación de actividades folklóricas de cada distrito.
- Sensibilizar y concienciar a los pobladores de cada distrito en temas de autoestima colectiva y sentido de pertenencia.
- Dar espacio a temas de identidad y turismo dentro de la estructura curricular escolar de los centros de educación de cada distrito.
- Fomentar las relaciones interculturales de los pobladores de cada distrito y/o centro poblado.



PLANTA TURÍSTICA

Estrategia 05: *Propiciar la búsqueda de la competitividad.*

Actividades:

- Incidir en programas de capacitación y asistencia técnica en gestión empresarial y calidad de servicio a los emprendedores de cada distrito.
- Fomentar la asociatividad comunal en cada distrito.
- Educar en materia de turismo a los empresarios turísticos identificados en el corredor.
- Implementación de talleres para el desarrollo artesanal utilizando técnicas y diseños con autenticidad y originalidad en cada distrito.
- Programa de fortalecimiento para agentes involucrados en el turismo a través de la concertación entre sector público y privado de todo el corredor.
- Fomentar las buenas prácticas en atención al cliente en los prestadores de servicio de cada distrito.
- Ampliar los conocimientos en innovación y diversificación de la actividad turística.

SUPERESTRUCTURA TURÍSTICA

Estrategia 06: *Políticas de Gestión Turísticas.*

Actividades:

- Elaborar un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible, por distrito.
- Elaborar un Plan de contingencia en cada distrito.
- Crear una oficina reguladora de la actividad turística dentro de las municipalidades distritales.



Estrategia 07: Seguridad Ciudadana.

Actividades:

- Gestión para la implementación y apertura de oficinas de la policía de turismo y ecología en puntos estratégicos del corredor.
- Creación, implementación y funcionamiento de rondas vecinales o campesinas por distritos.

Estrategia 08: Promoción del Distrito y el potencial turístico del Resto Arqueológico de Dushac en Mercados Preestablecidos.

Actividades:

- Elaboración de un Plan de Marketing turístico para el corredor.
- Elaboración de portales municipales en la web.
- Elaboración de guiones turístico de los atractivos más visitados dentro del corredor.
- Elaboración de circuitos turísticos por distritos y por todo el corredor.
- Instalación de una oficina de información y control de flujo turístico dentro de los centros de interpretación turística propuestos.
- Participación en ferias regionales, nacionales e internacionales de turismo y artesanía por parte de las municipalidades y/o asociaciones identificadas.
- Elaboración y lanzamiento de documentales turísticos por parte de las municipalidades.



V. DISCUSIONES

Los Actividades Turísticas son parte de una alternativa secundaria para mejorar la economía de las poblaciones basadas en sus actividades económicas principales además hablamos también de los corredores que están inmersas y que son vías que se utilizan para aprovechar de mejor manera la dotación de capital turístico que posee un destino y formar parte de las oportunidades que muestra el mercado turístico. Constituyen la red de carreteras y caminos a través de los cuales se desplazan los flujos turísticos para cumplir itinerarios, encontrándose dentro de ellos servicios complementarios como Restaurantes y Hospedajes, enmarcados dentro de los lineamientos para la prestación de servicios turísticos. *(Boullon, R. 2004. Pág. 81)*. Esto se sustenta con otros especialistas que manifiestan, que los corredores son el eje de comunicación entre dos o más centros turísticos, que presenta en esquema longitudinal un alineamiento de instalaciones turísticas”. *(N. Valencia. 1977. Pág. 79)*.

El potencial Turístico para poder determinar es necesario haber jerarquizado y determinado el interés de su capacidad turística es decir el interés que se utilizara para poder hacer los nuevos circuitos. Por lo que decimos, que las propuestas turísticas enfocadas en la planificación turística actúan uniendo áreas y zonas turísticas o están inmersas dentro de ellas; su punto de origen en algunas veces es igual a su punto de llegada; sobre los corredores se desarrollan las rutas, sobre las rutas los circuitos y sobre estos últimos se elaboran los itinerarios. Además los corredores deben presentar recursos turísticos diversos en cuanto a clasificación, catalogación y jerarquización, para lo cual primeramente se debe evaluar el potencial turístico existente. Según *Jafari* la “Evaluación de los Recursos”; alude al proceso en el que se determina el valor de diversos recursos para su uso en el ámbito del turismo, y constituye un componente importante de la planificación y el desarrollo de esta actividad, también considera que dentro de la evaluación de los recursos turísticos se enmarcan los atractivos y la planta turística.



