

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE SERVICIOS**  
**TURÍSTICOS**



**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE RODRÍGUEZ DE**  
**MENDOZA, AMAZONAS – PERÚ**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE**  
**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE SERVICIOS**  
**TURÍSTICOS**

**AUTOR**

**MARYCARMEN CARRILLO HUAMAN**

**ASESOR**

**MARÍA DE LAS MERCEDES ELIZABETH VIGO GÁLVEZ**

<https://orcid.org/0000-0003-3203-948X>

**Chiclayo, 2022**

**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE RODRÍGUEZ DE  
MENDOZA, AMAZONAS – PERÚ**

PRESENTADA POR:

**MARYCARMEN CARRILLO HUAMAN**

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la  
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo  
para optar el título de

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS**

APROBADA POR:

Fanny Mabel Manay Guadalupe  
PRESIDENTE

Shirley Mantilla Gallardo  
SECRETARIO

María de las Mercedes Elizabeth Vigo Gálvez  
VOCAL

## **DEDICATORIA**

La presente tesis está dedicada a Dios por ser quien nos guía e ilumina ante situaciones difíciles y por ser él la base de nuestra formación en el trayecto de nuestra vida estudiantil universitaria.

A mis padres por su apoyo, consejos, comprensión y el apoyo para poder estudiar y concluir mi formación. En especial a mi madre quien nunca dejo de confiar en mí y me brindo todo su amor y apoyo en momentos difíciles y me motivo a seguir adelante y alcanzar mis sueños.

## **AGRADECIMIENTOS**

Con mucho amor y gratitud a Dios, por permitirme llegar a este punto de la vida protegiéndome y guiándome pese a todas las dificultades presentadas en el camino.

Asimismo, a mi familia por todo el apoyo y la inversión, apostando cumpla mis metas y sea una buena profesional.

De igual manera agradecer a la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, porque en sus aulas nos impartieron los conocimientos humanos e intelectuales que nos ayudaron a formarnos para ser buenos profesionales, a los profesores de la Escuela de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos por todo el conocimiento que nos supieron proporcionar como parte de nuestra formación académica, el mismo que contribuye en la realización de la presente investigación, en especial a las profesora Jessica Solano Caverero por su motivación, orientación, su amistad y sabias palabras al iniciar el proyecto de investigación y a mi asesora, María de las Mercedes Vigo Gálvez, por su tiempo, conocimiento y dedicación para lograr concluir de manera exitosa el proyecto.

## Índice

<b>Resumen .....</b>	<b>5</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>6</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>7</b>
<b>Revisión de literatura.....</b>	<b>7</b>
<b>Materiales y métodos .....</b>	<b>13</b>
<b>Resultados y discusión .....</b>	<b>14</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>15</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>16</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>17</b>
<b>Anexo.....</b>	<b>20</b>

## Resumen

El propósito esencial de la presente investigación es la elaboración de un plan de gestión turístico que respalde a la Municipalidad Provincial de Rodríguez de Mendoza con un desarrollo turístico sostenible que no solo satisfaga las necesidades de los turistas, sino también genere nuevos puestos de empleo y mejore el estado socio-económico de los pobladores del lugar; con la finalidad de lograr que esto se cumpla se planteó como objetivo general diseñar un Plan de Desarrollo Turístico para la provincia de Rodríguez de Mendoza que le permita convertirse en un destino turístico, aprovechando los factores de competitividad que tiene, los recursos por potenciar y la predisposición de la comunidad y ; para para ello fue necesario y esencial el análisis del estado de la oferta turística de la provincia, así como la identificación de las características de la demanda, además de determinar los factores de competitividad turística que favorecen a la provincia; metodología que facilitaría el proceso adecuado para la elaboración del PDT. La investigación tuvo un enfoque cualitativo, de nivel descriptivo con un diseño de investigación – acción.

**Palabras claves:** PDT, desarrollo turístico, destino turístico, oferta turística, factores de competitividad y demanda turística.

**Clasificaciones JEL:** O2, P41, R, Z.

### **Abstract**

The essential purpose of this research is the elaboration of a tourism management plan that supports the Provincial Municipality of Rodríguez de Mendoza with a sustainable tourism development that not only meets the needs of tourists, but also generates new jobs and improves the socio-economic status of the locals; in order to ensure that this is fulfilled, it was generally objective to design a Tourism Development Plan for the province of Rodríguez de Mendoza that allows it to become a tourist destination, taking advantage of the competitiveness factors it has, the resources to be boosted and the predisposition of the community and; for this purpose it was necessary and essential to analyze the state of the tourist supply of the province, as well as the identification of the characteristics of the demand, in addition to determining the factors of tourist competitiveness that favor the province; methodology that would facilitate the appropriate process for the development of the PDT. The research had a qualitative, descriptive approach with a research-action design.

**Keywords:** PDT, tourism development, tourist destination, tourist offer, competitiveness factors and tourist demand.

## Introducción

El turismo es una de las actividades económicas más importante que ayuda al desarrollo local de una zona; el mismo que con un gran movimiento puede contribuir con el impulso de diversos tipos de actividades económicas generando el incremento de divisas y oportunidades laborales, convirtiéndose de ese modo en una base para el fortalecimiento socio-económico del lugar en el que se genere y, al no ser gestionado de manera adecuada puede ocasionar un gran desequilibrio en el mismo (Gabarota & Lorda, 2017); es por ello que al trabajar un plan de desarrollo turístico local es importante que exista una buena gestión, proporcionando un desarrollo ordenado y planificado para el logro de un turismo sostenible y que pueda responder a los requerimientos del mercado, así como a la demanda tanto interna como externa. La provincia de Rodríguez de Mendoza es una de las 7 provincias de la región de Amazonas que gracias a su ubicación y a las bondades de su clima cuenta con majestuosos recursos turísticos naturales y restos arqueológicos propios de la cultura de la región, pese a ello la provincia cuenta con poca afluencia turística como consecuencia de la falta de gestión turística y a la ausencia de un PDT que la respalde, lo que limita el desarrollo turístico, social y económico de este distrito de la región Amazonas.

En el proceso de la investigación se ha podido observar que en la actualidad los organismos turísticos han visto necesario la elaboración de planes de desarrollo turístico sostenibles con metodologías enfocadas en el buen uso de los recursos naturales y culturales, así como en el beneficio de la comunidad y las empresas prestadoras de servicios, con esto se entiende la importancia que tiene la planificación en toda organización y actividad económica (Blanco, 2008); el MINCETUR a través del PENTUR, que es una herramienta que ayuda a reconocer los pilares y estrategias que debe seguir una zona para poder desarrollar actividades turísticas en ella, propone como instrumento local para el impulso turístico el PDTL, con la finalidad de ayudar a los gobiernos locales a obtener un nivel sostenible y competitivo de turismo dentro de una zona determinada bajo sus lineamientos, hecho que se respalda en la investigación de Esparza (2016), esto demuestra que una buena gestión y un buen plan de desarrollo turístico ayuda al desarrollo turístico de un distrito, el cual a su vez contribuye con el desarrollo económico y social, teniendo en cuenta también el compromiso de la comuna por mejorar su forma de vida y economía, protegiendo sus recursos naturales y culturales.

Además, los estudios también señalan que la participación de los municipios es fundamental, como actor clave para la gestión local del turismo y para ello deben estar institucionalmente bien constituidos con un plan de desarrollo y gestión muy bien estructurado, trabajando de la mano con las entidades correspondientes del sector (Rodríguez, 2015), es por ello que con esta investigación trataremos de identificar **¿Cómo debería ser la elaboración de un PDT adecuado para la provincia de Rodríguez de Mendoza?**, ya que por medio de esto podremos conseguir la mejora de la oferta turística y la competencia turística de la provincia, para poder implementar y utilizar esta herramienta se realizó el análisis de la oferta y demanda; así como la vocación turística con la que cuentan. De esta manera lograremos la satisfacción no solo de la población si no de los turistas que llegan a disfrutar de su riqueza natural, productiva, arqueológica y costumbrista que se desarrollan dentro de la Provincia de Rodríguez de Mendoza, para ello se utilizará como modelo una Guía para estructura el Plan de Desarrollo Turístico, elaborado por el MINETUR, así como el PERTUR AMAZANAS, que nos ayudará con los lineamientos a seguir.

Consecuentemente, lo que se busca por medio de la investigación es justamente elaborar un PDT para la Provincia de Rodríguez de Mendoza y, para ello se analizará la situación de la oferta turística que posee la provincia con la finalidad de ver la forma de mejorar y potenciar lo

que ya posee, conocer las características de la demanda turística lo que nos ayudará a identificar nuestro público objetivo y los meses de mayor ingreso, determinar los factores de competitividad turística de la provincia para poder aprovecharlos y ayude en la potencialización de la zona, así como la identificación del grado de vocación turística que posee la Provincia de Rodríguez de Mendoza.

## **Revisión de literatura**

### **Antecedentes**

Estudios previos a la investigación demostraron que el PDT puede ser tomado de diversos puntos de vista un claro ejemplo es el de Faria, Angarita, Pérez y Ochoa (2016) quienes lo abordaron desde el lado de la mejor de recursos turísticos, para ello plantearon su propia metodología mediante la cual plantearon su propio modelo de planificación turística basado en 5 vertientes, para ello realizaron una serie de revisión de planes aplicados en Latinoamérica y España, teniendo como resultado el M-PETR (Modelo de Planificación Estratégica del Turismo Rural Sostenible) que fue un modelo flexible y se acomodó al contexto de las áreas rurales en Venezuela, además estuvo orientado al desarrollo humano en las comunidades, a la calidad democrática y al liderazgo representativo, acomodándose a su condición físico-ambiental, socio-económico y turístico; logrando la puesta en valor de los recursos ya existentes de las zonas rurales.

Por otro lado García, Carreño y Doumet (2016) así como Cerda (2017) quienes lo abordaron desde el lado económico siguiendo la metodología del MINTUR, bajo los lineamientos del PLADETUR, mismo que por una lado buscó no solo el desarrollo del turismo como un pilar de desarrollo económico sustentable, para los cual se conformaron ocho programas y trece proyectos (García et al, 2016); sino también la mejorar del mismo, guiado por un modelo de sostenibilidad que eleve el nivel de competitividad de la oferta turística en mediano plazo con el objetivo de generar beneficios económicos los cuales se verían reflejados en la mejora de la calidad de vida de la población y en un elevado nivel de satisfacción de quien lo visita.(Cerda, 2017)

Por último, Arana (2019), Monteza (2019) y Esparza (2016) quienes lo abordaron desde el lado poblacional siguiendo la metodología del MINCETUR mismo que buscó por una parte incentivar la actividad turística para generar otras fuentes de trabajo mejorando así la calidad de vida de la población (Arana y Monteza, 2019), así como la involucración de la comunidad con su distrito, a fin de que estos sean actores directos y partícipes del desarrollo del turismo (Esparza, 2016).

### **Enfoques de la Planificación Turística**

Para Blanco (2019), a lo largo del tiempo se ha podido ver diversos enfoques y modelos de un PDT adoptados por los gobiernos, entre los cuales están el enfoque desarrollista, que es un diseño tradicional que ve al turismo como una manifestación de ocio y se centra en el análisis de la demanda con fines promocionales, la cual, si bien proporciona un esquema para el diseño e instrumentación de la planificación turística, se limita ante modelos de planificación estratégica y sustentable. Por otro lado, está el enfoque económico, ante esto Blanco (2019) afirma que este enfoque considera al turismo como una actividad netamente generadora de dinero, teniendo como metodología principal el análisis de la oferta-demanda priorizando siempre los fines económicos. Si bien este enfoque tiene como contribución la negociación entre el ámbito público y privado para generar proyectos, es muy cuestionada ya que no tiene

en cuenta la destrucción de los bienes turísticos, ni se encarga de los impactos negativos en la zona.

En cuanto al enfoque estratégico Blanco (2019) comenta que está basada en enfoques de gestión pública tanto del entorno como de la actividad turística, además de apoyarse en otras actividades para la generación de nuevos impactos y crecimientos por medio de la diversificación de estrategias. Aunque este enfoque tiene como aporte la innovación en los planteamientos metodológicos mismos que generan la participación de los actores sociales, además de establecer metas a mediano y largo plazo haciendo un acomodo al mercado cambiante, aun así, se cuestiona por su enfoque gerencial, ya que gran parte de los modelos sólo tienen en consideración la participación de los actores que intervienen en la etapa de diagnóstico formulación.

Blanco (2019) también comenta acerca al enfoque espacial o físico mismo que incorpora a la planificación la dimensión territorial y está orientado a la utilización adecuada del espacio a través de una correcta distribución de la actividad turística en ciertos espacios. Además de tener como contribución a la inserción de los modelos de ordenamiento territorial con la finalidad de aprovechar el espacio turístico en cualquier contexto y tomar en cuenta los aspectos ambientales, aunque desatienda la parte social y cultural. Así pues, en cuanto al enfoque político- económico, la cual está relacionada con la dinámica del turismo internacional y la gestión del desarrollo socioeconómico. Blanco (2019) comenta que se diferencia por los instrumentos de política económica la cuales son planteadas por agencias internacionales. Aunque este enfoque tiene como aportación el impulso de proyectos en países en vía de desarrollo a través de la aportación crediticia para el impulso de proyectos turísticos, es cuestionado por la exigir el uso de grandes proyectos que no se acomodan al contexto de la realidad de la zona.

Con respecto al enfoque urbanístico Blanco (2019) comenta que está relacionado con los modelos de planificación económicos y espaciales, operando como guía de inversión y control para el estado, teniendo como aportación la elaboración de inventarios turísticos y planes maestros donde impulsan al desarrollo arquitectónico, aun así, en este enfoque se discute su falta de sensibilidad tanto social como ambiental. Por último, en cuanto al enfoque comunitario Blanco (2019) afirma que este enfoque reconoce el papel de las comunidades en la gestión de su desarrollo y es creado como instrumento para detectar, organizar y coordinar el desarrollo de un turismo sostenible el cual integre un enfoque participativo. Pese a que este enfoque tiene como aportación la promoción de políticas bottom-up con iniciativa y control ciudadano y comunitario, se juzga los lineamientos de participación que son muy institucionalizados, además de la carencia de una educación ambiental y cívica de las comunidades.

Haciendo un análisis crítico de estos enfoques Blanco (2019), demuestra que la actividad turística está basada en los recursos naturales limitados los cuales no pueden considerarse bienes públicos y a disposición de uno, ya que la explotación indiscriminada, además el hecho de dejar de manera deliberada en el mercado traería como consecuencia fallas así como el excluimiento de actores y la población; es por ello que la gestión turística debería incentivar la sensibilización hacia el entorno socio-cultural y ambiental.

Además, Blanco (2019) considera que la introducción de un enfoque integral del turismo en los procesos de planificación aún no cuenta con la metodología que incluyan las variables económicas, ambientales, sociales, políticas y culturales del turismo. Así mismo demuestra que en la práctica la inserción de diversos diseños de planificación turística depende de la flexibilidad o rigidez de los procesos en la que esté basada la gestión, ya que procesos poco

afianzados pueden ocasionar que metodología sea débil, poco clara, instrumentalista y sin una visión a largo plazo.

Ante esto Acerenza (2006) indicó que dicha problemática es fácilmente encontrada en países en vías de desarrollo, en donde predominan los modelos económicos orientados en la oferta-demanda, así como en lo que usan el discurso de turismo sostenible para legitimar acciones que no guardan relación con el ambiente y la participación local. Dichas consideraciones generan un reto para los gobiernos tanto en el diseño como en el planteamiento de una metodología flexible que tenga en consideración los múltiples ámbitos y criterios de desarrollo local, que ayuden a planificar y completar la sostenibilidad del turismo a largo plazo.

### **Plan de Desarrollo Turístico**

El Plan de Desarrollo Turístico es una herramienta de gestión que ayuda a promover el desarrollo turístico, social y económico de una zona, así como evaluar su potencial, a través de una serie de acciones, las cuales se deben realizarse a corto, mediano y largo plazo, teniendo en cuenta factores de oferta, demanda, competencia y características o “vocación” de la zona para impulsar la actividad turística en la misma (MINCETUR, 2017). Dicha herramienta busca solucionar los problemas que pueda tener determinada zona con la finalidad de traer mejoras económicas, haciendo partícipes a las entidades públicas y privadas (Vecslir & Tommel, 2013).

### **Dimensiones de Plan de Desarrollo Turístico**

Dentro de las dimensiones que se definen dentro de la investigación sobre Plan de Desarrollo Turístico se encuentran:

#### **Oferta turística**

La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios que tienen como objetivo brindar experiencias únicas y satisfactorias para el turista (SECTUR, 2001), los cuales debe ser estructurados, organizados y ordenados para una mayor disposición (SEGITTUR, 2017), además de ser ofrecidos a precios determinados; además pueden ser básicos, los cuales son ofrecidos con fines turísticos (agencias de viajes, establecimientos de hospedaje, transportes, etc.) o complementarios, los cuales no son de carácter turístico, como la restauración, los deportes o el ocio (Carbacos, 2006).

Según el MINCETUR dentro de los indicadores para la medición de la oferta turística tenemos:

Los atractivos turísticos, los cuales están definidos como recursos a los que la actividad humana le ha agregado cierto valor para su uso (MINCETUR, 2016) y están aptos para ser transformados en un producto turístico, mismos que deben tener capacidad para influenciar en la decisión del turista para poder visitarlo (SEGITTUR, 2017). Dichos atractivos según lo que señala Di-Bella (1997) son clasificados en dos grupos: naturales y culturales. En cuanto a la planta turística que son las instalaciones materiales imprescindibles (MINCETUR, 2016), así como empresas y personas que fueron creados para brindar servicios a un turista (SEGITTUR, 2017); mismos que deben satisfacer sus necesidades durante su traslado y estadía en el destino escogido (Di-Bella, 1997)

Por último, la infraestructura turística, en donde se tiene al conjunto básico y necesario de instalaciones para la marcha de un centro poblado ya sea urbano o rural, además de ser necesario para poder impulsar el turístico (MINCETUR, 2011). Entre estos tenemos:

Tabla 01

*Infraestructura básica de un centro poblado*

Tipo	Sub – tipo	Ejemplos
<b>Transporte</b>	Aéreo	Aeropuerto, aeródromo, etc.
	Terrestre	Carretera, camino pedestre, terminales, etc.
	Acuático	Puertos, embarcaderos, marinas, etc.
<b>Servicios Básicos</b>	Agua	Reservorios, presas, redes, etc.
	Alcantarillado	Planta de aguas servidas, canales de lluvia, etc.
	Residuos sólidos	Rellenos sanitarios, zonas de acopio, etc.
	Energía	Plantas de energía, estaciones eléctricas, redes, etc.
<b>Comunicaciones</b>	Telefonía fija, móvil, etc.	Estaciones, centrales de comunicación, redes, torres, etc.

Entonces se dice que gracias a la infraestructura se puede generar un uso adecuado, así como un buen funcionamiento de recursos y planta turística, ante esto el SEGITTUR (2017), lo define como el conjunto de obras y servicios que ayudan al desarrollo socioeconómico de una zona y que el turismo puede utilizar para impulsar su actividad.

### **Demanda turística**

La demanda turística es considerada como todos aquellos viajeros o turistas que adquieren un bien o servicio turístico, con el fin de satisfacer sus necesidades. Todo ello es independiente a las diferentes motivaciones que originan su viaje (Socatelli, 2012), la cual está dividida en dos tipos: la demanda turística interna y la demanda internacional. La primera de estas, se encuentra conformada por todos aquellos visitantes que provienen del mismo país, región o ciudad en donde se encuentra el recurso turístico. Mientras que la demanda internacional se encuentra integrada por aquellos turistas que cambian de país, con diferentes fines motivacionales (Flores Ruiz, Barroso González, & Pulida Fernández, 2015),

Según el MINCETUR dentro de los indicadores para la medición de la demanda turística tenemos

La afluencia de turistas, la cual está relacionada con la capacidad que tiene la infraestructura turística del recurso turístico. Esto se debe a que principalmente, en la temporada alta, los visitantes suelen aumentar considerablemente, lo que podría llegar a generar el colapso de las empresas que brindan servicios o que ofrecen productos (Ramón Cardona, 2012). Valverde Sánchez (2017), sostiene que una alta afluencia de turistas puede convertir a cualquier recurso, en un destino internacional y nacional, muy popular. Por otro lado, está la estadía de los turistas, que se refiera al tiempo del que hace uso un turista para permanecer en algún lugar en específico. En base a esto, se podría decir que existen dos tipos de estadía, la itinerante que consta de una permanencia corta en un recurso turístico y la residencial en la cual el turista se mantiene en un mismo lugar por un periodo de tiempo bastante largo (García F., 2011). En este periodo es determinante la calidad de la estructura turística con la que se cuenta debido a que

forma parte de una estrategia de promoción que deberá de comparar la oferta con la demanda. Además de ello, la calidad debe de ser mantenida en todo momento para atraer la atención de los turistas. Cabe indicar que este es el motivo por el cual, muchas ciudades tienen un periodo mínimo de pernoctación de turistas (Chavez, 2015).

El gasto de viaje de los turistas, que es el monto monetario derrochado por el visitante: sea turista y/o excursionista durante su visita en un destino (MINCETUR, 2016), mismos que se consideran como gastos a partir de que el turista ha salido fuera de su lugar de residencia, con fines turísticos (Alanguia, 2017). Estos gastos están clasificados en dos tipos: los de transporte, que abarcan todos aquellos medios de transporte que se encargan de movilizar a un turista de un lugar determinado y los viáticos que están relacionados con los servicios de restauración o alojamiento (Flores Román, Paco Melchor, & Peña Rivera, 2015).

### **Competitividad turística**

Es la capacidad que tiene el destino para poder conservar su posición dentro del mercado y perfeccionarla con el pasar del tiempo (D'Hautesserre, 2000), el cual le ayuda a establecer y complementar sus recursos dándole un valor adicional (Hassan, 2000), generando experiencias importantes para un turista, mismas que son un plus que ayuda a posicionar al destino en el mercado. (Hong, 2009)

Dentro de las dimensiones que ayudan a medir la competitividad turística de un destino según el RITUR (Revista Iberoamericana de Turismo) tenemos:

Los servicios turísticos, mismos que son servicios brindados a los turistas y pueden ser privados, los cuales son brindados por los operadores de servicios por medio de la planta turística, y los públicos, los cuales son brindados por medio de las instalaciones y los recursos turísticos en el producto, con la finalidad de generar satisfacción ante las exigencias del turista, mejorando su experiencia, por medio de comodidades, calidad y seguridad. (MINCETUR, 2011), si bien dichos servicios son diferentes entre sí, tienen una concordancia que los ayuda a funcionar de manera armónica y coordinada con el objetivo de asumir las demandas de un servicio, planteado por la estructura socioeconómica de un turista (Cavassa, 2008)

Las políticas turísticas, que según lo especificad por Acerenza (2011) es el grupo de disposiciones en materia turística que, unidas de manera armónica en el contexto de la política dirigen la dirección del sector y reglamentan las acciones por seguir, las que se pueden plasmar por medio de planes y programas de desarrollo sectorial.

