



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Impulso de la gestión turística e imagen regional
para el desarrollo de Ayacucho**

Presentada por
María Esther Beltrán Flores

**Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciada en
Administración**

LIMA-PERÚ

2011



Dedicatoria

Dedico esta investigación y todo el esfuerzo y pasión que puse en ella a Dios, mi paz y conecedor de mis anhelos, quien me guió por el camino correcto, a mis padres, Rosa y Filiberto, mis principales motores para ser mejor, por quienes lucho y lucharé toda la vida y a mis hermanos, mis ojos por quienes siempre veré.

EL AUTOR HA PERMITIDO LA PUBLICACIÓN DE SU TESIS

EN ESTE REPOSITORIO.

ESTA OBRA DEBE SER CITADA.



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

SISTEMA DE
BIBLIOTECAS

Agradecimientos

Este trabajo no solo es una investigación, es sinónimo de la culminación de la etapa más importante de mi vida hasta el momento, considero que mi etapa universitaria es el peldaño más importante de la larga escalera que aún me falta recorrer.

Este trabajo, no hubiera sido posible sin el apoyo valioso de personas que han marcado en mi vida.

Gracias a mi madre preciosa por despertarme cada mañana después de pocas horas de descanso, repitiéndome que no me rinda, por repetirme mil veces que soy grande y que puedo lograr todo lo que me proponga...hasta que me lo creí. A mi padre, por cuidarme con ahínco, por saber qué me repone en momentos de tensión...gracias por conocerme tanto, por ser mi apoyo y mi organizador.

Gracias a mi asesor Carlos Bravo, por entender el sentido de mi tesis y apoyarme con sus valiosos comentarios, por conectarse conmigo y entender el propósito de mi investigación, cada palabra ha contribuido enormemente en mi desarrollo. Gracias al Profesor Arístides Vara por creer en mí, por orientarme y motivarme repitiéndome siempre que la meta de mi tesis es el título, gracias por mantener viva esa llama positivamente ambiciosa.

A mis amados Setones, los que están lejos y los que están aquí, mis amigos para toda la vida, a quienes admiro, ustedes me impulsan a seguir adelante con su ejemplo, gracias por todas esas veces que comprendieron mis prioridades sin criticarlas. Dios me bendijo con la mejor familia, pero además me permitió elegir una más...ustedes son la familia que yo escogí.

A mis hermanos de ideal de la Nacional Reformista, quienes con su ejemplo inculcaron en mi, pasión y compromiso para hacer de nuestro país el Perú de nuestros sueños con educación de calidad, justicia e inclusión social. Mi anhelo es que esta tesis se constituya como un aporte para lograrlo.

Dejo para el final un agradecimiento especial, a mi alma mater, mi universidad San Martín de Porres, mi sello para toda la vida.

Con todo mi afecto.

María Esther Beltrán Flores

Tabla De Contenidos

Dedicatoria.....	2
Agradecimientos.....	3
Tabla De Contenidos	4
Índice de tablas, gráficos e imágenes	6
Índice de tablas	6
Índice de gráficos.....	7
Índice de figuras	8
Resumen	9
Abstract.....	10
Introducción.....	11
CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	13
1.1. Planteamiento del problema	13
1.1.1 Formulación Del Problema General.....	14
1.1.2 Formulación de los problemas Específicos	15
1.2. Objetivos de la investigación.....	15
1.2.1. Objetivo general	15
1.2.2. Objetivos específicos.....	15
1.3. Impacto potencial	15
1.3.1. Impacto en el conocimiento.....	15
1.3.2. Impacto en la Práctica.....	16
CAPÍTULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	17
2.1. Antecedentes.....	17
2.2. Bases teóricas	19
2.2.1 Alcances del sector turismo.....	19
2.2.2. Estudios especializados de los efectos positivos del turismo.....	32
2.2.3. Actividades económicas.....	35
2.2.4. Perspectiva general de la Región Ayacucho.....	36
2.2.5. Turismo como base en la gestión de desarrollo.....	41
2.2.6. Administración moderna de los elementos turísticos	42
2.2.7. Imagen regional	48
2.2.8. Glosario de términos técnicos.....	50
2.3. Hipótesis	51
2.3.1. Hipótesis general	51

2.3.2. Hipótesis específicas.....	52
CAPÍTULO III. MÉTODO	53
3.1. Diseño.....	53
3.2. Muestra	53
3.3. Instrumentación	55
3.4. Procedimiento.....	58
3.4.1. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	59
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	61
4.1. Resultados de la investigación.....	61
4.1.1. Categorización	61
4.1.2. Resultados de la investigación.....	63
4.2. Discusión de resultados	76
4.2.1. Análisis de Validez.....	76
4.2.2. Comparación de resultados.....	77
4.2.3. Aplicación a otras situaciones	84
4.2.4. Contraste con la hipótesis.....	84
Conclusiones y Recomendaciones	86
Conclusiones.....	86
Recomendaciones	88
Referencias	90
Apéndices	96
1.1. Entrevista a profundidad para la muestra conformada por peruanos que desean realizar actividades turísticas internas.....	96
1.2. Entrevista a Profundidad para la muestra conformada por personas extranjeras que visitan nuestro país con fines turísticos:	97

Índice de tablas, gráficos e imágenes

Índice de tablas

Tabla N° 1 Llegada de turistas extranjeros 2004 – 2008.....	<u>20</u>
Tabla N° 2 Arribos a establecimientos de hospedajes en Ayacucho.....	<u>21</u>
Tabla N° 3 Arribos de turistas a la Región Ayacucho 1993 – 2009.....	<u>22</u>
Tabla N° 4 Ayacucho: Producto bruto interno según actividad económica 2002 – 2009.....	<u>35</u>
Tabla N° 5 Población en situación de pobreza según departamentos.....	<u>37</u>
Tabla N° 6 Tasa de Analfabetismo por área – Ayacucho.....	<u>37</u>
Tabla N° 7 Ranking de la pobreza en el Perú (1970 – 2001).....	<u>50</u>
Tabla N° 8 Comparación del tipo de actividad económica de los países ricos y el Perú.....	<u>69</u>
Tabla N° 9 Preferencia de visita turística.....	<u>79</u>

Índice de gráficos

Gráfico N° 1 Participación del consumo turístico receptivo en el PBI nacional 1996 – 2010.....	<u>23</u>
Gráfico N° 2 El proceso cíclico de planificación de marketing.....	<u>40</u>
Gráfico N° 3 Esquema del proceso de planificación estratégica en turismo.....	<u>46</u>
Gráfico N° 4 Elementos turísticos potenciales por desarrollar.....	<u>64</u>
Gráfico N° 5 Reconocimiento de la oferta turística de Ayacucho.....	<u>66</u>
Gráfico N° 6 Conocimiento de los destinos potenciales dentro de Ayacucho.....	<u>67</u>
Gráfico N° 7 Consecuencias la poca difusión de destinos turísticos en Ayacucho.....	<u>68</u>
Gráfico N° 8 Estrategia económica de los países según su situación.....	<u>70</u>
Gráfico N° 9 Aporte del turismo a la economía peruana.....	<u>71</u>
Gráfico N° 10 Distribución de la población ocupada en actividades turísticas directas.....	<u>72</u>
Gráfico N° 11 Ayacucho: PEA ocupada por rama de actividad, 2004 y 2009.....	<u>73</u>
Gráfico N° 12 Preferencias en destinos turísticos.....	<u>74</u>
Gráfico N° 13 Evaluación de la imagen de la Región Ayacucho.....	<u>75</u>
Gráfico N° 14 Problemática de la Región Ayacucho.....	<u>76</u>
Gráfico N° 15 Aspectos que determinan la elección de un destino turístico.....	<u>78</u>
Gráfico N° 16 Mayor problemática de la Región Ayacucho.....	<u>80</u>
Gráfico N° 17 Propuestas de alternativas de solución para la mejora de la imagen de Ayacucho.....	<u>81</u>
Gráfico N° 18 Conocimiento de los atributos turísticos y culturales de Ayacucho.....	<u>82</u>

Gráfico N° 19 Opinión acerca de Ayacucho.....	<u>83</u>
---	-----------

Índice de figuras

Figura N° 1 Plaza de Huamanga – Ayacucho.....	<u>24</u>
Figura N° 2 Pampa de la Quinoa – Ayacucho.....	<u>25</u>
Figura N° 3 Valle de Huanta – Ayacucho.....	<u>25</u>
Figura N° 4 Santuario Nacional de Titancayoc – Ayacucho.....	<u>26</u>
Figura N° 5 Complejo Arqueológico Intiwatana – Ayacucho.....	<u>27</u>
Figura N° 6 Cueva de Pikimachay – Ayacucho.....	<u>27</u>
Figura N° 7 Vilcashuaman – Ayacucho.....	<u>28</u>
Figura N° 8 Complejo Arqueológico Caniche – Ayacucho.....	<u>29</u>
Figura N° 9 Reserva Nacional Pampa Galeras – Ayacucho.....	<u>29</u>
Figura N° 10 Laguna de Parinacochas – Ayacucho.....	<u>30</u>

Resumen

La presente investigación identifica la percepción de los potenciales turistas respecto a la Región Ayacucho y determina qué elementos potenciales podemos administrar eficientemente para impulsar el turismo y que éstos se constituyan como herramientas de desarrollo económico, social y cambio a una imagen positiva para la región.

Se uso un diseño exploratorio cualitativo utilizando como instrumento la entrevista a profundidad no estructurada y la revisión documentaria, ya que los temas propuestos no han sido abordados a profundidad y estos métodos facilitan un mejor estudio del comportamiento de las variables propuestas, así mismo, identifican la percepción de los turistas nacionales y extranjeros acerca de la región.