Es por ello, que la evaluación del potencial turístico del resto arqueológico de Dushac , permite conocer que:

Que el potencial turístico de Inguilpata esta basado en la planificación turística desde el inventario, y la jerarquización del mismo recurso dando prioridad a que esta se vuelva un producto turístico competitivo, lo cual hemos planteado estrategias enfocadas al recurso turístico, a la infraestructura turística, a la planta turística y a la supraestructura turística, elementos del sistema turístico que desarrollados de manera equilibrada y paralela ayudaran a la consolidación la propuesta del resto arqueológico Dushac.

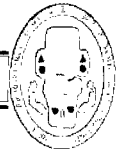
En función a todo esto consideramos que la propuesta turística en el distrito de Inguilpata presenta atractivos turísticos diversos pero el que tiene más jerarquía es el resto arqueológico de Dushac; el cual nos permite demostrar que es posible la interacción de actividades turísticas convencionales y no convencionales dentro de un mismo espacio geográfico; donde las comunidades dedicadas a actividades socioeconómicas ancestrales, toman alternativas económicas, culturales y ambientales lo que permitirá desarrollar un modelo de turismo comunitario aplicable a la realidad.



VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones:

- La Propuesta Turística en el distrito de Inguipata, es una Propuesta de actividades potencialmente turístico y su desarrollo está en función al turismo cultural, que en un mediano plazo se puede diversificar a través del turismo rural comunitario, debido a la presencia de otros recursos turísticos distribuidos en el distrito.
- La propuesta Turística para el distrito de Inguilpata, es el principal eje de desarrollo de la actividad económica.
- Dentro de la Propuesta Turística del Distrito de Inguilpata se podrán ejecutar Negocios Turísticos donde se han propuesto en función a la evaluación de las potencialidades turísticas y al diagnóstico situacional de la misma proponiendo también un corredor Turístico, donde proponemos mejorar los ya existentes y crear algunos según necesidad mediata.
- Las Instituciones Tutelares de la Conservación del Patrimonio Cultural (*INC*) y del patrimonio Natural (*INRENA*) y otras, están ausentes en las comunidades involucradas dentro de la propuestas Turísticas del distrito.



6.2. Recomendaciones:

- Realizar un inventario de los recursos turísticos del distrito de Inguilpata con un equipo técnico especializado, para determinar el grado de importancia de cada uno de ellos y la mediata intervención para su conservación y venta.
- Desarrollar la actividad turística dentro de la Propuesta potencial para Inguilpata en función al Resto arqueológico de Dushac por ser icono turístico del distrito. Donde los demás recursos del llamado corredor corroboraren como atractivos complementarios para dinamizar la oferta turística, incrementando de esta manera los días de estadía del turista y el beneficio económico.
- La propuesta de Desarrollo Turístico , depende de la intervención de los sectores públicos y privados, y del aprovechamiento de las oportunidades que se nos presentan.
- Las autoridades del distrito de Inguilpata o los entes involucrados en la propuesta , deben hacer alianzas para evaluar y consolidar las actividades de cada estrategia planteada en este informe; porque ejecutadas de manera conjunta se minimiza el gasto y se genera mayor resultado.
- La población debe conocer, que en el turismo existen beneficiarios directos y beneficiarios indirectos debido a que el turismo es una actividad económica alternativa.
- Las municipalidades deben desarrollar la actividad turística de manera planificada, para brindar las condiciones necesarias al inversionista local y al inversionista externo.



- Realizar un estudio de mercado por cada idea de negocio para determinar su Beneficio – Costo.
- Intervención en forma progresiva, para la puesta en valor de los atractivos turísticos a través de alianzas estratégicas.