La tendencia de mercado, el cual se define como un modelo de conducta de los componentes de un conjunto en particular dentro de un determinado tiempo (Canessa, 2010), los cuales son cambiantes a largo plazo y ayudan a identificar oportunidades de negocio (Jiménez, 2019)

### **Vocación turística**

Son las cualidades y capacidades |económicas, sociales, culturales y ecológicas que deben ser consideradas para fomentar un aprovechamiento turístico adecuado de un territorio (MINCETUR, 2012), mismos que le ayudaran a convertirse en un lugar seductor para los posibles visitantes (Petrizzi, 2011). Comúnmente la definición de vocación turística es utilizada en los territorios para referirse a lugares con capacidad de llamar la atención del turista o con potencial para el desarrollo turístico (Zapata, Gómez, & Vélez, 2017).

Dentro de los indicadores que ayudan a analizar la vocación turística tenemos:

La capacidad de atención, referido a la cualidad que tiene un personal para poder dirigir los recorridos dentro de una zona. Asimismo, Zapata et al indican (2017) que el grado de planificación turística, que son las acciones de gestión turística ejecutadas por el organismo de turismo local las cuales tiene una relación estrecha con la ordenación del territorio. Zapata et al (2017), asimismo, la publicidad y promoción, la cual está entendida como los mensajes que se pueden enviar al público a través de diferentes medios, con la finalidad de generar fuertes sellos y obtener ventas a un largo y corto plazo. Además que gracias a esta podemos crear y reforzar la lealtad del cliente (CUMP, 2014); ahora si lo vinculamos al turismo lo que se busca con ella es convencer a un potencial consumidor o turista que la vista a un destino es adecuada ya que es capaz de satisfacer sus perspectivas (Enjarque, 2005), y por último la importancia turística actual, que se refiere a la inserción del lugar en la oferta turística de una localidad como parte de los recorridos que se pueden brindar por parte de las agencias y operadores de turismo. Zapata et al (2017)

### **Materiales y métodos**

El enfoque de la investigación es cualitativo y haciendo uso de herramientas de recolección de datos cualitativos se conoció el estado en el que se encuentra el turismo en la Provincia de Rodríguez de Mendoza; ante esto Hernández, Fernández y Baptista (2010) indican que dentro del enfoque cualitativo no se prueba hipótesis alguna, ya que esta se va generando en el proceso y se pule conforme se recauda datos; con un tipo de investigación de nivel descriptivo y de diseño de investigación – acción ya que por medio de la revisión de literatura y la definición de las dimensiones de la variable de investigación se obtuvo como resultado final la elaboración de un Plan de Desarrollo Turístico favorable para la provincia. Borg, Gall y Gall (1992) señalan que el diseño de investigación-acción se centra justamente en la resolución de problemas basado en 3 dimensiones: personal, profesional y política, con la finalidad de resolver problemas y mejorar las prácticas concretas centrándose en la aportación de información que guíe la toma de decisiones. (Hernández et al, 2010).

Como instrumento de recolección de datos dentro de la investigación se tuvo a la entrevista a profundidad para la cual se elaboró dos cuestionarios una de 18 y otra de 14 preguntas las cuales fueron dirigidas a las autoridades de turismo a nivel regional en Amazonas y provincial en Rodríguez de Mendoza, así como los expertos en turismo y operadores de turismo de la región respectivamente. Debido a que la investigación fue de enfoque cualitativo, el muestreo fue no probabilístico por intencionalidad o conveniencia, para lo cual se aplicó la estrategia de bola de nieve con el que se obtuvo como resultado la selección de 10 personas representativas de las dos áreas ya previstas, las entrevistas fueron aplicadas vía Zoom y procesadas en el programa Atlas. Ti 9. Adicional a ello se llevó a cabo también la revisión documental que ayudó con la orientación del diagnóstico situacional del entorno, así como la complementación de datos.

Este instrumento previo a su aplicación contó con la revisión de tres expertos conocedores del rubro turístico, como son el Lic. Oscar Gamarra Domínguez, la Lic. Stacy Solano Lavado y el Lic. José Paz Perinango; los cuales realizaron observaciones al instrumento, mismas que fueron subsanadas de manera adecuada por lo que se obtuvo la firma de validación por juicio de experto, que fue indispensable para la investigación ya que sirvió como respaldo de la validez del instrumento de medición de las variables de estudio.

## Resultados y discusión

Con respecto al primer objetivo el cual fue analizar la situación actual de la oferta turística de la provincia, según a lo referido por los expertos se evidenció que las condiciones que presenta actualmente la oferta requieren de implementación de mejoras para el desarrollo de la actividad turística; si bien es cierto, la provincia cuenta con atractivos turísticos importantes como lo manifestaron los expertos y autoridades, es necesario mejorar la planta turística, la infraestructura y las señalizaciones, esto sumado a la seguridad hacia los turistas que ya existe ayudará no solo a transformar al recurso en atractivo y/o producto turístico sino a hacer de la Provincia un buen centro de Soporte y un buen destino; ante esto la OMT (2016) afirma que la implementación de una infraestructura segura, cómoda y económica es un elemento esencial para lograr un desarrollo turístico exitoso, ya que una infraestructura que no cumple con estos requerimientos no podrá satisfacer de manera adecuada las necesidades del turista lo que le generará el excluimiento del mercado como un potencial destino. Así pues, estudios previos a la investigación demostraron que unos de los factores que genera el movimiento de turistas y la solicitud de la zona pese al déficit que pueda tener son los recursos que posee la zona (Monteza, 2019), es por ello que debe estar previsto su mejoramiento en el PDT ajustado a una condición físico-ambiental, socio-económico y turístico con lo que se puede lograr la puesta en valor de los recursos ya existentes de las zonas rurales generando un desarrollo turístico favorable y armónico (Faria et al, 2016).

En cuanto al segundo objetivo el cual fue conocer las características de la demanda turística de la provincia, según los datos obtenidos del MINCETUR se pudo apreciar que del 100% la demanda turística, el 98,98% fueron turistas locales y el 1,01% fueron turistas extranjeros, los cuales tuvieron un tiempo de estadía no mayor a día y medio. Además, se conoció que flujo elevado de visitas se registraron en los meses de marzo, julio y septiembre. Según Pons, Morales y Díaz (2007) la importancia de la demanda turística de un destino se enfoca en el hecho de conocer las características de los viajeros, vinculado con el segmento al que pertenecen, el gasto que hace, el nivel de satisfacción de los atractivos del destino, entre otros, lo que conllevará a plantear acciones que conlleven a la mejora de la capacidad del destino para satisfacer las necesidades y deseos del turista. Con respecto a esto Arana (2019) y Monteza (2019) señalaron en sus investigaciones que una de las viabilidades que encuentra para el desarrollo del PDT es justamente la demanda que tienen los recursos pese a su baja infraestructura.

En cuanto al tercer objetivo, el cual fue determinar los factores de competitividad de la actividad turística de la provincia, los expertos refirieron que Rodríguez de Mendoza cuenta con recursos por potenciar como su diversidad productiva y un clima muy favorable; así mismo destacó también la unidad de su comunidad, su diversidad cultural, su gastronomía, el Aeródromo que posee el cual es más amplio que el ubicado en la ciudad de Chachapoyas y está mejor implementado. Ante esto especialistas destacaron que el factor competitividad es importante gracias al cual un destino puede conservar su posición dentro del mercado y se puede perfeccionar con el pasar del tiempo (D'Hauteserre, 2000), generando experiencias importantes para un turista, mismas que son el plus que ayuda a posicionar al destino en el mercado. (Hong, 2009).

En cuanto al cuarto objetivo el cual pretende identificar el grado de vocación turística de la provincia, se consideró que en cuanto a capacidad de atención los expertos señalaron que la calidad de servicios de la plana es baja, además en cuanto al grado de planificación el gobierno local debería trabajar en la institucionalidad ya que como se supo existe una carencia de profesionales en turismo en el área que maneja la actividad; es por ello que no se nota presencia del desarrollo de proyectos en pro del turismo en el sector. Ante esto Rodríguez (2015) afirma

que la participación de los municipios, es fundamental, como actor clave para la gestión local del turismo y para ellos deben estar institucionalmente bien constituidos con un plan de desarrollo y gestión muy bien estructurado, trabajando de la mano con las entidades correspondientes del sector. Así pues, expertos expresaron que dentro de la planificación hay que tener en cuenta algunas consideraciones post pandemia como garantizar el cumplimiento de protocolos de bioseguridad, para ello se sugirió la capacitación sobre protocolos para la planta turística, la implementación de un comité de riesgo, así como la implementación para la fiscalización Sanitaria; así también se señaló que es importante el generar alternativas turísticas fortaleciendo los recursos turísticos. Los efectos de esta crisis sanitaria requieren que se trabaje en nuevos modelos de desarrollo turístico que se jueguen no solo por la recuperación de ingresos sino por la confianza y la seguridad de los turistas a nivel nacional e internacional. Es por ello que se debe reiterar el valor del turismo sostenible como un pilar de desarrollo turístico de la mano con el seguimiento sanitario y la capacitación e incentivación de nuevos emprendimientos bajo nuevos lineamientos que generen seguridad; ya que si el turismo se gestiona de manera responsable puede salir de esta emergencia más fuerte como un sector que continúe creando oportunidades de desarrollo para millones de personas en el Perú y el mundo (Bazán & Canales, 2020). Finalmente se señaló que es importante trabajar en las formas de promoción que se deberían efectuar y pues dentro de estas se destacó la implementación de un sistema de promoción de recursos turísticos, seguido por alianzas estratégicas, especialmente con los vecinos de la región San Martín aprovechando la conexión aérea con la que cuenta, igualmente la participación en Workshop, así como en Famtrips y Presstours.

Respecto a las implicancias de la investigación hay que tener en cuenta que uno de los problemas esenciales del desarrollo del turismo en la provincia es la poca organización que hay en el gobierno local en cuanto al sector turismo, lo que ocasiona por un lado el déficit de información base como el de la demanda que es esencial para la orientación de un PDT y por el otro el desinterés por parte de la población por la generación de emprendimientos relacionados al turismo, así como la falta de gestión de proyectos en materia del turismo. Se debe entender que la planificación es necesaria para el desarrollo del destino y de las rutas turísticas que se puedan generar y el desarrollo de esta investigación da una base para una futura implementación de un PDT y si no se aprovecha se perdería el aporte.

Finalmente, dentro de las limitaciones de la investigación tenemos por un lado el impedimento de la aplicación del instrumento ya que por la crisis sanitaria el flujo de turismo fue nulo el primer semestre del año por el cierre de fronteras, y por otro el impedimento de la visita in situ de los recursos turísticos de la provincia; es por ello que la investigación se tuvo que trabajar con información secundaria facilitada por MINCETUR.

## **Conclusiones**

El diagnóstico de la oferta turística demostró que actualmente Rodríguez de Mendoza requiere la implementación y mejoras dentro de la oferta como en los recursos, accesibilidad y planta, para poder desarrollar una actividad turística sostenible y sólida, además la municipalidad provincial de la mano con el DIRCETUR Amazonas y los centros pedagógicos debe gestionar la implementación de un centro de capacitación para orientadores turísticos que son carentes en la zona; por otro lado es importante también el incentivar los emprendimientos turísticos centrándose en las agencias de viaje que son carentes en la provincia, así como la facilitación para el registro en MINCETUR de restaurantes y hoteles.

En cuanto a la situación de la demanda turística se conoció que la provincia debe de implementar un sistema de registro de visitantes dentro del área de turismo municipal ya que si

bien se recolectó información básica en cuanto a la demanda como su procedencia y los meses de afluencia, no se obtuvo más información esencial como su capacidad de gasto y el tiempo de estadía.

Por otro lado, en cuanto a la competitividad de la provincia de acuerdo con el diagnóstico se reconoció que los principales competidores de la provincia son la provincia de Rioja, Huallaga y Chachapoyas que son los colindantes con Rodríguez de Mendoza. Así también se identificó que dentro de los puntos competitivos de la provincia se cuenta están los recursos por potenciar, su diversidad productiva como el café que es esencial y puede ser tomado para la creación de una ruta de café, clima y paisajes muy favorables para el desarrollo de un turismo no convencional, la unidad de su comunidad, su diversidad cultural, su gastronomía y su Aeródromo.

Así pues, en cuanto a la vocación turística se llegó a la conclusión que dentro del gobierno local hace falta una estructuración adecuada del área de turismo, que gestiones de manera adecuada el desarrollo de proyectos en pro del turismo, además se identificó los actores que deben ser considerados para la mejora de la gestión; así como los modelos de promoción a adoptar.

Por último se concluyó que gracias a la aplicación de las entrevistas, sumado a la revisión de literatura, el PERTUR AMAZONAS 2020 y las metodologías establecidos por el MINCETUR para la elaboración de Planes de Desarrollo Turísticos ayudaron a establecer el diagnóstico situacional del entorno turístico de la provincia de Rodríguez de Mendoza que ayudará con el planteamiento de un PDTL ayudaron a establecer la implementación de un PDTL favorable para la provincia de Rodríguez de Mendoza que se acomode a la realidad en la que se desarrolla.

### **Recomendaciones**

En cuanto a las universidades e institutos que tengan dentro de su malla curricular la carrera de turismo o carreras a afines, es importante que incentiven investigaciones relacionadas con el desarrollo turístico local, las cuales ayuden a zonas como Rodríguez de Mendoza a posicionarse como destinos turísticos, así mismo estas propuestas sirvan como herramienta de soporte para futuros proyectos turísticos en las localidades.

Así pues, en el ámbito local es necesario que exista una articulación entre la municipalidad provincial de Rodríguez de Mendoza, la DIRCETUR AMAZONAS, la CARETUR AMAZONAS y la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza, con el fin de generar acciones o propuestas que fomente la actividad turística y la zona; de esa manera se pueda diversificar la oferta turística en la región Amazonas.

Por otro lado, es importante entender que cada distrito, provincia o región debe tener un área de turismo con los profesionales adecuados, así se tendría datos concretos que no solo ayudan al gobierno a tener identificado su público objetivo y el número de visitas, sino también que ayuden y faciliten información a futuras investigaciones.

En cuanto a la Municipalidad provincial de Rodríguez de Mendoza es importante que identifiquen sus falencias en el ámbito turístico y trabajen en ello del mando con el MINCETUR y el sector privado además de la comunidad velando por el desarrollo sostenible de la actividad que favorezca a todos y genere confianza tanto en la comunidad para la creación de nuevos emprendimientos como en los turistas para llegar al destino.

## Referencias

- Acerenza, M. (2006). *Política turística y planificación del turismo*. México: Trillas.
- Acerenza, M. A. (2011). Obtenido de <https://www.portaldeamerica.com/index.php/columnistas/miguel-angel-Acerenza/ítem/557>
- Alanguia, S. (2017). *Los gastos deductibles y no deductibles de la ley del impuesto a la renta de la 3era categoría y su incidencia en la rentabilidad de las empresas comercializadoras de vehículos nuevos en la ciudad de Tacna*. Tacna: Universidad Privada de Tacna.
- Arana, C. (2019). *Propuesta de Plan de Desarrollo Turístico Orientado a Incentivar el Turismo en el Centro Poblado de Otuzco-Distrito*. Chiclayo.
- Blanco López, P. (2019). Planificación del Desarrollo Turístico. Una Propuesta Metodológica. *Administración y Organización*, 39-52.
- Blanco, M. (2008). *Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio*. Costa Rica: IICA.
- Borg, W. R., Gall, J. P., & Gall, M. D. (1992). *Applying Educational Research: A Practical Guide*. New York: Logman.
- Canessa, R. (2010). *Técnicas de Trading*. Obtenido de <https://www.tecnicasdetrading.com/2010/07/tendencias-en-el-mercado.html>
- Carbacos, N. (diciembre de 2006). Promoción y venta de servicios turísticos: comercialización de servicios turísticos. España: Gesbiblo, S.L. Obtenido de [www.eumed.net: http://www.eumed.net/rev/turydes/11/vgcp.html#\\_ENREF\\_5](http://www.eumed.net: http://www.eumed.net/rev/turydes/11/vgcp.html#_ENREF_5)
- Cavassa, C. R. (2008). *Calidad total en las empresas turísticas*. México: Trillas.
- Cerda, J. (2017). Plan de Desarrollo Turístico como Alternativa de Dinamismo Socio Económico en la Parroquia Nueva Loja, Cantón Lago Agrio, Provincia de Sucumbíos. *European Scientific Journal March*.
- Chávez, P. (2015). *Causas de la mínima pernoctación de turistas extranjeros que arriban al destino turístico Trujillo*. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.
- CUMP. (2014). *¿Es lo mismo Publicidad y promoción?* Obtenido de <https://www.cump.edu.mx/art% C3% ADculos-de-inter% C3% A9s/item/504-es-lo-mismo-publicidad-y-promoci% C3% B3n>
- D'Hautesserre, A. (2000). Lessons in managed destination competitiveness: the case of Foxwoods Casino Resort. *Tourism Management*, 21, 23-32.

- Di-Bella, M. G. (1997). *Introducción al Turismo*. TRILLAS.
- Enjarque Bernet, J. (2005). Destino turístico de éxito: diseño, creación, gestión y marketing. España: Pirámide.
- Enjarque, J. (2005). Destino turístico de éxito: diseño, creación, gestión y marketing. España: Pirámide.
- Esparza, R. M. (2016). *Plan de Gestión Turístico Local Para Contribuir al Desarrollo del Distrito de Puerto Eten al 2021*. Chiclayo.
- Faria, C., Angarita, J., Pérez, L., & Ochoa, A. (2016). Modelo de Planificación Estratégica del Turismo Rural Sostenible. *Multiciencias*, vol. 16, 267-276.
- Flores Román, L., Paco Melchor, N., & Peña Rivera, L. (2015). *Deductibilidad de los gastos de viáticos y su impacto en el estado de resultado de la empresa de transporte Socorro Cargo Express S.A.* Lima: Universidad Católica Sedes Sapientiae.
- Flores Ruiz, D., Barroso González, M., & Pulida Fernández, J. (2015). La demanda turística internacional. Medio siglo de evolución. *Internacional Tourism Demand*, 61 - 98.
- Gabarota, d., & Lorda, M. (2017). El Turismo como Estrategia de Desarrollo Local. *Revista Geográfica Venezolana*, 352-354.
- García, F. (2011). Transformaciones de las tendencias turísticas y su influencia en el medio ambiente: el estudio de caso de la provincia de Ávila. *Desarrollo y gestión ambiental del territorio*, 50 - 69.
- García, N., Carreño, L., & Doumet, Y. (2016). Estrategias para el Desarrollo Turístico del Cantón de Bolívar post terremoto del 16 de abril (Ecuador). *ECA Sinergia*.
- Hassan, S. (2000). Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. *Journal of Travel Research*, N° 38., 241.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista, M. P. (2010). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill.
- Hong, W. (2009). Global Competitiveness Measurement for the Tourism Sector. *Current Issues in Tourism*, Volumen 12, N° 2, 105-132.
- Jiménez, C. (17 de octubre de 2019). *Tendencias del Mercado Global*. Obtenido de <https://www.carlosjimenez.info/tendencias-del-mercado-global-2020/>
- MINCETUR. (2011). *Guía para la Formulación de Proyectos de Inversión Exitosos*.
- MINCETUR. (2012). *Guía Metodológica para elaboración del Plan de Desarrollo Turístico*.
- MINCETUR. (2016). *Plan de Desarrollo Meta 38*. Lima.
- MINCETUR. (2017). *Plan de Desarrollo Turístico Local: Guía Metodológica*.

- Monteza, A. (2019). *Propuesta de Plan de Desarrollo Turístico Orientado a Incentivar el Turismo en el Distrito de Jesús – Provincia Cajamarca 2018*. Chiclayo.
- OMT. (2016). *Panorama OMT del turismo internacional*. Madrid: UNWTO. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284414680>
- Petrizzi, R. (2011). *El genios loci y la vocación turística de un destino*. Obtenido de <http://ramiropetrizzi.blogspot.mx/2011/05/el-genios-loci-y-la-vocacio-turistica.html>
- Pons, R., Morales, L., & Díaz, Y. (2007). *La Imagen del Turística y el Comportamiento de Compra del Turista*. México: Revisa Teoría y Praxis.
- Ramón Cardona, J. (2012). *Actitudes de los residentes hacia el turismo en destinos turísticos consolidados: El caso de Ibiza*. Palma: Universitat de les Illes Balears.
- Rodríguez, J. (2015). Gestión Local del Turismo: El Municipio y su Rol en el Desarrollo Turístico en Chile. *Gest.tur* N° 23.
- Secretaría de Turismo (SECTUR). (2001). *Planeación y Gestión del Desarrollo Turístico Municipal: Un enfoque de cambio*. CEDOC.
- SECTUR. (2001). *Planeación y Gestión del Desarrollo Turístico Municipal: Un enfoque de cambio*. CEDOC.
- SEGITTUR. (2017). *cehat.com*. Obtenido de [cehat.com](https://cehat.com): <https://cehat.com/frontend/cehat/SEGITTUR-vn2759-vst325>
- Socatelli, M. (2012). Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles. *Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica.*, 69 - 98.
- Valverde Sánchez, R. (2017). *Plan de Promoción Turística Para El Incremento De La Afluencia De Turistas En El Refugio De Vida Silvestre Laquipampa – Incahuasi. Enero - Setiembre 2016*. Chiclayo: Universidad Juan Mejía Baca.
- Vecslir, L., & Tommel, C. (2013). Hacia un proyecto territorial para un paisaje cultural. La quebrada de Humahuaca. *Revista Bitácora Urbano Territorial*, 61 - 74.
- Zapata, L. V., Gómez, J. S., & Vélez, W. M. (2017). Propuesta metodológica para la medición y valoración de la vocación turística dentro de una ciudad. *Estudios Socioterritoriales. Revista de Geografía*, 71-89.

**Anexo 01**  
*Cuadro de Operacionalización de Variables*

<b>Variable</b>	<b>Definición</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Técnica e instrumento</b>
Plan de Desarrollo Turístico MINCETUR (2017)	MINCETUR (2017), afirma que el PDT es una herramienta de gestión que ayuda a promover el desarrollo turístico, social y económico de una zona, así como evaluar su potencial, a través de una serie de acciones, las cuales se deben realizarse a corto, mediano y largo plazo, teniendo en cuenta factores de oferta, demanda, competencia y características o “vocación” de la zona para impulsar la actividad turística en la misma	Oferta Turística	Atractivo turístico Planta turística Infraestructura turística	Ficha de MINCETUR/ Entrevista
		Demanda Turística	Gastos de viaje Afluencia turística Estadía de los turistas	Ficha de MINCETUR/ Entrevista
		Competitividad Turística	Servicio turístico Políticas turísticas Tendencia de mercado	Ficha de MINCETUR / Entrevista
		Vocación Turística	Capacidad de atención Grado de planificación turística Publicidad y promoción Importancia turística	Entrevista

*Nota:* MINCETUR: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Anexo 02  
Cuadro de Matriz de Consistencia

Problema Principal	Objetivo Principal	Variable	
¿Cómo debería ser la elaboración de un PDT adecuado para la Provincia de Rodríguez de Mendoza?	Elaborar un Plan de Desarrollo Turístico para la provincia de Rodríguez de Mendoza	Plan de Desarrollo Turístico	
	<b>Objetivo Específico</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
	Analizar la situación actual de la oferta turística de la provincia	Oferta Turística	Atractivo turístico Planta turística Infraestructura turística
	Conocer las características de la demanda turística de la provincia	Demanda Turística	Gastos de viaje Afluencia turística Estadía de los turistas
	Determinar los factores de competitividad de la provincia	Competitividad Turística	Servicio turístico Políticas turísticas Tendencia de mercado
Identificar el grado de vocación turística de la provincia	Vocación Turística	Capacidad de atención Grado de planificación turística Publicidad y promoción Importancia turística	
<b>Materiales y métodos</b>			
Enfoque cualitativo, de tipo descriptivo y con un enfoque de investigación acción	<b>Población:</b> autoridades de turismo a nivel regional en Amazonas y provincial en Rodríguez de Mendoza, así como los expertos en turismo y operadores de turismo de la región  <b>Muestreo:</b> no probabilístico por intencionalidad o conveniencia, para lo cual se aplicó la estrategia de bola de nieve.	<b>Procesamiento:</b> - Revisión documental - Aplicación de entrevistas a profundidad vía Zoom - Procesamiento de datos a través del aplicativo Atlas. Ti 9 - Diseño del PDT para la provincia de Rodríguez de Mendoza	

Nota: PDT: Plan de Desarrollo Turístico

Anexo 03  
*Validación de instrumento de recolección de datos*



**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS**

Quien suscribe, **José Antonio Paz Perinango**, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciado en Administración Hotelera y de Servicios Turísticos**, titulado “**Plan de Desarrollo Turístico de la Provincia de Rodríguez de Mendoza, Amazonas – Perú**”, elaborado por la Bach. / Estudiante **Marycarmen Carrillo Huamán**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 21 junio del 2020.



