

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**



**PLANIFICACION ESTRATEGICA PARA EL FOMENTO DEL DESARROLLO  
TURISTICO SOSTENIBLE CULTURAL DEL DISTRITO DE PUCARA, 2016**

**TESIS**

**PRESENTADA POR:**

**Bach. HILDA QUISPE CALSINA**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADO EN TURISMO**

**PUNO – PERÚ**

**2017**

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

TESIS

PLANIFICACION ESTRATEGICA PARA EL FOMENTO DEL DESARROLLO  
TURÍSTICO SOSTENIBLE CULTURAL DEL DISTRITO DE PUCARA, 2016

PRESENTADA POR:

Bach. HILDA QUISPE CALSINA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN TURISMO



FECHA DE SUSTENTACIÓN: 24 DE NOVIEMBRE DEL 2017

APROBADA POR:

PRESIDENTE

: .....  
Lic. JAIME HUARACHA VELASQUEZ

PRIMER MIEMBRO

: .....  
M.Sc. ROSARIO MARIA MIRANDA MAMANI

SEGUNDO MIEMBRO

: .....  
M.Sc. LUCRECIA NINA CARITA

DIRECTOR / ASESOR

: .....  
M.Sc. ADRIAN QUISPE ESCOBAR

Área : Desarrollo turístico Regional  
Línea: Planificación Estratégica

## DEDICATORIA

A ti mi Dios que me diste la oportunidad de vivir y por haberme permitido llegar hasta este punto, proporcionándome salud para lograr mis objetivos.

A mis padres Graciela y Valentín por su apoyo incondicional todo este tiempo, mil gracias por ser un ejemplo de trabajo, esfuerzo y dedicación.

A mis hermanos Vitoria, Marcelina, Pedro, Marcial, Yola, Oreste, Daniel, Olga, Cristina, por su apoyo, orientación y compartir los mejores momentos.

## AGRADECIMIENTOS

A la Escuela Profesional de Turismo de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno. Por cobijarnos en sus aulas estos cinco años de formación.

A los docentes de la escuela profesional de turismo por ser parte de este proceso integral de formación profesional, por su paciencia y comprensión en las aulas, mi cariño, respeto y admiración para cada uno de ellos.

A mis amigas, Karina, Celia, Martha, Danira, Dulfa y Elizabeth que gracias a su apoyo, hicieron de esta experiencia una de las más especiales.

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
RESUMEN .....	11
ABSTRACT.....	12
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>13</b>
1.1    Planteamiento del problema.....	13
1.2    Formulación del problema general.....	14
1.2.1    Formulación de los problemas específicos.....	14
1.3    Hipótesis de la investigación.....	14
1.3.1    Hipótesis general .....	14
1.3.2    Hipótesis específicos .....	14
1.4    Justificación de la investigación.....	14
1.5    Objetivos de investigación .....	15
1.5.1    Objetivo general .....	15
1.5.2    Objetivos específicos.....	15
<b>CAPÍTULO II</b>	
<b>REVISIÓN DE LITERATURA .....</b>	<b>16</b>
2.1    Marco teórico .....	16
<b>CAPÍTULO III</b>	
<b>MATERIALES Y MÉTODOS .....</b>	<b>40</b>
3.1    Tipo y diseño de investigación.....	40
3.2    Población y muestra de investigación .....	40

3.3	Técnicas y e instrumento de recolección de datos .....	41
-----	--	----

## CAPÍTULO IV

<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>42</b>
-------------------------------------	-----------

4.1	La utilización de la planificación estratégica como una herramienta para el fomento del desarrollo turístico sostenible cultural por las instituciones directas e indirectas del turismo del distrito de pucara. ....	42
-----	---	----

4.2	La planificación estratégica fomentara al desarrolló de turismo sostenible cultural de pucara .....	46
-----	---	----

4.3	Grado de predisposición de las entidades de turismo para aportar al desarrollo del turismo sostenible cultural del distrito de pucara.....	51
-----	--	----

4.4	La planificación estratégica para el fomento del desarrollo turístico sostenible cultural del distrito de pucara. ....	52
-----	--	----

4.5	Identificación del plan estratégico turístico .....	59
-----	---	----

<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>79</b>
-----------------------------	-----------

<b>VI. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>80</b>
---------------------------------	-----------

<b>VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....</b>	<b>81</b>
---	-----------

<b>ANEXOS.....</b>	<b>85</b>
--------------------	-----------

Anexo A. Resultados del procesamiento del sppss .....	86
---	----

Anexo B. Resultados del procesamiento del sppss .....	87
---	----

Anexo C. Imágenes del distrito de Pucara. ....	89
--	----

## ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
Figura 1. Modelo del planeamiento estratégico por Fred. ....	25
Figura 2. Proceso de la administración estratégica por Stoner. ....	26
Figura 3. El modelo de planeación estratégica de Steiner. ....	26
Figura 4. Proceso de planificación de un producto turístico – Mincetur. ....	28
Figura 5. El cuadro de mando integral. ....	28
Figura 6. Esquema de pasos del proceso de planificación estratégica. ....	29
Figura 7. Responsables del turismo en Pucara. ....	30
Figura 8. El turismo sostenible. ....	31
Figura 9. Edades de los que trabajan en instituciones de turismo. ....	42
Figura 10. Diamante Competitivo de Porter. ....	62
Figura 11. Matriz BCG para Pucara. ....	68

## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
Tabla 1. Esquema de un plan de desarrollo de destinos turístico de éxito.....	27
Tabla 2. Dimensiones y su dimensiones en la batería de indicadores en cultura para el desarrollo de la UNESCO (BICD).....	36
Tabla 3. Genero de los trabajadores en instituciones de turismo.....	43
Tabla 4. La ocupación que de los encargados en turismo directo o indirecto. ....	43
Tabla 5. Lugar de procedencia de los encargados de las instituciones de turismo.....	44
Tabla 6. Autoridades opinan si el turismo es una alternativa de desarrollo para Pucara.....	44
Tabla 7. Tiempo que trabajan en dicha institución. ....	45
Tabla 8. Razones por las cuales visitan Pucara.....	46
Tabla 9. Respuesta a la opinión si el turismo es una alternativa de desarrollo.....	46
Tabla 10. Comprensión planificación estratégica.....	47
Tabla 11. Instituciones que cuentan con plan estratégico de desarrollo turístico. ....	47
Tabla 12. Frecuencia con que hablan de planificación estratégica y su importancia. ..	48
Tabla 13. Conocimiento sobre sostenibilidad cultural.....	48
Tabla 14. Problemas por el cual no se desarrolla el turismo adecuadamente.....	49
Tabla 15. Instituciones que apoyan al desarrollo del turismo en Pucara. ....	49
Tabla 16. Presupuesto asignado es suficiente para cumplir con funciones. ....	50
Tabla 17. Contribución de instituciones al desarrollo del turismo en Pucara.....	50
Tabla 18. Disposición a asistir a capacitaciones enfocadas al desarrollo del turismo sostenible cultural de pucara.....	51
Tabla 19. Eventos que debería organizar para unir instituciones públicas y privadas del turismo de Pucara.....	51

Tabla 20. Complejo arqueológico de Kalasaya. ....	53
Tabla 21. Museo Lítico de Pucara. ....	54
Tabla 22. Las Chullpas de Vizcachani – Quepa. ....	55
Tabla 23. Cerámica El Torito de Pucará.....	56
Tabla 24. Templo Santa Isabel. ....	57
Tabla 25. Matriz de evaluación de factores externos claves.....	60
Tabla 26. Matriz de evaluación de factores internos (MEFI). ....	61
Tabla 27. Matriz de perfil competitivo de la industria turística del distrito Pucara. (MPC) .....	63
Tabla 28. Matriz FODA sobre la base del estudio situacional anterior.....	64
Tabla 29. Matriz FODA.....	65
Tabla 30. Análisis de matriz PEYEA variables.....	69
Tabla 31. Objetivos estratégicos.....	71
Tabla 32. Programas, objetivos a largo plazo y acciones a desarrollar. ....	72
Tabla 33. Programas, objetivos a corto plazo y acciones a desarrollar. ....	73
Tabla 34. Programas y acciones a desarrollar con presupuestos. ....	74
Tabla 35. Programa presupuestal de objetivos estratégicos a corto plazo.....	75
Tabla 36. Programa presupuestal de acciones a desarrollar. ....	75
Tabla 37. Presupuesto total.....	76
Tabla 38. Cronograma de ejecución. ....	78

## ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

- OMT: Organización Mundial del Turismo.
- UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
- PROMPERU: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo.
- MINCETUR: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
- COPESCO: Proyecto Especial Regional Plan.
- PENTUR: Plan Estratégico Nacional de Turismo del Perú.
- DIRCETUR: Dirección Regional De Comercio Exterior Y Turismo.
- REDTURC: Red Regional De Turismo Comunitario Puno.
- MEFI: Matriz de Evaluación de Factores Internos.
- MEFE: Matriz de Evaluación de Factores Externos.

## RESUMEN

El objetivo principal de la presente investigación es Proponer la Planificación Estratégica para Fomento del Desarrollo Turístico Sostenible Cultural del distrito de Pucara 2016, Estableciendo lineamientos para un turismo sostenible, que permita mejorar las condiciones de vida de sus habitantes y conservar la riqueza arqueológica y cultural. La metodología para el presente estudio es de carácter descriptivo correlacional. Los instrumentos que se utilizaron para recoger información y obtención de datos se utilizó el cuestionario de la encuesta, se aplicaron 57 encuestas a entes directos e indirectos del turismo del Distrito de Pucara de la Región de Puno. Como resultado concluye el presente estudio, el 94,7 % de los encuestados cree que el turismo es una alternativa de desarrollo para Pucara, 70,4% cree que los visitantes vienen por la cultura, con 61,4% de las instituciones no cuentan con un plan estratégico de desarrollo turístico, el 64,9% entiende por sostenibilidad Cultural es preservar la identidad cultural, el 42,1% cree que su entidad ha contribuido al desarrollo del turismo regularmente. Ante todo el 100% tiene la predisposición a organizarse para recuperar y preservar la cultura de Pucara.

**Palabras clave:** Planificación, turismo, sostenibilidad cultural.

## ABSTRACT

The main objective of this research is to Propose Strategic Planning for the Promotion of Cultural Sustainable Tourism Development of the district of Pucara 2016, Establishing guidelines for sustainable tourism, which will improve the living conditions of its inhabitants and preserve the archaeological and cultural wealth. The methodology for the present study is descriptive correlational. The instruments used to collect information and obtain data were used the questionnaire of the survey, 57 surveys were applied to direct and indirect entities of tourism in the Pucara District of the Puno Region. As a result concludes this study, 94.7% of respondents believe that tourism is a development alternative for Pucara, 70.4% believe that visitors come for culture, with 61.4% of institutions do not count with a strategic plan for tourism development, 64.9% understands cultural sustainability as preserving cultural identity, 42.1% believe that their entity has contributed to the development of tourism on a regular basis. First of all, 100% have the predisposition to organize to recover and preserve the culture of Pucara.

**Keywords:** Planning, tourism, cultural sustainability.

# CAPÍTULO I

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación Titulado Planificación Estratégica Para El Fomento del Desarrollo Turístico Sostenible Cultural del Distrito de Pucara, 2016. Se realizó por tener grandes atractivos culturales y arqueológicos para el turismo y estar en una ubicación estratégica, el objetivo primordial de la Planificación Estratégica es preservar la cultura mediante un proceso sistemático ya que esta herramienta administrativa es completa y que incidirá positivamente en los recursos turísticos de la localidad

La investigación se enfatizó en la preservación de la cultura material e inmaterial de Pucara, ya que por mala y/o poca información se está perdiendo muchas costumbres, la población más joven es la más vulnerable a la aculturación, los entes encargados están en la responsabilidad de la actividad turística se lleve de la mejor manera en un determinado lugar sin perjudicar su cultura y población.

Con la investigación se obtuvo la predisposición a implementar la herramienta de Planificación Estratégica por los entes encargados para la gestión del turismo sostenible cultura que permita mejorar las condiciones de vida de sus habitantes y preservar la riqueza cultural y arqueológica de Pucara. Con los programas implementados se desarrollará desde los entes encargados hasta la población en general. Dicha herramienta expresada en el presente trabajo basado en lineamientos del Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR 2021.

La investigación se ha dividido en capítulos introducción, revisión de literatura, materiales y métodos y la parte final del presente estudio se detalla las conclusiones y recomendaciones obtenidas, así como la bibliografía requerida para la investigación.

### 1.1 Planteamiento Del Problema

Pucara cuenta con recursos turísticos de gran potencial de desarrollo que permitirán que deje de ser considerada sólo como un lugar de paso y pueda convertirse en un destino de visita interesante para el turista nacional y extranjero, sin embargo, hace falta un plan estratégico que permita optimizar de sus recursos turísticos de forma sostenible. En el Perú, se necesita promover y gestionar nuevos destinos turísticos para el turista

interno y mejorar la distribución de ingresos generados por esta actividad en las diferentes Regiones del país; Pucara es un destino con el potencial para cumplir dicho propósito.

## **1.2 Formulación Del Problema General**

¿La herramienta de planificación estratégica será adecuada para el fomento del desarrollo turístico sostenible cultural del distrito de Pucara?

### **1.2.1 Formulación de los problemas específicos**

- ¿En qué medida la planificación estratégica fomentara al desarrolló de turismo sostenible cultural de Pucara?
- ¿Cómo determinar el grado de predisposición de las entidades de turismo incidirá positivamente al desarrollo del turismo sostenible cultural del distrito de Pucara?

## **1.3 Hipótesis De La Investigación**

### **1.3.1 Hipótesis general**

La planificación estratégica es una herramienta adecuado para el fomento del desarrollo turístico sostenible cultural del distrito de Pucara por las entidades de turismo.

### **1.3.2 Hipótesis específicos**

- Al fortalecer la utilización de la planificación estratégica como herramienta por las entidades de turismo ayudara significativamente al fomento del desarrollo turístico sostenible cultural del distrito de pucara.
- Al determinar el grado de predisposición de las entidades de turismo incidirá positivamente al desarrollo del turismo sostenible cultural del distrito de Pucara.

## **1.4 Justificación De La Investigación**

Pucara cuenta con recursos turísticos de gran potencial de desarrollo que permitirán que deje de ser considerada sólo como un lugar de paso y pueda convertirse en un destino de visita interesante para el turista nacional y extranjero, sin embargo, hace falta un plan estratégico que permita optimizar de sus recursos turísticos de forma sostenible.

## **1.5 Objetivos De Investigación**

### **1.5.1 Objetivo general**

Proponer la planificación estratégica para el fomento del desarrollo turístico sostenible cultural del distrito de pucara, 2016.

### **1.5.2 Objetivos específicos**

- Fortalecer la utilización de la planificación estratégica como una herramienta para el fomento del desarrollo turístico sostenible cultural por las instituciones directas e indirectas del turismo del distrito de Pucara.
- Determinar el grado de predisposición de las entidades de turismo para aportar al desarrollo del turismo sostenible cultural del distrito de Pucara.
- Proponer la planificación estratégica para el fomento del desarrollo turístico sostenible cultural del distrito de Pucara.

## CAPÍTULO II

### REVISIÓN DE LITERATURA

#### 2.1 Marco Teórico

Después de una búsqueda exhaustiva se encontraron las siguientes investigaciones realizados A nivel Internacional, Nacional y Local relacionados a la presente investigación como tesis, informes y revistas, artículos, son como sigue:

A nivel internacional

Guzman (2013), en su Tesis doctoral Gestión Turística desde la perspectiva de la Autenticidad de la Universidad de Granada Facultad de Filosofía y Letras Departamento Historia y arte Granada-España 2013. El estudio partió de la gestión del patrimonio, teniendo en cuenta no solo la evolución conceptual del término patrimonio y sus perspectivas y clasificaciones a partir de diferentes posiciones de autores, sino además de la anunciación del progreso de cartas internacionales relacionadas con el mismo. En su resultado de investigación sobre la Gestión Turística desde la perspectiva de la Autenticidad concluye:

- No obstante, a la diversidad de aproximaciones es posible encontrar consenso alrededor de la consideración de la autenticidad como un elemento de suma importancia en la gestión turística del patrimonio y como factor imprescindible y diferenciador para la puesta en valor los recursos naturales y culturales lo que garantiza su competitividad en el mercado.

Este trabajo se relaciona con la investigación en curso, ya que determina que la gestión cultural ayuda a la conservación los bienes materiales e inmateriales y preservar lo autóctono de cada lugar.

Martinez (2014), en su Tesis Doctoral Planificación Estratégica como Instrumento de la Política Estudio Aplicado a la Región de Murcia de la Universidad De Alicante España 2014. En su resultado de investigación sobre Planificación Estratégica como Instrumento de la Política Estudio Aplicado a la Región de Murcia concluye:

- Los instrumentos de política turística son de diversa índole, aunque presenta una estructura fija: organizativos, normativos, financiero y otra variable orientada a la

realización de programas específicos. Planificación estratégica ordena e integra cada una de estas estructuras y por sus puestos de configuración otorga veracidad a la gestión pública del turismo. No obstante, solo si la planificación estratégica se reposiciona en este ámbito de ordenación tendrá la posibilidad de participar de forma activa en la planificación territorial y urbana de los territorios turísticos.

Este trabajo se relaciona con la investigación en curso, ya que determina que la planificación es una herramienta integral de gestión y desarrollo para una región.