Los fines de la investigación son:

- a) Lograr ampliar el conocimiento acerca de los factores que contribuyen positivamente con el cambio de imagen de Ayacucho.
- b) Identificar las razones de aceptación o rechazo así como la apreciación del turista frente a la opción de destino turístico que le proponemos y las razones de sus diferentes conclusiones.

La investigación ha permitido demostrar que Ayacucho se encuentra en una posición de desventaja al no contar con una gestión óptima de sus recursos turísticos, hay mucho trabajo por hacer, tenemos al turismo como plataforma que contribuirá a reactivar la economía de la región y de la nación.

Palabras clave:

Turismo, Marca región, Ecoturismo, Turismo sostenible, Destinos turísticos.

Abstract

This research identifies the perceptions of potential tourists about the Ayacucho region and determines which elements can efficiently manage potential to develop tourism in order to be constituted as tools of economic development, social and to change to a positive image for the region.

We will use an exploratory qualitative design because it is the best research approach and will use in depth interview (not structured) and the documentary review, because the proposed topics have not been approached in a deep way and these methods will allow us a deep study of behavior of the proposed variables, besides, it will allow us to know the perception of the national and foreign tourists about this region.

The purposes of this investigation are:

- a) Extend the knowledge about the factors that contribute positively with the change of Ayacucho's image.
- b) Identify the reasons of acceptance or rejection as well as the tourist's appreciation about the option of tourist destination that we propose him and the reasons of his different conclusions.

The investigation has allowed to demonstrate that Ayacucho is in a disadvantage position because of not having a proper management of his tourist resources, there is a lot of work to do, and we have the tourism as platform that will help to reactivate the economy of the region and the nation.

Key words:

Tourism, Region brand, Ecotourism, Sustainable tourism, Touristic places

Introducción

Si preguntamos cuáles son las regiones más pobres de nuestro país, una de las primeras opciones sería Ayacucho, si preguntamos acerca de las mejores alternativas turísticas, lo más probable es que Ayacucho ni siquiera figure entre alguna de las respuestas. Ayacucho es una región rica en recursos, arqueología e historia, lamentablemente, desconocida por muchos aún.

Esta investigación tiene como fines:

- a) Proponer una serie de alternativas de gestión turística que pueden generar vías de desarrollo para Ayacucho para lo cual nos basaremos en la investigación de cuál es la imagen de la región frente a los potenciales turistas y cuáles son los factores que impulsan o retraen la demanda turística.
- b) Generar propuestas de gestión turística a través de las bondades que posee la región y trabajar la marca de la región a través de sus riquezas culturales, arquitectónicas e históricas.

Si hablamos de marca región, lamentablemente podríamos rescatar las palabras de introducción de PERTUR Ayacucho, *“Según la concepción tradicional, Ayacucho es una región de pobreza y violencia social, y debido a ello tenemos esa marca regional tan promocionada por la prensa irresponsable...”* (MINCETUR, 2004).

Lamentablemente las entidades no han hecho grandes esfuerzos por cambiar el problema, solo se ataca a las consecuencias con asistencialismo que solo sirve para caer en el mismo círculo vicioso de pobreza.

La investigación se realizó haciendo uso de la entrevista a profundidad a potenciales turistas nacionales y extranjeros, con el fin de descubrir la situación de Ayacucho y la imagen que proyecta hacia los turistas, es así como la investigación de diseño exploratorio cualitativo permite determinar sobre qué factores debemos trabajar si deseamos contar con una herramienta de desarrollo integral como es el turismo.

Así mismo, se recurrió a la revisión documentaria para obtener una visión de la actual gestión turística que se realiza en la región a fin de proponer alternativas novedosas y viables de solución y aprovechamiento de los recursos de la región.

El impacto de la investigación radica en que las conclusiones de la misma deben constituirse como plataforma de gestión para el uso de una actividad económica tan importante como es el turismo, a través del turismo en Ayacucho lograremos reactivar la economía de la región, reduciendo los índices de analfabetismo y pobreza y generando nuevas alternativas de trabajo que se traducen en desarrollo integral de la ciudad.

En el primer capítulo desarrollamos los problemas, objetivos e impacto de la investigación a fin de involucrar al lector con el tema propuesto y los fines que incentivaron el tema en estudio.

El segundo capítulo consiste en la fundamentación teórica que respalda la investigación, incluyendo las bases teóricas y un glosario de términos.

En el tercer capítulo se desarrolla el método de la investigación cuyos datos darán paso a la consolidación de la información que valide o descubra nuevas hipótesis y teorías.

En el cuarto capítulo se plasman los resultados de la investigación y se revela la verdadera percepción de la Región Ayacucho hacia los turistas, así mismo se discuten los resultados a fin de generar propuestas de valor.

Finalmente concluimos con las recomendaciones y resultados derivados del trabajo de investigación con el fin de brindar propuestas sólidas basadas en la investigación de documentos y la investigación de campo.

CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

Esta investigación tiene como fin plantear cómo una buena gestión en turismo puede generar vías de desarrollo para Ayacucho, así mismo, investigar los elementos potenciales con que cuenta la región que contribuyan a potenciar el interés de los turistas en visitarla.

Dentro de la investigación plantearemos el desarrollo del concepto, “Marca región”, concepto que logrará distinguir las ventajas de tener a Ayacucho como uno de los principales destinos turísticos del Perú y que generara identidad e interés en los pobladores y en los potenciales turistas respectivamente.

La investigación se realizará con el fin de brindar recomendaciones y propuestas de gestión, con sustento científico, para que Ayacucho pueda lograr un significativo desarrollo económico y social con la base del turismo.

Para proponer una serie de soluciones debemos, en primer lugar, conocer las causas del problema, es por ese motivo que la investigación se centrará en determinar la percepción de los potenciales turistas acerca de Ayacucho, cuáles son los problemas que impiden que esta ciudad se desarrolle, qué se está haciendo para lograr superar y revertir los altos índices de pobreza extrema, qué factores podemos administrar a favor de la región, entre otras consideraciones.

El terrorismo en la década de los 80 y 90 han dejado un estigma de violencia y desconfianza, la propuesta intenta cambiar esta percepción apoyándonos en la gestión turística y en el trabajo de creación de marca en la región, factores que contribuirían con la generación de empleo por actividades complementarias al turismo e identidad regional de los pobladores.

Lamentablemente no se ha profundizado en el análisis de la problemática de la región a fin de encontrar alternativas de solución, aún así, se han abordado algunos problemas como los que menciono a continuación:

- Falta de infraestructura en la región de Ayacucho, lo cual mella la posibilidad de actividades de comercio efectivas.
- Destinos turísticos en Ayacucho que solo están enfocados como destino para celebraciones religiosas (Semana Santa).
- Relatos, investigaciones y otros de los diferentes acontecimientos en época del terrorismo, Ayacucho lleva el estigma de 20 años de lucha armada en nuestro país.
- Altos índices de analfabetismo en la región.

- Incremento de la pobreza en Ayacucho, no es una región atractiva para la inversión privada.

Por otro lado, existen problemas que aún no han sido abordados:

- Destinos turísticos alternativos, turismo vivencial, turismo de aventura y otras opciones de desarrollo turístico en Ayacucho.
- Explotación y estrategias para agregar valor a los diferentes lugares turísticos, monumentos, sitios históricos, arqueológicos y místicos que desarrollen el atractivo de la región.

No se han realizado estudios profundos acerca de la gestión turística en Ayacucho y su impacto, pero, dentro de los estudios que se han realizado sobre el tema de investigación, resalto los siguientes:

- Se ha tocado a grosso modo la falta de infraestructura y vías de comunicación, de cómo afectan estos factores en la principal actividad de la región, que es el agro y el aporte económico que podría generar el turismo si se dan las condiciones apropiadas (Aramburú, 2007).
- Enfoque de las diferentes ventajas competitivas de Ayacucho, recursos turísticos, riquezas agropecuarias y variedad cultural de la región (Indacochea, 2009)
- Desarrollo de “Marca región”, que distinga a Ayacucho y que se constituya como eje representativo. DIRCETUR propone alternativas sumamente interesantes, las que lamentablemente, solo se quedaron en propuestas (DIRCETUR 2004).

Esta investigación pretende demostrar cuál es la imagen que proyecta la Región Ayacucho para, partiendo de un conocimiento profundo de la situación, desarrollar alternativas de cambio en el enfoque turístico de la región, proponiendo un plan de gestión efectiva que ayude a descubrir nuevas alternativas turísticas que incrementen el flujo de visitas a la ciudad, cambien la imagen de la misma y contribuya con su desarrollo integral.

1.1.1 Formulación Del Problema General

¿Qué elementos potenciales podemos administrar en Ayacucho para impulsar el turismo y que esta actividad se constituya como herramienta de desarrollo económico, social y cambio a una imagen positiva para la región?

1.1.2 Formulación de los problemas Específicos

- ¿Cuál es la situación turística actual en Ayacucho?
- ¿Cuál es la imagen que proyecta Ayacucho hacia los turistas nacionales y extranjeros como destino turístico?
- ¿Cuáles son las principales actividades económicas vinculadas directamente a la actividad turística que podrían desarrollarse dentro de la Región Ayacucho?
- ¿Cuáles son los destinos turísticos menos visitados dentro de Ayacucho que cuentan con potencial para desarrollarse como oferta turística?

1.2. Objetivos de la investigación

1.2.1. Objetivo general

Identificar qué elementos potenciales podemos administrar en Ayacucho para impulsar el turismo y que esta actividad se constituya como herramienta de desarrollo económico, social y cambio a una imagen positiva para la región.

1.2.2. Objetivos específicos

- Describir la situación turística actual en Ayacucho.
- Identificar cual es la imagen que proyecta Ayacucho hacia los turistas nacionales y extranjeros como destino turístico.
- Señalar cuáles son las principales actividades económicas vinculadas directamente a la actividad turística que podrían desarrollarse dentro de la Región Ayacucho.
- Determinar cuáles son los destinos turísticos menos visitados dentro de Ayacucho que cuentan con potencial para desarrollarse como oferta turística.