**FIRMA DEL JUEZ EXPERTO**

**Mg. José Antonio Paz Perinango**

**Cargo Actual:** Docente de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo



## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, **Osar Gamarra Domínguez**, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciado en Administración Hotelera y de Servicios Turísticos**, titulado

“**Plan de Desarrollo Turístico de la Provincia de Rodríguez de Mendoza, Amazonas – Perú**”, elaborado por la Bach. / Estudiante **Marycarmen Carrillo Huamán**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, junio del 2020.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Osar Gamarra Domínguez', written in a cursive style.

**FIRMA DEL JUEZ EXPERTO**

**Lic. Osar Gamarra Domínguez**

**Cargo Actual:** Consultor en Gestión de Destinos Turísticos

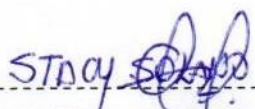


## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, **Stacy Solano Lavado**, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciado en Administración Hotelera y de Servicios Turísticos**, titulado **“Plan de Desarrollo Turístico de la Provincia de Rodríguez de Mendoza, Amazonas – Perú”**, elaborado por la Bach. / Estudiante **Marycarmen Carrillo Huamán**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, Junio del 2020.

  
-----  
**FIRMA DEL JUEZ EXPERTO**

**Dr. / Mg. / Lic. Nombre: Stacy Solano Lavado**

**Cargo Actual:** Docente de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos - Lima

Anexo 04  
Instrumento de recolección de datos



## FORMATO DE ENTREVISTA

### *Autoridades locales y regionales*

**Fecha:**

**Lugar:**

**Entrevistadora:**

### DATOS PERSONALES

**Nombre del Entrevistado:**

**Cargo Actual:**

**Profesión:**

**Objetivo:** Diseñar un Plan de Desarrollo Turístico para la provincia de Rodríguez de Mendoza que le permita convertirse en un destino turístico.

**Instructivo:** Agradezco su participación en la resolución de la siguiente entrevista, solicitándole que responda con sinceridad, de manera clara y concisa las preguntas que se plantean a continuación.

1. ¿Cree Usted, que la provincia de Rodríguez de Mendoza tiene potencial para posicionarse como destino turístico? ¿por qué?  
Categoría para explorar: Valor agregado del destino que lo diferencia del resto
2. ¿Qué tipo de turismo se puede desarrollar en la provincia para posicionarla como un destino turístico?
3. ¿Cuáles son los recursos turísticos más importantes de la provincia?
4. De los mencionados anteriormente. ¿Cuáles se encuentran operativos para la actividad turística? ¿En qué estado se encuentran los servicios turísticos públicos?
5. ¿Existen operadores turísticos formales que comercialicen los recursos de la Provincia?
6. Con respecto a las empresas relacionadas al rubro del turismo, que se encuentran en la provincia ¿Cómo calificaría usted los servicios que ofrecen?  
Categoría para explorar: Hoteles, restaurantes, agencias de viajes, guías de turismo
7. ¿En qué estado se encuentran los servicios turísticos que brindan, prestaciones personales para la seguridad y satisfacción del turista?
8. ¿Cree usted que la provincia Rodríguez de Mendoza cuenta con una infraestructura adecuada para ser considerada como centro de soporte?
9. ¿Cuál es el perfil del turista que visita la provincia de Rodríguez de Mendoza?  
Categoría para explorar: Residencia de origen, gasto de viaje, periodo de permanencia, forma de viaje (organizada o no organizada, solo, acompañado o en grupo)
10. ¿En qué meses considera usted que hay la mayor afluencia de visitantes a nuestra provincia?
11. ¿Considera usted que las políticas implementadas por parte de las entidades responsables de turismo, en materia de la misma son las adecuadas para poder posicionar a la provincia como un destino turístico? ¿Por qué?
12. ¿Considera usted que el gobierno local de la provincia de Rodríguez de Mendoza realiza gestiones para desarrollar la actividad turística?  
Indagar sobre planificación, institucionalidad, proyectos desarrollados, presupuesto establecidos y otorgados, datos.
13. ¿Considera usted que la comunidad de Rodríguez de Mendoza se involucra en las actividades realizadas por parte de las instituciones para el desarrollo turístico? ¿De qué manera?
14. ¿Considera usted, que la Municipalidad de la provincia dio cumplimiento a la Ley Orgánica de Municipalidades 27972, Art. 82 en promoción de la actividad turística antes de la pandemia?  
Indagar sobre la forma de promoción turística
15. ¿Cuáles son las debilidades y fortalezas del turismo en la provincia?
16. ¿Cuáles son las amenazas y oportunidades del turismo en la provincia?
17. ¿Qué acciones se deben implementar para posicionar a la provincia como destino turístico?
18. Ante los efectos de la pandemia, ¿Qué consideraciones se debe tener en cuenta en los planes de desarrollo turístico?



## FORMATO DE ENTREVISTA

### *Especialistas y consultores*

**Fecha:**

**Lugar:**

**Entrevistadora:**

#### **DATOS PERSONALES**

**Nombre del Entrevistado:**

**Cargo Actual:**

**Profesión:**

**Objetivo:** Diseñar un Plan de Desarrollo Turístico para la provincia de Rodríguez de Mendoza que le permita convertirse en un destino turístico.

**Instructivo:** Agradezco su participación en la resolución de la siguiente entrevista, solicitándole que responda con sinceridad, de manera clara y concisa las preguntas que se plantean a continuación.

1. ¿Cree usted, que la provincia de Rodríguez de Mendoza tiene potencial para posicionarse como destino turístico? ¿por qué?  
Categoría para explorar: Valor agregado del destino que lo diferencia del resto
2. ¿Qué tipo de turismo se puede desarrollar en la provincia para posicionarla como un destino turístico?
3. ¿Cuáles son los recursos turísticos más importantes de la provincia?
4. ¿Qué elementos claves deben desarrollarse en la oferta turística para posicionar a la provincia como destino turístico?
5. ¿Cree usted que la provincia Rodríguez de Mendoza cuenta con una infraestructura adecuada para ser considerada como centro de soporte?
6. ¿Cuál es el perfil del turista que visita la provincia de Rodríguez de Mendoza?  
Categoría para explorar: Residencia de origen, gasto de viaje, periodo de permanencia, forma de viaje (organizada o no organizada, solo, acompañado o en grupo)
7. ¿En qué meses considera usted que hay la mayor afluencia de visitantes a nuestra provincia?
8. ¿Considera usted que las políticas implementadas por el gobierno regional y local en materia de turismo son las adecuadas para poder posicionar a la provincia como un destino turístico? ¿Por qué?
9. ¿Cuáles son los factores competitivos que la provincia posee para posicionarse como destino turístico?
10. ¿Cómo debería promocionarse los diversos recursos y/o atractivos, que posee la provincia, para fomentar las visitas turísticas, por parte de los diversos organismos en la actividad turística?
11. ¿Cuáles son las debilidades y fortalezas del turismo en la provincia?
12. ¿Cuáles son las amenazas y oportunidades del turismo en la provincia?
13. ¿Qué acciones se deben implementar para posicionar a la provincia como destino turístico?
14. Ante los efectos de la pandemia, ¿Qué consideraciones se debe tener en cuenta en los planes de desarrollo turístico?

Anexo 05  
Gráfico de análisis de resultado – ATLAS.TI 9

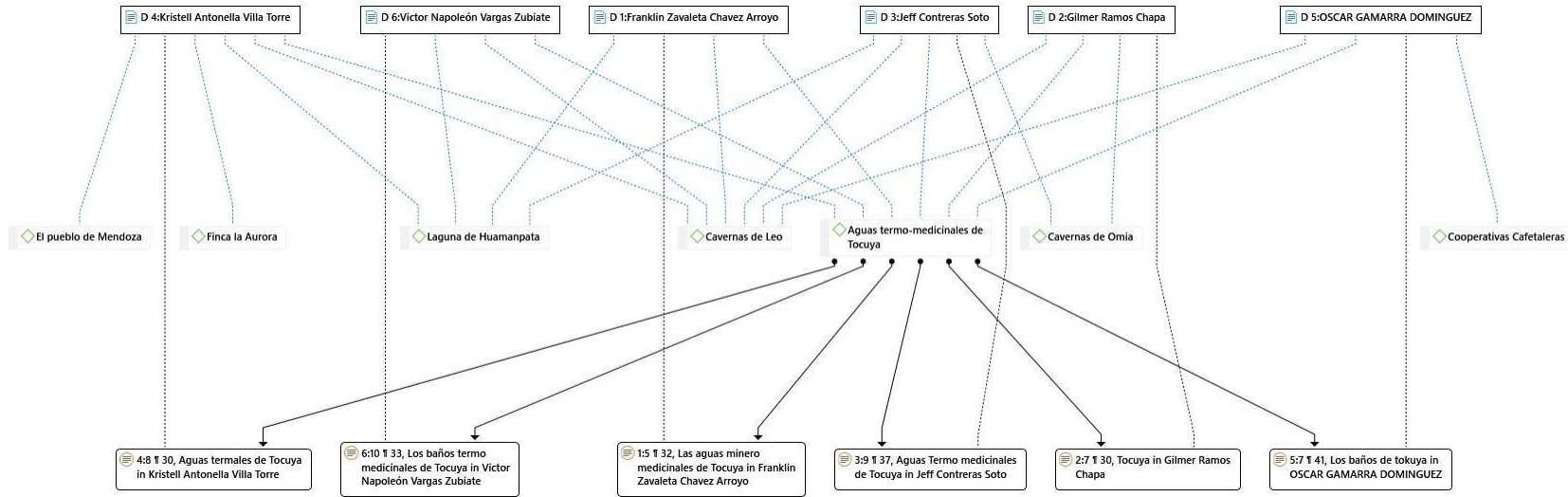


Figura 01: Oferta turística – recursos turísticos importantes de la provincia

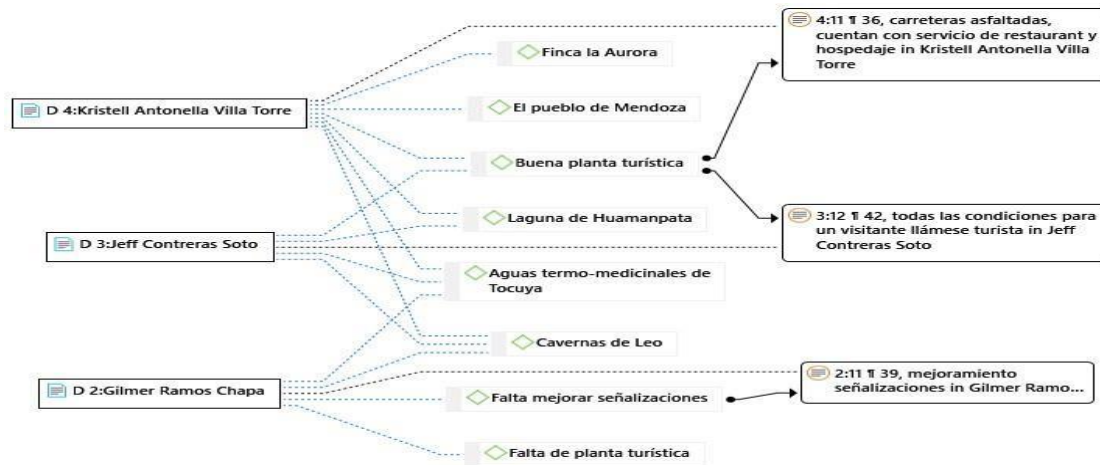


Figura 02: Oferta turística – operatividad de los recursos

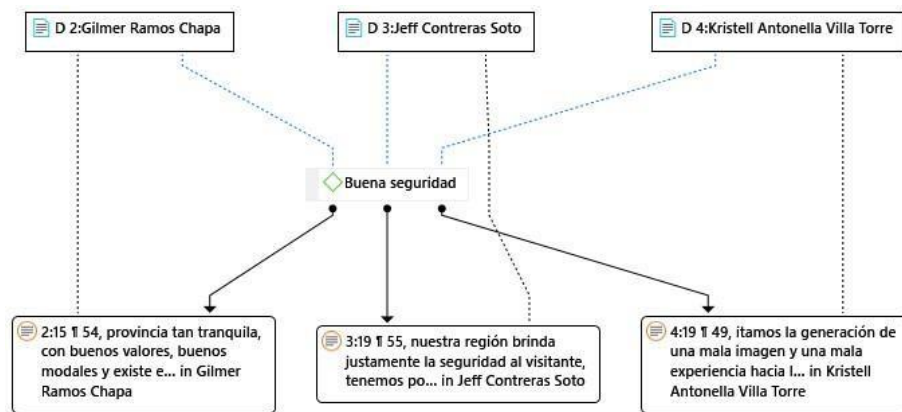


Figura 03: Oferta turística – Estado de la seguridad

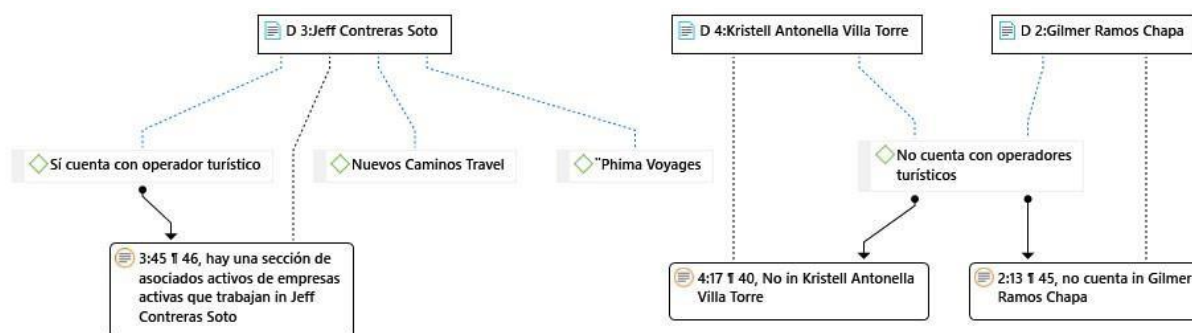


Figura 04: Oferta turística – Operadores turísticos

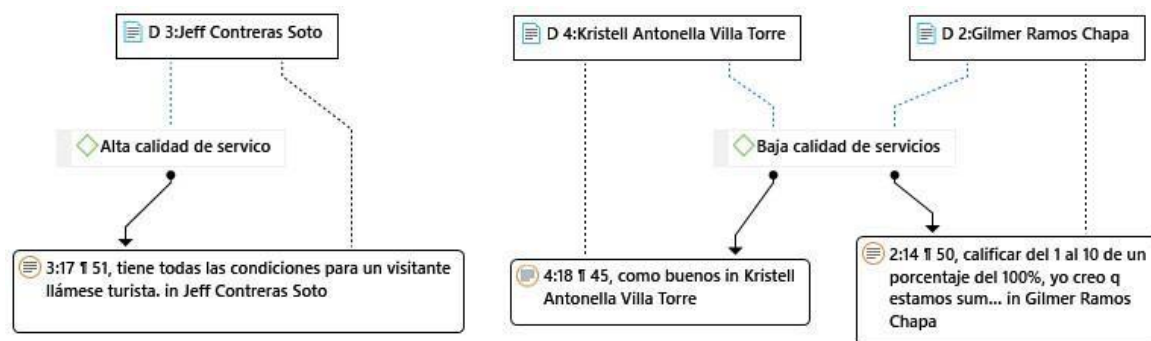


Figura 05: Oferta turística – Situación de la calidad de los servicios turísticos

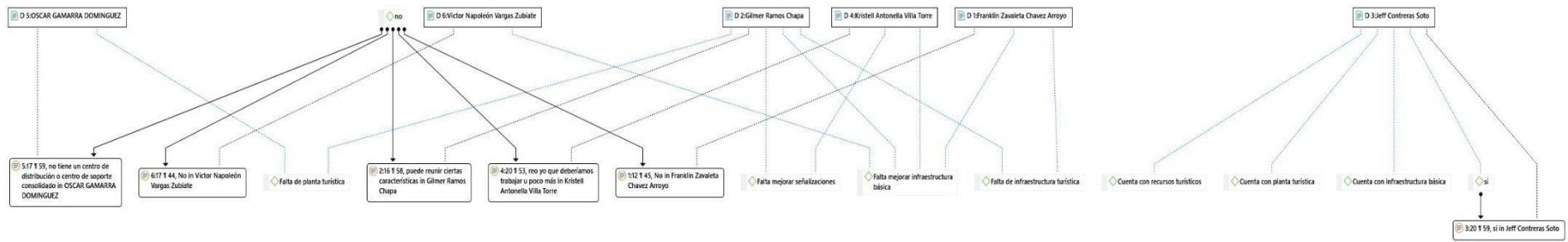


Figura 06: Oferta turística – Consideración de Rodríguez de Mendoza como centro de soporte

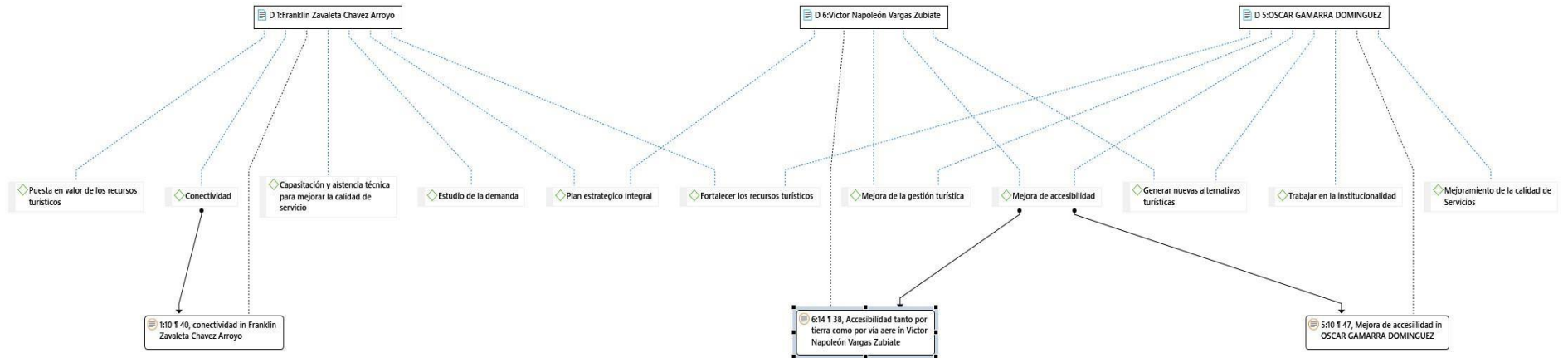


Figura 07: Oferta turística – Elementos claves a desarrollarse en la oferta turística