Torres (2013), Tesis Doctoral Turismo y Sostenibilidad. una Propuesta Metodológica Para el Estudio de la Sostenibilidad Turística a Escala Municipal Escuela Universitaria de Hotelería y Turismo CETT-UB Departamento de Geografía Física y Análisis Geográfico Regional Facultad de Geografía e Historia de la Universidad de Barcelona 2013. La principal contribución científica de la tesis es precisamente el proceso metodológico desarrollado para cuantificar la sostenibilidad turística. Teniendo en cuenta que no hay una metodología universalmente aceptada, ni siquiera un consenso sobre su construcción y aplicación, el Sistema de Indicadores y el Índice propuesto suponen un avance en este sentido. En su resultado de investigación sobre turismo y sostenibilidad. Una propuesta metodológica para el estudio de la sostenibilidad turística a escala municipal concluye:

- La metodología se argumenta tanto a nivel conceptual, a través de la búsqueda bibliográfica y de experiencias sobre el turismo sostenible y los instrumentos para su identificación y cuantificación; como a nivel práctico, mediante su aplicación en municipios representativos de las diferentes realidades turísticas y territoriales de Cataluña. Precisamente este ensayo ha supuesto una diferencia cualitativa respecto otras propuestas, puesto que ha permitido garantizar su mensurabilidad y funcionalidad en el estudio de los impactos del turismo.
- También ha constatado que, si bien el tratamiento de la información indicador a indicador proporciona un nivel de profundidad analítica valioso, es difícil la interpretación integrada de los resultados establecer una valoración global de la sostenibilidad turística para cada municipio.

Este trabajo se relaciona con la investigación en curso, ya que determina el grado de impacto del turismo y el aporte cualitativo de indicadores de la sostenibilidad para la actividad del turismo.

A nivel nacional

Hollman (2010), en su Tesis de Maestría Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario en la Región de Cusco de la Universidad Pontificia Católica del Perú 2010. La investigación busca elaborar una propuesta estratégica para el crecimiento y perfeccionamiento del turismo rural comunitario en el Perú, sustentada en el análisis de la situación actual y oportunidades del sector, proponiendo una alternativa real y factible de desarrollo, el estudio del Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario en la Región de Cusco concluye:

- En el contexto Peruano, la región Cusco tiene una posición competitiva fuerte respecto de las demás regiones del Perú, debido a que la industria del turismo está mejor desarrollada en cuanto a infraestructura, oferta turística y la valorización de las culturas vivas y ambientes naturales. Dicha fortaleza se conforma en una buena oportunidad para el desarrollo en conjunto con el turismo rural comunitario, siempre y cuando se implementen estrategias que fomenten su explotación adecuada.
- El legado cultural y la biodiversidad son dos de los factores competitivos de la región Cusco. Sin embargo, no existen políticas definidas, tampoco competencias y formación educativa en las comunidades que permitan la conservación y por lo tanto la sostenibilidad de los emprendimientos de turismo rural comunitario.

Este trabajo se relaciona con la investigación en curso, ya que determina estrategias que fomenten al desarrollo del turismo sostenible.

Fasabi (2015), en su tesis Pregrado Formulación de un Plan Estratégico Turístico para el distrito de San Jerónimo de Surco que fomente su Desarrollo Turístico Sostenible E.A.P. DE Administración De Turismo Facultad De Ciencias Administrativas Universidad Nacional Mayor De San Marcos Lima-Perú 2014. El plan estratégico debe ser considerado una herramienta de gestión para la toma de decisiones a cargo de sus autoridades; además, permitiría orientar los recursos disponibles al cumplimiento de objetivos estratégicos, a medir el desempeño y a realizar acciones correctivas con la finalidad de fomentar el Desarrollo Turístico Sostenible de la

localidad. El Estudio Formulación de un Plan Estratégico Turístico para el distrito de San Jerónimo de Surco que fomente su Desarrollo Turístico Sostenible concluye:

- El turismo en nuestro país tanto interno como receptivo se encuentra en crecimiento, lo cual hace necesario implementar las condiciones básicas y complementarias que permitan brindar una experiencia turística de calidad a los visitantes de nuestros atractivos.
- La actividad turística en el Perú debe estar orientada a la gestión de los recursos de manera que se satisfagan las necesidades económicas, sociales y ambientales de la localidad, respetando la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los mecanismos de trabajo en equipo de la localidad.

Este trabajo se relaciona con la investigación en curso, ya que determina que un plan estratégico turístico sería una herramienta de gestión para una localidad.

Alberca (2013), en su Tesis Pregrado Potencial Turístico De Ayabaca Como Destino Cultural. Una Nueva Metodología. 2014 De La Facultad De Ciencias De La Comunicación, Turismo Y Psicología Escuela Profesional De Turismo Y Hotelería Sección De Posgrado De La Universidad San Martin De Porres 2014. Ayabaca cuenta con la capacidad, en líneas generales, y tras la ponderación y análisis de los elementos incluidos en la metodología, de desarrollarse como un destino turístico de corte cultural (en especial religioso). Para ello, no obstante, habrá de mejorar sus accesos, la seguridad en la periferia de la ciudad, la cobertura de servicios de luz y agua, así como la calidad de los servicios ofertados. El Estudio Potencial Turístico De Ayabaca Como Destino Cultural. Una Nueva Metodología concluye:

- La ponderación que nos permite afirmar que Ayabaca cuenta con potencial turístico se basó en el análisis de los 10 “Ítem eje”; de ellos 9 tuvieron una valoración global positiva y sólo 1 una valoración global negativa, siendo los “positivos” los ítems eje: sociocultural, identificación, normativo, geográfico, morfológico, demanda, publicitario-reconocimiento, Empresarial, “posición autoridad local”, y “estructura y organización municipal de apoyo al turismo”. Mientras que el ítem eje “negativo” fue el denominado “oferta”.

Este trabajo se relaciona con la investigación en curso, ya que determina que el Perú y sus regiones son ricos en cultura por lo tanto son ejes estratégicos para que pueda

desarrollarse un turismo sosteniblemente cultural mediante estrategias de fomento del turismo sostenible cultural para cada región que explota el turismo.

A nivel local

Vargas (2016), en su Tesis Pregrado realizo la investigación plan estratégico sostenible de acondicionamiento territorial del distrito de Pilcuyo de la de la Escuela Profesional de Arquitectura y Urbanismo de la Facultad de Ingeniería Civil y Arquitectura de la Universidad Nacional del Altiplano 2016 Puno Perú. El Estudio de plan estratégico sostenible de acondicionamiento territorial del distrito de Pilcuyo concluye:

- El Distrito posee una diversidad de patrimonio cultural, material e inmaterial no aprovechados para su desarrollo, la desaparición progresiva de los mismos por diferentes factores es insostenible para su desarrollo, contar con recursos y patrimonio histórico cultural y no aprovecharlos para el desarrollo insostenible.

Este trabajo se relaciona con la investigación en curso, ya que determina que nuestra región posee una diversidad cultural. El turismo ayudaría a la preservación del patrimonio y lo que se requiere es explorarlo de forma sosteniblemente.

Yanca (2012), en su Tesis de pregrado realizo la investigación Plan De Ordenamiento Territorial para el turismo Sostenible en la Zona Lago de Acora de la Escuela Profesional de Arquitectura y Urbanismo de la Facultad de Ingeniería Civil y Arquitectura de la Universidad Nacional del Altiplano 2012 Puno Perú. El Estudio Plan De Ordenamiento Territorial para el turismo Sostenible en la Zona Lago de Acora concluye:

- Para la planificación del territorio con un énfasis en la actividad turística se planteó ejes estratégicos, objetivos y estrategias para el ordenamiento del espacio turístico, entre los que se han considerado los referentes al turismo sostenible, el medio ambiental y paisajísticos, cultural, equipamiento y la participación de la población los cuales en conjunto nos ayudan a identificar los diferentes proyectos a implementarse en la zona para el correcto desarrollo de la actividad turística.

Este trabajo se relaciona con la investigación en curso, ya que determina que el turismo requiere de muchos factores y el principal es el plan ordenamiento territorial y de esta forma podemos lograr un desarrollo sostenible del turismo.

#### OMT

La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. La OMT, como principal organización internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas. La OMT defiende la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo para maximizar la contribución socioeconómica del sector, minimizando a la vez sus posibles impactos negativos, y se ha comprometido a promover el turismo como instrumento para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), encaminados a reducir la pobreza y a fomentar el desarrollo sostenible en todo el mundo. (OMT, 2014).

#### MINCETUR

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR es el ente rector de toda la actividad turística y tiene la facultad de “aprobar y actualizar el Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR, así como coordinar y orientar a los gobiernos regionales y locales en la materia, fomentando el desarrollo del turismo social y la implantación de estrategias para la facilitación turística, inversión y promoción del turismo interno y receptivo, entre otras. (PROMPERU, 2016).

#### PENTUR

Plan Estratégico Nacional de Turismo del Perú 2025 propone una serie de acciones que permitirán al país adaptarse a nuevos escenarios y tener el soporte necesario para continuar con el fortalecimiento del turismo con inclusión social, y así lograr las metas trazadas para el año 2025. (PROMPERU, 2016).

#### PROMPERU

Es un Organismo Técnico Especializado adscrito al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, encargado de la promoción del Perú en materia de exportaciones, turismo e

imagen. Posicionar al Perú en el mundo a través de la promoción de su imagen, sus destinos turísticos y sus productos de exportación con valor agregado, contribuyendo al desarrollo sostenible y descentralizado del país. (...), Participar en el diseño, coordinación y ejecución del planeamiento estratégico de la promoción de las inversiones, en coordinación con las entidades competentes. Diseñar, coordinar, concertar y ejecutar acciones destinadas a la promoción del turismo receptivo hacia el Perú y el turismo interno en el Perú. Gestionar y canalizar la cooperación técnica y financiera internacional para la promoción del turismo en el Perú. (PROMPERU, 2016).

### Turismo

El turismo comprende conjuntamente el desplazamiento y las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias, así como las relaciones que surgen en ellos, en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año y no menor a 24 horas (pernoctando en el destino), principalmente con fines de ocio, por negocios y otros. (OMT,2012).

Turismo como “un conjunto de personas, negocios, organizaciones y lugares que se combinan de alguna forma para proporcionar una experiencia de viaje”, y agrega, como una síntesis de su definición, que el turismo es una actividad multidimensional que ha de impactar muchas vidas (entendiéndose por ellas las de los locales y visitantes) y diversos ámbitos económicos. (Cooper, 2007).

Asimismo, señalan que el turismo es un sistema dado por las relaciones entre el turista y lo que llaman un “objetivo”, es decir, el núcleo receptor, la empresa intermediaria y la organización turística en general. (Vogeler y Hernández, 2004).

Asimismo, vale hacer notar que Vignati, reconoce tres elementos en el sistema turístico que son los sectores público, privado y la sociedad civil, los que con “una buena articulación y cooperación” han de permitir el surgimiento del destino en el mercado turístico. (Vignati, 2009).

### Planificación estratégica

Definimos la planificación estratégica como "el proceso Por el Cual los miembros guía de una organización prevén su futuro y desarrollan los procedimientos y operaciones necesarias para alcanzarlo". Esta visión del estado futuro de la empresa

señalada la dirección en que se deben desplazar las empresas y la energía para comenzar ese desplazamiento, ese proceso de prever el futuro es muy diferente de la planeación de largo plazo; esta, a menudo, es simplemente la extrapolación de tendencias comerciales actuales. Prever es más que tratar de anticiparse al futuro y prepararse en forma apropiada; implica en la convicción de que lo que hacemos ahora pueda influir en los aspectos del futuro y modificarlos. (Goodstein, 1998).

La planificación estratégica- denominada en inglés Strategic Planning, Account Planning o simplemente Planing- surgió como una forma de interpretar y utilizar mejor los datos obtenidos en la investigación social para crear una plataforma estratégica más dinámica y conseguir campañas más eficaces. Implementada inicialmente en Inglaterra a finales de la década de 1960 y basado en la incorporación de un nuevo tipo de profesional especializado que ejerce esta actividad, denominada planner, la planificación estratégica tardó bastante tiempo en extenderse fuera de Inglaterra, llegando al mercado norteamericano veinte años después de su creación en los 80 y al resto del mundo diez años más tarde. (Cambra, 2012).

Planificación estratégica “Es una poderosa herramienta de diagnóstico, análisis, reflexión y toma de decisiones colectivas, acerca del que hacer actual y el camino que deben recorrer en el futuro las comunidades, e instituciones. No solo para responder ante los cambios y las demandas que les impone el entorno y lograr así el máximo de eficiencia y calidad de sus intervenciones, sino también para proponer y concretar las transformaciones que requiere el entorno”. (Gomez, 2012).

Sin una planificación estratégica, el desarrollo de un destino turístico no será ordenado y se ejecutarán acciones que no respondan a las necesidades reales de un espacio turístico. (Pezua, 2011).

Cuando se trata de planificación del desarrollo de un territorio es evidente que uno de los factores fundamentales es el urbanismo y, en el caso del turismo, es un elemento determinante. Sean cuales fueren las dimensiones de la planificación urbanística que se aborde, es lógico pensar en que hay que transformar la tendencia al desarrollo de grandes concentraciones puntuales hacia fórmulas que se extiendan en red sobre el mismo territorio aprovechando, precisamente, el entramado territorial propio de la idiosincrasia de la zona. De un lado las transformaciones socioculturales serían menores y más aceptables, los impactos se diversificarían y se facilitaría una mayor relación

entre la realidad sociocultural autóctona y el visitante. De otro lado, la opción de distribuir todo el flujo turístico en un espectro territorial más amplio, daría mayores oportunidades a los emprendedores locales, de manera que gran parte de los beneficios de la actividad turística quedarían en la zona, generando efectos multiplicadores sobre la economía local. (Cortada, 2006).

#### Beneficios del planeamiento estratégico

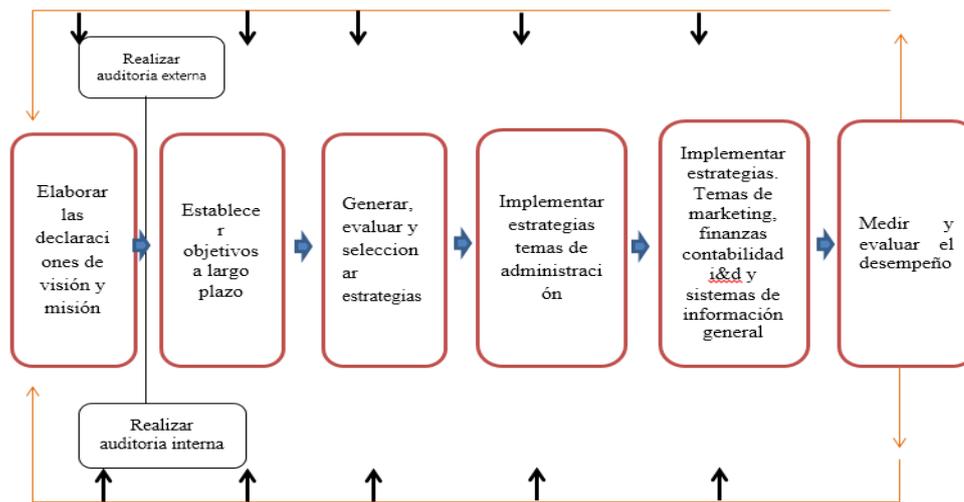
Permite a una organización ser más proactiva que reactiva, ejerciendo control en la construcción de su futuro. Ayuda a las organizaciones a formular mejores estrategias, utilizando un enfoque más sistemático, lógico y racional. (Fred, 2008).

- Genera oportunidades de efectiva interacción entre los involucrados.
- Incentiva la participación en el proceso, siendo esta la clave para lograr la comprensión y compromiso con la organización, lo cual resulta necesario para,
- Generar el cambio. Cuando... [los involucrados] comprenden lo que la organización hace y por qué lo hace, a menudo se sienten parte de la empresa y se comprometen más a ayudarla.
- Propicia la delegación de facultades de decisión o también conocido como Empowerment, a algunos responsables para fortalecer el sentido de eficacia, a ejercer iniciativa y reconocimiento de sus actividades.

#### Modelos del planeamiento estratégico

El Planeamiento Estratégico es abordada desde diferentes formas según el autor que lo estudie, por ello, a continuación se presenta modelos de Planeamiento Estratégico que serán analizados a efectos de sustraer los componentes necesarios para la propuesta del presente trabajo:

Fred R. David: indica que, el proceso del planeamiento estratégico consta de tres etapas: formulación, implementación y evaluación de la estrategia. (Fred, 2008).



**Figura 1.** Modelo del planeamiento estratégico por Fred.

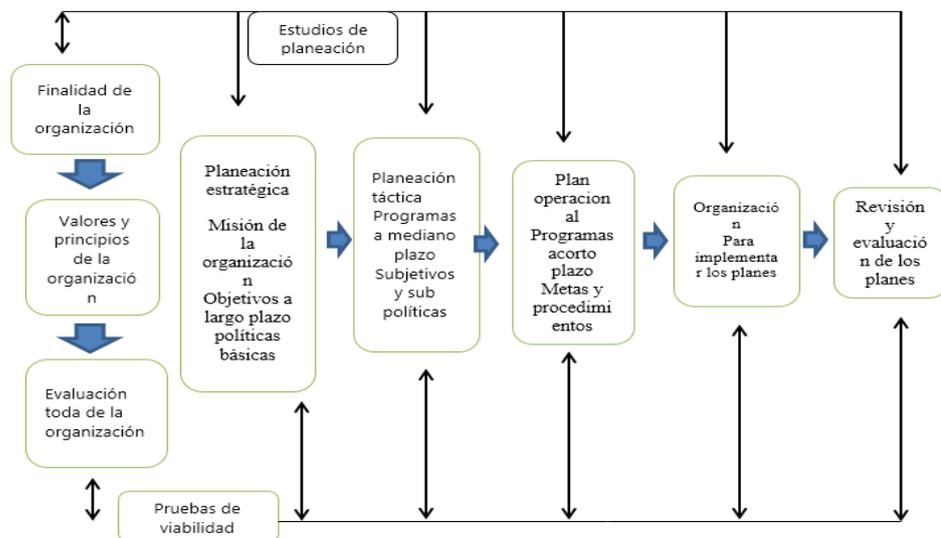
Fuente: Fred R. David, Conceptos de la administración estratégica, 11va ed., México, Prentice Educación, 2008, p. 15.