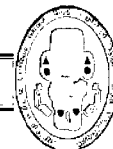
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Libros:

- CHAN, Nélida. (1994). *Circuitos Turísticos: Programación y Cotización*. Segunda Edición. Buenos Aires – Argentina.
- BOULLON, Roberto C. (2004). *Planificación del Espacio Turístico*. Cuarta Edición.
- JAFARI, Jafar. (2000). *Enciclopedia del Turismo*. Editorial Síntesis. España – Madrid.
- UGARTE, Félix Ascensión. (2005). *Turismo Sostenible en el Perú, Planificación, Gestión y Desarrollo*. Editorial Universitaria. Perú.
- Universidad, San Martín de Porres. (1997). *Investigaciones en Turismo*. Editora Logos E.I.R.L. Perú.
- MONTANER MONTEJANO, Jorge. ANTICH CORGOS, Jordi. ARCARONS SIMÓN, Ramón. (1998). *Diccionario de Turismo*. Editorial Síntesis. España – Madrid.
- LEXUS (2007). *Turismo, Hotelería y Restaurantes*. Lima – Perú.

Investigaciones, Manuales y Guías:

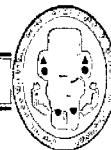
- MALDONADO, Carlos. Oficina Internacional del Trabajo – OIT. (2006). *Manual de Negocios Turísticos con Comunidades – NETCOM*.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR. (2008). *Manual para la Formulación del Inventario de Recursos Turísticos a Nivel Nacional*.
- Ing. SOPLA BACALLA, Humberto– FONCODES. (2002). *Diagnostico Situacional de la Actividad Turística en el Micro Corredor Socioeconómico Kuelap*.
- CORREA ÁLAMO, Rossana. CHÁVEZ RODRÍGUEZ, Jorge. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR. (2003). *Plan Maestro de Kuelap*.
- Proyecto CTN. (2007). *Guía Para La Gestión del Uso Público de los Atractivos del Circuito Turístico Nororiental. Cajamarca – Perú*.



- Proyecto CTN. (2007). *Manual CTN de Buenas Prácticas Para un Turismo Sostenible y Calidad de los Servicios. Perú.*
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR. (2006). *Manual Para la Formulación del Inventario de Recursos Turísticos a Nivel Nacional.*

Páginas Web:

- Mapa de Pobreza. Disponible en:
<http://www.foncodes.gob.pe/mapapobreza/index.asp>.
- Corredor turístico y Ecológico en Merlo. Disponible en:
<http://www.terra.com.ar/canales/turismo/129/129316.html>
- “Los Corredores Turísticos en la Patagonia”/Argentina; Disponible en:
<http://www.portalpatagonico.com/patagonia/corredores/index>
- Corredor Urbano Colón - Pedro Loza / México. Disponible en:
<http://www.cideu.org>.
- Estudio de Potencialidad del Corredor Turístico Tucumán-Catamarca / Argentina. Disponible en:
http://2016.turismo.gov.ar/wp_turismo/?cat=4
- Corredor Turístico. Disponible en:
http://es.geocities.com/itaca_peru/vocabularioturistico.htm.
- Recurso Turístico. Disponible en:
http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/Manual_de_Inventario_completo.pdf
- Evaluación. Disponible en: *Microsoft Encarta - 2008.*
- <http://www.andina.com.pe>.
- <http://unwto.org/facts/eng/barometer.htm>
- <http://www.mincetur.gob.pe/newweb>.
- <http://desarrolloperuano.blogspot.com/search/label/turismo>
- http://www.turismo-responsable.org/Investigacion_debate/0706_turismorural.html



VIII. ANEXOS





Anexo N° 01:

PERÚ: INGRESO TRIMESTRAL DE DIVISAS GENERADO POR EL TURISMO RECEPTIVO, 2002-2008									
(Millones de US\$)									
Trimestre	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008 P	Variación Porcentual (%) 2007:2006	Variación Porcentual (%) 2008:2007
I Trim	198	232	277	328	412	456	562	10,6	23,4
II Trim	198	241	291	342	426	467	574	9,8	22,7
III Trim	232	285	339	405	489	557	671	14,1	20,4
IV Trim	209	265	324	364	449	526	589	17,3	11,8
Total	837	1 023	1 232	1 438	1 775	2 007	2 395	13,1	19,4

Nota: Incluye los rubros Viajes y Transporte de pasajeros
Fuente: Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) - Nota Semanal N° 06 del 27 de febrero 2009
Elaboración : MINCETUR/VMT-OGFT, OGIE
Última actualización: 02 de marzo 2009

Fuente: MINCETUR

Anexo N° 02:

PERÚ: LLEGADA MENSUAL DE TURISTAS EXTRANJEROS, 2002 - 2008									
Mes	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Variación Porcentual (%) 2007:2006	Variación Porcentual (%) 2008:2007
Enero	81 451	83 897	99 631	117 299	134 167	146 761	169 682	9,4	15,6
Febrero	80 838	84 396	103 100	119 207	140 711	150 842	174 464	7,2	15,7
Marzo	80 986	79 796	97 422	117 883	133 936	150 220	158 876	12,2	5,8
Abril	69 198	75 358	92 825	106 977	128 006	132 263	147 678	3,3	11,7
Mayo	78 124	78 184	92 451	111 260	124 544	132 703	155 192	6,6	16,9
Junio	80 889	85 687	103 359	115 102	128 970	146 447	165 287	13,6	12,9
Julio	101 022	112 259	137 313	150 156	159 916	179 901	198 686	12,5	10,4
Agosto	92 711	103 683	114 252	138 564	143 089	159 368	177 861	11,4	11,6
Setiembre	80 041	87 240	100 636	124 549	132 223	146 760	156 322	11,0	6,5
Octubre	82 327	86 748	109 098	127 149	134 191	150 202	152 640	11,9	1,6
Noviembre	80 862	90 501	105 484	120 209	130 529	152 727	134 510	17,0	-11,9
Diciembre	89 179	101 768	121 068	138 147	144 463	164 190	157 462	13,7	-4,1
Total	997 628	1 069 517	1 276 639	1 486 502	1 634 745	1 812 384	1 948 660	10,9	7,5

Fuente: MININTER - Dirección General de Migraciones y Naturalización (DIGEMIN)
Elaboración: MINCETUR/VMT-OGFT, OGIE
Última actualización: 09 de marzo 2009

Fuente: MINCETUR



Anexo N° 03:

FLUJO TURÍSTICO DE LOS ULTIMOS AÑOS Y SU PROYECCION										
REGIÓN	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
AMAZONAS	108743	133272	166109	168515	170956	173432	175944	178493	181078	183701

Fuente: MINCETUR / DIRCETUR-AMAZONAS

Anexo N° 04:

AMAZONAS: LLEGADA DE VISITANTES AL COMPLEJO ARQUEOLÓGICO DE KUELAP, ENERO 2001 - MARZO 2009																											
Mes	2001			2002			2003			2004			2005			2006			2007			2008			2009		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero			
Enero	788	648	110	770	671	99	610	546	64	645	574	71	725	596	129	795	626	169	920	738	182	1 227	888	339	1 153	732	421
Febrero	406	351	55	329	247	82	393	340	43	585	519	66	563	429	134	653	499	154	480	358	122	764	544	220	950	632	318
Marzo	258	194	64	241	154	87	277	198	79	404	327	77	445	356	89	269	170	99	459	227	232	726	437	289	474	264	210
Abril	229	148	81	329	234	95	530	436	94	452	370	82	354	206	148	414	238	176	591	393	198	273	124	149			
Mayo	272	182	90	307	195	112	304	204	100	531	402	129	524	362	162	705	478	227	710	408	302	1 069	595	474			
Junio	310	177	133	376	282	94	597	445	152	450	308	142	693	495	198	626	317	309	952	643	309	890	559	331			
Julio	958	716	242	971	773	198	1 308	1 035	273	1 755	1 492	263	867	607	260	1 669	1 193	476	2 034	1 122	912	1 975	682	1 293			
Agosto	1 428	1 162	266	1 584	1 368	216	1 285	1 011	244	1 395	1 105	290	1 552	1 206	346	1 497	890	607	2 664	1 942	722	3 553	2 797	756			
Setiembre	588	458	100	938	803	135	1 024	816	208	1 090	922	168	856	651	205	1 441	1 044	397	1 431	1 012	419	1 207	846	361			
Octubre	742	616	126	1 133	994	139	784	612	172	764	599	165	1 066	738	328	1 613	1 260	353	1 448	1 110	338	1 856	1 310	546			
Noviembre	869	802	67	841	758	83	1 424	1 292	132	1 157	1 007	150	1 003	859	144	1 028	822	206	2 169	1 772	397	2 385	2 075	310			
Diciembre	481	423	58	1 118	992	126	1 320	1 194	126	846	766	80	825	718	107	1 275	1 114	161	845	737	108	1 471	1 146	325			
Total	7 289	5 877	1 392	8 937	7 471	1 466	9 816	8 129	1 687	10 074	8 391	1 683	9 473	7 223	2 250	11 985	8 651	3 334	14 703	10 482	4 241	17 396	12 003	5 393	2 577	1 628	949

Nota: El Complejo Arqueológico de Kuelap es conocido también como: "Fortaleza de Kuelap".