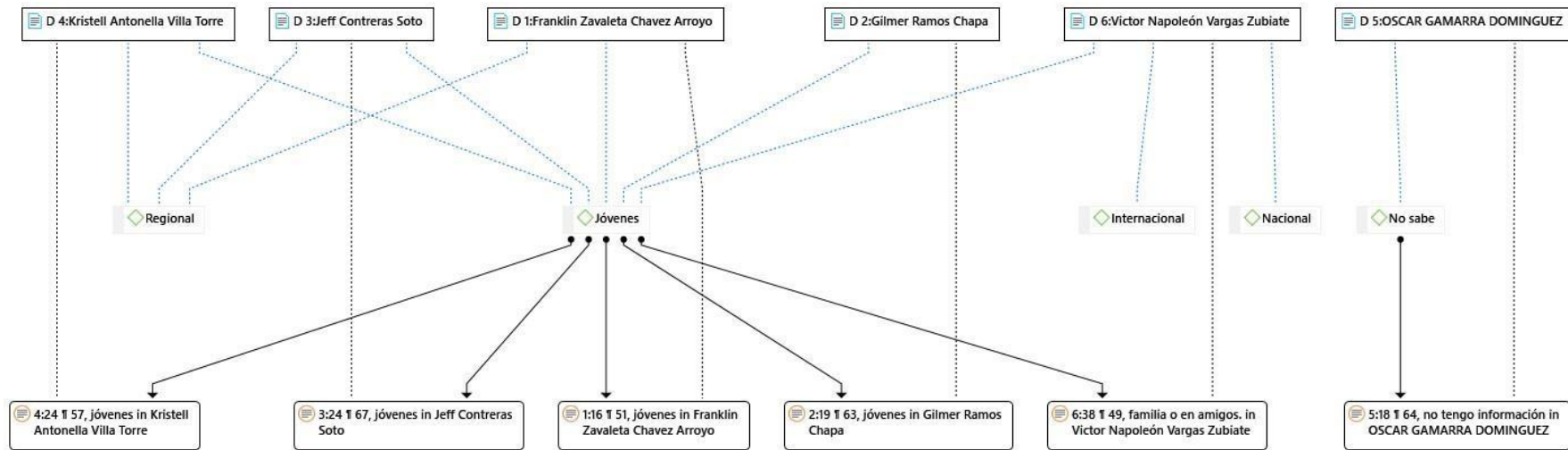


Figura 08: Demanda Turística – Perfil del turista

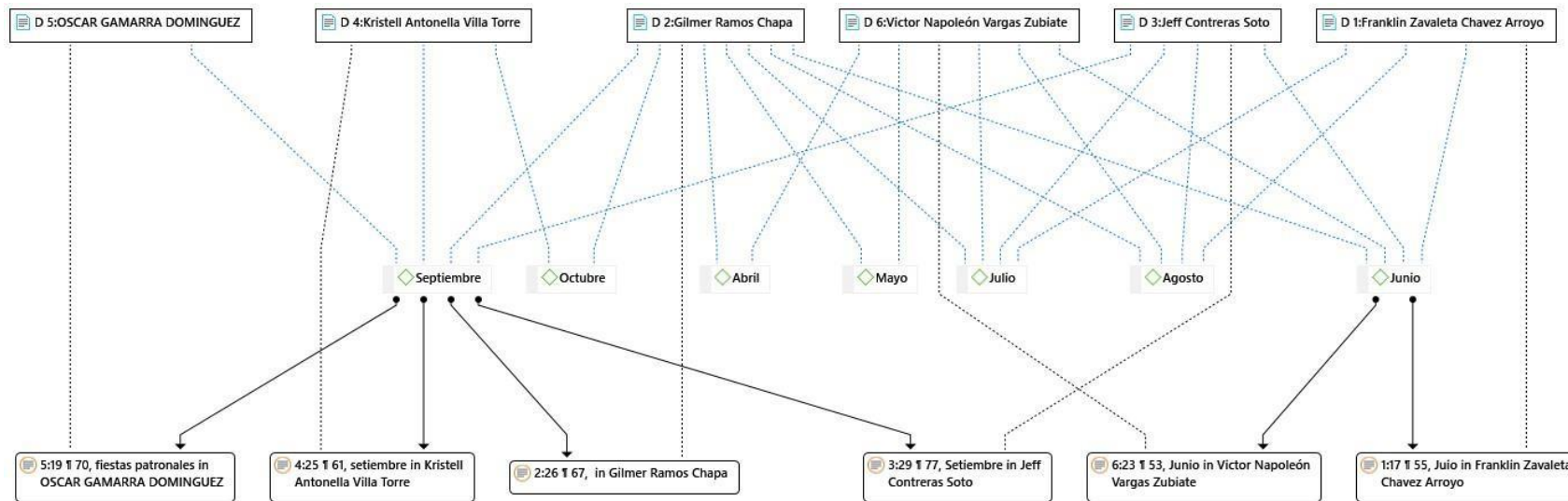


Figura 09: Demanda Turística – Afluencia de turistas

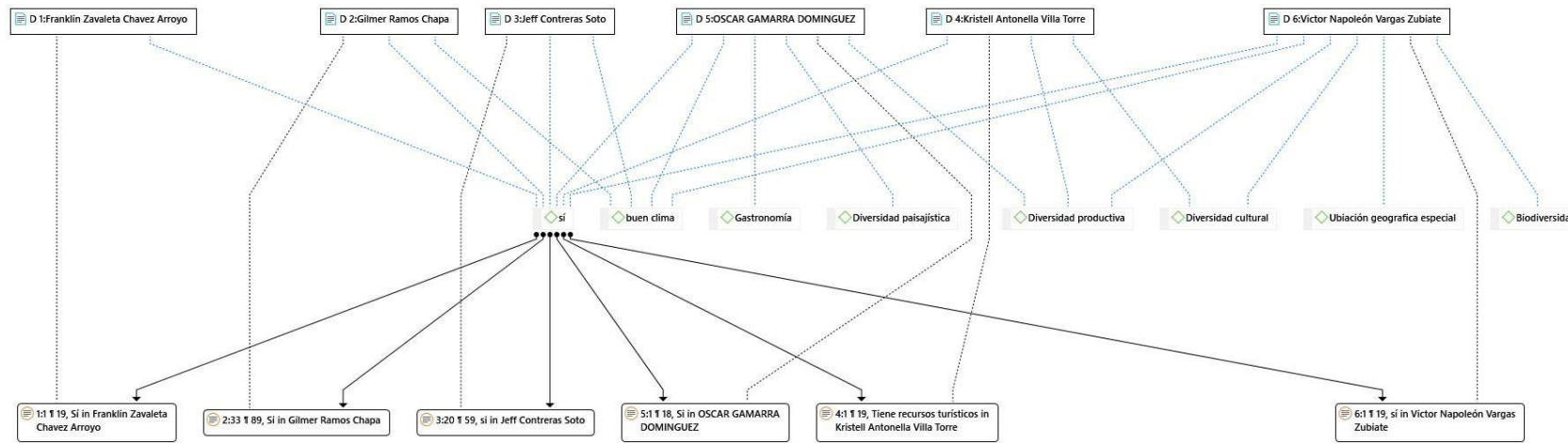


Figura 10: Competitividad turística – Potencial para posicionarse como destino turístico

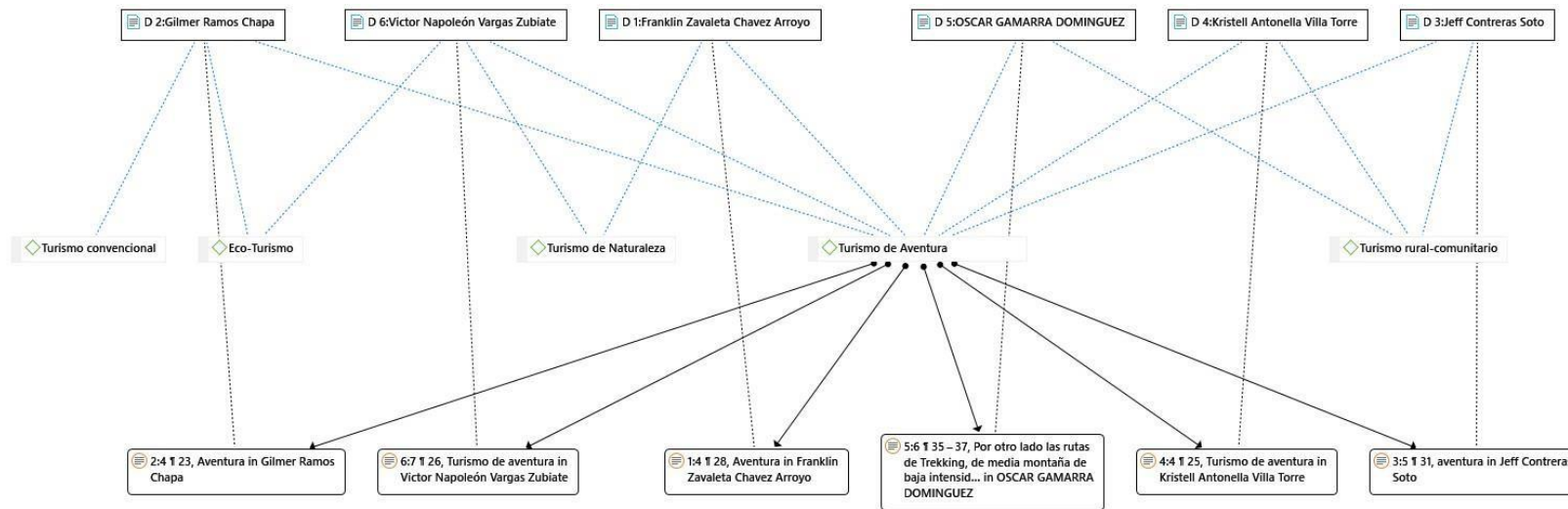


Figura 11: Competitividad turística – Tipo de turismo que puede desarrollar

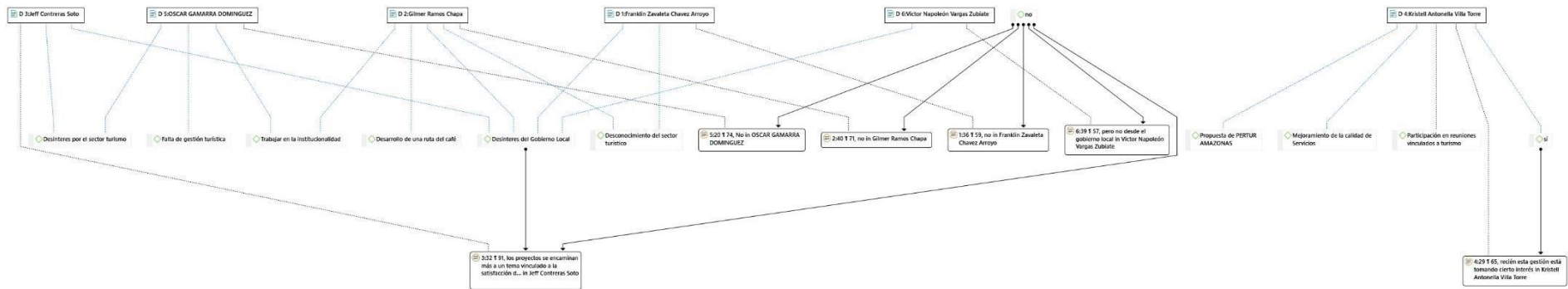


Figura 12: Competitividad turística – Políticas adecuadas para el desarrollo turístico

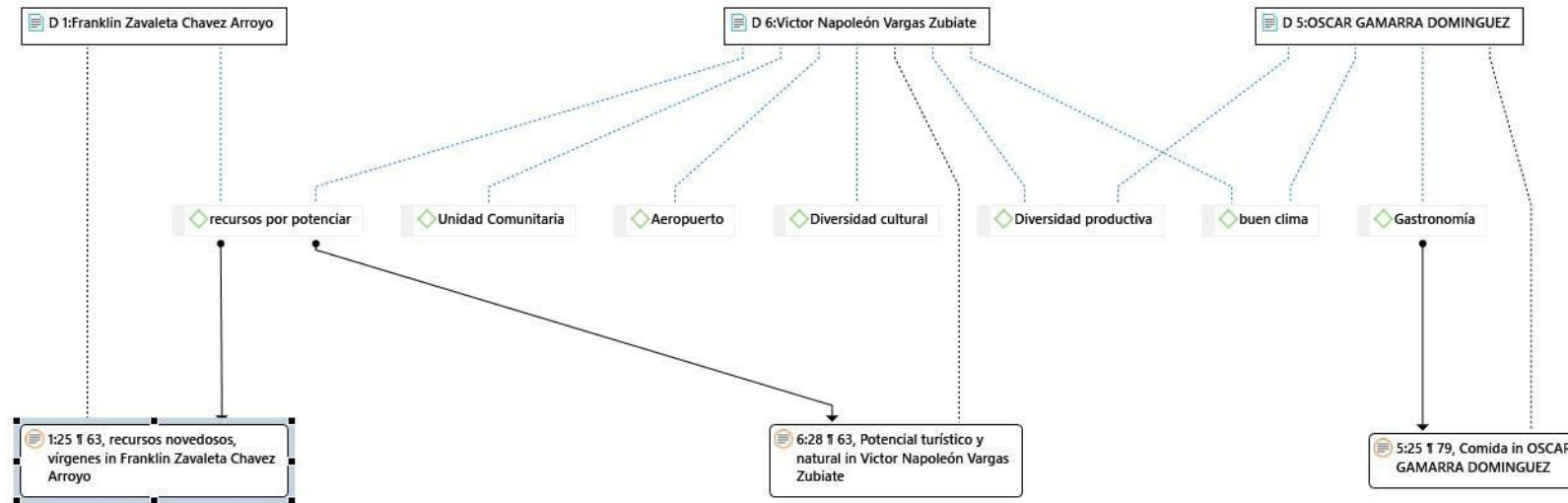


Figura 13: Competitividad turística – Factores de competitividad

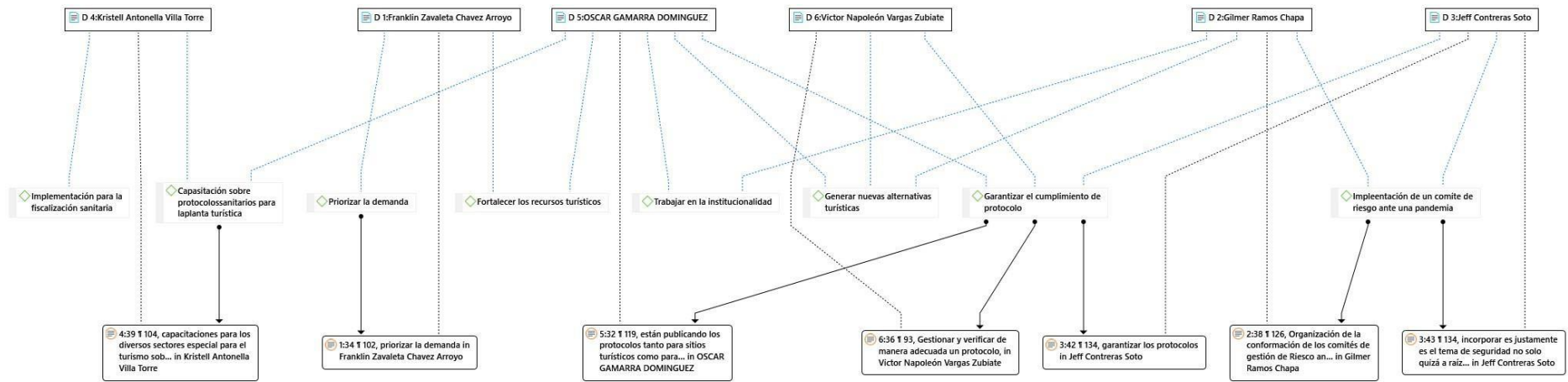


Figura 14: Competitividad turística – Consideraciones que se debe tener en el desarrollo del PDT ante la pandemia

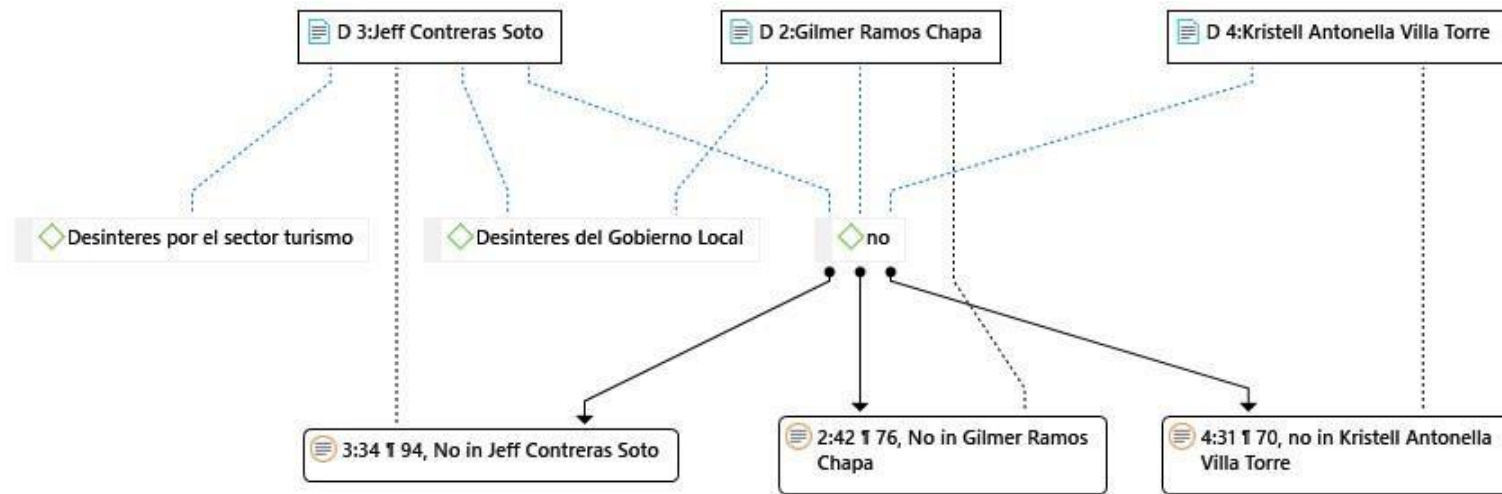


Figura 15: Vocación turística – Gestión por parte del gobierno local para el desarrollo del turismo en la provincia

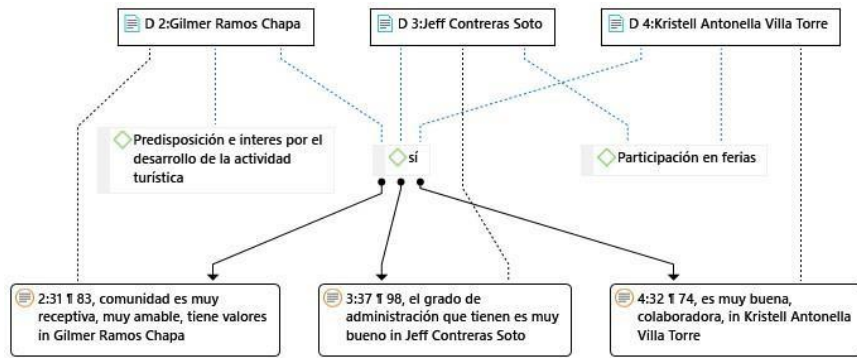


Figura 16: Vocación turística – Participación de la población

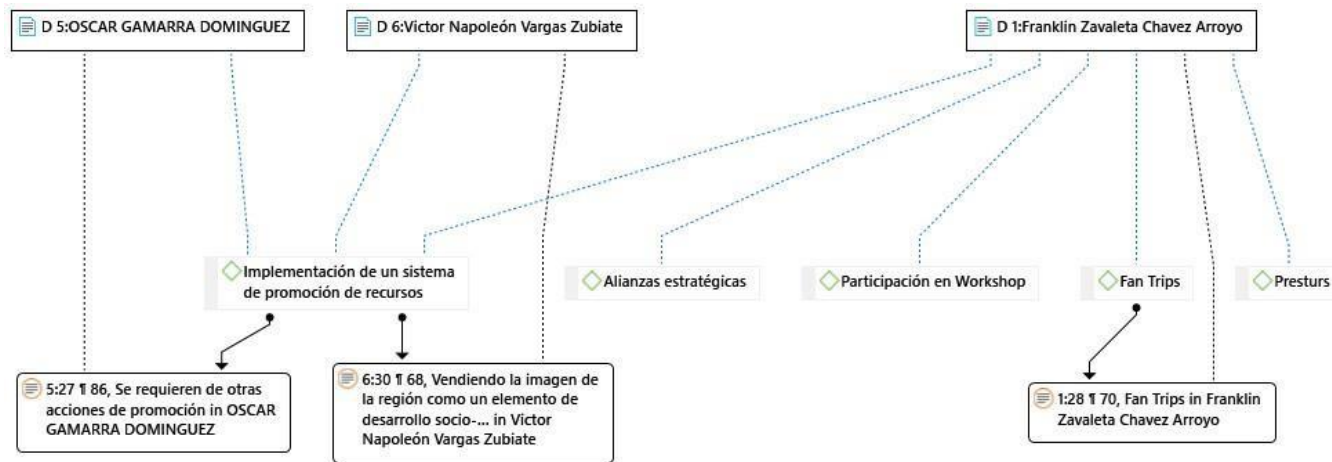


Figura 17: Vocación turística – Formas de promoción turística

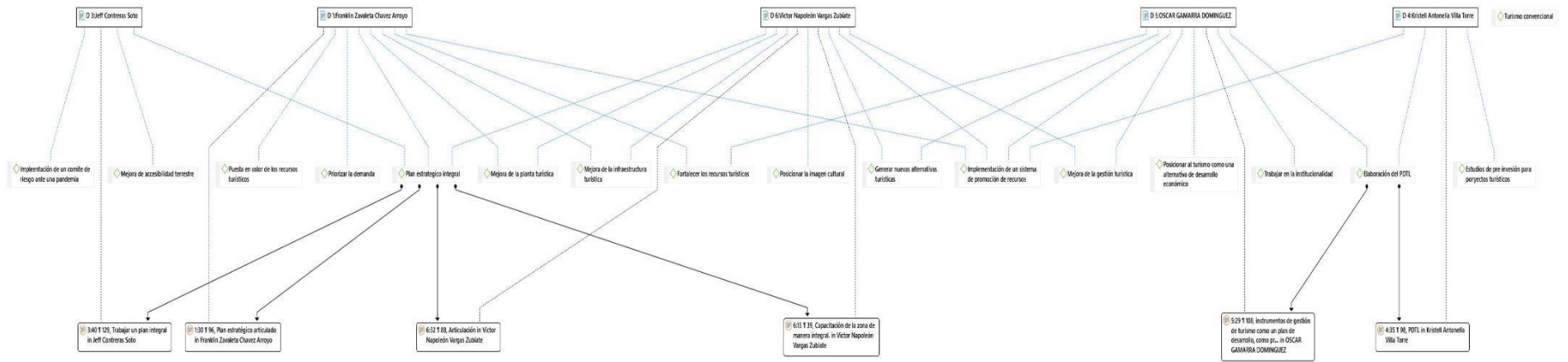


Figura 18: Vocación turística – Acciones para posicionar a Rodríguez de Mendoza para posicionarse como destino turístico

## Anexo 06

*Plan de Desarrollo Turístico de la Provincia de Rodríguez de Mendoza***DESARROLLO DE LA FASE I: Diagnóstico del Plan de Desarrollo Turístico de la provincia de Rodríguez de Mendoza****1.1. Análisis previo**

La provincia de Rodríguez de Mendoza es una de las 7 provincias de la región de Amazonas que tiene como capital al distrito de San Nicolás, el cual posee un clima templado que suele tornarse cálido y húmedo por estar situada en ceja de selva, lo que lo hace llamativo ya que cuenta con una gran belleza paisajística vinculado a destinos naturales encantadores a la vista del turista entre las cuales resaltan tres principales como son las Aguas Termo-medicinales de Tucuya ubicados a 18 km de la capital de la provincia y la Cavernas de Leo a uno 13 km, ambas en el Distrito de Omía; así como la laguna estacional de Huamanpata ubicado a unos 2.9 km en el Distrito de San Nicolás. Además, la Provincia es la única que comparte su territorio con los Bosques de Protección del Alto Mayo

Así mismo, Rodríguez de Mendoza es una sub zona de desarrollo turístico siendo considerada por el MINCETUR AMAZONAS como un Centro de Soporte alterno, además de ser un punto de conexión aérea con la selva peruana.

Gracias a su clima la producción agrícola es la más favorable, siendo esta su principal actividad económica abarcando un 70% de la población, siendo uno de los principales abastecedores de los mercados de la capital de la Región.

Adicionalmente a su clima, su geografía es uno de sus principales atributos ya que no solo permite el desarrollo de turismo de aventura, así como de naturaleza y un eco- turismo sino que también es la base para la creación de una ruta de Rally, además Rodríguez de Mendoza es conocido también por tener el mejor café del Perú, el cual se siembra de manera tecnificada y se puede apreciar en los diferentes distritos de la provincia, lo que convierte a este fruto como su producto bandera y es un punto base para la creación de un ruta cafetalera que sería una buena alternativa turística poco convencional dentro de la provincia.

Asimismo, la provincia adicional a los destinos ya existentes cuenta con recursos por potenciar como la catarata de longar, las ruinas de Wimba, el bosque de las palmeras de Ocolla, Cascada de San Nicolas, Cascada de Hualamita, laguna la Perla entre otros. Así pues, la población en la última década ha invertido en negocios ligados a la actividad turística como construcción de hospedajes, restaurantes y restaurantes campestres donde se expende nuestra gastronomía local como la trucha, el shirumbe, los tucsiches, el juane de yuca, su cecina, las tortitas de almidón sus brillantes.

Es por ello que la actividad turística dentro de la provincia de Rodríguez de Mendoza ayudaría a diversificar la actividad económica, crenado nuevos puestos de trabajo; además de diversificarla oferta turística de la región amazonas.

**1.2. Análisis general del entorno****1.2.1. Delimitación geográfica**

Como se puede observar en la tabla 01, la provincia de Rodríguez de Mendoza políticamente se encuentra dividido en con 12 distritos en los cuales se tiene al distrito de Chirimoto, Cochamal, Huambo, Limabamba, Longar, Mariscal Benavides, Omía, San Nicolás, Santa Rosa,

Totora y Vista Alegre. Dicha provincia limita por el norte y este con la región San Martín y por el sur y oeste con la provincia de Chachapoyas, todo esto evidenciado de manera gráfica en la figura 19.