- La formulación de la estrategia incluye desarrollar la visión, misión, identificar las oportunidades y amenazas externas para la organización, determinar las fortalezas y debilidades internas, establecer objetivos a largo plazo, generar estrategias alternativas y elegir las estrategias particulares que se habrán de seguir.
- La implementación de la estrategia requiere que la empresa establezca objetivos anuales, formule políticas, motive... y destine recursos para llevar a la práctica las estrategias. La implementación de la estrategia implica desarrollar una cultura que la apoye, crear una estructura organizacional eficaz, dar una nueva dirección a los esfuerzos de marketing, elaborar presupuestos, desarrollar y utilizar sistemas de información.
- La evaluación de la estrategia es la etapa final de la administración estratégica.... Todas las estrategias están sujetas a futuras modificaciones, ya que los factores tanto externos como internos cambian de manera constante. Tres actividades fundamentales de la evaluación de la estrategia son: 1. Revisar los factores externos e internos que son la base de las estrategias actuales, 2. Medir el desempeño y 3. Realizar acciones correctivas.

**ESTABLECER METAS**  
**FORMULAR ESTRATEGIA**  
**ADMINISTRAR**  
**CONTROL ESTRATEGICO**

**Figura 2.** Proceso de la administración estratégica por Stoner.

Fuente: Elaboración propia basado en cuadro de James A. F. Stoner, Administración, 8a ed. 2009. pp. 295.



**Figura 3.** El modelo de planeación estratégica de Steiner.

Fuente: Idalberto Chiavenato, Introducción a la Teoría General de la Administración, 7ma ed., McGraw-Hill Interamericana, 2006. pp. 203.

Modelos de planeamiento estratégico turístico

Debido a la temática del presente estudio, es oportuno presentar algunos modelos de Planeación Estratégica aplicada al Turismo, a efectos de indagar el tratamiento teórico-práctico de la herramienta en la actividad.

Bernet (2005), resume el proceso de la Planificación Estratégica de un destino turístico en cuatro fases, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Modelo de Planeación Estratégica de un Destino Turistico

**Tabla 1.** Esquema de un plan de desarrollo de destinos turístico de éxito.

---

**Primera Fase:**

Identificación y análisis de las tendencias de la demanda

Identificación y valoración de puntos fuertes y débiles

Identificación y determinación de las oportunidades

Establecimiento de las prioridades

**Segunda Fase:**

Identificación del modelo de destino deseado

**Tercera Fase:**

Definición de la misión

Objetivos

**Cuarta Fase:**

Estrategia:

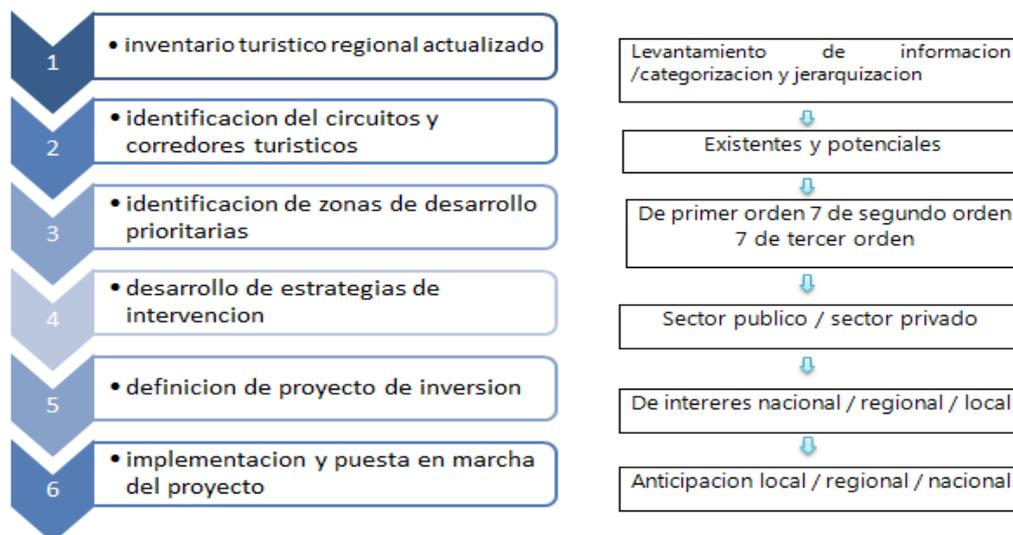
Programa de refuerzo

Programa de marketing

---

Fuente: Josep Bernet, Destinos turísticos de éxito. 1a ed. 2005. Pp. 220.

Por lo que respecta a la primera fase, se tiene que partir del perfil de turismo ya existente, de la tipología de clientes que recibe, así como de las necesidades que la localidad, región, área o país cree satisfacer y de las expectativas a las que considera que responde. Una vez analizados esos factores, hay que definir las oportunidades que existen, su potencial, observar cómo se pueden dar a los recursos una finalidad turística, cómo pueden adaptarse y modificarse para conservar o incrementar la ventaja competitiva. (Bernet, 2005).

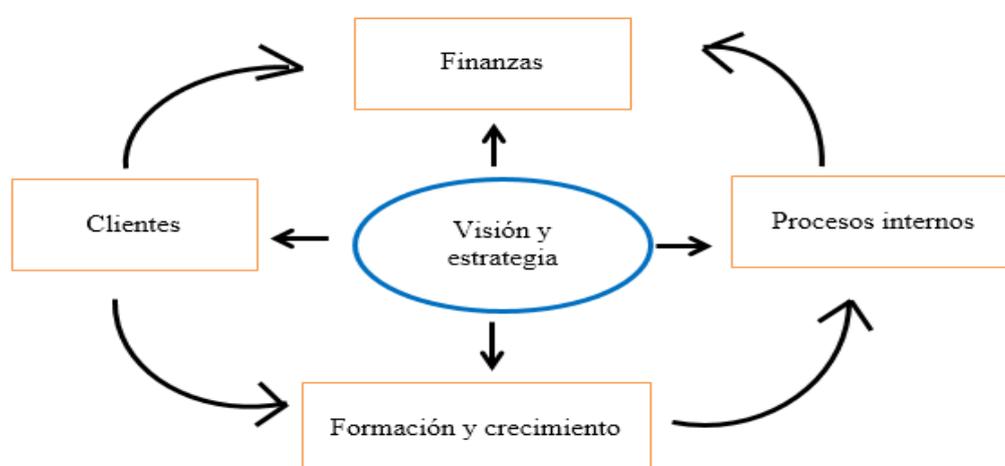


**Figura 4.** Proceso de planificación de un producto turístico – Mincetur.

Fuente: Proceso de planificación de un producto turístico - Mincetur.

### Medición, evaluación y control de estrategias

El Cuadro de Mando Integral (CMI), también conocido como Balanced Scorecard (BSC) o dashboard, es una herramienta de control empresarial que permite establecer y monitorizar los objetivos de una empresa y de sus diferentes áreas o unidades. También se puede considerar como una aplicación que ayuda a una compañía a expresar los objetivos e iniciativas necesarias para cumplir con su estrategia, mostrando de forma continuada cuándo la empresa y los empleados alcanzan los resultados definidos en su plan estratégico. (Intelligence, 2016).



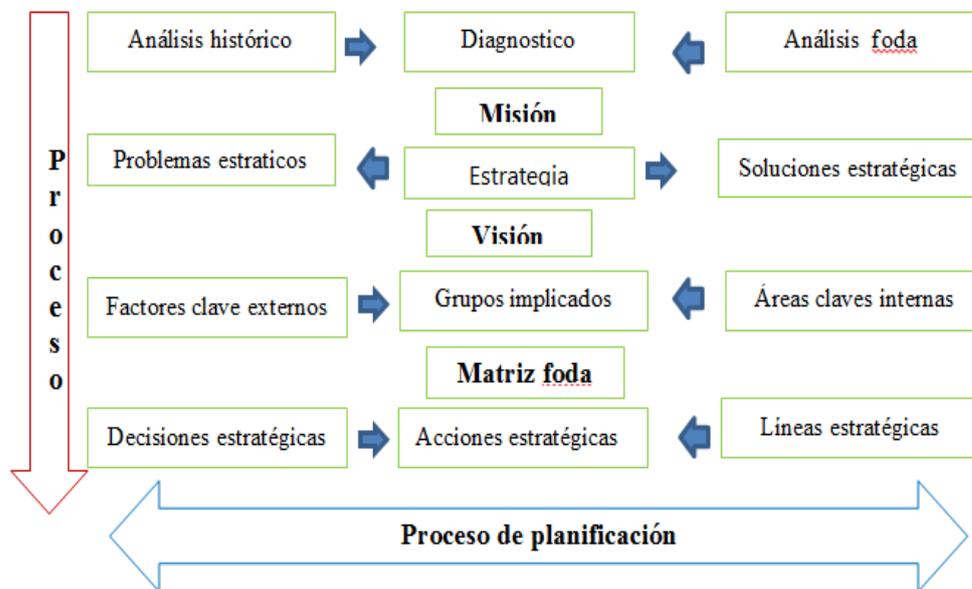
**Figura 5.** El cuadro de mando integral.

Fuente: Cuadro de mando integral de Bussines School.

Beneficios de la implantación de un cuadro de mando integral

La fuerza de explicitar un modelo de negocio y traducirlo en indicadores facilita el consenso en toda la empresa, no sólo de la dirección, sino también de cómo alcanzarlo.

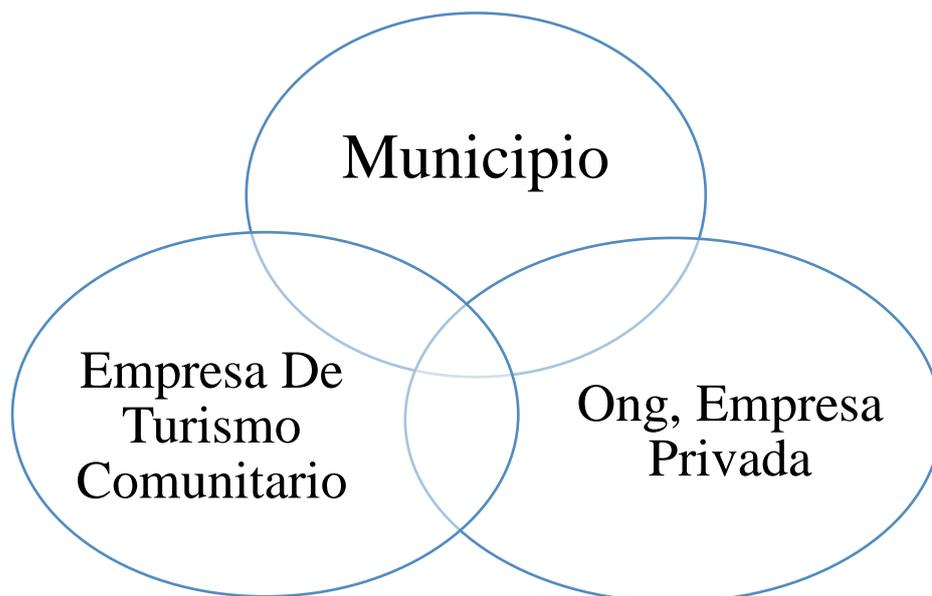
- Clarifica cómo las acciones del día a día afectan no sólo al corto plazo, sino también al largo plazo.
- Una vez el CMI está en marcha, se puede utilizar para comunicar los planes de la empresa, aunar los esfuerzos en una sola dirección y evitar la dispersión. En este caso, el CMI actúa como un sistema de control por excepción.
- Permita detectar de forma automática desviaciones en el plan estratégico u operativo, e incluso indagar en los datos operativos de la compañía hasta descubrir la causa original que dio lugar a esas desviaciones.



**Figura 6.** Esquema de pasos del proceso de planificación estratégica.

Fuente: Carbajal, 2005.

En tal sentido se realiza el diagnostico interno y externo, la misión, estrategia, Establece el proceso de planeación, destacando como actividades que están presentes prácticamente en todas las organizaciones, como la función inicial en toda técnica administrativa visión, quienes son los grupos implicados, hasta llegar a las acciones estratégica, tal cual muestra el esquema. (Carbajal, 2005).



**Figura 7.** Responsables del turismo en Pucara.

Fuente: Elaboración propia, basado en Cañada & Gascòn, 2006.

La comunidad siente la necesidad de organizarse para emprender un trabajo. Este debe arrancar en la realización de diagnósticos físicos, sociales, culturales y económicos de la comunidad. El proceso de solución diseñado configura una estructuración formal con elementos interdependientes que forman un todo orgánico. El principio de toda organización es por lo tanto el desarrollo de fines y objetivos claros como respuesta pensada por un grupo humano que construye soluciones. Las ONG'S y las empresas privadas son coadyuvantes del proceso comunitario. (Cañada & Gascòn, 2006).

#### Turismo responsable y sostenible

Dicho todo lo anterior, ha de plantearse bajo qué condiciones la expansión del turismo internacional podría generar modelos diferentes de desarrollo turístico, más equitativos, más equilibrados territorialmente, sostenibles, integrados, ecológicos, éticos, alternativos y solidarios que permitan, a través de diferentes modalidades o formas de hacer turismo, alcanzar metas de responsabilidad que prioricen el bienestar de las poblaciones anfitrionas sin perjuicio de la satisfacción de los turistas y consumidores. Los retos para mantener y ampliar las fronteras turísticas actuales pasan, en definitiva, por las 4Es: Ambiente (Environment), Energía, Ética y Educación. (Rivera, 2014).



## Informe de Brundtland

Recordando los principios expresados en la Carta Mundial del Turismo Sostenible de 1995, Teniendo en cuenta que el turismo debe ser un motor mundial que contribuya eficazmente a reducir la desigualdad dentro y entre los países, a promover sociedades pacíficas e inclusivas, a lograr la igualdad de género y a crear oportunidades de aprendizaje permanente para todos. Destacando que el turismo puede reducir significativamente su huella ecológica y que debe convertirse en un impulsor de la innovación, el desarrollo de economías verdes, inclusivas y bajas en carbono, así como contribuyente de la salvaguardia de la creatividad cultural, la diversidad y el bienestar humano y de los ecosistemas; Señalando que las culturas indígenas, las tradiciones y el conocimiento local, en todas sus formas, deben respetarse y ponerse en valor en el desarrollo de las políticas de turismo sostenible, y subrayando la importancia de promover la participación plena de las comunidades locales y de los pueblos indígenas en las decisiones que les afectan en los proyectos de desarrollo turístico. (Cipriano & Menéndezl, 2015).

## La agenda 21 de la cultura

La diversidad cultural es el principal patrimonio de la humanidad. Es el producto de miles de años de historia, fruto de la contribución colectiva de todos los pueblos, a través de sus lenguas, imaginarios, tecnologías, prácticas y creaciones. La cultura adopta formas distintas, que siempre responden a modelos dinámicos de relación entre sociedades y territorios. La diversidad cultural contribuye a una “existencia intelectual, afectiva, moral y espiritual más satisfactoria para todas las personas” (Declaración universal de la UNESCO sobre la diversidad cultural, artículo 3), y constituye uno de los elementos esenciales de transformación de la realidad urbana y social. (Cultura, 2004).

«La cultura es el cuarto pilar del desarrollo sostenible». En él se ponía de manifiesto que la cultura en toda su diversidad era necesaria para afrontar los actuales desafíos de la humanidad al tiempo que se hacía un llamamiento a los gobiernos nacionales a añadir la perspectiva cultural a los planes nacionales de desarrollo, establecer objetivos y acciones concretas en áreas transversales a la cultura como educación, economía, ciencia, comunicación, medio ambiente, cooperación, etc. (Gasteiz, 2014).

## Cultura

Afirma que “es el conjunto de modos de vida, costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época o grupo social, etc.” (RAE, 2010).

John Hawkes sitúa precisamente a la cultura como el cuarto pilar del desarrollo sostenible, junto con la dimensión social, económica y ambiental. Se puede hablar por tanto de un «giro cultural» de la definición de desarrollo, pero según Eduard Miralles este modelo resulta incompleto ya que no se trata de un catalizador de los tres pilares citados sino que en realidad lo complementa ya que sin desarrollo cultural el desarrollo no se concebiría como sostenible o estaría incompleto: cita en su informe. (Luque, 2014).

Al favorecer el reconocimiento de su patrimonio cultural, el turismo puede contribuir de forma significativa a la prosperidad económica de un país. Por desgracia, también puede perjudicarlo, sobre todo en las regiones más vulnerables. Gracias a su papel esencial en la protección y en la conservación del patrimonio así como en la promoción de la diversidad cultural, los museos están capacitados para promover la interacción imprescindible entre la protección del patrimonio cultural y el desarrollo cultural. (Museos, 2009).