1.3. Impacto potencial

1.3.1. Impacto en el conocimiento

La presente investigación generará un impacto positivo al plantear y reconocer los problemas que tiene Ayacucho como región y las propuestas para generar un desarrollo integral en la misma.

Los peruanos muchas veces nos desvinculamos de los problemas que suceden en otras regiones, pero, si deseamos que nuestro país crezca en todo sentido debemos observar aquellas regiones que necesitan que se investigue sus verdaderos problemas a fin de proponer soluciones a la medida.

Al investigar los problemas de Ayacucho, la percepción que tienen los potenciales turistas, lo que buscan, los factores que contraen la demanda del turismo, etc., nos permite saber qué aspectos trabajar para lograr la tan anhelada gestión inteligente del turismo en la región.

1.3.2. Impacto en la Práctica

Esta investigación será de gran utilidad para las entidades gubernamentales responsables del turismo en el país como MINCETUR, los organismos descentralizados como PROMPERU y DIRCETUR y el Gobierno Regional de Ayacucho los cuales tienen en sus manos la posibilidad de activar el potencial de la región.

El fin de la investigación es ser la base del desarrollo de alternativas de cambio en el enfoque turístico de la región, trabajar con los elementos turísticos que posee la región y potencializarlos proponiendo alternativas de gestión efectiva que ayuden a descubrir nuevas vías que incrementen el flujo de visitas a la ciudad, cambien la imagen de la misma y contribuyan con su desarrollo integral.

El desarrollo integral, es la dinámica entre mejores puestos de y alternativas de trabajo, calidad de vida para los pobladores, orgullo e identidad por la región y calidad en la educación, cada una de estas características se irán dando partiendo del crecimiento económico.

Así mismo, la investigación proporcionará, información de antecedentes de éxito válidos como respaldo de las recomendaciones.

CAPÍTULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. Antecedentes

Se han encontrado antecedentes poco concretos acerca de la investigación, específicamente se han encontrado estudios sobre el desarrollo económico de Ayacucho a través del turismo que no han tenido efectividad por el poco apoyo que se le ha proporcionado.

Se ha incluido a Ayacucho en el plan turístico anual de nuestro país, pero, lamentablemente no se han llevado a cabo los cambios propuestos. En el ámbito nacional existen múltiples investigaciones acerca de la repercusión positiva de una gestión turística efectiva:

Eco Goals Consulting + Management (2008) desarrolla el Plan Nacional de Calidad Turística para el Perú (CALTUR) a solicitud de MINCETUR en donde se propone el manejo de la gestión turística con valor agregado, que incentive e incremente la frecuencia turística a los diferentes destinos nacionales. CALTUR trabaja de la mano con el plan estratégico nacional de turismo con el fin de brindarle al turista todas las condiciones que hagan que el desarrollo de la actividad turística se lleve a cabo en las mejores condiciones creando así un sello de calidad turística a nivel nacional.

Sarlego (2008) a través del plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) de MINCETUR, plantea una visión de la actividad turística como actividad estratégica para el desarrollo, de alto impacto social y generadora de empleo por excelencia. Este plan se basa en objetivos concretos como promover y desarrollar el turismo, fortalecer las instituciones ligadas al turismo e incentivar su demanda. PENTUR busca tener a la actividad turística como eje del desarrollo socioeconómico de nuestro país, creando dentro de este plan, puntos específicos según la oferta de cada región

DIRCETUR (2004), en conjunto con el Gobierno Regional de Ayacucho, realizan un estudio muy interesante acerca de cómo contribuir al desarrollo de Ayacucho teniendo como base el turismo, es así que a través del Plan regional de desarrollo turístico en Ayacucho (PERTUR) se propone las bases para este fin. PERTUR, analiza la oferta turística de Ayacucho, hace un recuento de todos los factores que podríamos trabajar así como un inventario de los lugares más representativos de la región. Un detalle importante de PERTUR es la propuesta del desarrollo de una marca regional que identifique a Ayacucho. Lamentablemente estas buenas propuestas aún no surten efecto.

Izarra (2004) muestra la situación alarmante en la que se encuentra la región, la cual figura en el segundo lugar de pobreza en nuestro país. Izarra describe cuales son los factores que llevan a este estado a la región y menciona los hechos de guerra interna vivida entre los ochenta y noventas. Esta interesante investigación muestra a Ayacucho antes y después del terrorismo e insta a la reflexión y a tomar acción para contribuir con la recuperación de la región, la cual a pesar de los años transcurridos aún no se da.

El autor no menciona al turismo como actividad fundamental de desarrollo, sin embargo, nos da propuestas afines como la ejecución de obras de carácter integral (infraestructura productiva, social y comunal), proyectos sociales importantes como vías de comunicación y servicios básicos, la educación y la revaloración del ser humano

En el ámbito internacional existen numerosos tratados acerca de los efectos de un turismo sostenible, con responsabilidad, bien administrado que se traduce en oportunidades de desarrollo integral.

Internacionalmente los antecedentes en temas afines a esta investigación son:

Maldonado (2006) hace un estudio exhaustivo sobre el impacto positivo, del turismo bien gestionado, en comunidades rurales de América Latina. El investigador cita diferentes cumbres y sus resultados a favor de las alternativas de desarrollo que ofrece el turismo.

OMT- STEP (2008) manifiesta la importancia del turismo sostenible como herramienta de desarrollo y eliminación de la pobreza, avalada en los resultados progresivos obtenidos en los 28 proyectos en América, enfocados a la capacitación e integración de las actividades comerciales con el turismo. Los programas ST-EP realizados y en ejecución, incluyen proyectos de ámbito local que se centran en la formación de los pobladores para desempeñarse en actividades de servicio como guías turísticos y empleados de hoteles; involucra a la población en el desarrollo turístico del patrimonio natural y cultural; a nivel de distrital se centra en establecer lazos comerciales entre productores y empresas de turismo; capacitación para brindar servicios administrativos y financieros a empresas de turismo, pequeñas, medianas y comunitarias; y proyectos de ámbito regional centrados en el marketing turístico comunitario.

Porto (1999) manifiesta que el turismo es la industria más grande y el principal generador de empleos en el mundo. Este sector proporciona empleos directos de alta calidad además de un enorme número de empleos indirectos. La importancia del turismo radica en el aporte que brinda al PBI del país, este aporte es la medida clave para determinar la importancia de la industria para la actividad económica global. Otro aspecto importante que analiza este estudio son las propuestas para generar demanda turística a través del desarrollo de ventajas comparativas y competitivas, introducción de productos turísticos e innovación de propuestas para los turistas.

Evans et al. (2003) analiza cómo la principal ciudad de la región inglesa de *East Midlands* sale a flote haciendo una buena administración de los recursos turísticos que posee. Antes de 1993 las actividades de marketing de esta ciudad se llevaban a cabo por el ayuntamiento central, después de este año se crea *Leicester Promotions Ltd*, entidad privada que se responsabilizaría del marketing exclusivo de Leicester y las alianzas estratégicas con los operadores turísticos.

Actualmente, Leicester atrae turismo todo el año, sus principales actividades comerciales se derivan de este sector y, la empresa *Leicester Promotions Ltd* ha

logrado, con gran éxito, ser eje de la dinámica comercial de la ciudad además de concentrarse en descubrir nuevas actividades y alternativas interesantes para el turista.

Tomando en consideración todos los antecedentes es evidente que la actividad turística cada vez toma más realce y es considerada fuente de desarrollo y contribuye activamente en el camino a la eliminación de la pobreza, en nuestro país se está tomando en cuenta dentro de los planes de desarrollo centrales y en conjunto con los gobiernos regionales, pero aún no se establece un plan consecuente con la realidad de cada región, se han propuesto planes de desarrollo turístico que se ha cumplido parcialmente por ello los resultados tampoco se han cumplido como se estipulan en un inicio.

Internacionalmente se tiene registro de muchos casos que han tenido en el turismo la herramienta precisa para desarrollarse en el aspecto económico, cultural y social. Estas experiencias brindan una plataforma para las entidades vinculadas al sector turismo, son múltiples los ejemplos exitosos de una estrategia turística bien administrada que reditúa en frutos para todos los grupos económicos.

2.2. Bases teóricas

2.2.1 Alcances del sector turismo

El éxito de todo plan de desarrollo en cualquier sector está basado en la generación de valor para obtener rentabilidad, es así que partiendo de este principio podemos encontrar en el turismo una actividad con grandes probabilidades de desarrollo. Tenemos un país rico en cultura, historia, arqueología, flora, fauna y belleza en general que necesita ser administrado con eficiencia para contar con nuevas herramientas de desarrollo.

Es espectacular ver como en los nuevos tiempos nuestra economía ha crecido, pero, lamentablemente aún no alcanzamos el tan ansiado desarrollo para todos, es así que nuestras entidades deben analizar todos los campos de la economía y determinar en qué somos más o menos competitivos para focalizar nuestro esfuerzo y conseguir los empleos, inversión e ingresos que tanto necesitamos.

MINCETUR (2010) propone un marco de desarrollo turístico a través del cual se plantean políticas para su efectiva administración como la orientación al turismo sostenible que promueve una serie de alternativas efectivas de llevarlo a cabo. Dentro de estas pautas se encuentra el uso responsable de recursos, la ampliación de la oferta turística en el país, la incorporación de grupos sociales excluidos en actividades vinculadas al turismo, la atracción de capitales extranjeros a través de la difusión, entre otras.

MINCETUR enfoca al turismo como una actividad que debe ser integrativa entre los diferentes sectores vinculados, así como los gobiernos regionales y locales. La

propuesta de MINCETUR, sin embargo, no alcanza a algunas provincias, las cuales en teoría manejan un plan de acción que en la práctica muchas veces no llega a concretarse.