Tabla 02

*División política de la provincia de Rodríguez de Mendoza*

<b>Amazonas</b>	<b>Rodríguez de Mendoza</b>	Chirimoto
		Cochamal
		Huambo
		Limabamba
		Longar
		Mariscal Benavides
		Milpuc
		Omía
		San Nicolás
		Santa Rosa
		Totora
		Vista Alegre

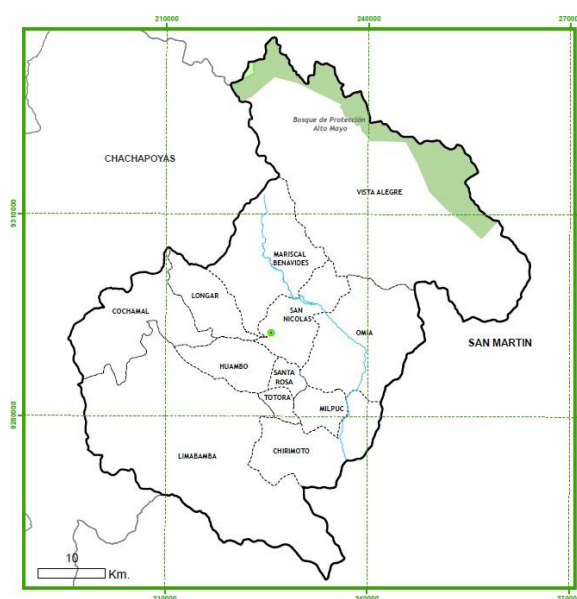


Figura 19: Mapa político de la provincia de Rodríguez de Mendoza

## 1.2.2. Accesibilidad

Tabla 03

*Formas y estado de la accesibilidad de la Provincia de Rodríguez de Mendoza*

Ciudad Emisora	Tramo	Medio de Transporte	Tipo de Transporte	Tiempo de Viaje	Distancia (Km)	Tipo de Carretera	Estado de Conservación
Lima	Jaén	Aéreo	Avión	1h 20 mi	-	-	-
Jaén	Rodríguez de Mendoza	Terrestre	Carro	6h 22 mi	277 km	Asfaltada	Optima

<b>Lima</b>	Chachapoyas	Aéreo	Avioneta	1h	-	-	-
<b>Chachapoyas</b>	Rodríguez de Mendoza	Terrestre	Carro	2h 42 mi	84.9 km	Asfaltado	Por mejorar
<b>Lima</b>	Tarapoto	Aéreo	Avión	1h 10mi	-	-	-
<b>Tarapoto</b>	Rodríguez de Mendoza	Aéreo Terrestre	Avioneta Carro	30 mi 9h 30mi	- 449 km	- Asfaltado	Tramos por mejorar
<b>Lima</b>	Rodríguez de Mendoza	Terrestre	Carro	23h 39 mi	1 307 km	Asfaltado	Tramos por mejorar
<b>Chiclayo</b>	Rodríguez de Mendoza	Terrestre	Carro	10' 35 mi	531 km	Asfaltado	Tramos por mejorar

Como se evidencia en la tabla 03 la provincia de Rodríguez de Mendoza cuenta con 2 medios de transporte que son el aéreo y el terrestre, en los cuales existen tramos de mejora. Además, cuenta con 5 ciudades de emisión, siendo el acceso por vía terrestre desde la ciudad Lima el más largo, seguida por la ciudad de Chiclayo.

### 1.2.3. Infraestructura

La provincia de Rodríguez de Mendoza cuenta con los servicios básicos de agua energía eléctrica, desagüe, alcantarillado, tratamiento de aguas residuales, pistas y veredas pavimentadas y señalizadas, casas construidas con ladrillos y cemento y otros con adobe y quincha, señal de telefonía móvil, televisión con señal abierta y señal de radio. (Ver tabla 04)

La provincia de Rodríguez de Mendoza está conectada con sus distritos, centros poblados y nexos a través de carreteras pavimentadas y trochas carrozable.

Tabla 04

*Tipo de servicios con los que cuenta la provincia de Rodríguez de Mendoza*

<b>Servicio</b>	<b>Disponibilidad Sí o No</b>	<b>Breve descripción</b>
Agua	Sí	El 88,20% de la población urbana y el 51,79% de la población rural tienen cobertura del servicio.
Alcantarillado	Sí	El 71, 66% de población urbana y el 33,32 % de la población rural tienen cobertura del servicio.
TAR	Sí	El 10, 55% de la población urbana y el 7,08% de la población rural
Electricidad	Sí	La provincia cuenta con una central hidroeléctrica que abastece al 77,4% de la población
Telefonía	Sí	Cuenta con red de telefonía móvil
Internet	Sí	Cuenta con telefonía, señal de 3G de telefonía móvil
Salud	Sí	Cuenta con un hospital del MINSA, centros de asistencia rápida de ESSALUD y postas médicas
Seguridad	Sí	Cuenta con comisarías, serenazgo y el apoyo de las rondas campesinas
Terminal Terrestre	No	-
Vías internas – transito distrital	Sí	Cuenta con pistas pavimentadas para acceso a distritos, así como trochas carrozables
Señalización: ciudad, turística o vial	Sí	Estado por mejorar

Nota: TAR: tratamiento de aguas residuales

#### 1.2.4. Territorial

La provincia de Rodríguez de Mendoza fue creada por Decreto Ley N° 7626 del 31 de octubre de 1932, en el gobierno del Presidente Luis Miguel Sánchez Cerro. Su nombre es un homenaje a Toribio Rodríguez de Mendoza, sacerdote y educador hispano-peruano nacido en Chachapoyas y considerado precursor ideológico de la Independencia del Perú. Tiene una extensión territorial de 2 368 km<sup>2</sup> que representa el 6 % del área total de la región de Amazonas, compuesto por 12 distritos y 317 centros poblados, con una distribución poblacional urbana de 4 989 habitantes que equivale al 16,6 % del provincial, así como una distribución poblacional rural 25 009 habitantes que equivale al 83,4% del provincial. (Ver tabla 05)

Tabla 05

*Población censada por tipo de vivienda y zonificación*

Tipo de Vivienda / zonificación	Cifra	%
<b>Provincia Rodríguez de Mendoza</b>	29 998	100
<b>Viviendas particulares</b>	29 241	97,5
<b>Viviendas colectivas</b>	724	2,4
<b>Otro tipo 1/</b>	33	0,1
<b>URBANA</b>	4 989	16,6
<b>Viviendas particulares</b>	4 300	14,3
<b>Viviendas colectivas</b>	687	2,3
<b>Otro tipo 1/</b>	2	0,01
<b>RURAL</b>	25 009	83,4
<b>Viviendas particulares</b>	24 941	83,2
<b>Viviendas colectivas</b>	37	0,1
<b>Otro tipo 1/</b>	31	0,1

#### 1.2.5. Social

Según el censo poblacional aplicado en el 2017 por el INEI a los pobladores de la provincia de Rodríguez de Mendoza el número de pobladores fueron de 29 998, que equivale al 7,9% de la población regional; con una densidad poblacional de 12,71 hab/km<sup>2</sup>. A diferencia del 2007 que se consiguió un censo poblacional de 26 389 equivalente a un 7,0 % del regional. Así pues, según la comparación realizada de los resultados del año 2007 – 2017 el aumento poblacional ha tenido una varianza de 13,7% con una tasa de crecimiento anual de 1,3%. (Ver tabla 06)

Tabla 06

*Crecimiento poblacional y su densidad*

Provincia	2007		2017		Variación intercensal		Tasa de crecimiento promedio anual	Densidad Poblacional Hab/km <sup>2</sup>
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%		
<b>Rodríguez de Mendoza</b>	26 389	7,0	29 998	7,9	3609	13,7	1,3	12,71

Así pues, se observa que del total poblacional el porcentaje de pobladores del sexo masculino mayor con un porcentaje de 51,92% a diferencia del número femenino que fue de 48,08%. (Ver tabla 07)

Tabla 07  
*Población estimada por género*

Provincia, distrito, y edades simples	Total		Hombres		Mujeres	
			Absoluto	%	Absoluto	%
<b>Provincia Rodríguez De Mendoza</b>	29998	100	15574	51.92	14424	48.08
<b>Urbana</b>	4989	16.63	2475	8.25	2514	8.38
<b>Rural</b>	25009	83.37	13099	43.67	11910	39.70

Además, en el 2017 según lo censado por el INEI se sostuvo que a tasa de pobreza fue mayor a la de pobreza extrema con un 33,7% y un 9,4% respectivamente. De la misma manera en el 2017 se obtuvo una tasa de desnutrición crónica del 24,1 %. (Ver tabla 08)

Tabla 08  
*Tasa de pobreza y desnutrición*

Provincia	Tasa de pobreza	Tasa de pobreza extrema	Tasa de desnutrición crónica
<b>Rodríguez de Mendoza</b>	33,7	9,4	24,1

En cuanto al documento de identidad se obtuvo según el INEI que el total de los pobladores de 18 años a más sin Documento Nacional de Identidad es de 186 pobladores que equivale a un 1 % siendo los habitantes de la zona rural el que presenta mayor población con esta carencia. (Ver tabla 09)

Tabla 09  
*Población estimada sin DNI  $\geq$  18 años*

Identidad 18 a +	Total		Urbana		Rural	
	Sin DNI	%	Sin DNI	%	Sin DNI	%
<b>Rodríguez de Mendoza</b>	186	1,0	17	0,5	169	1,1

Nota: DNI – Documento Nacional de Identidad

Por otro lado, según las cifras del INEI en tanto a la tasa de analfabetismo obtenida entre los años 2007 y 2017 se obtuvo que el año con mayor tasa de analfabetismo fue el 2017 con un porcentaje de 8,5% notándose incremento con una variación de los mismos de 0,6%. (Ver tabla 10)

Tabla 10  
Población estimada analfabeta  $\geq 15$  años

Analfabetismo 15 A +	2007		2017		Variación intercensal 2007 - 2017	
	Población analfabeta	Tasa de Analfabetismo	Población Analfabeta	Tasa de Analfabetismo	Población analfabeta (absoluto)	Tasa de analfabetismo (puntos Porcentuales)
<b>Rodríguez de Mendoza</b>	1 394	7,8	1759	8,5	365	0,6

Por último, en cuanto a la PEA y el PET entre los años 2007 y 2017 según lo arrojado por el INEI se observó que en cuanto al PET hubo una variación del 0,8% entre ambos años siendo el PET del 2017 el más alto (tabla 11). Así pues, en cuanto al PEA del 2017 se observó que la tasa de culpabilidad fue buena con un 97,9% existiendo un equilibrio del PEA tanto en hombres como en mujeres. (Ver tabla 12)

Tabla 11  
PET provincial

Provincia	Población				PET				Variación del PET 2007 - 2017	
	2007		2017		2007		2017		Absoluto	%
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%		
<b>Rodríguez de Mendoza</b>	26389	7,0	29998	7,9	18 439	69,9	76 268	71,1	57 829	0,8

Nota: PET - Población en Edad de Trabajar

Tabla 12  
PEA estimada por género

PEA 14 a +	PEA ocupada				PEA desocupada			
	Total		Tasa de Ocupación		Total		Tasa de desempleo	
	PEA ocupada	Tasa de ocupación	Hombre	Mujer	PEA desocupada	Tasa de desempleo	Hombre	Mujer
<b>Rodríguez de Mendoza</b>	9 442	97,9	95,9	95,1	1 565	4,3	4,1	4,9

Nota: PEA – Población Económicamente Activa

### 1.2.6. Educación

En cuanto al factor educación según datos obtenidos del censo escolar aplicado por el MINEDU la provincia de Rodríguez de Mendoza cuenta con 214 centro de educación básica de las cuales 95 son de nivel inicial, 98 de primaria y 22 de nivel secundaria; todas del sector público. (Ver tabla 13)

Además de tener solo 1 centro de educación superior que es Filial de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza ubicado en el Distrito de San Nicolás y 1 centro tecnológico. (Vétabla 14)

Tabla 13  
*Instituciones educativas básicas por tipo de gestión*

Provincia	Tipo de UGEL	Inicial		Primaria		Secundaria	
		Publica	Privada	Publica	Privada	Publica	Privada
Rodríguez de Mendoza	GH	95	0	98	0	22	0

Nota: GH – UGEL con capacidad operativa superior y/o intermedia y que enfrentan alto desafío territorial

Tabla 14  
*Instituciones educativas de nivel superior*

Provincia	Pedagógica		Tecnológica		Artística		Universidad	
	Publica	Privada	Publica	Privada	Publica	Privada	Publica	Privada
Rodríguez de Mendoza	0	0	1	0	0	0	1	0

### 1.2.7. Económico

La actividad Económica en la provincia de Rodríguez de Mendoza está dirigida por 6 actividades económicas, de las cuales destaca la agricultura, ya que es la base y sostén de una gran parte de la población teniendo como producto principal la producción cafetalera.

Tabla 15  
*Actividades económicas*

Actividad	Principal producto
Agricultura	Café
Minería	Oro, cobre, plata y yeso
Ganadería	Ganado Vacuno
Forestal	Cedro y Caoba
Turismo	Aguas minero-medicinales de Tocuya

Según lo observado en la tabla 15 en cuanto a las actividades económicas de la provincia de Rodríguez de Mendoza según el resumen ejecutivo MEF se destacó que dentro de la Agricultura la provincia tiene como principal producto de cultivo el café siendo este la base de 13 000 familias campesinas, los cuales cultivan 662 kg de café por hectárea. Con respecto a la minería según el INGEMMET cuenta con 13 concesionarias mineras con un total de 1501.5 hectáreas que trabajan la minería tanto de materiales metálicos como no metálicos siendo los productos más explotados el Oro, el cobre, plata y el yeso.

Además, dentro de la ganadería según IIAP la provincia de Rodríguez de Mendoza es uno de los 4 polos definidos ganaderos de la región Amazonas siendo el ganado vacuno en reces lecheras el producto más significativo. Del mismo modo en cuanto a la actividad forestal cuenta

con un total de 2 034 h. en donde siembran diferentes especies siendo los más resaltantes el Cedro y la Caoba madera que es vendida para la elaboración de puertas, mesas entre otros.

Finalmente, respecto a la actividad turística según el análisis del PERTUR AMAZONAS, dentro de la provincia de Rodríguez de Mendoza la el recurso más vendido son las Aguas Minero- medicinales de Tocuya alcanzando una cantidad de visita de 2 700 en el año 2019.

### 1.2.8. Ambiental

La provincia de Rodríguez de Mendoza cuenta con depósitos de residuos sólidos distritales supervisados por la FAM, además de la activación del programa Trabaja Perú que se activó el 2020 con la finalidad de hacer limpieza de calles y caudales riverieños.

Comparte su territorio con el área de Bosques de Protección del Alto Mayo según el SERNAMP, además de poseer 2 Áreas de Conservación Privada como son el ACP de Huamanpata, el ACP Cavernas de Leo, además cuenta con el Área de Conservación Ambiental La Cuenca del río Huamanpata.

### 1.2.9. Político e institucional:

Según el MEF en cuanto al presupuesto asignado a la provincia de Rodríguez de Mendoza en el año fiscal 2019 se obtuvo un total de 3 886 004. (Ver tabla 16)

Tabla 16

*Presupuesto para el sector público año fiscal 2019*

Provincia	Recursos ordinarios	Recursos directamente recaudados	Recursos por operaciones oficiales de crédito	Donaciones y Transferencias	Recursos determinados	Total
Rodríguez de Mendoza	741 490	618 274	-	-	2 526 244	3 886 008

Además, se verifico que el PIA 2019 fue de un total 9 080 651 soles con un PIM que serializó en el mes de agosto con un total de 23 517 416 soles, los cuales estuvieron divididos y asignados en los distritos de Limabamba, Omia, Santa Rosa, Totorá y Vista Alegre. (Ver tabla 17)

Tabla 17

*Análisis PIA y PIM provincial 2019*

Provincia	PIA 2019	PIM Agosto 2019
Rodríguez de Mendoza	9 080 651	23 517 416

Nota: PIA – Presupuesto Institucional de Apertura; PIM – Presupuesto Institucional Modificado

## 1.3. Análisis de la oferta

De acuerdo con el análisis del PERTUR AMAZONAS dentro de la provincia de Rodríguez de Mendoza se identificaron 13 recursos turísticos los cuales son de relevancia nacional, regional, local y especializado; mismas que se encuentran dentro de las categorías de Sitios Naturales, Manifestaciones Culturales y Realización Técnica científica y artística contemporáneas y están ubicados en los distintos distritos de la Provincia, siendo el Distrito de Omia el que posee más recursos seguido por San Nicolás. (Ver tabla 18)

Tabla 18

*Identificación de recursos según categoría, relevancia y ubicación*

Nombre del sitio turístico	Categoría	Relevancia	Coordenadas		
			Distrito	Este	Norte
Aguas Minero Medicinales de Tocuya	Sitios naturales	Nacional	Omia	238594	9284054
Finca la Aurora	Realización técnica, científica y artística contemporánea	Nacional	Omia	238594	9288146
ACP "Cavernas de Leo"	Sitios naturales	Nacional	Omia	235480	9285028
Pueblo de Mendoza	Manifestación cultural	Nacional	San Nicolás	225412	9292365
Valle de Guay bamba	Sitios naturales	Nacional	Totora	219922	9294137
Pueblo histórico de Longar	Manifestación cultural	Regional	Longar	218318	9293486
Laguna de Huamanpata	Sitios naturales	Regional	San Nicolás	228092	9297499
Catarata peña blanca	Sitio natural	Local	Longar	218325	9293477
Laguna de Melo	Sitio natural	Local	Milpuc	228424	9280866
Catarata de bijao	Sitio natural	Local	Cochamal	212843	9289602
Aguar termales de Michana	Sitio natural	local	Mariscal Benavides	221037	9294455
Laguna totora	Sitio natural	Especializado	Totora	226621	9281655
Caverna de Cacapishco	Sitio natural	Especializado	Chirimoto	231736	9278939

### 1.3.1. Situación de los recursos y atractivos turísticos

En cuanto a la situación de los recursos identificados por el PERTUR AMAZONAS se pudo destacar que de los 13 el 38,5% se encuentra en estado natural sobre un 30,8% de los recursos se encuentra en buen estado y un 15,4% cuenta con un estado regular. Además, que del 100% el 69,2% no cuentan con un inventario dentro del MINCETUR y el 38,5% tiene una infraestructura mínima y básica respectivamente. (Ver tabla 19)

Así pues, en cuanto a la temporalidad es más común la visita entre los meses de mayo hasta noviembre, de los cuales son más característicos la demanda por turismo de aventura y ecoturismo. (Ver tabla 19)

Tabla 19

*Situación de los recursos identificados y su característica y temporalidad de demanda*

<b>Recursos / Atractivos</b>	<b>Estado de Conservación</b>	<b>Característica de la Demanda</b>	<b>Temporalidad</b>	<b>Inventariado</b>	<b>Atributo</b>	<b>Tipo De Jerarquía</b>	<b>Infraestructura</b>
Aguas Minero Medicinales de Tocuya	Bueno	Salud	Abril - Noviembre	Sí	Aguas termo-medicinales	2	mínima
Finca la Aurora	Bueno	Convencional	Todo el año	No		3	alta
Cavernas de Leo	Bueno	Naturaleza - Aventura	Mayo - Noviembre	No	Formación rocosa – mineral	2	mínima
Pueblo de Mendoza	Bueno	Convencional	Todo el año	No	Histórico	3	alta
Valle de Guay bamba	Bueno	Ecoturismo	Mayo – noviembre	Sí	Complejo natural	2	mínima
Pueblo histórico de Longar	Bueno	Convencional	Todo el año	No	Histórico	3	alta
Laguna de Huamanpata	Regular	Ecoturismo – Vivencial	Diciembre - marzo	No	Complejo natural	2	mínima
Catarata peña blanca	Estado natural	Ecoturismo – Aventura	Diciembre - marzo	No	No relevante	1	básica
Laguna de Melo	Estado natural	Eco turismo	Mayo – noviembre	No	No relevante	1	básica
Catarata de bijao	Estado natural	Ecoturismo – Aventura	Diciembre - marzo	No	No relevante	1	básica
Aguas termales de Michana	Estado natural	Salud	Abril - Noviembre	Sí	Propiedades minero - medicinales	1	mínima
Laguna totora	Regular	Turismo rural	Diciembre - marzo	No	No relevante	1	básica
Caverna de Cacapishco	Estado natural	Turismo de aventura y ecoturismo	Mayo - Noviembre	No	Formación rocosa – mineral	1	básica

### 1.3.2. Situación de los servicios turísticos e inversiones en el distrito

En cuanto a la situación de los servicios ofertados en la provincia de Rodríguez de Mendoza se identificó que en cuanto a los establecimientos de hospedaje la provincia cuenta con 16 establecimientos de los cuales solo 3 está registrados en la DIRCETUR (Ver tabla 20)

Así pues, en cuanto a los establecimientos de A&B se pueden encontrar 34 pero a diferencia de los establecimientos de hospedaje ninguno se encuentra registrado en la DIRCETUR. (Ver tabla 21)

Además, se rescató que, en cuanto a agencias de viaje, operadores turísticos, orientadores locales y/o guías turísticas la provincia no cuenta con ninguno de estos. (Ver tabla 22 y 23)

Tabla 20

*Establecimientos de hospedajes*

N° total de establecimientos de hospedaje por clasificación	Capacidad de oferta		Formalidad		
	N° total de habitaciones	N° total de camas	N° de establecimientos de hospedaje con licencia de funcionamiento municipal	N° de establecimientos de hospedajes con RUC	N° de establecimiento de hospedajes registrados en DIRCETUR
16	54	92	16	16	3

Tabla 21

*Servicios de alimentos & bebidas*

N° total de establecimientos de A&B por clasificación	Capacidad de oferta		Formalidad		
	N° total de mesas	N° total de sillas	N° de establecimientos de A&B con licencia de funcionamiento municipal	N° de establecimientos A&B con ruc	N° de establecimiento de A&B registrados en DIRCETUR
34	-	-	34	34	-

Nota: A&B – Alimentos y Bebidas

Tabla 22

*Agencias de viaje u operadores turísticos*

N° total de operadores de turismo y agencias de viaje	Público objetivo	N° agencias de viaje y operadores turísticos con licencia de funcionamiento municipal	Formalidad	
			N° de agencias de viaje y operadores turísticos con ruc	N° de agencias de viaje y operadores turísticos registrados en DIRCETUR
-	-	-	-	-

Tabla 23

*Guías y orientadores turísticos locales*

N° total de guías y orientadores turísticos locales	Formalidad	
	N° de guías y orientadores Turísticos Locales organizados	N° de guías y orientadores turísticos locales registrados en DIRCETUR
-	-	-