Recaséns Siches, afirma sobre la cultura que “Tanto lo que el individuo crea, concibe, manifiesta, como todo lo que recibe de la sociedad para incorporarlo a su Patrimonio personal es considerado como su cultura. Cuando lo logrado por el de ese grupo, siempre que su integrante lo repiense, lo reviva, reactualice. Es esa elaboración muchas veces se añaden, se suprimen, se rectifican y aportan innovaciones por lo que la herencia recibida adquiere vida, cambia, evoluciona. De esa manera la cultura, el arte, la técnica, las costumbres, el derecho, etc., constituyen los modos reales de la vida social. Los factores sociales que actúan e influyen en la producción de la cultura son múltiples y de muy variada índole, como los sentimientos, las ideas, formas de vida, pautas de conducta, que el sujeto ha aprendido de los demás, tanto de los vivos como de los muertos, que han pertenecido a una serie de colectividades (nación, círculo de cultura, etc.) y obraron como estímulo para revisar, completar o reformar el propio patrimonio cultural” (cit. en: Chávez, 2008:16). Para Recaséns la cultura es principalmente el conjunto de manifestaciones ya concebidas en un miembro, agregadas a lo transferido

por la sociedad con la que se desarrolla, formando así la cultura del individuo, que a su vez transmite los demás miembros del círculo social. (Luque, 2014).

Taylor, ya en 1871 creía que la cultura era prácticamente todo, a decir del autor: “todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos o capacidades adquiridas por el hombre en cuanto miembro de una sociedad”. (Elías, 2009).

#### Patrimonio cultural inmaterial

Por patrimonio cultural inmaterial se entienden aquellos usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas – junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes – que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. (UNESCO, 2014).

#### Bienes culturales

Por bienes culturales se entienden los bienes, cualquiera que sea su origen y propietario, que las autoridades nacionales, por motivos religiosos o profanos, designen específicamente como importantes para la arqueología, la prehistoria, la historia, la literatura, el arte o la ciencia, y que pertenezcan a las siguientes categorías:

- a. Las colecciones y ejemplares raros de zoología, botánica, mineralogía, anatomía, y los objetos de interés paleontológico;
- b. los bienes relacionados con la historia, con inclusión de la historia de las ciencias y de las técnicas, la historia militar y la historia social, así como con la vida de los dirigentes, pensadores, sabios y artistas nacionales y con los acontecimientos de importancia nacional;
- c. el producto de las excavaciones (tanto autorizadas como clandestinas) o de los descubrimientos arqueológicos;
- d. los elementos procedentes de la desmembración de monumentos artísticos o históricos y de lugares de interés arqueológico;
- e. antigüedades que tengan más de 100 años, tales como inscripciones, monedas y sellos grabados;

- f. el material etnológico;
- g. los bienes de interés artístico, tales como: i) cuadros, pinturas y dibujos hechos enteramente a mano sobre cualquier soporte y en cualquier material (con exclusión de los dibujos industriales y de los artículos manufacturados decorados a mano); ii) producciones originales de arte estatuario y de escultura en cualquier material; iii) grabados, estampas y litografías originales; iv) conjuntos y montajes artísticos originales en cualquier material;
- h. manuscritos raros e incunables, libros, documentos y publicaciones antiguos de interés especial (histórico, artístico, científico, literario, etc.) sueltos o en colecciones;
- i. sellos de correo, sellos fiscales y análogos, sueltos o en colecciones;
- j. archivos, incluidos los fonográficos, fotográficos y cinematográficos;
- k. objetos de mobiliario que tengan más de 100 años e instrumentos de música antiguos.

Los bienes culturales considerados deben estar sometidos a disposiciones de los Estados para protegerlos contra la importación, la exportación y la transferencia de propiedad ilícitas, de conformidad con la definición contenida en la Convención sobre las Medidas que deben Adoptarse para Prohibir e Impedir la Importación, la Exportación y la Transferencia de Propiedad Ilícitas de Bienes Culturales. (UNESCO, 2014).

**Tabla 2.** Dimensiones y su dimensiones en la batería de indicadores en cultura para el desarrollo de la UNESCO (BICD).

Dimensiones	Sub Dimensiones
Economía	1. Valor agregado de las actividades culturales
	2. Empleo cultural
	3. Gastos de hogares en cultura
Educación	1. Una escolaridad completa, equitativa e integradora
	2. Valorización de la interculturalidad, la diversidad cultural y la creatividad en la educación secundaria básica
	3. Capacitación de los profesionales del sector cultural
Patrimonio	1. Protección y valorización del patrimonio
	1. Libertad de expresión
Comunicación	2. Acceso y uso de Internet
	3. Diversidad de contenidos de ficción en la programación de la televisión pública
	1. Participación en actividades culturales
Participación Social	2. Confianza
	3. Libre determinación
	Igualdad De Genero
2. Percepción sobre la igualdad de género	
Gobernanza	1. Marco normativo en cultura, político
	2. Marco político e institucional en cultura
	3. Participación de la sociedad civil en la programación cultural

Fuente: Elaboración propia basado en cuadro de los datos de la batería de indicadores en cultura para el desarrollo de la UNESCO (BICD).

### Ámbito socio-cultural

La empresa turística convive con la belleza natural que la rodea y además, con una cultura local. Este ambiente social es de gran importancia para el éxito e imagen de la operación. Imagínese qué buena impresión podría causarle al turista si se trabajase para tener excelentes relaciones con los vecinos. Las empresas de éxito, que son reconocidas y recomendadas, son aquellas que trabajan con y para las comunidades donde se encuentran. Recuerde que la comunidad con su cultura será una influencia permanente en lo que usted le brinda al turista. (...). Es necesario que la empresa y la comunidad se unan para lograr el desarrollo del hombre y de su entorno cultural. Por ello, es indispensable mantener un ambiente socio-cultural sano y fuerte, donde las comunidades locales sientan que tienen participación en el planeamiento e

implementación de las estrategias de desarrollo turístico. Muchas veces la empresa no tiene suficiente información para llevar a cabo esta meta, pero lo importante es crear y desarrollar un ambiente que promueva buenas prácticas que favorezcan la preservación del área y, por lo tanto, atraigan turistas interesados en los temas culturales. (Floutou, 2010).

### Cultura y turismo

En la cadena de relación cultura/turismo, con el objetivo puesto en el desarrollo es imprescindible un cambio de liderazgo en la gestión de todo el proceso. El liderazgo de la industria turística se ha demostrado ya como pernicioso para el objetivo de un desarrollo sostenible, en el que la conservación y la distribución justa de los beneficios tengan un papel relevante. Es pues el momento de un cambio de liderazgo en este proceso, que se debe asumir desde el mundo de la cultura y ello lleva, ineludiblemente, a la consideración del turismo como un instrumento de difusión, que la cultura debe utilizar en aras del desarrollo social y económico de las poblaciones menos favorecidas. (Cortada, 2006).

El turismo cultural “cubre no solo el consumo de productos culturales del pasado, tales como los lugares arqueológicos, sino también la cultura contemporánea, como por ejemplo los museos de diseño con contenidos modernos y vanguardistas”. Queda claro, entonces, que para los autores el turismo cultural no tiene distinción cronológica. (Esteban & López, 2008).

Sin embargo el turismo cultural, para Pérez de las Heras, “tiene como objetivo principal visitar aquellos lugares históricos que muestran la riqueza cultural del enclave”. (Pérez, 2008).

Sin embargo, le da un matiz artístico a la definición de turismo cultural (cierto es que es una definición bastante amplia), pues dice que este es un viaje motivado por conocer el arte y la cultura de un lugar en específico. (Quesada, 2010).

El turismo cultural promete autenticidad a sus practicantes, pero a estos se les presenta una selección no neutral de la cultura, que es objetivada, sacada entre otros. Elías, también, afirma que quienes practican este tipo de turismo son “viajeros con mayor formación y preparación, con poder adquisitivo más alto que la media, y con

respeto hacia los elementos patrimoniales superior a la media de viajeros. Citado por. (Fuller, 2009).

El turismo cultural al estar directamente relacionado con las formas de vida de los Pueblos y sus manifestaciones, cubre un espectro muy amplio de actividades posibles de realizar, o de lugares factibles de visitar, por tal motivo a continuación se presenta una clasificación:

#### Turismo Religioso

El turismo religioso es aceptado de manera general como parte de la clasificación del turismo cultural, pues de hecho, la religión es parte fundamental de la vida y la cultura de todos los pueblos. A continuación se presentan, como preámbulo, puntos de contacto entre la cultura, la religión y el turismo. (Monteiro, 2008).

#### Turismo Arqueológico

El aprovechamiento turístico de los atractivos arqueológicos posibilita el acceso a los antiguos sistemas socioculturales, estructuras arquitectónicas, utensilios cotidianos permitiendo una mejor comprensión de las sociedades pasadas por estar en su contexto original. Esta es la ventaja que tiene sobre los museos donde el mensaje educativo de los objetos está limitado por la creación de un espacio artificial. (Manzato & Rejowski, 2007).

#### Turismo Gastronómico

Se tiene que la relación entre la gastronomía y la cultura de un pueblo es muy estrecha, pues la gastronomía es moldeada por la cultura circundante, y esto hace, muchas veces que pese a usar los mismos insumos, o parecidos, los resultados –los platos- en diferentes lugares sean tan disímiles entre sí. (Shluter, 2002).

#### Folklore

El turismo y el folklore mantienen una relación muy estrecha, ya que el turismo, el de corte cultural, encuentra en el folklore una potente fuente de atracción, y esto, por el interés creciente por conocer los estilos o formas de vida del otro (del modo más “auténtico”), y todo lo que ello implica... lo que el ciudadano de la gran urbe y los turistas disfrutarán con el nombre de folklore, no es más que la imitación de hechos

espontáneos producidos en otra realidad, como consecuencia de otros valores y necesidades. (Urquiza, 1997).

### Gestión cultural y turística

Tratar de gestión cultural y gestión turística implica necesariamente reconocer, en primer lugar, el distinto nivel, desde múltiples perspectivas, al que están cada uno de los ámbitos de gestión. No reconocer esta diferencia supondría poder llegar a conclusiones tan simples como que la interacción cultura/turismo pasaría, tan solo, por un intercambio tecnológico y una colaboración entre distintos colectivos profesionales. La realidad no es tan simple como esto. Por una parte - importantísima - se puede ya reconocer que el turismo puede ser considerado como una experiencia cultural y, por tanto, existe ya un primer grado de dependencia entre gestión cultural y gestión turística, que nos obliga a situarlos en distintos niveles. Otro aspecto a considerar es la base organizativa en la que se asienta cada uno de los ámbitos. Mientras que la gestión cultural está mayoritariamente relacionada con la administración pública, la gestión turística lo está con el sector privado. (Cortada, 2006).

## CAPÍTULO III

### MATERIALES Y MÉTODOS

#### 3.1 Tipo y Diseño de Investigación

En el presente estudio de investigación se utilizó lo estadístico descriptivo, para darle un carácter explicativo científico y cuantitativo con incidencia probabilística para ello se aplicó tablas, histogramas, grafico circular, etc. La metodología de investigación es de nivel aplicación – descriptivo, y diseño no experimental. (Hernandez, 2010).

#### 3.2 Población y Muestra de Investigación

La población para el estudio estuvo constituida por todas instituciones directas e indirectas del turismo, comprendido al 2010 por el censo del INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática) Pucara cuenta con una población de un total de 6.060 habitantes de la Región Puno. Para el cálculo del muestreo se ha considerado la siguiente formula.

Siendo

$$n = \frac{N Z^2 S^2}{N d^2 + Z^2 S^2}$$

$$N = 6060$$

$$Z = 1,96 = 95\%$$

$$Z^2 = 3,8416$$

$$S =$$

$$S^2 = 15$$

$$d = 1$$

$$d^2 = 1$$

$$N Z^2 S^2 = 349201,44$$

$$N d^2 = 6060$$

$$Z^2 S^2 = 57,624$$

$$N d^2 + Z^2 S^2 = 6117,624$$

$$n = \mathbf{57,081}$$

### 3.3 Técnicas y e Instrumento de Recolección de Datos

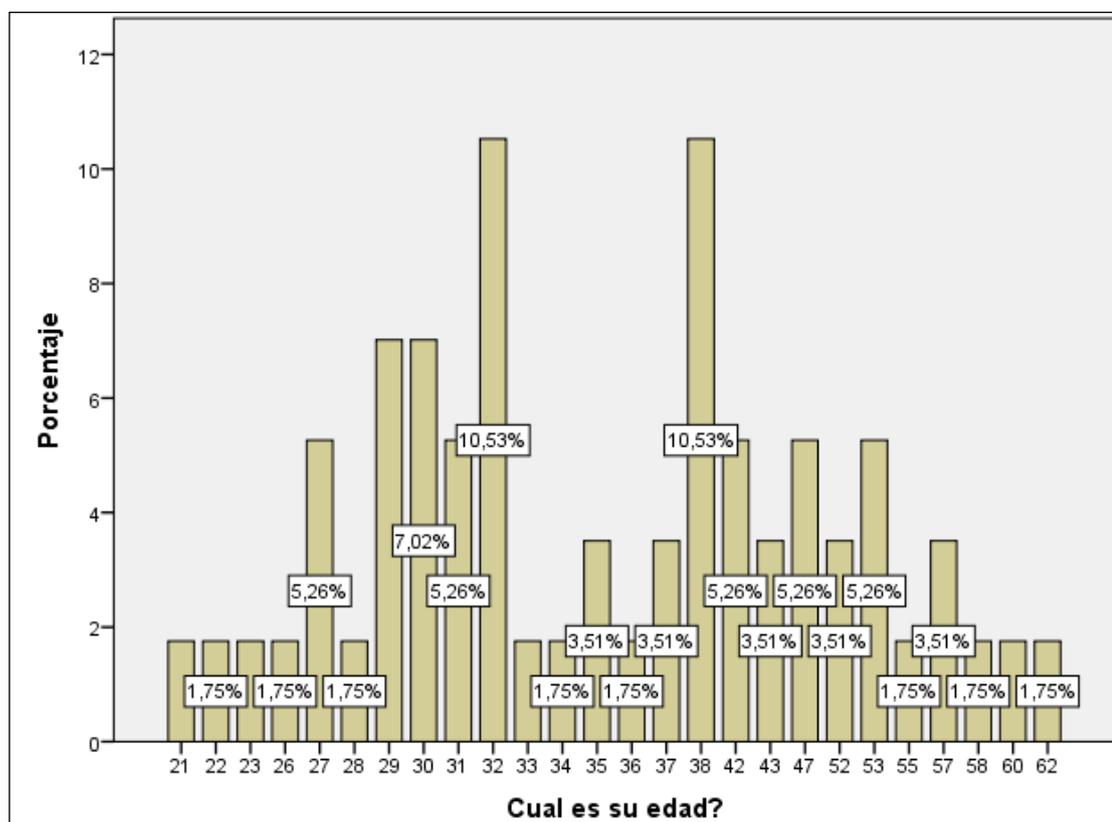
#### Procesamiento y análisis de datos

El total de la muestra se aplicó en la investigación es de 57, los cuales fueron encuestados en distrito de Pucara, luego fueron procesados en el IBM SPSS Statistics 24. Las técnicas e instrumentos que se emplearon en los procesos de investigación consisten en: cuestionario (encueta).

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1 Utilización De La Planificación Estratégica Como Una Herramienta Para El Fomento Del Desarrollo Turístico Sostenible Cultural Por Las Instituciones Directas E Indirectas Del Turismo Del Distrito De Pucara



**Figura 9.** Edades de los que trabajan en instituciones de turismo.

De acuerdo al tabla, el personal del que labora en instituciones directas e indirectas del turismo de acuerdo a la encuestas del 100% el 10,5 % son de 38 y 32 años de edad profesionales seguido de 7,0% de 29 y 31 año de edad y el 5,3% de 27 y 42 años de edad el cual nos da a entender que son profesionales y responsables y saben lo que están haciendo.

**Tabla 3.** Genero de los trabajadores en instituciones de turismo.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	36	63,2	63,2	63,2
Femenino	21	36,8	36,8	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia del investigador.

De acuerdo a tabla la mayoría de los colaboradores son de sexo masculino, del 100% de encuestados el 63.2 % son masculinos y el 36.8 % son de sexo femenino.

**Tabla 4.** La ocupación que de los encargados en turismo directo o indirecto.

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
	1	1,8	1,8	1,8
Abogado	4	7,0	7,0	8,8
Administración	5	8,8	8,8	17,5
Antropólogo	3	5,3	5,3	22,8
Arquitecto	2	3,5	3,5	26,3
Artesano	15	26,3	26,3	52,6
Asist. de medio amb.	1	1,8	1,8	54,4
Auxiliar	2	3,5	3,5	57,9
Auxiliar contable	1	1,8	1,8	59,6
Biólogo	1	1,8	1,8	61,4
Contador	3	5,3	5,3	66,7
Docente	4	7,0	7,0	73,7
Contador	1	1,8	1,8	75,3
Guía	1	1,8	1,8	75,4
Ing. Agrónomo	1	1,8	1,8	77,2
Ing. Civil	2	3,5	3,5	80,7
Ing. Economista	2	3,5	3,5	84,2
Ing. Sistemas	2	3,5	3,5	87,7
Ingeniero	3	5,3	5,3	93,0
Lic. Educ. Fisica	1	1,8	1,8	94,7
Nutricionista	1	1,8	1,8	96,5
Técnico contador	1	1,8	1,8	98,2
Universitario	1	1,8	1,8	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia del investigador.