Carbajal (2005) realiza un exhaustivo estudio acerca del impacto del turismo bien gestionado en el Perú y propone, como base primordial, un buen planeamiento estratégico que permita sacar el mayor provecho al ciclo de vida de cada actividad que se impulse. El Planeamiento Estratégico para las propuestas del sector turismo son una necesidad inminente, cada decisión debe tomarse considerando todas las aristas de esta actividad que comprende una eficiente evaluación de los competidores, estudio del entorno, evaluación de las fortalezas y debilidades e identificar las oportunidades de la región o País.

Carbajal (2005) considera al sector turismo como una red integral en donde múltiples empresas de diverso rubro participan creando una dinámica entre empresas de transporte (terrestre – aéreo – marítimo – fluvial – la cumbre), hoteles, restaurantes, carreteras, servicios bancarios, comunicaciones, agencias de viajes, museos, entretenimiento, deportes de aventura, etc.

2.2.1.1. Situación del turismo en el Perú.

Begazo (2005) analiza minuciosamente la situación de nuestro país respecto al turismo, partiendo que desde 1993 la actividad turística en nuestro país se ha incrementado dramáticamente constituyéndose como factor crítico debido a nuestra aún precaria infraestructura.

Una de las limitaciones más notorias se encuentra en los medios de transporte y la infraestructura de nuestras vías, los costos de transporte se incrementan debido a lo difícil de nuestros caminos. Al 2005 solo el 13% de nuestras carreteras era pavimentada, el resto se dividía entre carretera afirmada, sin afirmar y trocha.

La centralización de nuestro transporte aéreo y las limitaciones que presenta también constituyen una limitante para el desarrollo turístico, se presentan dificultades al querer incrementar el porcentaje de vuelos y vuelos nocturnos. A pesar de la infraestructura de los aeropuertos que se hallan en las principales ciudades del Perú, el aeropuerto Jorge Chávez del Callao sigue absorbiendo el 98% del tráfico internacional.

Otro aspecto preocupante es el poco conocimiento que tienen los turistas internos y externos de la oferta turística y los atractivos que presenta el Perú. Se realizan programas de difusión turística en donde se tiene a la Región Ayacucho como una alternativa turística en Semana Santa.

La estacionalidad del turismo en Ayacucho (focalizado en Semana Santa) convierte a la región en una opción poco atractiva de publicitar para las entidades del Estado ya que el impacto no será tan notorio como en otras regiones.

Por otro lado, es importante la información para los turistas acerca de los cuidados y la cultura ecológica que debe manejarse dentro de cada destino a fin de obtener ventajas del turismo preservando nuestro patrimonio.

Toda actividad turística debe desarrollarse en un marco de turismo sostenible según las recomendaciones de la Organización Internacional de Turismo, es el único camino de obtener ventajas competitivas por medio de esta actividad.

Actualmente contamos solo con dos entidades dedicadas al desarrollo y promoción turística, MINCETUR Y PROMPERU, entidades que resultan insuficientes para el desarrollo de una óptima gestión turística, se necesita más instituciones interesadas y el apoyo de la actividad privada que se vincula al sector turismo.

Para ilustrar lo citado, veamos la Tabla N°1, en donde se detalla la afluencia de turistas extranjeros según sus intereses entre los años 2004 y 2008.

Tabla N°1
Llegada de turistas extranjeros 2004 – 2008

Puesto de control migratorio	Viajeros	Número de viajeros				
		2004	2005	2006	2007	2008
Jorge Chávez	Turistas	727.978	865.956	891.605	1.034.657	1.183.594
	Excursionistas	13.286	15.805	16.272	18.884	21.602
	Resto	35.320	36.441	38.445	43.254	50.291
	Total	776.584	918.202	946.322	1.096.795	1.255.487
Otros a nivel nacional	Turistas	548.661	620.546	743.140	777.727	765.066
	Excursionistas	284.654	349.077	487.854	514.638	500.398
	Resto	4.798	5.560	6.595	6.919	6.679
	Total	838.113	975.183	1.237.589	1.299.284	1.272.143
Total Perú	Turistas	1.276.639	1.486.502	1.634.745	1.812.384	1.948.660
	Excursionistas	297.940	364.882	504.126	533.522	522.000
	Resto	40.118	42.001	45.040	50.173	56.970
	Total	1.614.697	1.893.385	2.183.911	2.396.079	2.527.630

Fuente: MININTER – DIGEMIN

Elaboración: MINCETUR (2009).

2.2.1.2. Modelo de gestión turística en Ayacucho.

MINCETUR (2010) plantea la ejecución de un plan turístico diferencial para cada región guardando la base de la realización según el desarrollo territorial.

PENTUR (2010) busca integrar, según la realidad de cada región, los atractivos turísticos más convenientes para el Perú. En el caso de Ayacucho este modelo turístico no ha dado grandes resultados ya que el desarrollo del sector se da de manera lenta e inconstante.

Para lograr un verdadero beneficio de los planes de MINCETUR Y PENTUR se debe acompañar la estrategia con un plan de difusión efectiva que garantice que se cumplan los objetivos y la dinámica económica para la región.

Carrera (2009) informa acerca de las ventajas competitivas de la región y las grandes oportunidades que ofrece como foco turístico. El fin de este reportaje es acercarnos al conocimiento de aquellos factores que podemos explotar para su desarrollo como la historia, la mística propia de la región y sus diferentes aspectos culturales y tradicionales.

Alvarado (2009) muestra que Ayacucho tiene todas las condiciones para convertirse en un potencial turístico ya que no solo ofrece todo un legado religioso, también es una ciudad con historia y cultura lista para ser explotada.

2.2.1.3. Frecuencia de visitas turísticas en Ayacucho.

BCR del Perú (2010) muestra que el turismo en Ayacucho se incrementó en 1% con respecto al 2009, cifra que representa un crecimiento muy bajo.

Veamos las Tablas N°2 y 3 en donde se detalla la afluencia turística de este año en comparación con el anterior.

Tabla N° 2

Arribos a establecimientos de hospedajes en Ayacucho

Tipo de turista	Enero 2009	Enero 2010	Variación %
Nacionales	17,644	17,802	0.9
Extranjeros	564	591	4.8
Total	18,208	18,393	1

Fuente: MINCETUR – Ayacucho

Elaboración: BCRP, Sucursal – Huancayo (2010)

Tabla N° 3
Arribos de turistas a la Región Ayacucho 1993 – 2009

Año	Turista Nacional	Turista Extranjero	Total
1993	30,421	457	30,878
1994	42,445	1,067	43,512
1995	42,790	1,435	44,225
1996	41,725	1,565	43,290
1997	52,071	2,055	54,126
1998	61,745	3,441	65,186
1999	78,625	3,715	82,340
2000	70,213	3,699	73,912
2001	60,721	3,580	64,301
2002	64,387	3,628	68,015

Fuente: MINCETUR

Elaboración: DIRCETUR – Dirección De Turismo

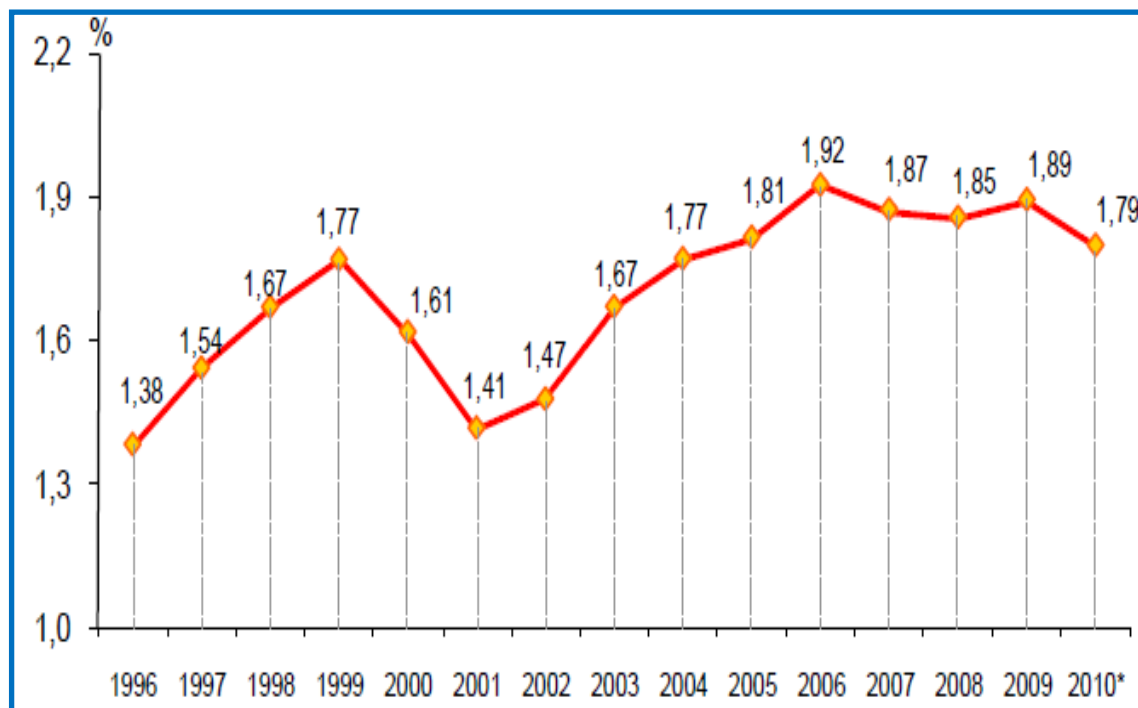
2.2.1.4. Formas de turismo

MINCETUR (2009) refiere que existen tres formas de turismo siguiendo los parámetros establecidos por la Organización Internacional de Turismo y con el único fin de estandarizar este concepto se han clasificado teniendo en cuenta la residencia del visitante en:

- **Turismo interno**, es el grupo constituido por los turistas residentes que ejercen la actividad del turismo interno.
- **Turismo receptor**, conformado por el turista no residente en el país que llega al mismo con la finalidad de hacer turismo. Es la forma de turismo más importante y rentable para nuestro país.