Fuente: Instituto Nacional de Cultura (INC) Amazonas

Elaboración: MINCETUR/VMT-CORPIT, OGLE

Con información disponible al 12 de mayo 2008

Fuente: MINCETUR

Anexo N° 05:

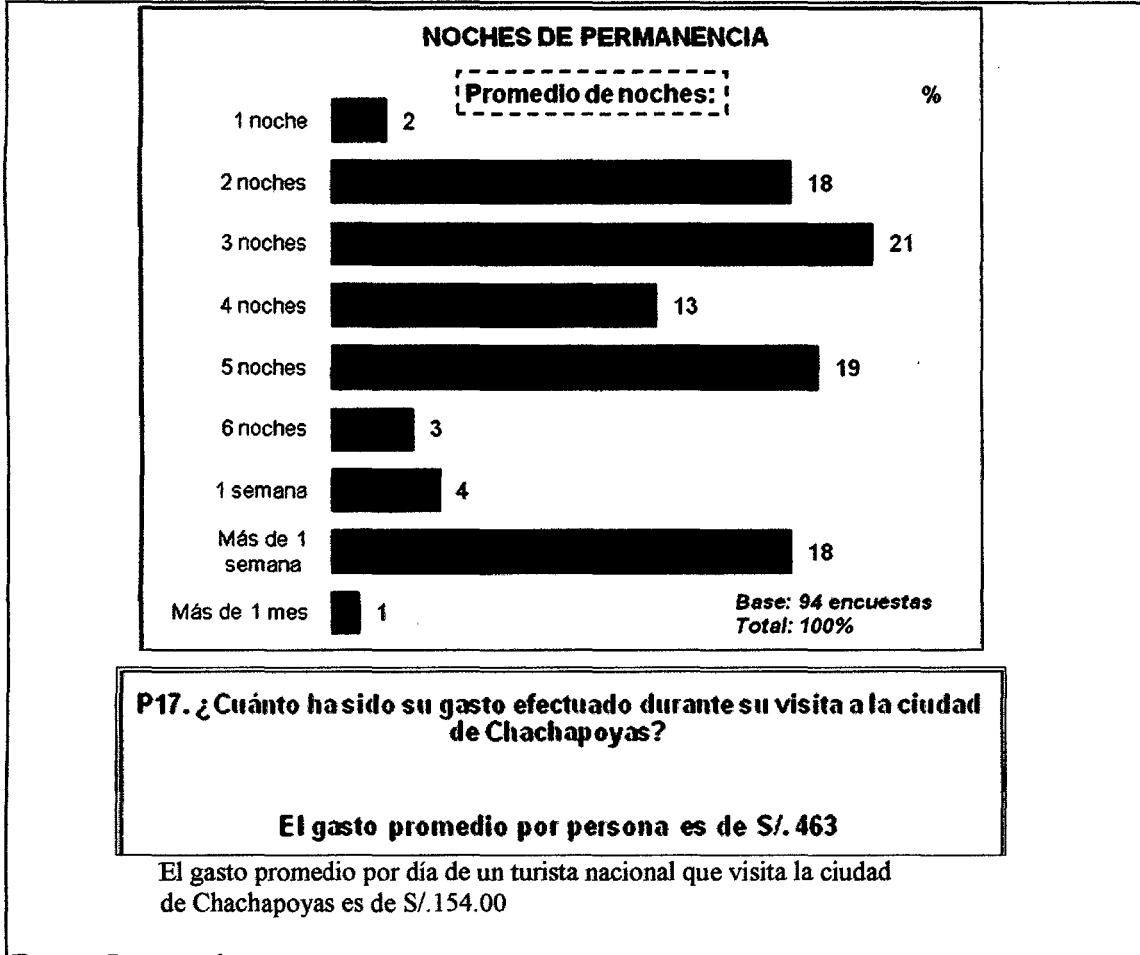
PERÚ: TURISMO RECEPTIVO, 2005 - 2007 EXTRANJEROS NO RESIDENTES

Indicadores	2005	2006	2007
Gasto promedio por turista (US\$)	913	1 114	983
Permanencia promedio (noches)	13	13	12