De acuerdo a la tabla del 100 % de encuestados el 26.3% son Artesanos, el 8.8 % son administradores como el alcalde de Pucara y el 7.0% son docentes y abogados, el 5.3% antropólogos y contadores e ingenieros y 3.5% son economistas e Ing de sistemas, seguido los Guías, Nutricionistas, Biólogos, Universitarios, Técnicos, de acuerdo a la investigación los que laboran son de diferentes especialidades que poco comprenden sobre el Turismo pero tienen la predisposición en trabajar por el turismo.

**Tabla 5.** Lugar de procedencia de los encargados de las instituciones de turismo.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	2	3,5	3,5	3,5
Azángaro	4	7,0	7,0	10,5
Juliaca	15	26,3	26,3	36,8
Lampa	7	12,3	12,3	49,1
Paratia	1	1,8	1,8	50,9
Pucara	22	38,6	38,6	89,5
Puno	6	10,5	10,5	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia del investigador.

De los 100% de encuestados el 38.6 % es de Pucara de su misma localidad y eso es muy bueno ya que ellos nacieron y crecieron en mismo lugar y ahora quieren trabajar para el beneficio de su localidad, y con 26,3% provienen de Juliaca seguido con el 12,3 % de lampa y con el 10,5 % Puno le siguen los pueblos aledaños como Azángaro y Paratia.

**Tabla 6.** Autoridades opinan si el turismo es una alternativa de desarrollo para Pucara.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	54	94,7	96,4	96,4
No sabe	2	3,5	3,6	100,0
Total	56	98,2	100,0	
Total	57	100,0		

Fuente: Elaboración propia del investigador.

De los 100 % de encuestados el 94,7% si piensa que el turismo es una alternativa de desarrollo para Pucara que es la gran mayoría que se dedica al turismo que son los artesanos con venta directa y otros que envían sus productos para tiendas de artesanía y el 3,5 % no sabe si el turismo es una alternativa de desarrollo, pero con sensibilización adecuada cambiaria de opinión sobre la actividad del turismo.

**Tabla 7.** Tiempo que trabajan en dicha institución.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	7	12,3	12,3	12,3
+12años	2	3,5	3,5	15,8
1 año	5	8,8	8,8	24,6
10 años	1	1,8	1,8	26,3
12 años	1	1,8	1,8	28,1
15 años	1	1,8	1,8	29,8
2 años	11	19,3	19,3	49,1
3 años	5	8,8	8,8	57,9
3 meses	2	3,5	3,5	61,4
4 años	2	3,5	3,5	64,9
4 meses	5	8,8	8,8	73,7
5 años	2	3,5	3,5	77,2
5 meses	2	3,5	3,5	80,7
6 años	1	1,8	1,8	82,5
7 años	8	14,0	14,0	96,5
8 años	1	1,8	1,8	98,2
8 meses	1	1,8	1,8	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia del investigador.

De acuerdo a la tabla de las 100% de encuestados el 19,3 % trabajan en dichas instituciones por 2 años y el 14,0 % trabajan por 7 años y con el 8,8% por 3 años, 1 año y 4 meses seguido con el 3,5% de 12 años, 5 años y 5 meses, con el 1,8 % 8 años, 6 años, 8 meses de acuerdo a la investigación nos da como resultado que la gran mayoría labora en estas instituciones por 2 años por ende conocen y están familiarizados para que puedan iniciar con capacitaciones de sensibilización para el turismo sostenible.

**Tabla 8.** Razones por las cuales visitan Pucara.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Cultura	40	70,2	70,2
	Artesanía	17	29,8	100,0
	Total	57	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia del investigador.

De acuerdo al cuadro del cuestionario del 100% de encuestados el 70,2% cree que vienen o van a pucara por la cultura seguido con el 29.8% creen que vienen por su artesanía.

#### 4.2 La Planificación Estratégica Fomentara Al Desarrolló De Turismo Sostenible Cultural De Pucara?

**Tabla 9.** Respuesta a la opinión si el turismo es una alternativa de desarrollo.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	12	21,1	21,1	21,1
Ayuda a la economía	1	1,8	1,8	22,8
Fomenta al desarrollo del turismo y a sus economía	1	1,8	1,8	24,6
Fuente de desarrollo	1	1,8	1,8	26,3
Fuente de economía	2	3,5	3,5	29,8
Fuente de ingreso	1	1,8	1,8	31,6
Fuente de ingreso familiar	1	1,8	1,8	33,3
Fuente de ingresos	1	1,8	1,8	35,1
Fuente de ingresos económicos	1	1,8	1,8	36,8
Fuente económico	1	1,8	1,8	38,6
Hay mejora en muchos aspectos	1	1,8	1,8	40,4
Mejora la económico	11	19,3	19,3	59,6
Mejora el ingreso económico de las familias	1	1,8	1,8	61,4
Mejora el ingreso económico familiar	2	3,5	3,5	64,9
Mejora la economía	9	15,8	15,8	80,7
Mejora la economía de las familias	2	3,5	3,5	84,2
Mejora la economía de las familias artesanas	1	1,8	1,8	86,0
Mejora la economía	1	1,8	1,8	87,7
Mejora la economía del artesano	1	1,8	1,8	89,5
Mejora la economía, preserva monumentos culturales	1	1,8	1,8	91,2
Mejora los ingresos económicos	5	8,8	8,8	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia del investigador.

De los 100 % de encuestados el 19.3% cree que el turismo es una alternativa de desarrollo porque mejora la economía de las familias, seguido con 15,8 % que opina lo mismo mejora la economía y con el 3.5 % cree el turismo es una fuente económica y así todas sus repuestas en este cuestionario son las mismas creen que el turismo si es una alternativa que mejorara el ingreso económico a las familias. (Quispe, 2017).

**Tabla 10.** Comprensión planificación estratégica.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Planificar para el futuro	9	15,8	15,8	15,8
Prever el futuro	2	3,5	3,5	19,3
Proceso sistemático	44	77,2	77,2	96,5
Todos	2	3,5	3,5	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia del investigador.

De acuerdo al cuadro del 100% de encuestados el 77,2% entiende que la planificación estratégica es un proceso sistemático y con el 15,8 % entiende a la planificación estratégico planificar para el futuro y con 3.5% comprenden que la planificación estratégica es proveer el futuro.

**Tabla 11.** Instituciones que cuentan con plan estratégico de desarrollo turístico.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	19	33,3	33,3	33,3
No	35	61,4	61,4	94,7
No sabe	3	5,3	5,3	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia del investigador.

De acuerdo al cuadro de los 100% de encuestados el 61,4% no cuenta con un plan estratégico de desarrollo turístico en su institución y con el 33,3% si cuenta con un plan estratégico de desarrollo turístico en su institución y el 5,3 % no sabe si cuentan o no desconoce sobre el plan estratégico de desarrolló en su institución.

**Tabla 12.** Frecuencia con que hablan de planificación estratégica y su importancia.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	3	5,3	5,3	5,3
Casi siempre	9	15,8	15,8	21,1
Algunas veces	16	28,1	28,1	49,1
De vez en cuando	23	40,4	40,4	89,5
Nunca	6	10,5	10,5	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia del investigador.

De acuerdo a la tabla de los 100% de encuestados el 40.4 % respondieron que de vez en cuando tocan el tema o hablan en sus reuniones sobre planificación estratégica y con el 28,1% algunas veces hablan de planificación estratégica en sus reuniones seguido con el 15,8% casi siempre hablan de planificación estratégica y un 10,5% respondieron nunca tratan el tema en sus reuniones.

**Tabla 13.** Conocimiento sobre sostenibilidad cultural.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Preservar la identidad cultural	37	64,9	64,9	64,9
Es sostenible y sustentable	5	8,8	8,8	73,7
Planificar, cuidar los monumentos culturales	13	22,8	22,8	96,5
Otros	2	3,5	3,5	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia del investigador.

De acuerdo a la tabla de los 100% de encuestados el 64,9% respondieron que la sostenibilidad cultural es preservar la identidad cultural y es correcto seguido con el 22,8% que es planificar, cuidar los monumentos culturales y el 8,8% respondieron que es sostenible y sustentable y el 3,5 % creen q son otros. Pero que desconocen.

**Tabla 14.** Problemas por el cual no se desarrolla el turismo adecuadamente.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Falta de interés de las instituciones encargadas	23	40,4	40,4	40,4
Falta de presupuesto	2	3,5	3,5	43,9
No hay trabajo en equipo	28	49,1	49,1	93,0
Corrupción	2	3,5	3,5	96,5
Falta de capacidad de gestión	2	3,5	3,5	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia del investigador.

De los 100% de encuestados el 49,1% respondieron que no hay trabajo en equipo y con el 40,4% respondieron falta de interés de las instituciones encargadas seguido con 3,5% indican que hay corrupción, y falta de capacidad de gestión, es uno de los principales problemas por el cual no se desarrolla el turismo adecuadamente.

**Tabla 15.** Instituciones que apoyan al desarrollo del turismo en Pucara.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Todos	2	3,5	3,5	3,5
Algunos	44	77,2	77,2	80,7
Casi ninguno	7	12,3	12,3	93,0
No tiene conocimiento	4	7,0	7,0	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia del investigador.

De acuerdo a la tabla de los 100% de encuestados el 77,2% respondieron que algunos son los que realmente apoyan al desarrollo del turismo, el 12,3% respondieron

que casi ninguno apoya al desarrollo del turismo en Pucara y el 7,0% no tienen conocimiento de quien apoyan o no apoyan y el 3,5% respondieron el que todos realmente apoyan al desarrollo del turismo de Pucara.

**Tabla 16.** Presupuesto asignado es suficiente para cumplir con funciones.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	9	15,8	15,8	15,8
No	43	75,4	75,4	91,2
No sabe	5	8,8	8,8	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia del investigador.

De acuerdo a la tabla de los 100% de encuestados el 75,4% respondieron no es suficiente el presupuesto de su Institución para cumplir con las funciones y el 15,8% respondieron que si es suficiente el presupuesto para cumplir con sus funciones, con el 8,8% no saben nada. También comentan que es uno de los motivos por los cuales no se está desarrollando adecuadamente la actividad del turismo en Pucara.

**Tabla 17.** Contribución de instituciones al desarrollo del turismo en Pucara.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bastante	12	21,1	21,1	21,1
Lo suficiente	13	22,8	22,8	43,9
Regular	24	42,1	42,1	86,0
Poco	8	14,0	14,0	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia del investigador.

De acuerdo a la tabla de los 100% de encuestados el 42,1% respondieron regularmente su institución contribuyo al desarrollo del turismo sostenible del Pucara con el 22,8% respondieron que han contribuido al desarrollo del turismo sostenible lo

suficiente y el 21,1% respondieron bastante seguido con 14,0% respondieron poco su institución ha contribuido.

### 4.3 El Grado De Predisposición De Las Entidades De Turismo Para Aportar Al Desarrollo Del Turismo Sostenible Cultural Del Distrito De Pucara

**Tabla 18.** Disposición a asistir a capacitaciones enfocadas al desarrollo del turismo sostenible cultural de pucara.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	57	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia del investigador.

De los 100% de encuestados el 100% respondieron si al cuestionario que asistirían a capacitaciones enfocadas a recuperar la autenticidad del patrimonio cultural del distrito de Pucara, como al inicio creen que el turismo es una oportunidad para reservas los recursos culturales que posee este distrito ya que la mayoría está predispuesto a apoyar a su localidad con reuniones a tratar.

**Tabla 19.** Eventos que debería organizar para unir instituciones públicas y privadas del turismo de Pucara.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Congresos	11	19,3	19,3	19,3
Eventos deportivos	6	10,5	10,5	29,8
Reuniones	30	52,6	52,6	82,5
Viajes familiarización	1	1,8	1,8	84,2
Otros	9	15,8	15,8	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia del investigador.

De acuerdo al 100% de encuestados el 52,6% respondieron las reuniones de temas de turismo serian estrategias para unir a las instituciones públicas y privadas de turismo de Pucara y con el 19,3% los congresos de turismo unificar a las instituciones públicas y privadas del turismo de Pucara y el 15,8% respondieron otros eventos y con el 1,8% respondieron los viajes de familiarización. (Quispe, 2017).

#### 4.4 La Planificación Estratégica Para El Fomento Del Desarrollo Turístico Sostenible Cultural Del Distrito De Pucara

Aporte de la investigación

Proponer un plan estratégico para el fomento del desarrollo turístico sostenible cultural del distrito de pucara

Diagnostico situacional de pucara

Aspectos generales

Ubicación

Ubicado a 104 Km. de la ciudad de Puno; por la carretera asfaltada que se dirige a Cusco. Esta ciudad se encuentra al pie de un peñasco de roca rojiza (característico de la zona). Este lugar llegó a ocupar su máximo auge cultural unos 100 años aproximadamente A.C. Algunos entendidos manifiestan que esta cultura podría ser más antigua que la cultura Tiahuanaco.

Ubicación En El Tiempo:

A partir de los años 1800 a 1600 a.C., en las aldeas de agricultores del Altiplano comienzan a presentarse algunos rasgos culturales que tendrán cierta continuidad, pero mostrando cambios que identifican momentos significativos, determinando de esa manera varias fases culturales las mismas que se denominan como: Qaluyo, Cusipata, Pukas Temprano y Pucara Tardío. Estas dos últimas también se las agrupa con la denominación de Pucara Clásico. Y el Estado, de allí que se inició la remodelación del Centro Ceremonial o Kalasaya y otros centros del ámbito circunlacustre.

Atractivos Turísticos.

- Museo lítico de Pukara.
- Complejo Arqueológico de Kalasaya.
- Iglesia católica de Santa Isabel.
- Las Chullpas de Vizcachani – Quepa.

Complejo Arqueológico De Kalasaya

A 1 km de la localidad de Pucará (5 minutos en auto aproximadamente) Centro ceremonial de la cultura Pucará, construido alrededor del año 800 a.c , alcanzó su apogeo entre los años 250 a.c y 380 d.C. Se pueden distinguir dos sectores: un área ceremonial compuesta por nueve pirámides y otro urbano. Pucará destaca por tener dos tipos de manifestaciones arquitectónicas; una de características monumentales de probable función ceremonial y otra rústica posiblemente de viviendas; siendo la más conocida el sector ceremonial constituido por pirámides truncas artificiales a manera de terrazas, predominando la pirámide principal KALASAYA.

**Tabla 20.** Complejo arqueológico de Kalasaya.

Ficha de Jerarquización	F-1		
	N° 1		
Nombre Del Recurso Turístico:	“Complejo Arqueológico De Kalasaya”		
Región:	Puno	Categoría:	Manifestaciones culturales
Provincia:	Lampa	Tipo:	Sitios arqueológicos y espacios U.
Distrito:	Pucara	Sub Tipo:	Edificaciones, templos, fortalezas,etc.
Particularidades	El perímetro de Kalasaya presenta una vereda empedrada la que se comunica por un pasadizo que integra la parte central con la parte posterior donde se encuentran las construcciones aún no determinadas de Pucará hechas de piedra labrada similares a la de los recintos descritos; este patrón arquitectónico se repite en ambos costados de los templos con medidas diferentes.		
Observaciones	La Cultura Pucará fue una sociedad religiosa presumiblemente controlada por una “casta sacerdotal” creando un Estado Teocrático, manifestada en sus construcciones monumentales, ganadería, agricultura, sus representaciones líticas, cerámica, textiles las sirvieron como eje de sus actividades económicas. Es posible considerarla como un núcleo semejante a la Cultura Chavín localizada en la sierra central por su influencia como núcleo generador de cultura.		
Estado	Bueno	Jerarquía N°2	

Fuente: Elaboración propia del investigador, Quispe (2017). Basado en inventario DIRCETUR PUNO Vadim M. 2009.

**Tabla 21.** Museo Lítico de Pucara.

Ficha de Jerarquización	F-1		
	N° 1		
Nombre Del Recurso Turístico:	“Museo Lítico De Pukara”		
Región:	Puno	Categoría:	Manifestaciones culturales
Provincia:	Lampa	Tipo:	Arquitectura y espacios Urbanos
Distrito:	Pucara	Sub Tipo:	Museos
Particularidades	<p>En el museo se exhibe un conjunto de monolitos y esculturas líticas de la cultura Pucará que han sido recuperados en el complejo arqueológico durante los trabajos de restauración y puesta en valor.</p> <p>Están clasificadas en tres grupos: monolitos, estelas y esculturas zoomorfas.</p>		
Observaciones	Se encuentra a media cuadra de la Plaza de Armas, sobre la lateral de la iglesia.		
Estado	Bueno	Jerarquía n°1	

Fuente: Elaboración propia del investigador, Quispe, 2017. Basado en inventario DIRCETUR PUNO Vadim M. 2009.

#### Museo Lítico De Pucara

A 101 km al norte de la ciudad de Puno (2 horas en auto aproximadamente) Se exhibe un conjunto de esculturas líticas de la cultura Pucará, están clasificadas en tres grupos: monolitos, estelas y esculturas zoomórficas. Cuenta con salas de exhibición de

los elementos líticos más importantes como el Degollador o Hatun Ñakaj, la Estela del Rayo o la Lluvia (de aproximadamente 2 metros de altura), cerámicas y otros objetos.