Veamos el siguiente gráfico elaborado por MINCETUR, en donde se refleja la participación del consumo turístico receptivo en el PBI.

Gráfico N° 1
Participación del consumo turístico receptivo en el PBI nacional 1996 – 2010



Fuente: BCRP, INEI

Elaboración: MINCETUR / SG / OGEE – OETA

- **Turismo Emisor**, constituido por el turista nacional que viaja a otro país. Estas formas de turismo pueden conminarse entre sí formando grupos como los interno-receptores, los interno-emisores y los receptores – emisores.

2.2.1.5. Atributos y destinos turísticos en Ayacucho.

Los destinos turísticos que podemos encontrar en Ayacucho son numerosos, sin embargo, se ha encasillado a la región como destino turístico en Semana Santa, hecho que garantiza una gran afluencia solo en una semana del año dejando de la lado la difusión en las semanas restantes.

Según CALTUR (2005), el ofrecimiento de un producto de calidad combinado con atractivos históricos y turísticos motiva la decisión de viaje de los turistas, una vez que se incrementa la dimensión de oferta se incrementan las actividades vinculadas a la misma.

2.2.1.5.1. Principales destinos turísticos.

Los principales destinos turísticos en Ayacucho son aquellos que son abiertamente difundidos en Semana Santa. Ayacucho es famoso por sus Iglesias y templos así como sus casonas ubicadas mayormente en Huamanga y alrededores. Dentro de los pocos destinos turísticos dentro de Ayacucho que son conocidos podemos destacar:

- ***La ciudad de Huamanga***, como capital de la Región Ayacucho. Posee 33 iglesias coloniales que causan gran impacto por su hermosura e historia, además de impresionantes casonas antiguas.

Figura N° 1
Plaza de Huamanga – Ayacucho



- ***Pampa de la Quinua***, a 32 Km. de Ayacucho, es un lugar histórico en donde se libró la batalla de Ayacucho que definió la independencia del Perú y de América del dominio español.

Figura N° 2
Pampa de La Quinua – Ayacucho



- **Valle de Huanta**, un lugar de especial belleza por su ubicación privilegiada, lo que caracteriza a esta tierra por una inmensa riqueza en flora y fauna. También es llamada “*La esmeralda de los Andes*”.

Figura N° 3
Valle de Huanta – Ayacucho



2.2.1.5.2. Destinos turísticos potenciales

La mayoría de atractivos turísticos en Ayacucho no se difunden constantemente y en ello radica el poco conocimiento que tienen los turistas acerca de las alternativas que ofrece la región para la visita. Dentro de estos destinos turísticos poco frecuentados dentro de Ayacucho destacan:

- ***El Santuario Nacional De Titancayoc***, compuesto por 440 hectáreas, es el bosque de puyas de Raimondi más grande del mundo. En él habitan un promedio de 300 plantas de este tipo cuya inflorescencia es la de mayor tamaño en el mundo y se encuentra en peligro de extinción.

Esta flor crece solo sobre climas frío y alturas superiores a los 3,000 metros. Actualmente se estima que solo en Ayacucho existe un promedio de 200 mil flores.

Figura N° 4
Santuario Nacional de Titancayoc – Ayacucho



- ***El complejo arqueológico Intiwatana***, posee una extensión aproximada de 3,000 metros cuadrados, para algunos investigadores este sitio habría sido un área de descanso para la élite inca, pues entre las construcciones destacan un palacio, un torreón y unos baños. Dentro de este complejo se encuentran el reloj solar o Intiwatana y una construcción llamada "El Torreón", que es de forma semicircular.

Figura N° 5
Complejo Arqueológico Intiwatana – Ayacucho



- **La Cueva de Pikimachay**, es una oquedad natural en donde se encontraron los restos del hombre primitivo más antiguo de los andes, estos restos datan de una antigüedad de entre 20 mil a 15 mil años a.C.

Figura N° 6
Cueva de Pikimachay – Ayacucho



- ***Vilcashuaman***, es una ciudad de ensueño, también llamada la tierra del halcón sagrado. Tiene la particularidad de poseer una infraestructura peculiar, encontramos el templo del sol, la luna y el dios de la conquista.

Figura N° 7
Vilcashuamán – Ayacucho



- ***Centro Arqueológico de Caniche***, Aller (2006) describe a esta maravilla como el sitio arqueológico más grande del sur de Ayacucho y el menos estudiado. Caniche es un complejo de ruinas Wari de forma circular que se encuentran casi en su estado original.

Figura N° 8
Complejo Arqueológico Caniche – Ayacucho



- **La Reserva Nacional Pampa Galeras**, ubicada en la meseta de Lucanas, un precioso lugar poblado protegido por el estado en donde podemos hallar la reserva de vicuñas más impresionante con más de 13 mil ejemplares que pasean en estado silvestre.

Aller (2006) describe a pampa Galeras como el ecosistema perfecto, la muerte de alguna vicuña alimenta a las aves de rapiña que habitan en este lugar. Un mágico espacio que se viste de fiesta en Junio con el festival del Chaccu.

Figura N° 9
Reserva Nacional Pampa Galeras – Ayacucho



- **La Laguna De Parinacochas**, un precioso paraje habitad de flamencos andinos, un verdadero espectáculo de belleza y de armonía natural junto al volcán Sara Sara. Además de la belleza natural, a 30 minutos de la laguna podemos encontrar fuentes de aguas termales y los baños medicinales de Jeronta.

Figura N° 10
Laguna de Parinacochas – Ayacucho



2.2.1.5.3. Alternativas turísticas dentro de la región.

Ayacucho ofrece numerosas alternativas para los turistas que deseen disfrutar de la ciudad. Siguiendo la tendencia mundial se plantea explotar las siguientes modalidades, aprovechando los recursos que ofrece la región.

2.2.1.5.3.1. Ecoturismo.

PROMPERU (2002) define al ecoturismo como una alternativa para el turismo masivo, alternativa que propone la integración del turista en actividades en área natural, dejando beneficios para la conservación de dichas áreas. En ocasiones esta opción turística implica también entrar en contacto con monumentos arqueológicos, reservas distintivas de la ciudad. Es un modo de generar compromiso ecológico e identidad con la región.

Para Ortiz (1998), el ecoturismo crea una conciencia acerca del entorno, una mejor forma de apreciar las actividades turísticas bajo un marco de cuidado y responsabilidad, es decir, el ecoturismo está inmerso en el concepto de turismo sustentable.

2.2.1.5.3.2. Turismo comunitario.

López et al. (2009) afirman que el turismo comunitario se está llevando a cabo con gran éxito alrededor del mundo y constituye una fuente de empleo ligada al turismo y autogenerada por las mismas comunidades. El turismo comunitario es aquel en donde la comunidad ejerce parte del control y de los beneficios. El desarrollo del turismo Comunitario genera riquezas en el área ya que parte del hecho de crear productos y servicios con la participación activa de la comunidad local.

Morales (2006), a través del caso de Chile, manifiesta las características e influencia del turismo sobre la población. El turismo comunitario representa todo un desafío a nivel social, económico, ambiental y cultural.

2.2.1.5.3.3. Turismo rural.

Cultura (2001), define al turismo rural como aquella modalidad en donde se le permite al visitante entrar en contacto con el mundo natural y el hábitat de la ciudad visitada, es decir, le permite al turista vivir una experiencia diferente viviendo al estilo de la población receptora.

Esta modalidad de turismo fue aprobada bajo el nombre de “Lineamientos para el desarrollo del turismo rural comunitario en el Perú” por Resolución Ministerial N° 054-2007-MINCETUR/DM.

Este tipo de turismo cuenta con varias ventajas como brindar conocimiento cultural sobre las condiciones y características de cada ciudad, fomentar el desarrollo rural a través de actividades alternas derivadas del turismo, además de permitirle al turista realizar labores propias de la región.

Con este tipo de turismo se pretende brindar al turista nuevas alternativas y a la comunidad sostenibilidad social y económica, desarrollo de productos, mejora continua de la calidad, alianzas estratégicas internas y externas y asegurar un impacto positivo.

2.2.1.6. Turismo sostenible

Bolorino (2008) manifiesta que el turismo sostenible es la actividad turística que se lleva a cabo respetando el medio ambiente, los aspectos propios del lugar visitado, la cultura y la historia del mismo, es decir, es un turismo que cuida los aspectos propios del lugar. El turismo sostenible es parte importante del desarrollo sostenible, por eso busca aprovechar los recursos turísticos del lugar pensando en el largo plazo.

Según la conferencia mundial de turismo sostenible (1995), el turismo sostenible debe considerarse como parte de la gestión de desarrollo integral de toda comunidad.

Toda estrategia nacional o regional debe considerar las oportunidades que aporta un turismo bien gestionado y con miras a convertirse en una herramienta del futuro a fin de obtener una ventaja competitiva de ello.

Podemos concluir que el turismo sostenible es *“La actividad económica productora de bienes y servicios que, respetando los límites físicos del espacio en que se desarrolla y los psíquicos de los habitantes y demás actores, son destinados a quienes deciden desplazarse temporalmente y voluntariamente fuera del lugar de residencia habitual sin incorporarse al mercado de trabajo del lugar de destino, con motivo o no de recreación. (Capece, 1997, citado por Bolorino, 2008)*

2.2.2. Estudios especializados de los efectos positivos del turismo.

Tinoco (2003) afirma que el turismo es una herramienta para el desarrollo sostenible de las comunidades, esta herramienta influye directamente en la dinámica económica, social, cultural y medioambiental de las regiones. El turismo, como actividad económica

genera amplias expectativas en los gobiernos que ven, en su eficiente gestión, vías concretas de desarrollo mediante los resultados obtenidos en otros países.