### 1.3.3. Principales necesidades y oportunidades

Tabla 24

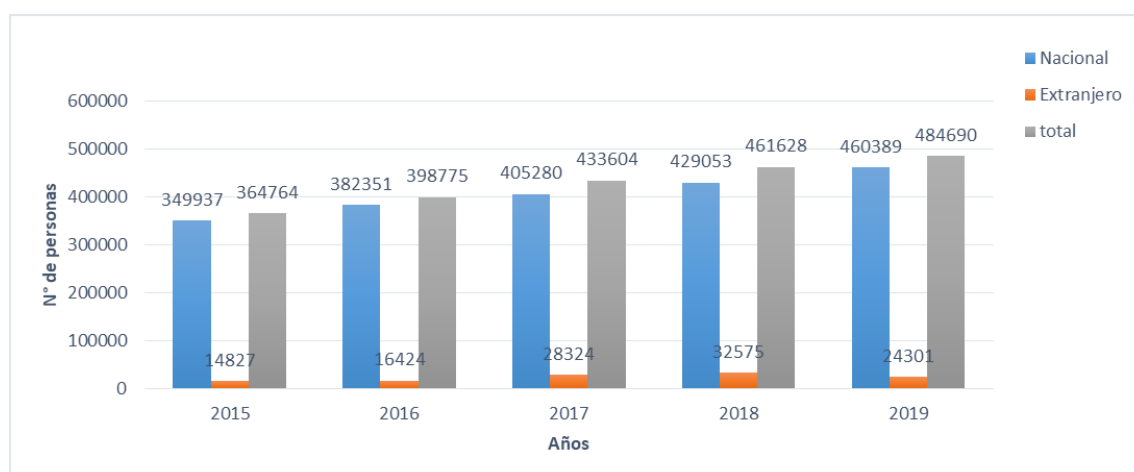
*Principales oportunidades y necesidades identificadas*

N°	Principal problemática, necesidades y oportunidades priorizadas
01	Falta de orientadores o guías turísticos locales
02	Falta de agencias de viajes locales
03	Falta de registro de establecimientos de A&B en MINCETUR
04	Mejoramiento de recursos

## 1.4. Análisis de la demanda

### 1.4.1. Llegadas y estadísticas de la demanda

Haciendo la comparación estadística del arribo de turistas en la región Amazonas durante los últimos 5 años brindada por el MINCETUR se nota un incremento del 2015 al 2019, siendo el año 2019 en donde el número de visitantes fue mayor alcanzado los 484 690 visitantes entre nacionales y extranjeros, pese a ello el año con mayor visita de extranjeros fue el 2018 con 32 575 visitantes y el de menor el 2015 con 14 827 visitantes. (Ver figura 20)



*Figura 20:* Estadística de arribos de los últimos 5 años antes de la pandemia a nivel regional

Mientras que haciendo la comparación estadística del arribo de turistas en la provincia de Rodríguez de Mendoza durante los últimos 5 años brindada por el MINCETUR se nota una variación entre los años 2015 al 2019, teniendo una cantidad mayor de arribos en los años 2019 con 27 467 entre nacionales y extranjeros y el 2017 con 27 031 entre nacionales y extranjeros, siendo el de menor visitas el 2016 con 21 410 visitantes entre nacionales y extranjeros. De igual modo se denotó que el año con mayor visita de extranjeros fue el 2017 con 1 179 visitantes siendo el menor el 2015 con 264 visitantes. (Ver figura 21)

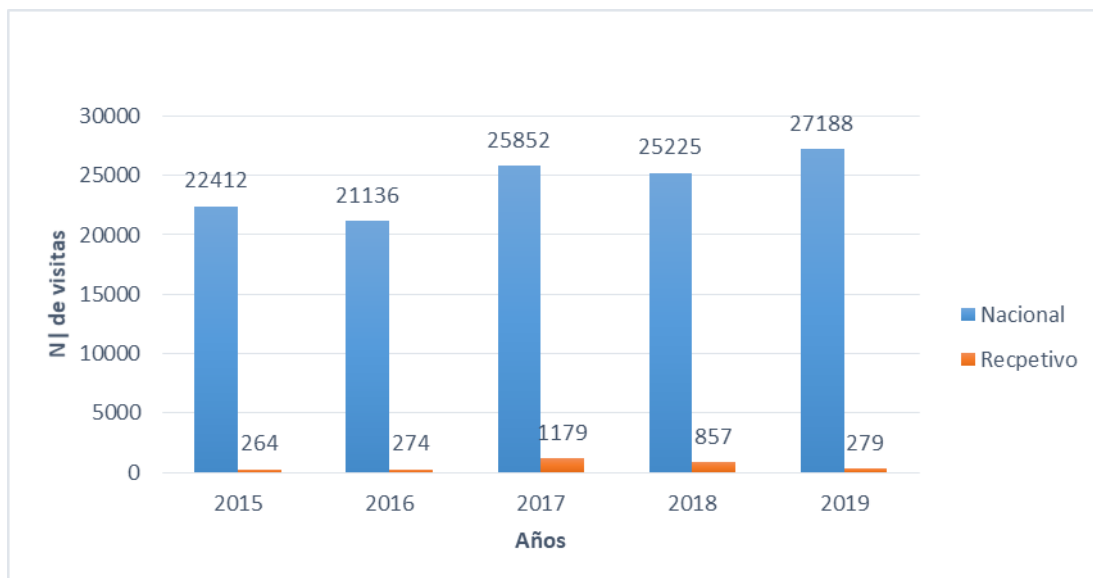


Figura 21: Estadística de arribos de los últimos 5 años antes de la pandemia a nivel provincia

Finalmente, en cuanto a la ocupabilidad de la provincia de Rodríguez de Mendoza del 2019 según los datos brindados por el MINCETUR se pudo observar una gran variación entre los meses de enero a diciembre, teniendo los puntos máximos de ocupabilidad en los meses de septiembre, marzo y julio, siendo el más bajo el mes de mayo. (Ver figura22)

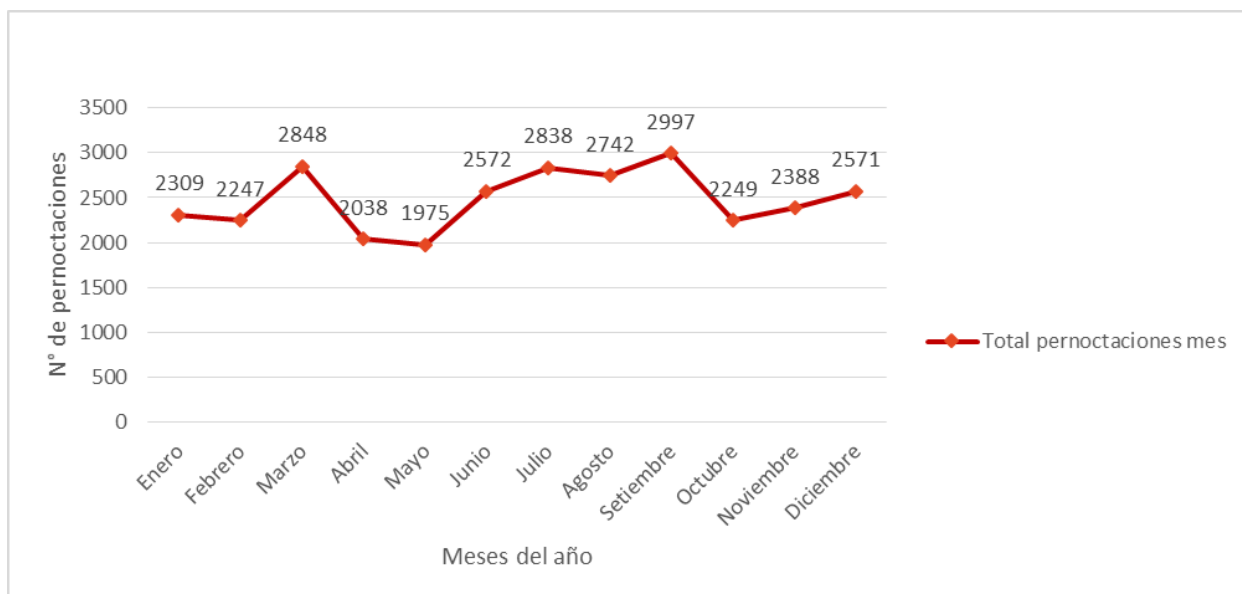


Figura 22: Estadística de ocupabilidad mensual del año 2019 a nivel provincial

### 1.4.2. Perfil del visitante

Tabla 25

*Motivos de viaje de los turistas a nivel nacional*

Motivos de viaje	Grupos de viaje				
	Solo	Pareja	Grupo familiar directo	Con fam./amigos sin hijos	Con fam./amigos con hijos
Conocer nuevos lugares	25%	23%	13%	23%	17%
Diversión	9%	12%	6%	18%	9%
Conocer atractivos turísticos	5%	9%	6%	7%	8%

Haciendo una comparación con los datos recolectados de PROMPERU sobre los motivos de viaje del turista (tabla 25), se obtuvo que de todos los motivos expuestos, los 3 motivos principales de viaje de los turistas que se asemejan con la realidad de Rodríguez de Mendoza fueron conocer nuevos lugares, diversión, conocer atractivos turísticos; ya que según lo expresado por los expertos en turismo la provincia de Rodríguez de Mendoza cuenta con recursos turísticos que son diferentes a los que se venden regionalmente, donde se pueden realizar diversos tipos de actividades como turismo de aventura, avistamiento de flora y fauna, fotografía paisajística, entre otros.

Tabla 26

*Aspectos que toman en cuenta para elegir un lugar para viajar los turistas a nivel nacional*

Aspectos para elegir un lugar para viajar	Grupos de viaje				
	Solo	Pareja	Grupo familiar directo	Con fam./amigos sin hijos	Con fam./amigos con hijos
Paisajes / naturaleza	48%	53%	54%	50%	55%
Variedad de atractivos turísticos	33%	31%	25%	31%	33%
Lugar seguro	28%	29%	27%	22%	25%
Clima cálido	17%	23%	22%	21%	20%

En cuanto a los datos ofrecidos recolectados de PROMPERU sobre los aspectos para elegir un lugar para viajar (tabla 26), se obtuvo que de todos los motivos expuestos, los 4 aspectos para la selección de lugar por parte de turistas que se asemejan con la realidad de Rodríguez de Mendoza fueron pasajes/naturaleza, variedad de atractivos turísticos, lugar seguro y clima cálido; ya que según lo expresado por los expertos en turismo la provincia de Rodríguez de Mendoza cuenta tiene un clima cálido propio de la ceja de selva y por su ubicación geográfica cuenta con paisajes y naturaleza llamativa a la vista del turista, con una posesión variada de recursos naturales dividida en recursos naturales, culturales, sitios arqueológicos y realización técnica, científica y artística contemporánea. Adicional a ello se conoció a través de las entrevistas que de las 7 provincias con las que cuenta la región Amazonas en cuanto a seguridad ciudadana y para turistas Rodríguez de Mendoza encabeza las zonas más seguras gracias a su ordenamiento y el trabajo conjunto de los diversos organismos prestadores de servicios de seguridad.

Tabla 27  
Gasto diario por persona durante el viaje

Gasto por persona	Grupos de viaje				
	Solo	Pareja	Grupo familiar directo	Con fam./amigos sin hijos	Con fam./amigos con hijos
Promedio (S/ soles)	113	122	73	134	101
Mediana (S/ soles)	114	135	65	140	86

Así pues, en cuanto a los datos brindados por el PROMPERU el promedio y la media de los gastos por día durante el viaje (tabla 27) se obtuvo que los grupos que hacen mayores gastos son los turistas que viajan con familia o amigos sin hijos, los que viajan en pareja y los que viajan solos.

Así pues, en cuanto a la intencionalidad de viaje pos-cuarentena se obtuvo que de acuerdo con los datos obtenidos de PROMPERU 3 de cada 10 peruanos viajarían en los próximos 6 meses, siendo los vacacionistas los que tienen mayor intencionalidad de viaje. (Ver figura 23)

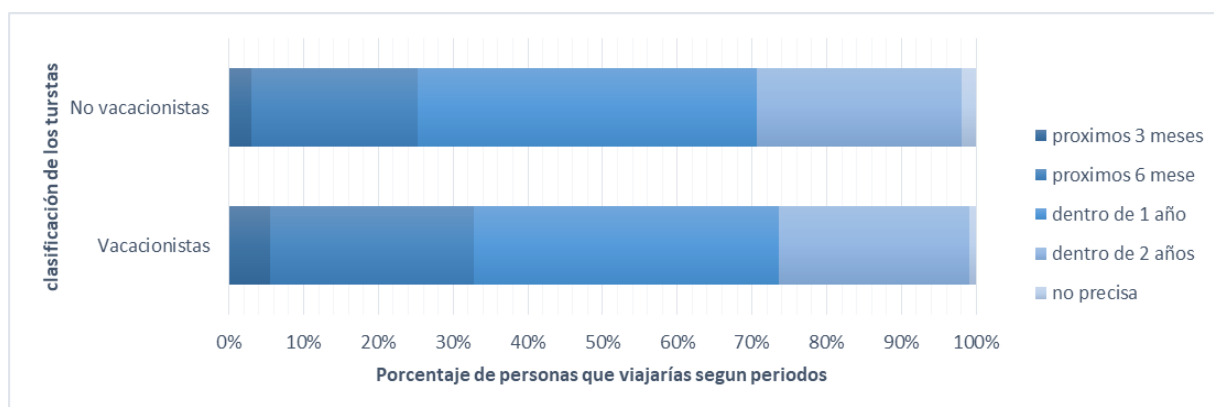


Figura 23: intencionalidad de viaje de turistas pos-cuarentena

Además, se supo también que los jóvenes que reactivarían el sector a nivel nacional y que deberían ser contemplados en los planes de marketing en la provincia son los centennials y los millennials ya son estos los que viajarían primero. (Ver figura 24)

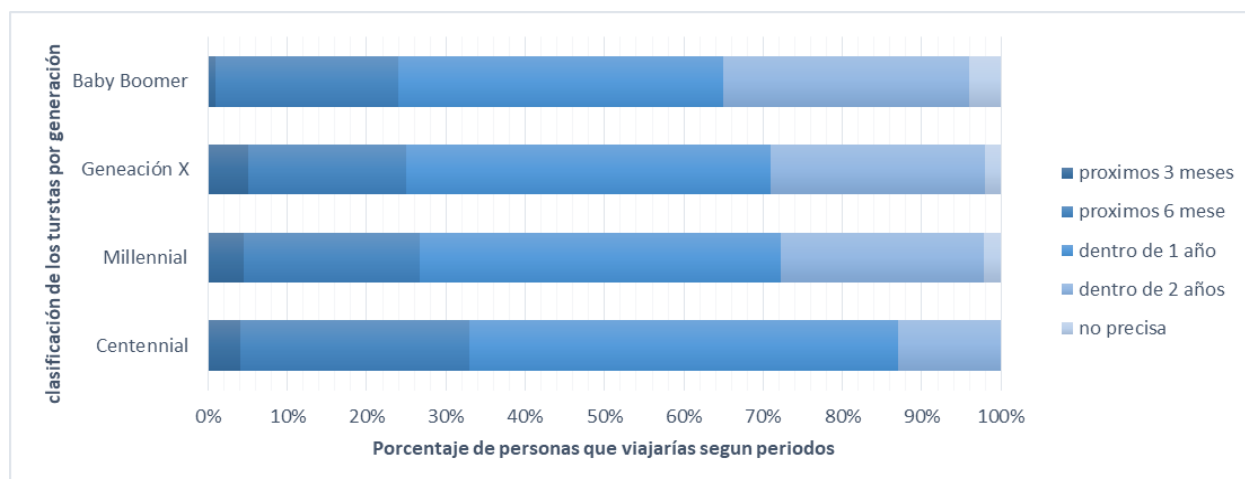


Figura 24: Generación que reactivaría el turismo

## 1.5. Análisis de la competencia

### 1.5.1. Identificación de la competencia

Dentro de la competencia directa que tiene la provincia de Rodríguez de Mendoza se encontró a la provincia de Chachapoyas, Rioja y el Huallaga, provincias limítrofes de la provincia, de las cuales solo Chachapoyas y Rioja cuentan con un atractivo ancla de las mismas características que poseen los recursos de Rodríguez de Mendoza, pero lo que los diferencia es su gran aceptación y competencia en el mercado turístico. (Ver tabla 28)

Tabla 28

Calificación de la competencia directa de la provincia

Criterios	Provincia A	Provincia B	Provincia C
Nombre provincia	Chachapoyas	Rioja	Huallaga
Detallar el atractivo Ancla	Ciudad de Chachapoyas, donde se puede hacer un city tours	Tio-yacu, recreo campestre donde se puede disfrutar del río Tio-yacu	Gran Saposoa, complejo arqueológico antiguo de construcción de los Chachapoyas
Conectividad	4	4	3
Calificación del recurso humano en turismo	4	4	3
Presencia del sector derivado: equipamiento y servicios turísticos	4	4	2
Posicionamiento en el mercado turístico	4	4	2
Abastecimiento de servicios e infraestructura básica	4	4	3

Nota: 1- muy bajo; 2 – bajo; 3 – regular; 4 – alto, 5 – muy alto

## 1.6. Cadena de valor del turismo en la localidad

### 1.6.1. Cadena de valor del turismo

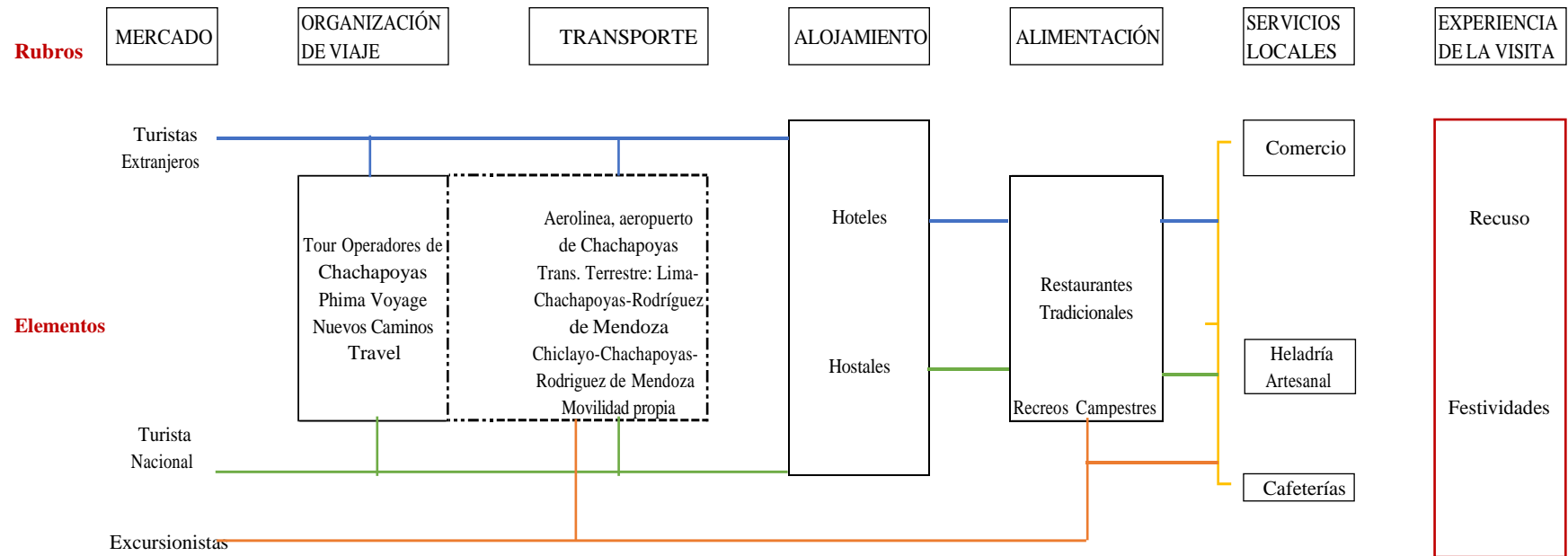


Figura 25: Cadena de valor del turismo de Rodríguez de Mendoza

## 1.7. Análisis de variables estratégicas

### 1.7.1. Identificación de subtemas

Tabla 29  
*Identificación de Subtemas*

	<b>Tema</b>	<b>Subtema</b>
Tema 1	Planificación y Gestión Local	Involucrar el PDT al PERTUR AMAZONAS
		Asignación de presupuesto
		Coordinación de asesoramiento técnico de planificación
		Fortalecer la coordinación y trabajo conjunto de los actores involucrados.
Tema 2	Acondicionamiento Territorial para Fines Turísticos	Puesta en valor de los principales productos turísticos
		Mejoramiento de planta, infraestructura y acceso
		Mejoramiento e implementación de la señalización turística
		Implementación de terminales terrestres de transporte
Tema 3	Desarrollo de productos y servicios	Gestionar la puesta en marcha de emprendimientos, formalización y registro en MINCETUR
		Capacitación en buenas prácticas a los prestadores de servicios a turistas
		Gestión para apertura de operadores turísticos y capacitación de guías y orientadores
		Gestión de apertura de centros de artesanías y cerámicas
		Elaboración de un plan de Promoción para la inversión privada
		Elaboración de Rutas turísticas aprovechando su geografía y su producto agrícola bandera (café)
Tema 4	Desarrollo de la Promoción	Creación de un sistema de promoción de recursos turísticos
		Elaboración de un plan de Marketing
		Gestión de alianzas estratégicas para promocionar el turismo
		Elaboración de estudio de la demanda del destino

- La provincia de Rodríguez de Mendoza cuenta con recursos naturales que deben ser mejorados
- Mejorar la accesibilidad, la infraestructura y la planta turística para potenciar el destino
- Es necesaria la capacitación para el personal que labora en la atención del turista, así como la gestión para apertura de operadores turísticos
- Incentivar el emprendimiento en el sector turismo, así como la orientación para la formalización e inscripción en el MINCETUR
- Es importante la creación de un sistema de promoción turística
- En cuanto a planificación uno de los requerimientos más importantes es el trabajo con el sector público y privado.