**Tabla 22.** Las Chullpas de Vizcachani – Quepa.

ficha de jerarquización	f-1		
	n° 1		
nombre del recurso turístico:	“las chullpas de vizcachani – quepa”		
Región:	Puno	Categoría:	manifestaciones culturales
Provincia:	Lampa	Tipo:	arquitectura y espacios urbanos
Distrito:	Pucara	Sub Tipo:	sitios históricos
Particularidades	existen chullpas entre cuadradas y circulares, en donde encontramos 4 chullpas cilíndricas de más de 2 metros de altura, así como la chullpa real de huayta, a 16 kilómetros al sur de lampa, en donde una sola chullpa de perfecto acabado, se erige en la zona.		
Observaciones	las chullpas existentes son una clara manifestación de la cultura pucara; se cree que esta cultura se trasladaba a este lugar para enterrar a sus muertos; las chullpas están en un estado medio.		
Estado	bueno	jerarquía n°2	

Fuente: Elaboración propia del investigador, Quispe, 2017. Basado En Inventario DIRCETUR PUNO Vadim M. 2009.

Las Chullpas De Vizcachani – Quepa

Ubicada al sur de Pucara, y que albergar a 200 chullpas.

**Tabla 23.** Cerámica El Torito de Pucará.

Ficha de Jerarquización	f-1		
	n° 1		
nombre del recurso turístico:	“cerámica el torito de pucará”		
Región:	Puno	Categoría:	folclore
Provincia:	Lampa	Tipo:	artesanía y artes
Distrito:	Pucara	Sub Tipo:	cerámica
Particularidades	cerámica hecha con arcilla y manufactura artesanal. Originados en las manos de ceramistas de Santiago de Pupuja de la provincia de Azangaro, quienes para su comercialización tuvieron que trasladarse a José domingo Choquehuanca pueblo por donde pasa el ferrocarril puno - cusco, y al pueblo de pucará por donde pasa la carretera asfaltada de puno - cusco, por la exitosa venta en pucará surgieron artesanos, así como los pedidos y la identificación como el torito de pucará.		
Observaciones	el pueblo de pucará se encuentra a 108 kms. Al norte de la ciudad de puno. José domingo Choquehuanca se encuentra a 3 kms. Y Santiago de Pupuja a 7 kms. Ambos al este de Pucará.		
Estado	bueno	jerarquía n°1	

Fuente: Elaboración propia del investigador, Quispe, 2017. Basado en inventario DIRCETUR PUNO (Vadim, 2009).

#### Cerámica El Torito De Pucará

El origen de los alfareros de Pupuja es muy antiguo, se iniciaron con la fábrica de cerámica utilitaria de carácter doméstico, juguetería, decorativa, etc. El torito de Pucará a través del tiempo se ha convertido en un símbolo de la identidad andina. Usado en las ceremonias de marcación y para la procreación del ganado, felicidad y fertilidad en la

vida matrimonial, la protección de las familias, cuidado de los animales. Es tradición en la región, colocar la cerámica del torito en el techo de las casas, en los muros, portones de los cercos o corrales, con el fin de atraer la prosperidad y fecundidad, es decir, originalmente fue un elemento ritual y de uso ceremonial, servía de recipiente para la chicha mezclada con la sangre del ganado en las ceremonias propiciatorias, en la abertura de la parte superior, se depositaba grasa o resina para los ritos y ceremonias tradicionales para la fertilidad y prosperidad. El Torito, es el resultado de la transculturización, la representación de un animal traído por los españoles, que era usado en las festividades religiosas y ceremonias a la Pachamanca.

**Tabla 24.** Templo Santa Isabel.

Ficha de jerarquización	f-1		
	n° 1		
Nombre del recurso turístico:	“ Templo Santa Isabel”		
Región:	Puno	Categoría:	manifestaciones culturales
Provincia:	Lampa	Tipo:	arquitectura y espacios urbanos
Distrito:	Pucara	Sub Tipo:	iglesias (templo, catedral, etc.)
Particularidades	fue declarado patrimonio cultural de la nación mediante r.s. n° 2900-72-ed el 28 de diciembre de		
Observaciones	Pucara se encuentra ubicado a 108 km. al norte de la ciudad de puno sobre el eje vial puno-cusco. En este templo cada 16 de julio se celebra la fiesta patronal de la virgen del Carmen, con celebraciones religiosas, feria artesanal, exhibición de danzas con traje de luces.		
Estado	Regular.	jerarquía n°1	

Fuente: Elaboración propia del investigador, (Quispe, 2017) Basado en inventario DIRCETUR PUNO VADIM MASCIOTTI CABALA: 2009.

## Templo Santa Isabel

Se encuentra ubicado en el frente oeste de la Plaza principal de Pucara, pueblo antiguo e importante desde 1550. El templo construido por Misioneros Jesuitas, en un lugar donde se carecía de material del que está construido. Joya arquitectónica de esbeltas líneas geométricas de estilo barroco mestizo construido en forma perpendicular a uno anterior (estaba colocado en sentido longitudinal a la plaza, derruido por su mal estado), la piedra hecha filigrana ofrece símbolos y bajos relieves. En 1,760 se colocaron 24 bastidores en las ventanas y cornisas, en 1,762 se traslada el púlpito, en 1,763 el retablo mayor, en 1,764 el coro y el retablo Del Carmen, en tanto que en el crucero se hacían altares, en 1,765 se trasladan los altares de La purificación y el Santo Cristo, entre 1,767 y 1,769 se retejo la capilla de la purificación, la vidriera del sagrario y se colocan ventanas y bastidores con tocuyo, en 1,769 el carpintero José Manuel Acosta hace el sagrario y el fundidor Manuel de Orihuela una linterna de hojalata, entre 1,771 a 1,776 se construyó 4 altares de piedra de cantería y 6 altares del presbiterio. Su portada está situada dentro de un arco ciego. Las columnas decoradas con coronas formadas por hojas de acanto, la portada con ornamentos mestizos de ascendencia plateresca. Con gran solemnidad el templo fue bendecido el 01 de enero de 1,810, la casa parroquial se concluyó en 1,814, en 1,820 el retablo neoclásico, el carmín, la vidriera de la claraboya, se abrieron los arcos del crucero, dorado y pintado el altar, en 1,824 se concluyó la única torre, luego se repara y reteja las bóvedas y se estuca el altar mayor perfilado en oro y el arco toral, se armaron nuevos retablos utilizando el antiguo altar mayor, se enchapó el sagrario con restos del antiguo frontal.

### Infraestructura – Equipamiento urbano

Vías de comunicación terrestre: Para acceder al distrito de Pucara solo se puede usar el medio de transporte terrestre.

Movilidad propia: Seguir la carretera con ruta Puno - Cusco antes de llegar a Ayaviri, la combi colectivo encontramos el terminal de la dominical de Juliaca, el costo es de S/5,00.

#### 4.5 Identificación Del Plan Estratégico Turístico

##### Evaluación estratégica

El diagnóstico realizado al distrito de Pucara, provincia de Lampa Región Puno, ha brindado al presente trabajo de investigación información valiosa para la evaluación estratégica del distrito respecto a sus factores internos y externos que ayudan en la proposición del plan estratégico.

##### Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)

Para la evaluación de dichos factores, se asignó una ponderación a cada factor según su importancia: 0.0 (nada importante) y 1.0 (muy importante). Luego se calificó cada factor externo indicando qué tan efectivos responden las estrategias actuales de la organización ante dicho factor: 1 (respuesta deficiente) y 4 (respuesta superior). Posteriormente, se asignó una puntuación ponderada y la puntuación total de la organización puede estar entre 4.0 (respuesta excelente ante las oportunidades y amenazas) y 1.0 (respuesta pésima ante oportunidades y amenazas).

Para este caso, la MEFE del sector turismo del distrito de Pucara obtuvo un valor de 2.57, lo cual significa que el sector turismo brinda una respuesta PROMEDIO frente a los factores externos que influyen positivos y negativamente en su actividad.

Asimismo, se identificó que la Oportunidad 1: tiene gran potencial por la variedad de zonas naturales y culturales turístico del distrito de Pucara para ello se requiere una planificación estratégica adecuada conjuntamente con los entes directos e indirectos de turismo. Oportunidad 2: Demanda creciente del turismo alternativo y responsable que arriban al destino Perú. Oportunidad 3: Aumenta la tendencia del uso de Internet.

Para planificar viajes y buscar información, actualmente no está siendo bien aprovechada, ya que el distrito de Pucara podría darse a conocer a través de las redes sociales y páginas web a fin de captar mayores visitantes. Oportunidad 4: efecto multiplicador ya que beneficia directa o indirectamente a un destino turístico. Oportunidad 5: participación local es la más importante ya se quiere lograr un turismo inclusivo.

Respecto a las amenazas la primera Inflación económica, la segunda Conflictos sociales, la tercera A culturalización, la cuarta Desastres naturales, la quinta Capacidad de carga, la sexta amenaza Mínima inversión pública para el fomento turismo sostenible.

**Tabla 25.** Matriz de evaluación de factores externos claves.

Factores Determinantes Del Éxito	Peso	Calificación	Peso Ponderado
<b>Oportunidades</b>			
1. Gran potencial turístico por la variedad de zonas naturales y culturales	0.13	3	0.39
2. Demanda creciente turismo alternativo y responsable	0.12	2	0.24
3. Aumenta la tendencia del uso de Internet para Planificar viajes y buscar información.	0.09	3	0.27
4. Efecto multiplicador	0.10	3	0.30
5. Participación local	0.10	2	0.20
<b>Amenazas</b>			
1. Inflación económica	0.07	2	0.14
2. Conflictos sociales	0.08	2	0.16
3. A culturalización	0.06	2	0.12
4. Desastres naturales	0.07	3	0.21
5. Capacidad de carga	0.10	3	0.30
6. Mínima inversión pública para el fomento turismo sostenible	0.08	3	0.24
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>2.57</b>

Fuente: Elaboración propia del investigador. (Quispe, 2017).

**Tabla 26.** Matriz de evaluación de factores internos (MEFI).

Factores Determinantes Del Éxito	Peso	Calificación	Peso Ponderado
<b>Fortalezas</b>			
1. Existencia de culturas vivas, raíces culturales y zonas naturales turísticos en la Región	0.15	4	0.6
2. Participación local	0.12	3	0.36
3. ubicación estratégica	0.13	3	0.39
4. Servicio frecuente de transporte publico	0.12	2	0.24
5. El turismo genera ingresos a la población	0.13	3	0.39
<b>Debilidades</b>			
1. Falta de planificación turística	0.11	3	0.11
2. Bajo uso de las tecnologías de información en la promoción de los destinos	0.12 0.12	2	0.24
3. Presupuesto limitado		2	0.24
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>2.57</b>

Fuente: Elaboración propia del investigador. (Quispe, 2017).

#### Análisis competitivo: Modelo de las cinco fuerzas de Michael Porter

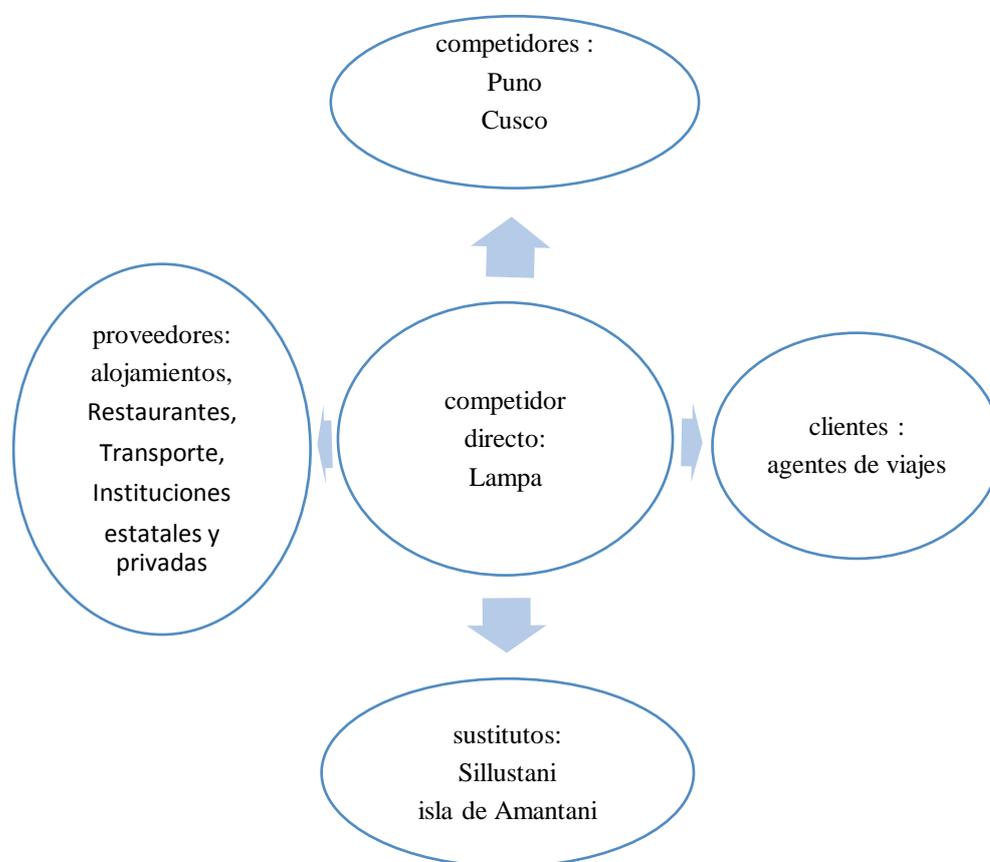
Para la realización de la planificación estratégica en el desarrollo de estrategias de diversas industrias han utilizado el modelo propuesto por Michel E. Porter. Este modelo holístico permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad a largo plazo, en donde se evalúan los objetivos y recursos en función a cinco fuerzas:

Como principal competidor del distrito de Pucara, se considerado a Lampa puesto

que poseen algunas características y ofertas turísticas similar.

Lampa: Es una ciudad del Departamento de Puno, Perú. Conocida como "La Ciudad Rosada" o "Ciudad de las 7 Maravillas", está ubicada en el Departamento de Puno al sur de Perú. La Provincia de Lampa tiene 10 distritos: Lampa, Cabanilla, Calapuja, Nicasio, Ocuwiri, Palca, Paratía, Pucará, Santa Lucía y Vila Vila. Las calles y plaza de la zona monumental de Lampa fueron declarados monumentos históricos del Perú el 28 de diciembre de 1972 mediante el R.S.N° 2900-7Z-ED. Competidores se considera a dos destinos importantes en el mercado. Se considera a Cusco y Puno ambos departamentos ubicados al sur del Perú y con mucho más afluencia de turística. Productos sustitutos se considera a Sillustani , isla de Amantani en ambos ubicados al sur de Pucara.

Los proveedores son las empresas de alojamiento, restaurantes, transporte público y todo servicio relacionado directa o indirectamente a la actividad turística.



**Figura 10.** Diamante Competitivo de Porter.

Fuente: Elaboración propia del investigador. (Quispe, 2017).

Matriz de Perfil Competitivo (MPC)

La Matriz de Perfil Competitivo (MPC) será utilizado para identificar a los principales competidores del distrito de Pucara que cuentan con un posicionamiento turístico, así como a sus fortalezas y debilidades principales en relación a su actividad turística. El tratamiento de la Matriz es el mismo que la matriz EFE; sin embargo, los factores de críticos de éxito en una MPC incluye factores internos como externos y califica a las fortalezas y debilidades.

**Tabla 27.** Matriz de perfil competitivo de la industria turística del distrito Pucara. (MPC)

Factores Claves De Éxito	Pucara		1. Lampa		2. Sillustani		Ponderación
	Peso	Valor	Ponderación	Valor	Ponderación	Valor	
Atractivos turísticos	03	4	1.2	2	0.6	2	0,5
Accesibilidad y conectividad a atractivos	0.1	2	0.2	2	0.8	1	0.6
Efecto multiplicador	0.2	3	0.5	2	0.3	2	0.3
Apoyo de entidades del Estado	0.1	2	0.2	2	0.2	3	0.3
Asistencia al visitante	0.1	2	0.4	2	0.3	2	0.5
Promoción en base a productos innovadores y auténticos	0.1	2	0.4	2	0.3	2	0.3
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>2.9</b>		<b>2.7</b>		<b>2.5</b>

Fuente: Elaboración propia del investigador. (Quispe, 2017).

Los valores de las calificaciones son las siguientes: 4 = fortaleza principal, 3 = fortaleza menor, 2 = debilidad menor, 1 = debilidad principal.

Formulación Estratégica

Diagnóstico FODA del Turismo en el distrito de Pucara en la provincia Puno

**Tabla 28.** Matriz FODA sobre la base del estudio situacional anterior.

Fortaleza - F	Debilidades – D
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Existencia de culturas vivas, raíces culturales y zonas naturales turísticos en la Región</li> <li>2) Participación local</li> <li>3) ubicación estratégica</li> <li>4) Servicio frecuente de transporte publico</li> <li>5) El turismo genera ingresos a la población</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Falta de planificación turística Sostenible</li> <li>2) Bajo uso de las tecnologías de información en la promoción de los destinos</li> <li>3) Presupuesto limitado</li> <li>4) Baja capacidades gerenciales en planeación que permitan el uso de herramientas de administración moderna</li> </ol>
Oportunidades - O	Amenazas -A
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Gran potencial turístico por la variedad de zonas naturales y culturales</li> <li>2) Demanda creciente turismo alternativo y responsable</li> <li>3) Aumenta la tendencia del uso de Internet para Planificar viajes y buscar información.</li> <li>4) Efecto multiplicador</li> <li>5) Participación local</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Inflación económica</li> <li>2) Conflictos sociales</li> <li>3) A culturalización</li> <li>4) Desastres naturales</li> <li>5) Capacidad de carga</li> <li>6) Mínima inversión pública para el fomento turismo sostenible</li> </ol>

Fuente: Elaboración propia del investigador. (Quispe, 2017).