Indacochea (2009) realiza una excelente evaluación acerca de las ventajas estratégicas que posee Ayacucho y que contribuirían a su desarrollo sostenible, en este estudio el autor destaca al turismo como una de las vías más importantes de desarrollo. Cabe destacar que una buena estrategia demanda un análisis profundo de la situación, que detecten aquellos puntos débiles por mejorar y aquellas fortalezas que serán la base para el desarrollo integral de Ayacucho.

2.2.2.1. CALTUR

Eco Goals Consulting + Management (2008) desarrolló para MINCETUR el Plan Nacional de Calidad Turística para el Perú (CALTUR) en donde se propone el manejo de la gestión turística con valor agregado, combinando atractivos y servicios que incentiven la frecuencia turística.

CALTUR se alinea a la visión de MINCETUR a través del desarrollo de propuestas para un turismo sostenible que se constituya como trampolín para la mejora integral de las regiones, en donde no solo se proyecte a la región por sus atractivos turísticos, sino por su calidad en todas las actividades vinculadas.

2.2.2.2. PENTUR

Sarlego (2008), a través del Plan Estratégico Nacional de Turismo, PENTUR de MINCETUR, plantea una visión de la actividad turística como actividad estratégica para el desarrollo, de alto impacto social y generadora de empleo por excelencia. Este plan se basa en objetivos concretos como promover y desarrollar el turismo, fortalecer las instituciones ligadas al turismo e incentivar su demanda.

2.2.2.3. Organización Mundial de Turismo.

OMT (2008), avalándose en los resultados del proyecto Turismo sostenible - eliminación de la pobreza (ST-EP) manifiesta que el turismo sostenible es una de las herramientas más importantes para la eliminación de pobreza. ST-EP actualmente trabaja con 28 proyectos solo en América, enfocados a la capacitación e integración de las actividades comerciales con el turismo. El éxito del proyecto es la mejor prueba de que uno de los caminos más eficaces de desarrollo social se halla a través del turismo sostenible.

Ramos (2007) comenta en el estudio realizado en Nicaragua al proyecto turismo sostenible – eliminación de la pobreza (ST-EP) que este proyecto beneficia a todos los sectores a través del incremento en la demanda de bienes y servicios, la venta directa y las inversiones en infraestructura local generando nuevas fuentes de empleo.

2.2.2.4. Departamento de Antropología Social, Universidad de Sevilla

Hernández (2006) realiza un amplio estudio acerca de los efectos del turismo en las personas desde una perspectiva global que resulta interesante tomar en cuenta. El autor considera al turismo como un hecho netamente social que involucra la interrelación entre seres humanos, intercambio de cultura y experiencias que contribuyen a su desarrollo.

De este estudio podemos deducir que, al repercutir socialmente en la región de Ayacucho, el impacto turístico contribuirá a ensalzar su imagen como región turística, reconstruir una imagen de estabilidad y por ende, generar desarrollo integral sostenible.

2.2.2.5. El turismo en el Perú: perspectivas de crecimiento y generación de empleos.

Chalcatana (1999) analiza cómo afecta positivamente la gestión turística en la generación de empleos en el Perú antes del 2000 y complementa la investigación con las perspectivas para el 2000-2010. El turismo constituye una puerta al futuro si se maneja con políticas que involucren al sector privado. Una buena administración en nuestro país hará del turismo uno de los sectores de mayor contribución en la creación de empleos en el Perú.

En la década de los ochenta, el turismo se redujo considerablemente por los sucesos de violencia que afectaron nuestro país y, principalmente la región de Ayacucho hecho que melló la imagen de ciudad receptiva al turista.

En la actualidad, dada la mejora en las condiciones en nuestro país, vemos en el turismo un enorme potencial de desarrollo. Nuestro país cuenta con todos los recursos para hacer factible esta propuesta.

El Perú cuenta con importantes recursos turísticos con amplio potencial para constituirse en la base del desarrollo del país. En la actualidad podemos apreciar el rápido reconocimiento internacional de nuestro país y sus atractivos.

Dado el potencial y las ventajas que se avecinan, es necesario plantearse si realmente estamos preparados para ofrecer, a través del turismo, una gama de productos y servicios de calidad que afiancen nuestra imagen como país receptivo por medio de la satisfacción del visitante.

El ingreso de divisas extranjeras por efecto del turismo es una fuente importante de generación de empleo en las actividades directamente vinculadas al turismo y las que se crean como efecto multiplicador.

Chalcatana (1999) de cada diez turistas extranjeros que ingresan a nuestro país, existen cinco puestos de trabajo que se activan, así mismo, por cada 10,000 dólares de divisas por turismo en nuestro país, se crean cuatro nuevos puestos de trabajo.

2.2.3. Actividades económicas.

Las actividades económicas en general son aquellas actividades que generan valor, actividades que constituyen fuente de ingreso para el que las ejerce y se traduce en desarrollo social para la comunidad. Actualmente muchas economías sustentan su desarrollo en el turismo y las ventajas que obtienen de él, nuestro país no es ajeno a ello pero se evidencia un descuido en la mayoría de nuestras regiones.

En la Tabla N° 4 podemos apreciar el grado de importancia que tiene para el PBI de la Región Ayacucho, cada una de sus actividades económicas.

Tabla N° 4
Ayacucho: Producto bruto interno según actividad económica 2002 – 2009
Variación porcentual anual del valor en nuevos soles de 1994

Actividades	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Producto Bruto Interno	6,0	5,3	-0,7	9,1	9,3	12,3	9,2	11,0
Agricultura / Caza	-9,5	6,5	-8,6	14,8	8,5	3,3	7,9	3,7
Pesca	25	-24,2	-6,2	26,2	-44,6	-13,4	-18,1	-29,1
Minería	161,9	1,2	-59,1	18,0	48,1	107,4	39,3	42,8
Manufactura	3	1,7	6,5	5,5	3,5	6,7	-0,5	-8,2
Electricidad y Agua	10,1	6,1	1,1	-10,0	4,4	2,1	9,2	-9,9
Construcción	38,6	15	24,1	15,9	10,8	36,6	11,7	44,2
Comercio	3,7	2,5	2,8	5,0	6,3	6,7	5,6	0,3
Transporte y comunicaciones	5	5	4,4	9,5	4,6	10,7	8,6	-0,3
Restaurantes y hoteles	2,5	6,1	4	5,7	5,1	8,5	12,3	2,3
Servicios gubernamentales	3,6	7,1	6,4	7,6	14,6	4,7	6,6	9,1
Otros servicios	5,1	4,9	4,5	5,2	6,7	6,9	8,4	4,9

P/Preliminar E/Estimado

Fuente: INEI Dirección Nacional de cuentas Nacionales.

Elaboración: Instituto Nacional De Estadísticas e Informática – INEI (2010)

2.2.3.1. Principales actividades económicas en Ayacucho

Según el BCRP (2010) las principales actividades económicas de la Región Ayacucho son las actividades agropecuarias, actividades que se llevan a cabo a lo largo de la región y que han generado uno de los índices de desarrollo más importante en lo que va del año (9% de crecimiento).

2.2.3.2. Presupuesto regional de Ayacucho 2010

El Gobierno Regional de Ayacucho (2010) ha publicado en su página principal los proyectos a realizarse durante todo este año, dentro del cual solo se ha destinado un proyecto de impulso a las actividades culturales para la mejora de la gestión turística en la región. Esta inversión es insuficiente para poder catalogarla como gestión empresarial efectiva de los recursos turísticos, es importante atender las actividades emergentes pero, se debe pensar en un plan estratégico de desarrollo regional con, la que considero, la mejor herramienta con la que cuenta la región: el turismo.

2.2.4. Perspectiva general de la Región Ayacucho

La Región Ayacucho es una de las regiones más interesantes para ser estudiadas y analizadas ya que posee innumerables características que contribuirían con un desarrollo que aún no se da.

Un aspecto alarmante son los altos índices de pobreza y desnutrición, según el Programa Nacional de Apoyo Directo a los más Necesitados (JUNTOS), Ayacucho reportó un 24.9% de pobreza extrema en el 2010.

A modo de ilustración veamos las Tablas N°5 y N°6 que reflejan los porcentajes de población en situación de pobreza hasta el 2009 y la tasa de analfabetismo por zona en Ayacucho, este cuadro pone en evidencia la necesidad de estrategias efectivas dirigidas al desarrollo regional.

Tabla N° 5
Población en situación de pobreza según departamentos
Porcentajes de la población

Departamentos	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Amazonas	65.1	68.6	59.1	55	59.7	59.8
Ancash	53.3	48.4	42	42.6	38.4	31.5
Apurímac	65.2	73.5	74.8	69.5	69	70.3
Arequipa	34.2	24.9	26.2	23.8	19.5	21
Ayacucho	65.9	77.3	78.4	68.3	64.8	62.6
Cajamarca	66.2	68.8	63.8	64.5	53.4	56
Cusco	53.1	55.6	49.9	57.4	58.4	51.1

Fuente: INEI - Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG), Anual 2004-2009
Elaboración: Propia.

Tabla N° 6
Tasa de analfabetismo por área – Ayacucho
Porcentajes de la población mayor de 15 años

Provincia	Censo 1993		Censo 2007	
	Urbana	Rural	Urbana	Rural
Total	21.7	43.5	11.7	27.2
Huamanga	15.5	48.1	7.6	28.3
Cangallo	32.6	44.1	20.9	29.9
Huanca Sancos	20.9	38.9	14.7	25.6
Huanta	22.2	47.2	12.5	28.6
La Mar	27.3	44.1	19.0	27.8
Lucanas	23.4	30.0	13.6	18.7
Parinacochas	21.7	42.1	10.3	26.9
Páucar del Sara Sara	23.4	37.9	10.9	21.6
Sucre	28.6	39.5	14.6	24.7
Víctor Fajardo	39.5	43.6	20.1	29.7
Vilcas Huamán	37.1	49.7	17.7	30.4

Fuente: INEI – Ayacucho Censo 2003 y 2007

Elaboración: INEI 2010

Los bajos ingresos económicos de las familia ayacuchanas contribuyen a que actualmente la desnutrición crónica y anemia en niños menores de 5 años alcance el 43.5%. El incremento de alternativas laborales ayudaría a reducir estos índices.