Nota : PROMPERU no dispone de cifras del Gasto y Permanencia para el año 2004.
Los años 2005 y 2006 son datos obtenidos a partir de los Perfiles del Turista Extranjero.
Fuente: PROMPERU - Perfil del Turista Extranjero 2005 - 2007
Elaboración : MINCETUR/VMT-OGIFT, OGIE

Fuente: MINCETUR

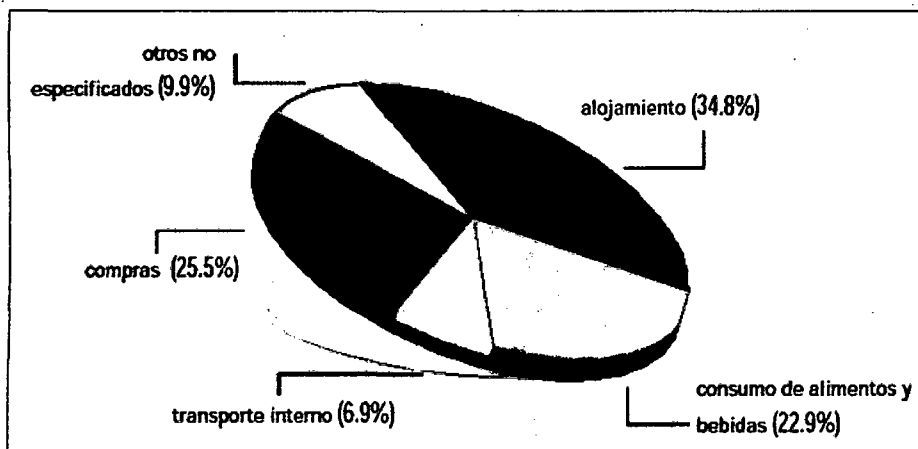
Anexo N° 06:



Fuente: Prom Perú

**Anexo N° 07:**

Distribución Porcentual del Gasto Turístico.

*Fuente: Servicio Nacional de Turismo de Chile***Anexo N° 08:****Mapa de Pobreza de Amazonas**