### 1.7.2. Identificación de variables estratégicas

Tabla 30  
*Identificación de variables estratégicas*

<b>Subtema</b>	<b>Condición de cambio</b>	<b>Sujeto / objeto</b>	<b>Variable</b>
Involucrar el PDT al PERTUR AMAZONAS	Oportunidad	Inversión del gobierno en la provincia	Oportunidad de inversión del gobierno regional en la provincia
Asignación de presupuesto	Aumento	Presupuesto asignado al sector turístico	Aumento de presupuesto para

			el sector turismo
Coordinación de asesoramiento técnico de planificación	Mejoramiento	Instrumento de planificación	Mejoramiento del instrumento de planificación.
Fortalecer la coordinación y trabajo conjunto de los actores involucrados.	Mejoramiento	Actores comprometidos con el turismo	Mejoramiento de Actores comprometidos con el turismo
Puesta en valor de los principales productos turísticos	Mejoramiento	Recursos turísticos y puesta en valor	Mejoramiento de recursos turísticos y puesta en valor
Mejoramiento de planta, infraestructura y acceso	Mejoramiento	Restaurantes, hoteles, servicios básicos y accesibilidad a la provincia y los recursos	Mejoramiento de restaurantes, hoteles, servicios básicos y accesibilidad a la provincia y los recursos
Mejoramiento e implementación de la señalización turística	Mejoramiento	Señalización de los recursos turísticos	Mejoramiento de la Señalización Turística de los recursos
Implementación de terminales terrestres de transporte	Incremento	Terminales terrestres en la capital de la provincia y distritos	Incremento de terminales terrestres en la capital de la provincia y distritos
Gestionar la puesta en marcha de emprendimientos, formalización y registro en MINCETUR	Oportunidad	Creación de más emprendimientos relacionados con turismo, formalización y registro en MINCETUR	Oportunidad de creación de emprendimientos relacionados con turismo, formalización y registro en MINCETUR
Capacitación en buenas prácticas a los prestadores de servicios a visitantes	Mejoramiento	Buenas prácticas de los prestadores de servicios turísticos	Mejoramiento de las habilidades en buenas prácticas a los prestadores de servicios turísticos
Gestión para apertura de operadores turísticos y capacitación de guías y orientadores	Incremento	Operadores turísticos en la provincia	Incremento de operadores turísticos en la provincia
Gestión de apertura de centros de artesanías y cerámicas	Incremento	Centros de artesanía y cerámicas en la provincia	Incremento de centros de artesanía y cerámica en la provincia
Elaboración de un plan de promoción para la inversión privada	Oportunidad	Inversiones privadas en turismo en la provincia	Oportunidad de inversiones privadas en turismo en la provincia
Elaboración de Rutas turísticas aprovechando su geografía y su producto agrícola bandera (café)	Oportunidad	Implementación de rutas turísticas	Oportunidad de implementación de rutas turísticas en la provincia
Creación de un sistema de promoción de recursos turísticos	Oportunidad	Implementación de un sistema de promoción de recursos	Oportunidad de implementación de un sistema de promoción de recursos
Elaboración de un plan de Marketing	Oportunidad	Acceso al mercado según sus recursos	Oportunidad de accesos al mercado según sus recursos
Gestión de alianzas estratégicas para promocionar el turismo	Oportunidad	Alianzas que incremente el flujo turístico en la provincia	Oportunidad de alianzas estratégicas que incremente el flujo turístico en la provincia
Elaboración de estudio de la demanda del destino	Mejora	Sistema de flujo de visitantes	Mejora del sistema de flujo de visitantes

## 1.8. Mapeo de actores

### 1.8.1. Identificación de los principales actores

En la tabla 31 se puede observar la identificación de los principales actores para el desarrollo turístico en la provincia de Rodríguez de Mendoza, con los cuales se puede trabajar de manera conjunta para el incentivo del desarrollo turístico en la provincia, así como la inserción de la población dentro de la actividad, de este modo se puede elaborar nuevas alternativas turística, la incentivación de emprendimientos turísticos y la formación de la población en cuanto a la actividad turística.

Tabla 31

*Mapeo de Actores principales, función, interés y finalidad*

Nombre	Funciones /rol	Interés	Finalidad
DIRCETUR Amazonas	Responsable de la implementación y ejecución de políticas en Comercio Exterior, Artesanía y Turismo en la región	Políticas de desarrollo turístico	Promover el desarrollo de la provincia promedio del desarrollo turístico a raíz de las distintas actividades que involucra. Brindar el asesoramiento adecuado a las Municipalidades y Pobladores sobre lo que constituye el turismo y las diversas actividades en torno a este.
PROMPERU	Diseñar y ejecutar la promoción a nivel nacional e internacional de manera responsable y sostenible, a través de acciones y estrategias realizadas en coordinación continua con el sector público y privado. Además de generar información turística relevante, así como asesorar y transferir conocimientos a los gobiernos regionales y locales que permita una adecuada coordinación de la estrategia de promoción en cada zona.	Publicitario	Promover una campaña de promoción para el Destino Turístico Carhuaz - Desarrollar la campaña de difusión en coordinación con los actores involucrados en el desarrollo de la actividad turística
Gobierno Regional de Amazonas	Fomentar el desarrollo regional integral sostenible, promoviendo la inversión pública, privada, así como el empleo, y garantiza el ejercicio pleno de los derechos y la igualdad de oportunidades de sus habitantes, de acuerdo con los planes y programas de desarrollo, nacional, regional y local.	Fomento de Desarrollo turístico	Fomentar el desarrollo turístico de la Provincia de Rodríguez de Mendoza, mediante la aplicación de políticas turísticas. Incentivar la participación de los pobladores en las actividades relacionadas al Turismo en Rodríguez de Mendoza
<b>PUBLICICO</b>	La división de turismo de mano con la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto provincial es la encargada de planificar, programar, conducir las actividades orientadas al realizar la promoción del turismo, artesanías, protección y conservación de los atractivos turísticos en coordinación con la DIRCETUR. Funciones: Formular y/o promover herramientas de planificación y gestión que coadyuven al desarrollo del turismo local sostenible, alineadas a los planes existentes, en los tres niveles de gobierno, con participación del sector público y privado. – Ejecutar y/o promover el acondicionamiento de espacios públicos para fines turísticos, con participación del sector público y privado. Ejecutar y/o promover acciones que coadyuven a mejorar la calidad en la prestación de los servicios turísticos. Ejecutar y/o promover acciones para el desarrollo, diversificación y consolidación de productos y servicios turísticos, en función de la demanda turística, con participación del sector público y privado. Generar y/o fomentar mecanismos de promoción y articulación comercial de la oferta turística a nivel local, regional, nacional e internacional, en coordinación con el sector público y privado	Generar oportunidades de negocio vinculado al turismo	Crear oportunidades de negocio propiciando el desarrollo de la actividad turística, mediante la inserción y promoción de oferta turística de la provincia de Rodríguez de Mendoza. Propiciar la formulación de planes en pro del desarrollo del turismo, así como políticas en cuanto al uso y manejo del espacio geográfico.
UNTRM Amazonas	Formar a los estudiantes que terminen la secundaria en carreras profesionales certificadas por SUNEDU	Formación académica	Implementación de área de gastronomía, gestión hotelera, formación para guías turísticas dentro de la escuela de Administración en Turismo
<b>PRIVADO</b>	Contribuir al desarrollo sostenible de la Región Amazonas y del País a través del desarrollo de la actividad turística, así también apoya, representa, promueve la inversión privada en actividades turísticas que repercuten en beneficio de la población de la Región Amazonas	Proyectos turísticos	Organizar a los gremios hoteleros y restaurantes de la provincia. Desarrolla proyectos que se puedan ejecutar en Rodríguez Mendoza Incentivar la inversión privada para el desarrollo turístico en la provincia

COOPARM

Institución productora, comercializadora y exportadora **café orgánico** de la provincia de Rodríguez de Mendoza

Café

Creación de ruta de café con visitas y degustaciones.

Nota: DIRCETUR: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo; PROMPERU: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo; UNTRM: Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza; CARETUR: Cámara Regional de Turismo; COOPARM: Cooperativa Agraria Rodríguez de Mendoza.

## 1.8.2. Relación de los actores con las variables estratégicas del territorio

Tabla 32

*Relación de actores con las variables estratégicas del territorio*

<b>Influencia Sobre la Variable</b>		
<b>Actores que influyen directamente (aliados)</b>	<b>Variables</b>	<b>Actores que influyen de manera indirecta (Colaboradores)</b>
Gobierno regional de Amazonas	Oportunidad de inversión del gobierno regional en la provincia	DIRCETUR Amazonas Municipalidad provincial de Rodríguez de Mendoza
Municipalidad provincial de Rodríguez de Mendoza	Aumento de presupuesto para el sector turismo	Gobierno Regional de Amazonas
Municipalidad provincial de Rodríguez de Mendoza PROMPERU CARETUR Amazonas	Mejoramiento del instrumento de planificación.	Gobierno Regional de Amazonas
CARETUR Amazonas Municipalidad provincial de Rodríguez de Mendoza	Mejoramiento de Actores comprometidos con el turismo	UNTRM
DIRCETUR Amazonas Municipalidad provincial de Rodríguez de Mendoza	Mejoramiento de recursos turísticos y puestas en valor	PROMPERU CARETUR Amazonas
Municipalidad provincial de Rodríguez de Mendoza	Mejoramiento de restaurantes, hoteles, servicios básicos y accesibilidad a la provincia y los recursos	DIRCETUR Amazonas Gobierno Regional de Amazonas
Municipalidad provincial de Rodríguez de Mendoza	Mejoramiento de la Señalización Turística de los recursos	DIRCETUR Amazonas
Municipalidad provincial de Rodríguez de Mendoza	Incremento de terminales terrestres en la capital de la provincia y distritos	Gobierno Regional de Amazonas
DIRCETUR Amazonas Municipalidad provincial de Rodríguez de Mendoza	Oportunidad de creación de emprendimientos relacionados con turismo, formalización y registro en MINCETUR	CARETUR Población
DIRCETUR Amazonas	Mejoramiento de las habilidades en buenas prácticas a los prestadores de servicios turísticos	Municipalidad provincial de Rodríguez de Mendoza Población
Municipalidad provincial de Rodríguez de Mendoza Población	Incremento de operadores turísticos en la provincia	DIRCETUR Amazonas CARETUR Amazonas PROMPERU UNTRM Población
Municipalidad provincial de Rodríguez de Mendoza Población	Incremento de centros de artesanía y cerámica en la provincia	DIRCETUR Amazonas CARETUR Amazonas PROMPERU
Municipalidad provincial de Rodríguez de Mendoza Población	Oportunidad de inversiones privadas en turismo en la provincia	CARETUR Amazonas
Municipalidad provincial de Rodríguez de Mendoza Población	Oportunidad de implementación de rutas turísticas en la provincia	CARETUR Amazonas PROMPERU COOPARM

DIRCETUR Amazonas		
Municipalidad provincial de Rodríguez de Mendoza Población PROMPERU	Oportunidad de implementación de un sistema de promoción de recursos	DIRCETUR Amazonas CARETUR Amazonas
PROMPERU Municipalidad provincial de Rodríguez de Mendoza Población	Oportunidad de accesos al mercado según sus recursos	DIRCETUR Amazonas
Municipalidad provincial de Rodríguez de Mendoza Población	Oportunidad de alianzas que incremente el flujo turístico en la provincia	DIRCETUR Amazonas CARETUR Amazonas Gobierno Regional Amazonas
Municipalidad provincial de Rodríguez de Mendoza Población	Mejora del sistema de flujo de visitantes	DIRCETUR Amazonas

Nota: DIRCETUR: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo; PROMPERU: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo; UNTRM: Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza; CARETUR: Cámara Regional de Turismo; COOPARM: Cooperativa Agraria Rodríguez de Mendoza.

## 1.9. Vocación turística

### 1.9.1. Definición de la vocación turística

La actividad turística dentro de la provincia de Rodríguez de Mendoza ayudara al impulso de las actividades económicas ya existentes, generando mayores puestos de trabajo para la población mejorando así la economía del distrito, además de poner en valor los recurso ya existentes a través de una planificación ordenada que busque un turismo sustentable que se acomode a la realidad del destino articulando sus recursos naturales, culturales y tradiciones; de esa manera se podrá diversificar la oferta turística en la región Amazonas.

### 1.9.2. Planteamiento de la vocación turística de la provincia de Rodríguez de Mendoza

- Existencia de recursos naturales, culturales y tradiciones que le permitirían el desarrollo de atractivos y futuros productos turísticos
- Existencia de una vía asfaltada que da acceso a la capital de la provincia y a los distritos
- Contar con los servicios necesarios para ser considerada ciudad de soporte, actualmente es considerada por el MINCETUR como un Centro de Soporte alternativo.
- Población comprometida en trabajar en el desarrollo de la actividad turística
- Conectividad con los recursos turísticos naturales y culturales a través de trochas carrozable y senderos que se encuentra en buen estado para recibir alturista
- Existencia de recurso para la creación de rutas cafetaleras o de turismo de aventura
- Sector privado dispuesto en invertir para el desarrollo turístico y el trabajo en conjunto con el gobierno local

## DESARROLLO DE FASE II: Análisis estratégico del Plan de Desarrollo Turístico Local

### 2.1. Análisis de Variables Estratégicas

#### 2.1.1. Priorización de las variables estratégicas

Tabla 33  
*Priorización de variables*

N°	Variables	Pertinencia	Interés	Presupuesto			Variable estratégica
				Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo	
01	Oportunidad de inversión del gobierno regional en la provincia	3	5	X	X	X	No
02	Aumento de presupuesto para el sector turismo	5	5	X	X		Sí
03	Mejoramiento del instrumento de planificación.	3	4	X	X		No
04	Mejoramiento de Actores comprometidos con el turismo	3	4	X	X		No
05	Mejoramiento de recursos turísticos y puesta en valor	5	5	X	X		Sí
06	Mejoramiento de restaurantes, hoteles, servicios básicos y accesibilidad a la provincia y los recursos	4	3	X	X		No
07	Mejoramiento de la Señalización Turística de los recursos	4	5	X	X		Sí
08	Incremento de terminales terrestres en la capital de la provincia y distritos	1	4	X	X		No
09	Oportunidad de creación de emprendimientos relacionados con turismo, formalización y registro en MINCETUR	4	3	X	X	X	No
10	Mejoramiento de las habilidades en buenas prácticas a los prestadores de servicios turísticos	4	5	X	X		Sí
11	Incremento de operadores turísticos en la provincia	4	5	X	X		Sí
12	Incremento de centros de artesanía y cerámica en la provincia	4	4	X	X		Sí
13	Oportunidad de inversiones privadas en turismo en la provincia	5	5	X	X	X	Sí
14	Oportunidad de implementación de rutas turísticas en la provincia	5	3	X	X	X	No
15	Oportunidad de implementación de un sistema de promoción de recursos	4	4	X			Sí
16	Oportunidad de accesos al mercado según sus recursos	3	4	X	X		No
17	Oportunidad de alianzas estratégicas que incremente el flujo turístico en la provincia	4	4			X	Sí
18	Mejora del sistema de flujo de visitantes	4	5	X			Sí

En cuanto a la priorización de las variables estratégicas que se detalló en la tabla 33 se obtuvo que las más importantes son las siguientes:

- a) **Aumento de presupuesto para el sector turismo:** a la fecha la municipalidad provincial de Rodríguez de Mendoza no tiene un presupuesto destinado al sector turístico, por lo mismo se consideró dentro del cuadro de priorización de variables la puntuación de 5 en grado de pertinencia e interés (Ver tabla 33), ya que es esencial que la municipalidad cuente con este presupuesto para invertir en proyectos y actividades que mejoran la actividad turística a corto, mediano y largo plazo; de ese modo se fortalecerá el desarrollo y mejora de la oferta turística de la provincia.
- b) **Mejoramiento de recursos turísticos y puestas en valor:** en la actualidad la provincia de Rodríguez de Mendoza cuenta con 4 recursos turísticos puestos en valor de los 13 reconocidos por el PERTUR AMAZONAS 2020, que tienen potencial para la acogida turística, es por ello que dentro del cuadro de priorización de variables tiene calificación de 5 tanto en pertinencia como en interés (Ver tabla 33). Entonces visto desde el punto de la priorización si se trabaja a mediano, corto y largo plazo en la puesta en valor de los recursos identificados la provincia contaría 13 recursos puestos en valor.
- c) **Mejoramiento de la Señalización Turística de los recursos:** la provincia de Rodríguez de Mendoza cuenta con señalización turística, pero debido a la exposición climatológica y ambiental a la fecha se han ido deteriorando, es por esto que dentro del cuadro de priorización de variables se le ha otorgado una calificación de 4 en cuanto a pertinencia y 5 en grado de interés (Ver tabla 33), precisando que para dicho proyecto la municipalidad tendría que tener presupuestación para ejecución corto y mediano plazo, de este modo la provincia contaría con señalizaciones turísticas en todos los recursos y/o atractivos.
- d) **Mejoramiento de las habilidades en buenas prácticas a los prestadores de servicios turísticos:** en la actualidad en el rubro hotelero con pocos los establecimientos que cuentan con una capacitación y un registro de MINCETUR, del mismo modo en los restaurantes, en los cuales son nulos, es por ello que el cuadro de priorización de variable se le dio una puntuación 4 en pertinencia y 5 en grado de interés (Ver tabla 33), de ese modo la municipalidad tendría que asignar una presupuestación a corto y mediano plazo para la ejecución del proyecto lo que hará que la provincia cuente con prestadores de servicios capacitados que brinden un buen servicio al cliente.
- e) **Incremento de operadores turísticos en la provincia:** en la actualidad la provincia de Rodríguez de Mendoza no cuenta con operadores turísticos, si bien es cierto existe compra de paquetes desde Chachapoyas para Rodríguez de Mendoza la provincia en sí no cuenta con este servicio, es por ello que dentro del cuadro de priorización de variables se le dio una calificación de 4 en el grado de pertinencia y 5 en el de interés (Ver tabla 33), de este modo la provincia tendría q asignar un presupuesto para ejecución de proyecto a corto y mediano plazo, de modo que la provincia cuente con sus propios operadores los cuales vendan paquetes que se acomoden a los intereses y gustos de los turistas.
- f) **Incremento de centros de artesanía y cerámica en la provincia:** en la actualidad la provincia de Rodríguez de Mendoza no cuenta con centro de artesanías ni cerámicas, que vendan y promocionen el trabajo de la comunidad, es por ello que dentro del cuadro de priorización de variables se le dio una calificación de 4 en el grado de

pertinencia e interés (Ver tabla 33), de este modo la provincia tendría q asignar un presupuesto para ejecución de proyecto a corto y mediano plazo para la ejecución del pro, de modo que la provincia cuente con sus propios operadores los cuales vendan paquetes que se acomoden a los intereses y gustos de los turistas.

- g) **Oportunidad de inversiones privadas en turismo en la provincia:** actualmente la provincia de Rodríguez de Mendoza no cuenta conversión privada dirigida al rubro turístico, sin embargo, hay interés por hacerlo. Entonces lo que se pretende es brindar facilidades para la inversión, es por ello que dentro del cuadro de priorización de variables se calificó con de 5 en el grado de pertinencia e interés (Ver tabla 33), considerando que la municipalidad y los gobiernos de turno brindarán facilidades para la inversión privada en la provincia.
- h) **Oportunidad de implementación de un sistema de promoción de recursos:** la provincia de Rodríguez de Mendoza no cuenta con un sistema promoción turística, lo que dificulta al turista el conocimiento de sus recursos y actividades a desarrollar, es por ello que dentro del cuadro de priorización de variables se calificó con 4 en el grado de pertinencia e interés (Ver tabla 33), con la finalidad de que se gestione un presupuesto para la ejecución del proyecto a corto plazo para la implementación del sistema de promoción que beneficie en el incremento del flujo turístico en la provincia
- i) **Oportunidad de alianzas estratégicas que incremente el flujo turístico en la provincia:** la provincia de Rodríguez de Mendoza tiene conectividad aérea con la región de San Martín, además actualmente se viene trabajando en una ruta terrestre asfaltada que reduzca el tiempo entre la región Amazonas y la de San Martín, es por ello que dentro del cuadro de priorización de variables se calificó con 4 en el grado de pertinencia e interés(Ver tabla 33), con la finalidad que aun largo plazo se tenga la facilidad de una alianza que beneficie al provincia
- j) **Mejora del sistema de flujo de visitantes:** actualmente la provincia de Rodríguez de Mendoza no cuenta con una base de datos que facilite el conocimiento de la información, es por ello que dentro del cuadro de priorización de variable se calificó con 5 al grado de pertinencia e interés (Ver tabla 33), ya que es necesario tener a corto plazo una data o un sistema que identifique las características de la demanda.

## 2.2. Futuro Deseado del Turismo para el Desarrollo Loca

### 2.2.1. Formulación del futuro deseado o escenario apuesta

Al 2029 la provincia de Rodríguez de Mendoza pasará de ser un Centro de Soporte alterno a un Centro de Soporte principal en la región amazonas, contando con la implementación adecuada tano en planta turística como en la infraestructura y la señalización turística, contando con un personal capacitado en habilidades en buenas prácticas en servicios turísticos, lo que generará una buena satisfacción a los visitantes incrementando el mismo.

### 2.2.2. Determinación de la situación futura de las variables estratégicas

Como se puede evidenciar en la tabla 34, la posición y la magnitud del cambio de cada variable, son calificados de acuerdo a las caracterizaciones siguientes:

- ✓ Conservadora: es favorable, no cuenta con apoyo presupuestal o político
- ✓ Moderada: cuenta con apoyo presupuestal o político
- ✓ Innovadora: cuenta con apoyo político, asignación presupuestal y gestiona recursos realizando alianzas

Tabla 34

*Situación de las variables estratégicas al 2029*

N°	Variable estratégica	Indicadores	Línea de base	Tendencia al 2029	Escenario óptimo	Posición estratégica		Situación de las variables estratégicas
						Posición	Valor de la posición al 2029	
01	Aumento de presupuesto para el sector turismo	PIA POA PIM	0	1%	5%	Innovadora	2,5%	Al 2029 la municipalidad destinará el 1% del presupuesto anual para el sector turismo
02	Mejoramiento de recursos turísticos y puesta en valor	Adecuación de caminos y senderos Instalaciones y facilidades turísticas	4	13	15	Innovadora	13	Al 2029 la provincia de Rodríguez de Mendoza contará con 13 recursos turísticos puestos en valor
03	Mejoramiento de la Señalización Turística de los atractivos	Instalación 84 señales turísticas (entre bienvenida, orientación, interpretación y regulación o advertencia)	17	84	84	Innovadora	84	Al 2029 la provincia de Rodríguez de Mendoza contará con 84 señalizaciones turísticas
04	Mejoramiento de las habilidades en buenas prácticas de los prestadores de servicios turísticos	Capacitación a restaurantes y hoteles para atención, formalización y registro en MINCETUR	3	50	50	Innovadora	50	Al 2029 la provincia de Rodríguez de Mendoza contará con 50 establecimientos capacitados

<b>05</b>	Incremento de operadores turísticos en la provincia	Fomento de creación de operadores turísticos	0	5	10	Moderada	5	Al 2029 la provincia de Rodríguez de Mendoza contará con 5 operadores turísticos
<b>06</b>	Incremento de centros de artesanía y cerámica en la provincia	Fomento de creación de centros de artesanía y cerámica	0	5	10	Moderada	5	Al 2029 la provincia de Rodríguez de Mendoza contará con 5 centros de artesanía y cerámica
<b>07</b>	Oportunidad de inversiones privadas en turismo en la provincia	Proyecto de inversión	0	20	25	Conservadora	20	Al 2029 la provincia de Rodríguez de Mendoza contará con 20 proyectos de inversión privada
<b>08</b>	Oportunidad de implementación de un sistema de promoción de recursos	Implementar un sistema de Promoción turística de los recursos de la provincia	0	1	1	Innovadora	1	Al 2029 la provincia de Rodríguez de Mendoza contará con 1 sistema de promoción
<b>09</b>	Oportunidad de alianzas estratégicas que incremente el flujo turístico en la provincia	Generación de 2 alianzas estratégicas para el fortalecimiento turístico de la provincia	0	1	2	Moderada	2	Al 2029 la provincia de Rodríguez de Mendoza contará con 2 alianzas estratégicas que incrementen el flujo turístico
<b>10</b>	Mejora del sistema de flujo de visitantes	Implementar un sistema de flujo de visitantes	0	1	1	Innovadora	1	Al 2029 la provincia de Rodríguez de Mendoza contará con 1 sistema de flujo de visitantes

*Nota:* PIA: Presupuesto Inicial de Apertura; POA: Plan Operativo Anual; PIM: Presupuesto Inicial Modificado

### 2.2.3. Futuro deseado o escenario apuesta:

Al presente año 2029, la provincia de Rodríguez de Mendoza cuenta con atractivos turísticos naturales, ofertando un turismo natural, de aventura y relax; eliminando barreras burocráticas para la inversión privada en turismo, promoviendo la cooperación pública y privada, además de realizar alianzas estratégicas con otras regiones que fomenten el fortalecimiento turístico en la provincia.