Formulación Estratégica

Diagnóstico FODA del Turismo en el distrito de Pucara del departamento de Puno.

Se procede a realizar una matriz FODA sobre la base del estudio situacional anterior.

**Tabla 29.** Matriz FODA.

	Fortalezas - F	Debilidades – D	
Matriz FODA	existencia de culturas vivas, raíces culturales y zonas naturales turísticos en la región	Baja capacidades gerenciales en planeación que permitan el uso de herramientas de administración moderna	
	participación local	presupuesto limitado	
	ubicación estratégica	Bajo uso de las tecnologías de información en la promoción de los destinos	
	El turismo genera ingresos a la población	falta de un planificación turística sostenible	
Oportunidades	servicio frecuente de transporte		
	Estrategia - FO	Estrategia – DO	
	1. Gran potencial turístico por la variedad de zonas naturales y culturales	Posicionar un circuito turístico consolidado con agentes de viajes responsables con el medio cultural (O1,02,F1,F3, F5)	Generar atractivos y productos turísticos diferenciados que promueven la competitividad y sostenibilidad. (D1, D3, O1,2)
	2. Demanda creciente turismo alternativo y responsable	Promover y promocionar los centros arqueológicos, museos y circuitos culturales por medios masivos(O3O2,O1,F4,F5)	Promover y promocionar la compra de productos locales por el comercio interno y externo por medios masivos (D3; O3,O4,O5)
	3. Aumenta la tendencia del uso de Internet para Planificar viajes y buscar información.		
	4. Efecto multiplicador	Estrategia basada Ubicación geográfica y estratégica con participación de su población local (O4,O5,F3)	Desarrollar proyectos públicos, privados de acondicionamiento de los recursos turísticos. (D4, O5)
5. Participación local			

Fuente: Elaboración propia del investigador. (Quispe, 2017).

Continuación... de la tabla 29

*Matriz Foda*

Amenazas	Estrategia - FA	Estrategia – DA
1. Inflación económica	Aprovechar la diversidad de nuestros productos turísticos acorde con lo que el mercado demanda y contar con personal capacitado que en general esto nos permita disminuir el impacto de la inflación económica y conflictos sociales, aculturación y desastres naturales, que nos convierta en un destino sólido. (A1,A2,A3,A4; F1,F1,F3,F5)	Trabajar con las ALIANZAS para reducir el impacto de los conflictos sociales y desastres naturales y aculturación de este modo será un aporte al posicionamiento de nuestro Destino.(A1,A2,A3,A4;D4)
2. Conflictos sociales		
3. A culturalización		Fomentar una alianza estratégica entre el Gobierno Municipal y los emprendimientos de turismo para recibir capacitación de manejo de medios tecnológicos (D2, D3, A6).
4. Desastres naturales		
5. Capacidad de carga		
6. Mínima inversión pública para el fomento turismo sostenible	Sensibilizar a pobladores y grupos de interés a fin de convertirlos en agentes educadores de conciencia turística. (D5; A6, A3)	fomentar la creación de un Staf de profesionales con participación de la población local para el uso de las herramientas de administración moderna en la elaboración de la planeación estratégica de turismo del distrito de Pucara (D1, D5, A6)

Fuente: Elaboración propia del investigador. (Quispe, 2017).

## Organización del Destino Pucara de acuerdo a la Matriz Foda

### Planificación

Posicionar un circuito turístico cultural consolidado con agentes de viajes responsables con el medio cultural (O1,02,F1,F3, F5). Fomentar una alianza estratégica entre el Gobierno Municipal y los emprendimientos de turismo para recibir capacitación de manejo de medios tecnológicos (D2, D3, A6). Sensibilizar a pobladores y grupos de interés a fin de convertirlos en agentes educadores de conciencia turística. (D5; A6, A3)

### Territorio y destino

Estrategia basada Ubicación geográfica y estratégica con participación de su población local (O4,O5,F3). Promover y promocionar los centros arqueológicos, museos y circuitos culturales por medios masivos (O3O2,O1,F4,F5). Trabajar con las ALIANZAS para reducir el impacto de los conflictos sociales y desastres naturales y aculturación de este modo será un aporte al posicionamiento de nuestro Destino. (A1,A2,A3,A4;D4)

### Producto

Generar atractivos y productos turísticos diferenciados que promueven la competitividad y sostenibilidad. (D1, D3, O1,2). Promover y promocionar los centros arqueológicos, museos y circuitos culturales por medios masivos (O3O2,O1,F4,F5)

### Promoción, Comunicación y Comercialización

Promover y promocionar la compra de productos locales por el comercio interno y externo por medios masivos (D3; O3,O4,O5). Aprovechar la diversidad de nuestros productos turísticos acorde con lo que el mercado demanda y contar con personal capacitado que en general esto nos permita disminuir el impacto de la inflación económica y conflictos sociales, aculturación y desastres naturales, que nos convierta en un destino sólido. (A1,A2,A3,A4; F1,F1,F3,F5)

### Matriz BCG:

Estrella. Gran crecimiento y Gran participación de mercado. Se recomienda potenciar al máximo dicha área de negocio hasta que el mercado se vuelva maduro, y la se convierta en Vaca.

Interrogante. Gran crecimiento y Poca participación de mercado. Hay que Reevaluar la estrategia en dicha área, que eventualmente se puede convertir en una Estrella o en un Perro.

Vaca. Bajo crecimiento y alta participación de mercado. Se trata de un área de negocio que servirá para generar efectivo necesario para crear nuevas Estrellas.

Perro. No hay crecimiento y la participación de mercado es baja. Áreas de negocio con baja rentabilidad o incluso negativa. Se recomienda deshacerse de ella cuando sea posible.



Museo Litico de  
Pucara



Centro Arqueologico  
De Kalasaya



Artesanias ,Toritos  
de Pucara



Bosque De Queñua

**Figura 11.** Matriz BCG para Pucara.

Fuente: Elaboración propia del investigador. (Quispe, 2017).

**Tabla 30.** Análisis de matriz PEYEA variables.

Posición Estratégica Interna		Posición Estratégica Externa	
Fuerza financiera (FF)		Estabilidad del Ambiente (EA)	
Nuestro capital de trabajo	5	Incremento de la demanda turística	-4
Facilidad de salir en el mercado.	3	Presión competitiva.	-3
Independencia financiera.	3	Las Barreras de entrada son altas	-3
Flujos de Efectivo	4	La crisis financiera mundial	-3
	18		-15
Ventaja competitiva (VC)		Fuerza de la industria (FI)	
Calidad del servicio estratégico	-3	Personal especializado y calificado	5
Variedad de servicios de acuerdo a las expectativas del cliente	-4	Trabajo en equipo y coordinación, organización interna	4
Participación activa en el mercado	-4	Potencial de crecimiento	4
Conocimientos tecnológicos	-2	Facilidad para entrar al mercado, productividad	4
	-16		20

Fuente: Elaboración propia del investigador. (Quispe, 2017).

### Conclusión:

El promedio para la EA es:  $-15/5 = -3$

El promedio para la VC es:  $-16/5 = -3.2$

El promedio para la FI es:  $20/5 = 4$

El promedio para la VC es:  $18/5 = 3.6$

### PROPUESTA – PLAN

#### Alcance del documento

El presente documento contiene la delimitación del ámbito del distrito de Pucara, lineamientos de políticas turísticas, objetivos, estrategias y líneas de acción para el desarrollo, en un horizonte de consolidación de cinco años, y la definición de un Comité de Gestión que asume la gestión y ejecución de las acciones identificadas y propuestas por sus principales actores.

#### Visión

Ser un destino turístico referente a nivel nacional e internacional, reconocido por su actividad turística sostenible cultural, con participación activa de la comunidad local y atractivo para visitantes responsables con el entorno.

#### Misión

Brindar una experiencia turística auténtica de los atractivos y población local, con una gestión eficiente y planificada, promoviendo el desarrollo turístico sostenible cultural en beneficio del visitante y de la comunidad residente.

#### Valores

- Equidad de oportunidades.
- Inclusión social de menos favorecidos.
- Protección y conservación del patrimonio y del ambiente natural.
- Viabilidad de proyectos.

- Vocación de servicio para con el visitante.

Formulación del Plan Estratégico Turístico

Objetivos Estratégicos Generales

Los Objetivos a largo plazo que se desprenden luego de realizado el análisis situacional al distrito de Pucara son:

**Tabla 31.** Objetivos estratégicos.

Objetivos Estratégicos	Largo plazo 10- años
	si
1. Promover la revaloración de la cultura material e inmaterial del distrito Pucara.	si
2. Posicionar a Pucara como destino turístico sostenible para visitantes responsables con el entorno	si
3. Implementar circuitos turísticos sólidos	Si
4. Implementar estrategias de marketing	
5. Promover una administración pública y privada del desarrollo turístico de Pucara con calidad y responsabilidad social	si
Objetivos Estratégicos	Corto lazo 3-5 años
6. Implementar centros de interpretación cultural.	si
7. Promover un turismo etnográfico, integración, eco- cultural, espeleología.	si
8. Promover turismo termal	si
9. Promover turismo gastronómico	
10. Promover un turismo agro-naturismo	si
11. Formar alianzas con centros educativos, tecnológicos, universidades	si
12. Formar alianzas con agentes de viajes	si

Fuente: Elaboración propia del investigador. (Quispe, 2017).

## Programas del Plan

Dentro de la formulación del Planificación Estratégico que fomente el desarrollo turístico sostenible cultural de Pucara, en la provincia de Puno, se ha establecido los siguientes programas con sus objetivos específicos y actividades a desarrollar:

**Tabla 32.** Programas, objetivos a largo plazo y acciones a desarrollar.

Programa	Objetivo Estratégico	Acciones A Desarrollar
Planificación estratégica	1. Promover la revaloración de la cultura material e inmaterial del distrito Pucara.	Capacitar a la población para tener una cultura turística sostenible desde el municipio, centros educativos, centro de saludos colegios, institutos, policía transporte, restaurantes y hospedajes. Analizar los factores claves de éxito de las buenas prácticas encontradas anteriormente.
	2. Posicionar a Pucara como destino turístico sostenible para visitantes responsables con el entorno	Tener una página web, Lanzar los servicios de la página Web (venta de paquetes, información general, quejas y reclamos, etc.), Hacer plan de promoción de la página Web
Planificación del producto	3. Implementar circuitos turísticos sólidos	Hacer estudios de mercado, Diseñar productos innovadores y complementarios a la oferta existente
Planificación del Marketing	4. Implementar estrategias de marketing	Definir el público objetivo de la campaña, Definir los medios de mayor impacto para maximizar el resultado de la campaña, elaborar presupuesto y fuentes de financiamiento, medir los resultados.
	5. Promover una administración pública y privada del desarrollo turístico de Pucara con calidad y responsabilidad social	Identificar administrativos para capacitarse y responsabilizarse por la actividad. Y ser los evaluadores del avance de los programas también retroalimentar en las partes débiles.

Fuente: Elaboración propia del investigador. (Quispe, 2017).

**Tabla 33.** Programas, objetivos a corto plazo y acciones a desarrollar.

Programas	Objetivos Estratégicos	Acciones A Desarrollar
		Capacitar para guiar en museos centros arqueológicos, ferias y otros.
	1. Implementar centros de interpretación cultural.	Implementar un centro artesanal por líneas artesanales, textil, cerámica, curtido de cuero donde se expendan y se pueda hacer demostración y proceso.
	2. Promover un turismo etnográfico, integración, eco-cultural, espeleología.	Capacitar al menos 5 personas por cada tema y así expandir el conocimiento, Definir el plan y alcance de la capacitación, brindar información a las agencias de viajes del tipo de demanda.
	3. promover el turismo termal	Contar con guías o turismo de salud e informar sus propiedades medicinales y de recuperación en la naturaleza. Enfocarnos en agencias de viajes exclusivos de salud
	4. Promover turismo gastronómico	Organizarnos ferias gastronómicas y platos Novo andinos y hacer alianzas estratégicas con centros de estudios gastronómicos para revalorar nuestros productos.
	5. Formar alianzas estratégicas.	Formar alianzas estratégicas con institutos, universidades, agencias transportes hospedajes para la recibir capacitación a nuestra población nosotros apoyarlos también.

Fuente: Elaboración propia del investigador. (Quispe, 2017).

## Asignación presupuestal

Para los recursos financieros se debe tomar en cuenta que:

Los proyectos turísticos o afines deben ser evaluados por los entes responsables de las acciones a desarrollarse. Los proyectos deben ser financiera y económicamente viables para el desarrollo turístico del distrito, soportable con el medio ambiente y el bienestar social. Crear fuentes de financiamiento propio en coordinación con la población para reinvertir en infraestructura u otros proyectos de índole turístico.

## Programas

**Tabla 34.** Programas y acciones a desarrollar con presupuestos.

Tema	Meta	N° de beneficiarios	tiempo	parcial	Monto de inversión
Promover la revaloración de la cultura material e inmaterial del distrito Pucara.	5 servicios	-	60 meses	200,00	1000,00
Implementar circuitos turísticos sólidos	5 rutas turísticas	-	12 meses	300,00	600,00
Posicionar a Pucara como destino turístico sostenible para visitantes responsables con el entorno	18 consultoría	-	36 meses	500,00	5000,00
Implementar estrategias de marketing	15 talleres	-	15 meses	700,00	2000,00
Promover una administración pública y privada del desarrollo turístico de Pucara con calidad y responsabilidad social	15 talleres	120	18 meses	200,00	800,00
TOTAL				s/.	10 400,00

Fuente: Elaboración propia del investigador. (Quispe, 2017).

**Tabla 35.** Programa presupuestal de objetivos estratégicos a corto plazo.

Tema	Meta	N° de beneficiarios	tiempo	parcial	Monto de inversión
1. Implementar centros de interpretación cultural.	5 servicios	6760	60 meses	200,00	30,000
2. Promover un turismo etnográfico, integración, eco-cultural, espeleología.	14 rutas	10,000	18 meses	300,00	1000,00
3. promover el turismo termal	35 consultoría	-	36 meses	500,00	3000,00
4. Promover turismo gastronómico	30 talleres	10,000	25 meses	700,00	4000,00
5. Formar alianzas estratégicas.	15 talleres	120	18 meses	200,00	900,00
TOTAL				s/. 90 900,00	

Fuente: Elaboración propia del investigador. (Quispe, 2017).

**Tabla 36.** Programa presupuestal de acciones a desarrollar.

TEMA	meta	N° de beneficiarios	tiempo	parcial	Monto inversión
1. Capacitar a la población para tener una cultura turística sostenible desde el municipio, centros educativos, centro de salud, colegios, institutos, policía transporte, restaurantes y hospedajes. Analizar los factores claves de éxito de las buenas prácticas encontradas anteriormente.	25 talleres	6760	30 meses	100,00	100,00
2. Tener una página web, Lanzar los servicios de la página Web (venta de paquetes, información general, quejas y reclamos, etc.), Hacer plan de promoción de la página Web	1 elaboración	20,000	12 meses	100,00	1000,00
7. Hacer estudios de mercado, Diseñar productos innovadores y complementarios a la oferta existente	3 consulta	-	3	100,00	900,00
TOTAL				s/. 2000,00	

Fuente: Elaboración propia del investigador. (Quispe, 2017).

## Resultados esperados

La implementación de los programas presentados en el documento de trabajo, se espera posicionar al distrito Pucara como destino turístico referente a nivel nacional e internacional, reconocido por su actividad turística sostenible cultural, con participación activa de la comunidad local y atractivo para visitantes responsables con el entorno.

## Plazo de ejecución

El plazo de ejecución de las actividades es de 140 meses (10 años).

**Tabla 37.** Presupuesto total.

Presupuesto	
Descripción	Inversión
Programa 1 planificación estratégica para la sostenibilidad	s/. 1040,00
Programa 2 planificación del destino	s/. 9090,00
Programa 3 marketing producto, comunicación	s/.2000.00
Total general	s/.12130,00

Fuente: Elaboración propia del investigador. (Quispe, 2017).

El Plan estratégico para el desarrollo turístico de Pucara busca el desarrollo económico, socio cultural y ambiental e integrando sus recursos potenciales con los servicios existentes a fin de generar productos atractivos para los visitantes y turistas del distrito. El Plan busca la optimización del desempeño de la actividad turística para la satisfacción del turista a fin de lograr un desarrollo socio económico integrador, y protección y conservación patrimonio cultural.

Municipalidad de Pucara: Integrada por representantes de la Municipalidad, responsables de la gestión efectiva del Plan Estratégico, de la sinergia entre las entidades integrantes de este comité y de brindar directrices generales para el desarrollo turístico responsable.

Consultores: Encargados de desarrollar los estudios técnicos de cada actividad a ejecutar. Su trabajo debe ser coordinado con la municipalidad y debe buscar la mejora continua y el bienestar de la comunidad y su medio ambiente con la actividad turística.

Autoridades Locales: Encargados de coordinar y convocar a la comunidad en la participación activa de las acciones de desarrollo turístico sostenible a efectos de lograr los objetivos del Plan.

#### Evaluación y control

La evaluación y control del Plan Estratégico, a cargo del Comité de Turismo, velará por el cumplimiento de los objetivos trazados. Se plantea utilizar como herramienta de supervisión, los cuadros de los Programas de Planificación y Gestión, Territorio y destino, Producto, y Promoción, Comunicación y Comercialización, debido a que facilita la medición e implementación de acciones preventivas o correctivas de darse el caso.