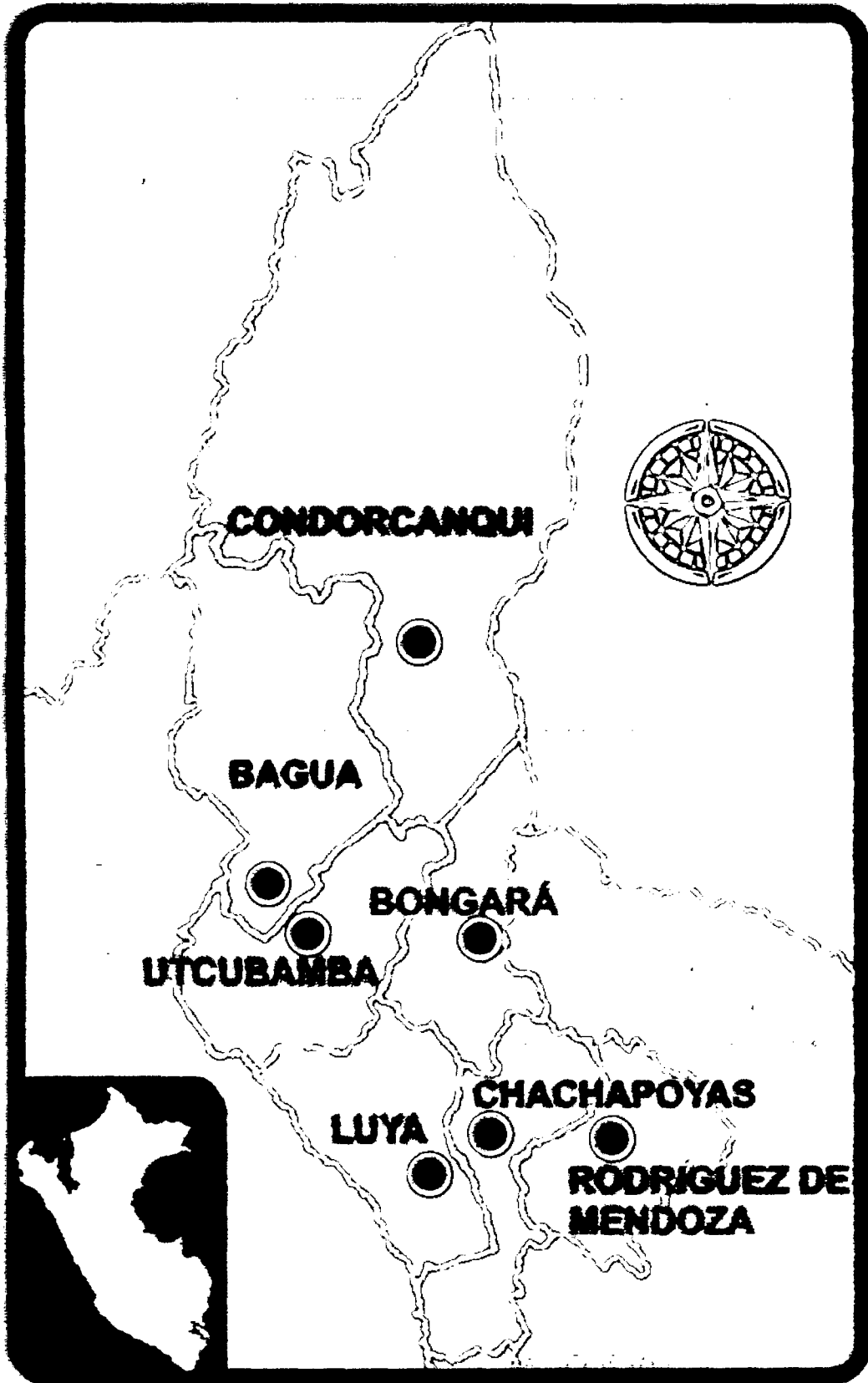
INDICADORES	
Población 2005:	389,700
Índice de Carencias	0,7816
Quintil del Índice	1
% de población sin:	
- Sin Agua (%)	37 %
- Sin Desagüe (%)	17 %
- Sin Electricidad (%)	58 %
Analfabetismo mujeres(%)	19 %
Niños de 0 a 12 años (%)	34 %
Desnutrición Año 1999 (%)	43 %
PNUD-Índice de Desarrollo Humano	0,5535

*Fuente: Censo de Población y Vivienda 2005- INEI, Censo de Talla Escolar 1999 – MINEDU
Elaboración: FONCODES/UA-Sistemas*



Anexo N° 12:

Mapa Político de la Región Amazonas



Fuente: Elaboración Propia



Anexo N° 13:

Recursos Turísticos del Dist. de Inguilpata, Prov. Luya

N°	NOMBRE DE REC.	CATEG.	TIPO	SUBTIPO	DIST.	PROV.	DEP.
01	Tabacal	Manifestaciones Culturales	Sitio Arqueológico	EDIFICACIONES (Templos, Fortalezas, Plazas, Cementerios, etc.)	Inguilpata	Luya	Amazonas
02	Dushac	Manifestaciones Culturales	Sitio Arqueológico	EDIFICACIONES (Templos, Fortalezas, Plazas, Cementerios, etc.)	Inguilpata	Luya	Amazonas
03	Potreriillo	Manifestaciones Culturales	Sitio Arqueológico	Pinturas Rupestres	Inguilpata	Luya	Amazonas
04	Fiestas Patronales Santa Rosa	Acontecimientos Programados	Fiestas	Fiestas Patronales	Inguilpata	Luya	Amazonas
05	La Enfermedad del Purunmacho	Folclore	Creencias Populares	Leyendas	Inguilpata	Luya	Amazonas
06	Conserva de Chiclayo	Folclore	Gastronomía	Dulces Típicos	Inguilpata	Luya	Amazonas
07	Purtumote	Folclore	Gastronomía	Platos Típicos	Inguilpata	Luya	Amazonas
08	Cuy Con Papas	Folclore	Gastronomía	Platos Típicos	Inguilpata	Luya	Amazonas
09	Guarapo	Folclore	Gastronomía	Bebidas Típicas	Inguilpata	Luya	Amazonas
10	Chuchuhua si	Folclore	Gastronomía	Bebidas Típicas	Inguilpata	Luya	Amazonas



Anexo N° 14:

Fotos del Sitio Arqueológico