Maldonado (2006) hace un estudio exhaustivo sobre el impacto positivo, del turismo bien gestionado, en comunidades rurales de América Latina. El investigador cita diferentes cumbres y sus resultados a favor de las alternativas de desarrollo que ofrece el turismo y que pueden aplicarse a Ayacucho.

Aramburu (2007) manifiesta que la falta de infraestructura en general y las vías de comunicación, afectan directamente en el desarrollo de la principal actividad de la región, que es el agro y el aporte económico que puede generar el turismo.

2.2.4.1. Marketing turístico

Según Begazo (2005) el marketing turístico se podría constituir como una disciplina que busca satisfacer las necesidades de un determinado sector. El marketing turístico busca trabajar en forma coordinada tanto con la empresa pública y privada vinculada a la actividad como con los grupos de interés de las respectivas regiones.

El Marketing turístico se puede definir como:

“...el conjunto de valoraciones y decisiones que sobre la base de un análisis continuo de las tendencias y disponibilidades de la demanda turística, se propone alcanzar las condiciones óptimas de formación de la oferta turística (producto turístico) y de su colocación en el mercado (demanda turística), mediante una constante coordinación de las iniciativas de las empresas privadas con las acciones de los poderes públicos” (Merlo, 1990, citado por Begazo, 2005).

León (2010) manifiesta que la industria del turismo ofrece innumerables alternativas de desarrollo para un país, constituye una importante fuente de ingreso aprovechando los recursos de cada región. Los países que tienen grandes atractivos turísticos incrementan estas posibilidades ya que no solo se beneficiarán por el incremento de la demanda turística sino por las actividades económicas que se desprenden de ella.

El desarrollo, a través del turismo, no solo se dará a nivel económico, la difusión turística y un buen marketing, proporcionará a la región y al país una excelente ventana mundial para exportar su cultura, tradiciones y potencialidades.

El turismo brinda a los emprendedores, innumerables oportunidades de desarrollo que se incrementan con el marketing efectivo, de este modo, podrán generar sus propias alternativas de negocio ligada a esta actividad.

A pesar que el turismo es un sector con características particulares y propias, debe también manejarse bajo un concepto de interdependencia con el marketing. Cada región y cada organización desde el aspecto turístico manejan sus propios retos acorde con la realidad en donde se desenvuelve.

Pearson Education Limited (2006) propone que debemos tomar en cuenta que, a diferencia de tener un producto, el turismo es un servicio, una experiencia que no tiene presencia física y ello lo convierte en un producto complejo en si con características particulares como la intangibilidad, la imperdurabilidad y la falta de propiedad.

A continuación veamos las etapas del marketing turísticos catalogado dentro del concepto del marketing de servicios.

2.2.4.1.1. Etapas del marketing turístico

Según Pearson Education Limited (2006) podemos definir tres etapas del Marketing Turístico:

a) Identificar el segmento objetivo

En esta etapa se debe definir a quien nos dirigimos, qué estrategia funciona para nuestro segmento objetivo, qué es lo que realmente le interesa y cómo crear valor para hacer la oferta más atractiva.

b) Decidir el contenido del mensaje

Dirigirnos al segmento objetivo con un mensaje que despierte el interés, para ello, una investigación previa, nos puede proporcionar herramientas para crear dicho mensaje.

c) Comunicar el mensaje

En esta etapa se genera la necesidad de crear un mix promocional que transmita un mensaje comprensible por nuestro público objetivo, a través de medios de comunicación masivos o particulares, cuidando todas las posibles interpretaciones a fin de colocarse en diferentes escenarios y comunicar, finalmente, un mensaje claro.

2.2.4.1.2. Planificación del marketing turístico

Para planificar las actividades de marketing en el plano turístico debemos tratar al destino que deseamos potencializar como un producto y desarrollarlo como tal. Partiendo de esa premisa, debemos ejecutar un proceso de planificación cíclica de cinco pasos. Veamos a continuación el gráfico propuesto por Pearson Education Limited (2006).

Gráfico N° 2
El proceso cíclico de planificación de marketing



Gráfico: Proceso cíclico de planificación de marketing

Elaboración: Elaboración propia sobre la base de revisión documental. Pearson Education Limited (2006). The business of tourism management.

2.2.4.2. Desarrollo de “marca región”

Barroso y Nicolau (2010) indican que ante una actualidad netamente competitiva los países y regiones que deseen constituirse como un atractivo que aliente al incremento de la demanda turística, deben considerar trabajar sobre su marca.

La actividad turística es una actividad compleja que demanda una gestión inteligente para aprovechar al máximo sus beneficios, nadie puede negar en la actualidad que el turismo es parte importante de las actividades productivas y económicas de cada país.

Barroso y Nicolau (2010) ejemplifican el impacto del desarrollo de la marca a través del caso Marca Brasil y el Plan Aquarela, plan estratégico que consiste en posicionar a Brasil a nivel mundial teniendo como bandera las ventajas diferenciales que tiene por sus parajes y belleza natural. Podemos concluir entonces que el desarrollo de marca como parte del marketing turístico es resaltar aquellas características propias del lugar.

Parte de la propuesta de esta investigación es el desarrollo de marca región para Ayacucho, esperando que la misma constituya una herramienta importante para el desarrollo social de Ayacucho, mejora de imagen y ventaja diferencial como destino turístico.

2.2.5. Turismo como base en la gestión de desarrollo.

En la actualidad vivimos un notorio ascenso del turismo en la esfera económica a nivel mundial, su evolución es aceptada en todo ámbito y sus beneficios reconocidos en todo nivel. Respecto al turismo destaca el impulso a las actividades complementarias restantes que por lo positivo de los resultados que hemos visto en el último tiempo, han generado gran confianza y opiniones mucho más receptivas hacia el turismo y su dinámica.

2.2.5.1. Turismo interno

PROMPERU (2010) enfoca sus estrategias para la atracción del turismo interno de manera sostenible brindando una serie de opciones en coordinación con la empresa pública y privada ofreciendo alternativas para los consumidores. Estas estrategias buscan fomentar el turismo interno, generar conciencia turística, despertar el interés por conocer nuestro país, apoyar la descentralización e incentivar el intercambio cultural y la transferencia de conocimientos.

2.2.5.2. Turismo externo

PERU.COM (2010) señala que en los últimos tres años el turismo de lujo, por parte de los turistas extranjeros, se ha incrementado notablemente. Estos turistas reportan un importante gasto per cápita en turismo de \$1,500 dólares por día incluso en la etapa de crisis este importante sector no disminuyó.

Esta situación es notablemente beneficiosa para el desarrollo de las ciudades ya que reactiva la economía, genera mayores puestos de trabajo en atención de la demanda turista y atrae la generación de nuevas ideas de negocio.

El turista externo busca vivir al máximo la experiencia de visita en la ciudad elegida. Por lo general, las visitas lejanas se dan por una ocasión, en ello radica la importancia del turismo externo y de la impresión que éste se lleve ya que generará un impacto positivo o negativo según su percepción.

2.2.5.3. Calidad, factor vital en el plan estratégico turístico

MINCETUR (2008) a través del Plan Nacional De Calidad Turística (CALTUR), promueve la competitividad del Perú como excelente destino turístico por medio de la calidad, atributo esencial para crear valor en nuestra oferta turística.

La calidad se constituye como un elemento diferencial capaz de fortalecer la experiencia turística en nuestro país. CALTUR busca priorizar la calidad con el fin de asegurar en el turista la decisión y la satisfacción en cada viaje. Para lograr la calidad en todas las actividades ligadas al turismo se debe conseguir el consenso de todos los actores económicos y sociales involucrados, se debe conseguir la sinergia necesaria para lograr posicionarnos diferencialmente.

Para llevar a cabo con eficiencia el plan estratégico nacional de turismo (PLANTUR), se debe contar con la herramienta de calidad que se constituya como una filosofía de trabajo. El corazón del desarrollo turístico debe ser la calidad.

2.2.6. Administración moderna de los elementos turísticos

La administración moderna de los elementos turísticos hace referencia al conocimiento de cómo gestionar estos elementos, los planes estratégicos deben llevarse a cabo bajo la base del conocimiento de la situación para proponer soluciones aplicables a la realidad de la región en estudio.

2.2.6.1. Elementos turísticos potenciales

Acerenza (2002) destaca que para efectuar un buen manejo del turismo debemos tener en cuenta todos los elementos con los que cuenta una ciudad, debemos explotar al máximo cada característica que pueda añadir valor, cada una de estas características deben trabajar bajo un marco de planeación estratégica y administración efectiva para poder sacar lo mejor de ellas.

Para coadyuvar al desarrollo del turismo debemos tomar en cuenta los elementos turísticos potenciales que podemos administrar:

2.2.6.1.1. Oferta – atributos de la región

Compuesta por una serie de recursos con los que cuenta la región y que pueden ser básicos o complementarios. Estos recursos motivan el

desplazamiento de los potenciales turistas y se constituyen como parte de la oferta de la región.

La serie de atributos de la región se pone a disposición de los turistas para su disfrute, esta condición se da efectivamente bajo un marco de planeamiento y administración de estos recursos a fin de agregarles valor y sacar una ventaja competitiva de los mismos.