**Tabla 38.** Cronograma de ejecución.

Tema	Duración	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 8	Año 10
programa 1 planificación estratégica para la sostenibilidad	60 meses								
Promover la revaloración de la cultura material e inmaterial del distrito Pucara.					X	XX	XX	XX	X
Capacitar para guiar en museos centros arqueológicos, ferias y otros. Implementar un centro artesanal por líneas artesanales			X	XX					
Posicionar a Pucara como destino turístico sostenible para visitantes responsables con el entorno			XX	X	X			X	X
programa 2 planificación del producto	18 meses								
Implementar circuitos turísticos, hacer estudio de mercado y diseñar productos innovadores.		XX	X						
Promover un turismo etnográfico, integración, eco- cultural, espeleología.		X	XX						
programa 3 marketing, comunicación	15 meses								
Implementar estrategias de marketing	X	X	X						
Definir el público objetivo, definir los medios de mayor impacto para maximizar el resultado de campaña		X	X	X					
Identificar administrativos para capacitarse y evaluar los avances del programa			X	X	X	X			
Capacitar a la población para tener cultura turística y sobre todo sostenibilidad	XXX	XXX		X	X	XX	XX	XX	X
Formar alianzas estratégicas	15 talleres	X	X	X			X	X	
Promover centros de interpretación cultural									

Fuente: Elaboración propia del investigador. (Quispe, 2017).

## V. CONCLUSIONES

De acuerdo a la investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

**Primera:** En esta tesis se estableció que el modelo de planificación estratégica es la adecuada herramienta de gestión para la toma de decisiones a cargo de sus autoridades encargadas. Los inmersos comprenden a la perfección que el turismo es una fuente de desarrollo ya que respondieron a la encuesta el 94,7%. Seguido con 77,2% que la planificación estratégica es un proceso sistemático, el 64,9% respondieron que la sostenibilidad cultural es preservar la identidad cultural donde habitan y de los 100% de encuestados afirman que el 77,2% que algunas instituciones son las que realmente apoyan para el desarrollo del turismo en pucara y 42,1% respondieron que su institución contribuyo regularmente al desarrollo del turismo sostenible cultural. Disposición a asistir a capacitaciones enfocadas a recupera y preservar la autenticidad del patrimonio material e inmaterial del distrito, respondieron el 100% estar de acuerdo y participar.

**Segunda:** En esta tesis se propone la planificación estratégica para el fomento del desarrollo turístico sostenible cultural del distrito de Pucara. Que permitirá el desarrollo un turismo sostenible sociocultural talque beneficie a sus pobladores locales. Fortaleciendo la utilización de la planificación estratégica como una herramienta para el fomento del desarrollo turístico sostenible cultural del distrito de Pucara por las instituciones directas e indirectas del turismo.

**Tercera:** El turismo es un fenómeno social que no sólo contribuye en el aspecto económico, sino también en lo cultural. Muchas interacciones que se realizan producen una aculturación en dónde la población intercambia y adquieren las características propias de otra cultura diferente a la suya, como son hábitos, costumbres, valores, tradiciones, etc. Depende mucho de las autoridades encargadas a concienciar a la población receptora para garantizar que este fenómeno turístico no tenga un impacto negativo en el núcleo receptor.

## VI. RECOMENDACIONES

**Primera:** Se recomienda al municipio de pucara trabajar unificadamente con instituciones públicas y privadas para preservar y fomentar el patrimonio material e inmaterial para el desarrollo del turismo sostenible cultural de Pucara

**Segunda:** Se recomienda a la escuela de turismo de la universidad nacional del altiplano puno trabajar directamente con la población algunos talleres de integración comunal que les permita de crear proyectos turísticos que se ajusten a su realidad y necesidades. Asimismo, sensibilizar a la población con la importancia del turismo en su localidad y en su calidad de vida.

**Tercera:** Se recomienda que la Dircetur puno sea la primera en tomar conciencia acerca del potencial turístico de zonas aledañas con el que cuentan y a la par de la organización de festividades de la zona. Para poder proteger tanto los espacios culturales como la propia cultura viva de la región, es indispensable que los desarrollos turísticos, particularmente de las áreas rurales, no sólo entren en esquemas de sustentabilidad, sino que se ajusten al patrimonio natural y cultural de la zona.

**Cuarta:** se recomienda al municipio de Pucara establecer un local u tienda artesanal donde se pueda expender su artesanía promocionar y comunicar sobre lo que puede un visitante encontrar y comprar en el distrito al turista nacional ya que son pocos los visitantes que tiene conocimiento sobre ello.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alberca, F. A. (2013). *Potencial Turístico de Ayabaca como Destino Cultural. un Nueva Metodología. 2013*. Lima Peru: UNSMP.
- Beltran, M. (2013). *Impulso de la gestión turística e imagen regional para el desarrollo de la región Ayacucho*. Lima: Artículo Científico San Martín Emprendedor.
- Bernet, J. (2005). *Destinos Turísticos Exitosos*. Madrid: Piramide.
- Cambra, U. C. (2012). *Planificación Estratégica y Creatividad*. Madrid: Business & Marketing School.
- Cipriano, M., & Menéndez, J. A. (26,27 de noviembre de 2015). *Carta Mundial del Turismo Sostenible +20*. Recuperado el 23 de Mayo de 2017, de Carta Mundial del Turismo Sostenible +20.
- Cortada, D. M. (2006 de febrero). *Turismo , Cultura y Desarrollo Fragmentos de la publicación del mismo título, en proceso de edición por AECI*. Recuperado el 30 de junio de 2017, de Turismo , Cultura y Desarrollo Fragmentos de la publicación del mismo título, en proceso de edición por AECI.
- Cultura, L. A. (08 de Mayo de 2004). *www.agenda21cultura.net* . Recuperado el 03 de Agosto de 2017, de *www.agenda21cultura.net* .
- Fasabi, k. (2015). *Plan Estratégico Turístico para el distrito de San Jerónimo de Surco que fomente su desarrollo Turístico Sostenible*. Editorial San Marcos, 285.
- Floutou, S. (2010). Buenas Prácticas para Turismo Sostenible de Rainforest Alliance. *Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente*, 131.
- Fred, R..D. (2008). *Strategic Management: Concepts Ira ed.*, Mexico: Pearson Hall.
- Gasteiz, V. (2014). Las Industrias Culturales y Creativas. En P. Y. DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN, *Las Industrias Culturales y Creativas* (pág. 28). VASCO: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco.
- Gomez, P. N. (2012). *Planificación Estratégica en Organizaciones no Lucrativas*. Bogota: Narcea Ediciones de la U.

- Goodstein, L. (1998). *Planeacion Estrategica Aplicada*. Bogota: Mc Graw Hill.
- Guzman, L. (2013). *Gestion Turistica desde la Perspectiva de la Autenticidad*. Granada: Tesis.
- Hernandez, R. (2010). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico: McGraw-Hill.
- Hollman, S. (2010). *Plan Estrategico para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario en la Region de Cusco*. Lima: Tesis.
- Intelligence, B. (30 de agosto de 2016). *business\_intelligence*. Recuperado el 05 de Setiembre de 2017, de *business\_intelligence*.
- Luque, V. (16 de julio de 2014). *Cultura y desarrollo sostenible Gestora Cultural. Coordinadora del Núcleo de Estudios Culturales. Etnocórdoba. Universidad de Córdoba*. Recuperado el 22 de Febrero de 2017, de Cultura y desarrollo sostenible Gestora Cultural.
- Martinez, G. (2014). *Planificacion Estrategica como Instrumento de la Politica Turistica .Estudio Aplicado a la Region de murcia*. Alicante: Pdf.
- Museos, T. (16 de agosto de 2009). *Declaracion del ICOM y de la Federacion Mundial de los amigos de Museos*. Recuperado el 26 de junio de 2017, de Declaracion del ICOM y de la Federacion Mundial de los amigos de Museos.
- OMT. (2007). *turismo sostenible*. canada: OMT.
- OMT. (20 de ENERO de 2014). *Organismo especializado de las Naciones Unida*. Recuperado el 27 de JUNIO de 2017, de Organismo especializado de las Naciones Unida: <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>
- OMT, O. M. (27 de Febrero de 2012). *Entender el Turismo Glosario Basico OMT*. Recuperado el 12 de Enero de 2015, de Entender el Turismo Glosario Basico OMT: <http://www.entenderelturismoglosariobasicOMT.com>
- Organización de las Naciones Unidas. (2012). *Education for Sustainable Development Sourcebook*. paris: Helmut Langer.
- Pezua, R. O. (2011). *La Planificacion Estrategica Sostenible en Turismo*. Buenos Aires: Cengage Learning.

- PROMPERU. (17 de AGOSTO de 2016). *IN SLIDESHARE*. Recuperado el 27 de JUNIO de 2017, de Nociones sobre la Promoción del Perú para la Exportación y Turismo: <https://es.slideshare.net/EduPeru/promperu-65065775>
- RAE, R. A. (23 de ABRIL de 2010). *PORTAL EDUCATIVO*. Recuperado el 26 de AGOSTO de 2017, de PORTAL EDUCATIVO:  
<http://www.educativo.otalca.cl/link.cgi/Familia/Basica/Cultura/1138>
- Regalado, O. (2011). *La Planificación Estratégica Sostenible en Turismo*. Buenos Aires: Cengage Learning.
- Rivera, M. (2014). *turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario*. cordoba: intelcultural pdf.
- Rivera, M. (2014). *Turismo Responsable, Sostenibilidad y Desarrollo Local Comunitario*. Cordoba: Intelcultural pdf.
- Rivera, M. (2014). *Turismo Responsable, Sostenibilidad y Desarrollo Local Comunitario*. Cordoba: Intelcultural Pdf.
- Salvador, L. A. (2006). *la Gestión del Turismo en las Islas Flotantes de los Uros: Diagnostico y Propuesta*. Puno: Tesis.
- Torres, A. (2013). Turismo y sostenibilidad. Una propuesta metodológica para el estudio de la sostenibilidad turística a escala municipal. *Investigaciones Turísticas*, 163,171.
- UNESCO. (07 de julio de 2014). *UNESCO Diversidad de las Expresiones Culturales Publicado en 2014 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, DE CULTURA PARA EL DESARROLLO*. Recuperado el 25 de febrero de 2017, de UNESCO Diversidad de las Expresiones Culturales Publicado en 2014 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación.
- Vargas, L. (2016). *Plan Estratégico Sostenible de Acondicionamiento Territorial del Distrito de Pilcuyo*. Puno-Peru.
- Vargas, L. (2016). *Plan estratégico sostenible de acondicionamiento territorial del distrito de Pilcuyo*. Puno-Peru.

Yanca, H. (2012). *Plan de Ordenamiento Territorial para el Turismo Sostenible en la zona Lago de Acora*. Puno Peru.

## ANEXOS

**Anexo A. Resultados del procesamiento del SPSS**

Estadísticos descriptivos

	<b>N</b>	<b>Mínimo</b>	<b>Máximo</b>	<b>Media</b>	<b>Desviación estándar</b>
<b>Nº Cuestionario</b>	<b>57</b>	<b>1</b>	<b>57</b>	<b>29.00</b>	<b>16.598</b>
<b>Cuál es su edad?</b>	<b>57</b>	<b>21</b>	<b>62</b>	<b>37.93</b>	<b>10.576</b>
<b>N válido (por lista)</b>	<b>57</b>				

Estadísticas

		<b>Nº Cuestionario</b>	<b>Cuál es su edad?</b>
<b>N</b>	<b>Válido</b>	<b>57</b>	<b>57</b>
	<b>Perdidos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Media</b>		<b>29.00</b>	<b>37.93</b>
<b>Mediana</b>		<b>29.00</b>	<b>35.00</b>
<b>Moda</b>		<b>1<sup>a</sup></b>	<b>32<sup>a</sup></b>
<b>Mínimo</b>		<b>1</b>	<b>21</b>
<b>Máximo</b>		<b>57</b>	<b>62</b>
<b>Suma</b>		<b>1653</b>	<b>2162</b>

**Anexo B. Resultados del Cuestionario**

**ENCUESTA**

**“PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL FOMENTO DEL  
DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE CULTURAL DEL DISTRITO DE  
PUCARA, 2016”**

**Buenos /as / días/ tardes**

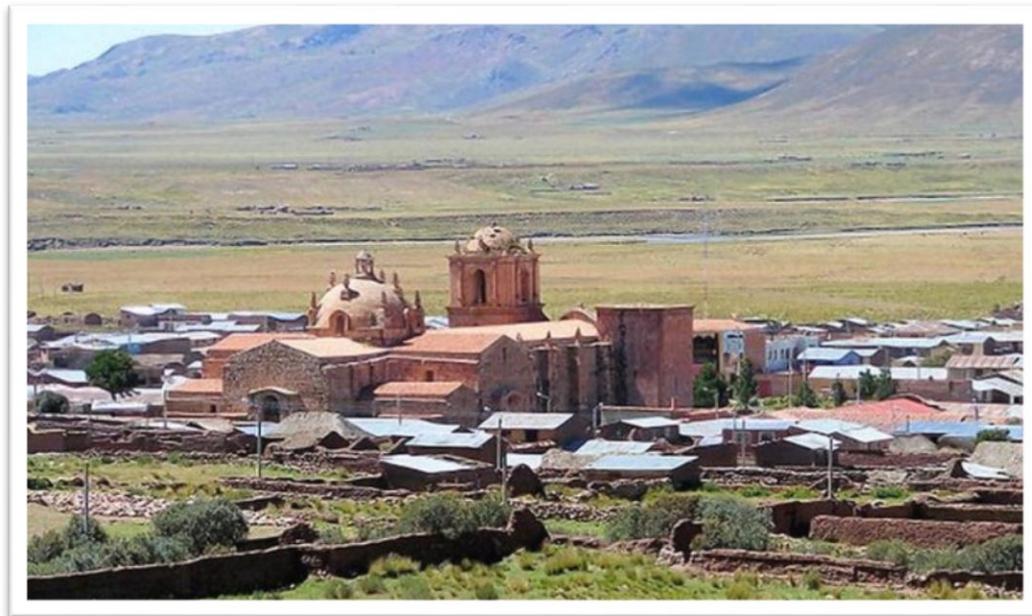
**Sr. / Sra. / Srta.**

La siguiente encuesta es con fines de investigación, motivo por el cual le solicito ayuda.

<p><b>INFORMACIÓN BÁSICA</b>                  Edad: _____ años. Sexo: M <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/>                  Lugar de procedencia: _____                  Ocupación: _____</p>
--

1. ¿Cuánto tiempo usted trabaja en esta institución? .....
2. Cree que el turismo es una alternativa de desarrollo para el distrito de pucara?  
 Si  No  No sabe   
 ¿Porque? .....
3. Cuáles cree que son las razones por las que vienen a visitar Pucara?  
 a) Cultura  
 b) Gastronomía  
 c) Artesanía  
 d) Diversión  
 e) Otro
4. Que entiende por planificación estratégica?  
 a) Planificar para el futuro  
 b) Prever el futuro  
 c) Proceso sistemático  
 d) Ninguno  
 e) Todos
5. Su institución cuenta con un plan estratégico de desarrollo turístico?  
 Si  No
6. ¿Con cuanta frecuencia se realizan reuniones para tocar el tema “Planificación estratégica para el desarrollo del turismo en Pucara”?  
 a) Siempre  
 b) Casi siempre  
 c) Algunas veces  
 d) De vez en cuando  
 e) Nunca.
7. ¿Qué entiende por sostenibilidad cultural?  
 a) Preservar la identidad cultural  
 b) Es sostenible y sustentable  
 c) Planificar, cuidar los monumentos culturales

- d) Calidad de artesanía  
e) Otros.
8. ¿Cuál cree Ud. que es uno de los principales problemas por el cual no se desarrolla el turismo adecuadamente?  
a) Falta de interés por parte de las instituciones encargados  
b) Por falta de presupuesto  
c) No hay trabajo en equipo  
d) Corrupción  
e) Falta de capacidad de gestión
9. ¿Cuántas instituciones cree Ud. que apoyan realmente al Desarrollo del Turismo en Pucara?  
a) Todos  
b) Algunos  
c) Casi ninguno  
d) Ninguno  
e) No tiene conocimiento
10. ¿El presupuesto asignado para su institución le es suficiente para cumplir con sus funciones y aportar al desarrollo del turismo en la Ciudad de Puno?  
Sí  No
11. ¿Cuánto ha contribuido su institución al desarrollo de turismo en Pucara?  
a) Bastante  
b) Lo suficiente  
c) Regular  
d) Poco  
e) Nada
12. ¿Usted asistiría a capacitaciones enfocadas a la recuperación de la autenticidad del patrimonio mediante la herramienta de Planificación Estratégica?  
Sí  No
13. ¿Qué tipo de eventos cree Ud. que se debería de organizar para unificar a las instituciones públicas y privadas del turismo en Pucara?  
a) Congresos  
b) Eventos deportivos  
c) Reuniones  
d) Viajes de Familiarización  
e) Otros

**Anexo C. Imágenes del distrito de Pucara.****Figura C.1.** Imagen del distrito de Pucara.Fuente: [www.pucaraimagen.com](http://www.pucaraimagen.com).**Figura C.2.** Mapa de Pucara exhibido en la plaza.

Fuente: Imagen tomada por el investigador.