Del mismo modo en este año la provincia contará con 13 recursos turísticos habilitados con una instalación de señalizaciones turísticas tanto en los distritos como insitum que faciliten la orientación del visitante; así como la existencia de operadores turísticos que brinden la venta de paquetes y rutas turísticas llamativas al cliente, además de contar con guías y/o orientadores idóneos y capacitados y la existencia de centros de artesanía y cerámica.

También, el número de restaurantes y hoteles, así como el centro de artesanías y cerámicas que ofrecen productos tradicionales regionales y provinciales se incrementó en caso de restaurantes 34, hoteles 16 y los centros de artesanía y cerámica en 5; los cuales han mejorado sus servicios en términos de atención al cliente e infraestructura; además el 100 % de los establecimientos cuentan con licencia municipal, el 70% de ellos emiten boletas y facturas, estando registrados todos en la DIRCETUR de la región.

Así mismo en el presente año contaremos con la implementación de un sistema de promoción turística, así como un sistema de flujo de visitantes, de este como se podrá conocer el perfil exacto del visitante y basado en ello y en los recursos habilitados se pueda generar estrategias proporcionales adecuadas.

### 2.2.4. Riesgos y oportunidades en la implementación de escenario apuesta

Tabla 35

*Riesgos y oportunidades del escenario apuesta al 2029*

Escenario apuesta del turismo sostenible para el desarrollo local	N°	Amenaza / Riesgo	N°	Oportunidades
	01	Inexistencia de servicios básicos en los recursos turísticos de la provincia	01	Existencia de recursos naturales
	02	Falta de mantenimiento de accesos hacia los recursos turísticos de la provincia	02	Acceso a los distintos recursos turísticos
	03	Desinterés por parte del sector privado por la inversión en el sector turístico de la provincia	03	Creciente de inversión privada en el sector turístico a nivel regional
	04	Falta de gestión para capacitación a los prestadores de servicio	04	Contar con profesionales capacitados en turismo en la provincia
	05	Desinterés por parte de artesanos en formar parte de la actividad turística	05	Presencia de artesanos
	06	Conflictos sociales	06	Compromiso de comunidades campesinas interesadas en trabajar en turismo
	07	Desastres climatológicos	07	Asignación de presupuesto para intervención en el sector turismo de la provincia por parte del gobierno local y regional
	08	Elección de autoridades no comprometidas con el turismo	08	Herramientas de gestión del turismo

## 2.3. Visión y Misión

Tabla 36  
*Lineamiento de Misión y Visión del PDL*

	<b>PENTUR</b>	<b>PERTUR AMAZONAS</b>	<b>PDL</b>
<b>Visión</b>	El Perú es reconocido, a nivel mundial, como destino turístico sostenible, competitivo, de calidad y seguro	La Región Amazonas es el principal Paisaje Cultural del Norte Peruano. La calidad y diversidad de sus servicios y actividades turísticas son reconocidas por público nacional e internacional. Sus sitios de actividad cultural, natural, de aventura y recreativa destacan por su belleza y excelente estado de conservación.	Al 2029, la provincia de Rodríguez de Mendoza es uno de los principales destinos de la región Amazonas por la belleza de sus paisajes naturales, actividades de aventura y recreativas con buena calidad y diversidad de servicios turísticos reconocidos por el público nacional e internacional.
<b>Misión</b>	Establecer los pilares estratégicos para consolidar al Perú como un destino turístico sostenible, competitivo, de calidad y seguro, donde a partir de una oferta diversa, el turista viva experiencias únicas que generen oportunidades para el desarrollo económico y social del país	Somos la coalición representativa, público-privada regional, que asume la responsabilidad y el compromiso de lograr los objetivos y retos del PERTUR Amazonas 2020-2029 asegurando la pertinencia y calidad de su ejecución a través de una gestión efectiva y eficiente, la búsqueda de aliados y difundiendo de manera constante a todos los actores y a la ciudadanía amazonense	Promover la actividad turística a través de la puesta en valor de los recursos turísticos y mejoramiento de instalaciones turísticas públicas generando alianzas con los actores involucrados para de esta forma incentivar la inversión privada y garantizar el bienestar de la población.

Nota: PENTUR: Plan Estratégico Nacional de Turismo; PERTUR: Plan Estratégico Regional de Turismo; PDL: Plan de Desarrollo Turístico Local.

## 2.4. Objetivos Estratégicos

### 2.4.1. Construcción de los objetivos estratégicos

Tabla 37  
*Identificación de objetivos estratégicos*

<b>Verbo</b>	<b>Variables Estratégicas</b>	<b>Objetivo estratégico</b>
Gestionar	Aumento de presupuesto para el sector turismo	Gestionar el aumento de presupuesto para el sector turismo
Invertir	Mejoramiento de recursos turísticos y puesta en valor	Invertir en el mejoramiento de recursos turísticos y puesta en valor
Invertir	Mejoramiento de la Señalización Turística de los atractivos	Invertir en el mejoramiento de la señalización turística de los recursos
Fomentar	Mejoramiento de las habilidades en buenas prácticas de los prestadores de servicios turísticos	Fomentar el mejoramiento de las habilidades en buenas prácticas de los prestadores de servicios turísticos

Fomentar	Incremento de operadores turísticos en la provincia	Fomentar el incremento de operadores turísticos en la provincia
Fomentar	Incremento de centros de artesanía y cerámica en la provincia	Fomentar el incremento de centros de artesanía y cerámica en la provincia
Fomentar	Oportunidad de inversiones privadas en turismo en la provincia	Fomentar la oportunidad de inversiones privadas en turismo en la provincia
Propiciar	Oportunidad de implementación de un sistema de promoción de recursos	Propiciar la oportunidad de implementación de un sistema de promoción de recursos
Proponer	Oportunidad de alianzas estratégicas que incremente el flujo turístico en la provincia	Proponer la oportunidad de alianzas estratégicas que incremente el flujo turístico en la provincia
Invertir	Mejora del sistema de flujo de visitantes	Invertir en la mejora del sistema de flujo de visitantes

#### 2.4.2. Indicadores para los objetivos estratégicos

Tabla 38  
*Indicadores de los objetivos estratégicos*

Objetivos estratégicos	Indicadores		
	Unidad de medida	Sujeto	Atributo
Gestionar el aumento de presupuesto para el sector turismo	Porcentaje	Presupuesto	Asignación a partida presupuestal 0127
Invertir en el mejoramiento de recursos turísticos y puesta en valor	Número	Atractivos turísticos	Puesta en valor
Invertir en el mejoramiento de la señalización turística de los recursos	Número	Señales	Información turística
Fomentar el mejoramiento de las habilidades en buenas prácticas de los prestadores de servicios turísticos	Numero	Capacitación	Habilidades de buenas prácticas
Fomentar el incremento de operadores turísticos en la provincia	Número	Operadores	Información turística Venta de paquetes turísticos
Fomentar el incremento de centros de artesanía y cerámica en la provincia	Número	Centros de artesanía y cerámica	Venta de artesanía y cerámicas
Fomentar la oportunidad de inversiones privadas en turismo en la provincia	Porcentaje	Inversiones	Establecimientos de turismo
Propiciar la oportunidad de implementación de un sistema de promoción de recursos	Número	Sistema de promoción	Promoción turística
Proponer la oportunidad de alianzas estratégicas que incremente el flujo turístico en la provincia	Número	Alianza estratégica	Gestión
Invertir en la mejora del sistema de flujo de visitantes	Número	Sistema de flujo de visitantes	Información sobre la demanda

## 2.5. Acciones estratégicas

El cuadro de la priorización de las acciones estratégicas relacionados a los objetivos estratégicos nos permite analizar las acciones con la finalidad de priorizar y establecer el plan de acción, de acuerdo a su valor, donde 1 es priorización de alta importancia y 5 de baja importancia. (Ver tabla 39)

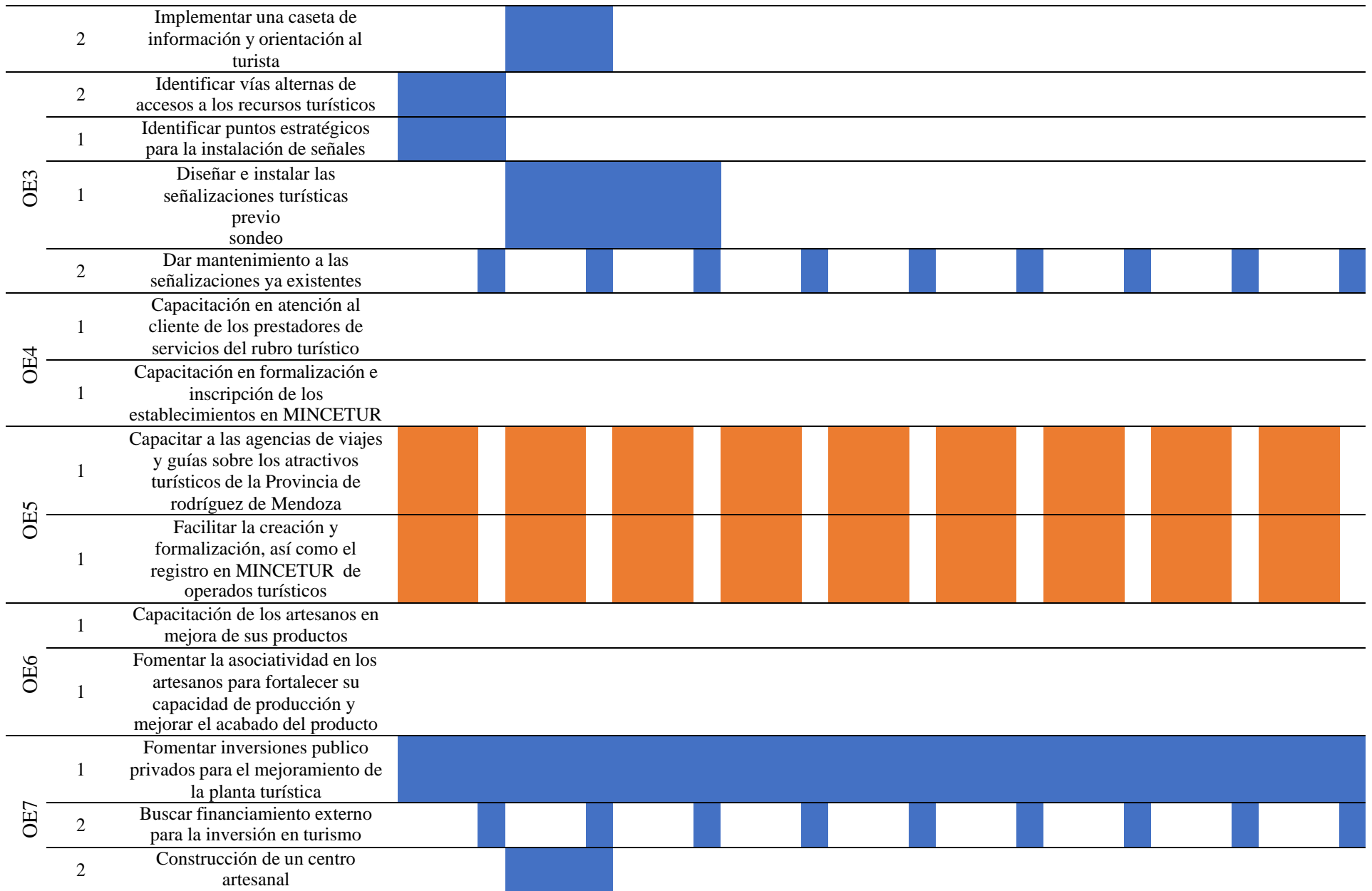
Tabla 39

*Acciones estratégicas y su priorización*

<b>Objetivos estratégicos</b>	<b>Acción estratégica</b>	<b>Priorización</b>
OE1. Gestionar el aumento de presupuesto para el sector turismo	Comprometer e incluir propuesta en la PP 0127	1
	Participar en reuniones de presupuesto participativo	1
	Identificar, proponer y elaborar proyectos relacionados con el sector turístico	2
	Fortalecer la Imagen de la Oficina de Turismo	3
OE2. Invertir en el mejoramiento de recursos turísticos y puesta en valor	Presentar propuestas a nivel perfil y proyectos de puesta en valor de recursos turísticos	1
	Acondicionar los recursos y atractivos turísticos para ser visitados por los turistas nacionales e internacionales	1
	Desarrollar trabajos rutinarios con las comunidades y la DIRCETUR para el mantenimiento de accesos y senderos dentro de los recursos	3
	Implementar una caseta de información y orientación al turista	2
OE3. Invertir en el mejoramiento de la señalización turística de los recursos	Identificar vías alternas de accesos a los recursos turísticos	2
	Identificar puntos estratégicos para la instalación de señales	1
	Diseñar e instalar las señalizaciones turísticas previo sondeo	1
	Dar mantenimiento a las señalizaciones ya existentes	2
OE4. Fomentar el mejoramiento de las habilidades en buenas prácticas de los prestadores de servicios turísticos	Capacitación en atención al cliente de los prestadores de servicios del rubro turístico	1
	Capacitación en formalización e inscripción de los establecimientos en MINCETUR	1
OE5. Fomentar el incremento de operadores turísticos en la provincia	Capacitar a las agencias de viajes y guías sobre los atractivos turísticos de la Provincia de <b>rodríguez de Mendoza</b>	1
	Facilitar la creación y formalización, así como el registro en MINCETUR de operados turísticos	1
OE6. Fomentar el incremento de centros de artesanía y cerámica en la provincia	Capacitación de los artesanos en mejora de sus productos	1
	Fomentar la asociatividad en los artesanos para fortalecer su capacidad de producción y mejorar el acabado del producto	1
OE7. Fomentar la oportunidad de inversiones privadas en turismo en la provincia	Fomentar inversiones publico privados para el mejoramiento de la planta turística	1
	Buscar financiamiento externo para la inversión en turismo	2
	Construcción de un centro artesanal	2

OE8. Propiciar la oportunidad de implementación de un sistema de promoción de recursos	Elaborar un plan de marketing con la participación de PROMPERU y la DIRCETUR	1
	Desarrollar Prestur y Fam trip para la promoción de los productos turísticos	2
	Elaborar materiales de promoción turística como videos, documentales, afiches	1
	Difundir los recursos turísticos a través de medios de comunicación virtual como redes sociales y páginas web	1
	Incluir los recursos y/o circuitos turísticos en las campañas de turismo interno en coordinación con PROMPERU	1
	Elaboración de paneles fotográficos para promocionar en plazas y ferias de los mercados emisores	3
	Participar en ferias regionales, nacionales e internacionales	2
OE9. Proponer la oportunidad de alianzas estratégicas que incremente el flujo turístico en la provincia	Identificar instituciones estratégicas	1
	Realizar mesas de trabajo y cooperación con las instituciones	2
	Firma de convenios con instituciones estratégicas	1
OE10. Invertir en la mejora del sistema de flujo de visitantes	Instalar puntos de control y registro en los principales accesos de los atractivos turísticos de la provincia	1
	Sistematizar el registro de números de visitas a los atractivos turísticos	2







## 2.6.2. Articulación del PDTL

Dentro de la articulación del PDT se verá desarrollado la aproximación presupuestal de cada acción guido del cronograma elaborado previamente para saber que monto se invertirá y cuáles son los responsables de la coordinación y ejecución de las acciones (Ver tabla 41)

Tabla 41

*Presupuestación de acciones estratégicas al 2029*

Objetivos	Acciones estratégicas	Presupuesto (S/.)									Responsables
		2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	
OE1	Comprometer e incluir propuesta en la PP 0127	36 000 000	46 000 000	56 000 000	66 000 000	60 000 000	70 000 000	80 000 000	90 000 000	100 000 000	Área de turismo Gerencia de planeamiento, presupuesto y gestión de la inversión municipal
	Participar en reuniones de presupuesto participativo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	División de turismo Gerencia de planeamiento y presupuestación de la municipalidad
	Identificar, proponer y elaborar proyectos relacionados con el sector turístico	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	División de turismo Gerencia de planeamiento y presupuestación de la municipalidad
	Fortalecer la Imagen de la Oficina de Turismo	1 000	1 000	-	-	-	-	-	-	-	Oficina de imagen institucional y relaciones públicas municipal
OE2	Presentar propuestas a nivel perfil y proyectos de puesta en valor de recursos turísticos	2 500	2 500	2 500	2 500	-	-	-	-	-	Área Turismo municipal Gerencia de planeamiento y presupuestación de la municipalidad
	Acondicionar los recursos y atractivos turísticos para ser visitados por los turistas nacionales e internacionales	-	15 000 000	15 000 000	15 000 000	-	-	-	-	-	División de turismo

	Desarrollar trabajos rutinarios con las comunidades y la DIRCETUR para el mantenimiento de accesos y senderos dentro de los recursos	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	División de turismo Comunidad
	Implementar una caseta de información y orientación al turista	500 000	500 000	-	-	-	-	-	-	-	División de turismo Gerencia de planeamiento y presupuestación de la municipalidad
	Identificar vías alternas de accesos a los recursos turísticos	2 500	-	-	-	-	-	-	-	-	Municipalidad Defensa Civil
	Identificar puntos estratégicos para la instalación de señales	1 500	-	-	-	-	-	-	-	-	División de turismo Defensa civil
<b>OE3</b>	Diseñar e instalar las señalizaciones turísticas previo sondeo	-	1 000 000	1 000 000	-	-	-	-	-	-	División de turismo
	Dar mantenimiento a las señalizaciones ya existentes	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	Área de turismo municipal Municipalidad provincial
<b>OE4</b>	Capacitación en atención al cliente de los prestadores de servicios del rubro turístico	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	División de turismo
	Capacitación en formalización e inscripción de los establecimientos en MINCETUR	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	División de turismo Municipalidad provincial
<b>OE5</b>	Capacitar a las agencias de viajes y guías sobre los atractivos turísticos de la Provincia de Rodríguez de Mendoza	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	División de turismo
	Facilitar la creación y formalización, así como el registro en MINCETUR de operados turísticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	División de turismo Municipalidad provincial
<b>OE6</b>	Capacitación de los artesanos en mejora de sus productos	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	División de turismo
	Fomentar la asociatividad en los artesanos para fortalecer su capacidad de producción y mejorar el acabado del producto	-	-	-	-	-	-	-	-	-	División de turismo Municipalidad provincial

OE7	Fomentar inversiones publico privados para el mejoramiento de la planta turística	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Sub gerencia de programación multianual y gestión de inversión públicas y privadas y cooperación técnica municipal
	Buscar financiamiento externo para la inversión en turismo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Sub gerencia de programación multianual y gestión de inversión públicas y privadas y cooperación técnica municipal
	Construcción de un centro artesanal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Sector privado
OE8	Elaborar un plan de marketing con la participación de PROMPERU y la DIRCETUR	-	-	-	-	-	-	-	-	-	División de turismo Gerencia de planeamiento y presupuestación de la municipalidad
	Desarrollar Prestur y Fam trip para la promoción de los productos turísticos	-	-	-	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	División de turismo
	Elaborar materiales de promoción turística como videos, documentales, afiches	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	División de turismo
	Difundir los recursos turísticos a través de medios de comunicación virtual como redes sociales y páginas web	-	-	-	-	-	-	-	-	-	División de turismo Oficina de imagen institucional y relaciones públicas municipal
	Incluir los recursos y/o circuitos turísticos en las campañas de turismo interno en coordinación con PROMPERU	-	-	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	División de turismo Oficina de imagen institucional y relaciones públicas municipal
	Elaboración de paneles fotográficos para promocionar en plazas y ferias de los mercados emisores	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	División de turismo Oficina de imagen institucional y relaciones públicas municipal
OE9	Participar en ferias regionales, nacionales e internacionales	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	División de turismo Oficina de imagen institucional y relaciones públicas municipal
	Identificar instituciones estratégicas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Sub gerencia de programación multianual y gestión de inversión públicas y privadas y cooperación técnica municipal
	Realizar mesas de trabajo y cooperación con las instituciones	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	División de turismo
	Firma de convenios con instituciones estratégicas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Sub gerencia de programación multianual y gestión de inversión públicas y privadas y cooperación técnica municipal

OE10	Instalar puntos de control y registro en los principales accesos de los atractivos turísticos de la provincia	-	12 000	-	-	-	-	-	-	División de turismo Gerencia de planeamiento, presupuesto y gestión de la inversión municipal
	Sistematizar el registro de números de visitas a los atractivos turísticos	-	-	-	-	-	-	-	-	Área de turismo municipal

## 2.7. Articulación del PDTL

Tabla 42

*Articulación de documentos de gestión*

Objetivos Estratégicos PDTL	Indicador	Objetivo Estratégico PERTUR	Objetivo Estratégico PENTUR
OE1. Gestionar el aumento de presupuesto para el sector turismo	PIA POA PIM	OE.1 Programa de gobernanza y gestión	Pilar 4: Institucionalidad del Sector
OE2. Invertir en el mejoramiento de recursos turísticos y puesta en valor	Adecuación de caminos y senderos Instalaciones y facilidades turísticas	OE.2 Programa territorio y urbes	Pilar 2: Diversificación y consolidación de la oferta
OE3. Invertir en el mejoramiento de la señalización turística de los recursos	Instalación 84 señales turísticas (entre bienvenida, orientación, interpretación y regulación o advertencia)	OE.2 Programa territorio y urbes	Pilar 2: Diversificación y consolidación de la oferta
OE4. Fomentar el mejoramiento de las habilidades en buenas prácticas de los prestadores de servicios turísticos	Capacitación a restaurantes y hoteles para atención, formalización y registro en MINCETUR	OE.3 Programa oferta e innovación	Pilar 4: Institucionalidad del Sector
OE5. Fomentar el incremento de operadores turísticos en la provincia	Fomento de creación de operadores turísticos	OE.3 Programa oferta e innovación	Pilar 2: Diversificación y consolidación de la oferta
OE6. Fomentar el incremento de centros de artesanía y cerámica en la provincia	Fomento de creación de centros de artesanía y cerámica	OE.3 Programa oferta e innovación	Pilar 2: Diversificación y consolidación de la oferta
OE.7 Fomentar la oportunidad de inversiones privadas en turismo en la provincia	Proyecto de inversión	OE.1 Programa de gobernanza y gestión	Pilar 4: Institucionalidad del Sector
OE.8 Propiciar la oportunidad de implementación de un sistema de promoción de recursos	Implementar un sistema de Promoción turística de los recursos de la provincia	OE.4 Programa gestión de demanda	Pilar 1: Diversificación y consolidación de mercados

OE9. Proponer la oportunidad de alianzas estratégicas que incremente el flujo turístico en la provincia	Generación de 2 alianzas estratégicas para el fortalecimiento turístico de la provincia	OE.1 Programa de gobernanza y gestión	Pilar 4: Institucionalidad del Sector
OE10. Invertir en la mejora del sistema de flujo de visitantes	Implementar un sistema de flujo de visitantes	OE.4 Programa gestión de demanda	Pilar 1: Diversificación y consolidación de mercados