2.2.6.1.2. Demanda.

Está conformada por el grupo de personas que se trasladan a un destino con el fin de conocer y consumir los productos de dicha ciudad. Esta demanda puede ser real, basada en la frecuencia de visita, o potencial, cuando se proyecta la afluencia turística.

El fin del estudio de la demanda es conocer y prepararnos para satisfacer las necesidades y requerimientos de los turistas, estos estudios permiten responder positivamente y generar valor a la actividad.

2.2.6.1.3. Operadores turísticos.

Los operadores turísticos son agentes que participan en la actividad turística, están compuestos por empresas cuyas actividades están ligadas directamente al turismo, o por empresas que se afectan positivamente por esta actividad pero de manera indirecta.

2.2.6.1.4. Administración

Comprenden todas las entidades públicas y privadas que están involucradas en el desarrollo del turismo. Las administraciones llevan a cabo diferentes iniciativas cuyos objetivos son crear y remodelar oferta turística, proporcionar la infraestructura adecuada para el turista, promocionar los destinos turísticos, crear un marco legislativo que promueva el turismo y el desarrollo de las empresas vinculadas.

2.2.6.2. Planificación estratégica del turismo

Al referirnos a planificación estratégica del turismo, nos referimos a todos aquellos aspectos de la planificación de las actividades que promueven, establecen y ejecutan actividades relacionadas a este sector.

Desde el punto de vista administrativo, debemos establecer la diferencia entre la planificación y la ejecución de los proyectos ya que ninguna puesta en marcha se lleva a cabo sin tener una concepción previa de todos sus alcances.

“La planificación estratégica establece los grandes ejes del desarrollo turístico y se puede definir como el proceso destinado a determinar los objetivos generales relativos a las inversiones, el uso y el ordenamiento de los recursos utilizables con este fin” (Arenza, 2002).

Arenza (2002) nos habla de las características que debe tener la planificación estratégica de turismo, debemos comenzar estableciendo un periodo, es decir, un horizonte de tiempo de acuerdo al plan, este horizonte de tiempo debe tomar en cuenta la complejidad del proyecto, los recursos, las ejecuciones, y características particulares. Un buen horizonte de la planificación estratégica estará comprendido entre 5 a 15 años, con ciertos ajustes por la dinámica del mercado.

El autor nos indica la importancia de la labor administrativa en el sector turístico como eje central de planeación de las acciones a seguir, es así que todo proceso de planificación estratégica debe seguir un esquema determinado desde el punto de vista de la gestión.

2.2.6.2.1. Esquema del proceso de planificación estratégica en turismo

El esquema del proceso de planificación estratégica en turismo es una serie de etapas bien definidas que permiten llevar a cabo la aplicación de la estrategia turística, este esquema garantiza las pautas para una estrategia al más alto nivel de dirección.

Arenza (2002) toma como referente el estudio *Top Management Planning (1969)* efectuado por los expertos F.F. Gilmore y R. G. Brandenburg para diseñar el presente esquema. A continuación cada una de sus fases:

a) Fase A: Análisis de la gestión llevada a cabo.

Esta fase es netamente analítica. Consiste en evaluar los resultados y efectos de las políticas turísticas aplicadas, así como su relevancia económica para la región donde se aplica.

Dentro de esta fase están los resultados de las evaluaciones y controles de aquellas actividades que se hayan llevado a cabo a fin de definir buenos procesos y otros por corregir para la nueva etapa de los planes estratégicos.

b) Fase B: Evaluación de la posición del turismo.

Esta fase se constituye como la más importante dentro del esquema ya que los resultados de esta fase definirán cuales serán los proyectos viables para el sector turismo.

Dado la importancia de esta fase, es vital tomar en cuenta cuáles son las prioridades nacionales de desarrollo del sector, es decir, cuál es la posición del turismo dentro de las prioridades nacionales. Este aspecto jugará un papel muy importante en la puesta en marcha de planes turísticos ya que estos dependen en gran parte del presupuesto y la colaboración de otros sectores de la economía.

Se debe considerar la evaluación de la actitud de la comunidad, se debe considerar a los actores que intervienen directamente en cualquier actividad turística o plan de desarrollo, es así que se debe tomar en cuenta a los ciudadanos, líderes de las comunidades, grupos de interés, ligas de fomento local y comercio relacionado. Cada uno de estos participantes debe ser considerado e involucrado en el proceso de planeación.

Finalmente, se debe tomar en cuenta en esta fase las expectativas de la industria turística, al ser las unidades productoras del sector y protagonistas de la generación de trabajo derivada del turismo, es por ello que su participación es vital.

c) Fase C: Formulación de la política turística.

En esta fase se tomará en cuenta al conjunto de decisiones en materia turística que hacen posible que se lleven a cabo los planes y proyectos del sector de manera armónica y tomando en cuenta a todos los grupos de interés.

Estas políticas turísticas deben tomar en cuenta a la sociedad, la satisfacción del visitante, la protección de los valores culturales y morales de la comunidad que recibirá al turista, la protección del medio ambiente local, entre otros aspectos.

d) Fase D: Determinación de la estrategia de desarrollo.

Después de haber llevado a cabo el análisis y aplicación de las tres primeras fases, pasamos a determinar qué tipo de estrategia se aplicaría según la situación, tomando en cuenta, economía, recursos y viabilidad.

Se debe considerar las oportunidades que tenemos respecto al mercado antes de plantear una estrategia es básico considerar nuestra posición para definir una estrategia de éxito, que nos retribuya y proporcione resultados rápida y efectivamente.

En esta fase se definirá, el mercado, la geografía, los atributos turísticos, el servicio, la innovación, entre otros aspectos relevantes de la estrategia.

e) Fase E: Especificación de los programas de acción.

Los programas de acción serán la serie de pasos consecutivos a llevar a cabo y que marcarán pautas para la puesta en marcha de los proyectos turísticos.

Los programas de acción, tal como se vio en la Fase B toma en cuenta a la comunidad, las empresas vinculadas y al sector en sí mismo, es decir, toma en cuenta los participantes internos y externos determinando así los grados de responsabilidad tanto del sector turismo hacia el exterior y de los actores externos con el sector.

Gráfico N° 3
Esquema del proceso de planificación estratégica en turismo



Gráfico: Esquema del proceso de planificación estratégica en turismo

Elaboración: Elaboración propia sobre la base de revisión documentaria. Arenza (2002), Administración Del turismo, Planificación y Dirección.

2.2.6.3. Competencias Básicas.

Evans et al. (2003) explica que las competencias básicas de cada destino turístico son exclusivas de cada región o cada lugar, esto les brinda el poder de ser únicas y particulares. A pesar de esta característica, estas competencias pueden evaluarse en relación a los siguientes aspectos:

- **Orientación al cliente:** que las actividades se centren en el cliente y que el destino ofrezca alternativas competitivas con otros destinos.
- **Exclusividad:** es algo temporal por lo general ya que en estos tiempos de tecnología y avance de las comunicaciones la exclusividad en algún aspecto dura muy poco.
- **Flexibilidad:** característica que indica que el destino debe estar preparado para responder eficiente y rápidamente a cualquier cambio o imprevisto que se presente, es decir, debe tener capacidad de reacción.
- **Contribución al valor:** refleja en qué medida nuestras actividades añaden valor.
- **Sostenibilidad:** durante cuánto tiempo puede mantenerse brindando un servicio de calidad y cuál es su capacidad de reinventarse para continuar en el tiempo.

Cabe resaltar que el autor destaca que estas competencias básicas nunca deben ser estáticas, deben adaptarse constantemente según las circunstancias e ir creando nuevas capacidades a fin de responder a la nueva demanda del mercado.

2.2.6.4. Aplicación del benchmarking

El benchmarking es una técnica de análisis que nos permite realizar observaciones y estudios de casos concretos, sinónimos de éxitos, y por lo general casos de líderes del sector, del cual podemos recoger datos para tomarlos como puntos de referencias.

Evans et al. (2003) considera en su libro *Strategic Management for Travel and Tourism*, que el benchmarking puede incluirse entre los parámetros externos de análisis antes de aplicar una estrategia de fomento turísticos.

Tomando esta afirmación para el tema en estudios, Ayacucho debe tomar como referentes a las regiones que han tenido una relevancia importante en temas de desarrollo turístico y analizar los procesos que llevaron a este resultado con el fin de aplicarlo efectivamente en su gestión.

2.2.7. Imagen regional

La imagen regional es un factor muy importante para el desarrollo de la comunidad, este aspecto marca una pauta importante en la concepción de un turista hacia un potencial destino por visitar, siendo así, es importante que las entidades regionales y centrales evoquen sus esfuerzos en recuperar y formar conceptos de ciudades receptoras al turismo con mucho valor agregado.

Peralta (2004) manifiesta en su libro *Ayacucho, el nuevo Sendero* que, para potencializar una región y sacarla del anonimato, se necesita el fortalecimiento comunal en aspectos de gestión. Todo proyecto que busque mejorar la situación de Ayacucho debe contemplar este aspecto tan importante.

Como todo plan estratégico para conseguir una meta, Ayacucho debe considerar en la planificación de sus proyectos el liderazgo en la mejora de su imagen, la ejecución, administración, supervisión, evaluación y control de esta propuesta con la finalidad de restituir la imagen destruida por la violencia ocasionada por el terrorismo.

2.2.7.1. Exclusión social imperante

Si consideramos que la imagen regional es importante para el desarrollo de proyectos en la región, no podemos dejar de lado el sentimiento de quienes componen esta comunidad. Son los pobladores quienes sienten el estigma del pasado que los marca con una constante exclusión social reflejada en altos índices de pobreza extrema, desnutrición, analfabetismo y poco interés por parte de las autoridades centrales.

“Para sentar las bases del desarrollo humano sostenible es imprescindible ejecutar obras y proyectos de carácter integral (infraestructura productiva, social y de fortalecimiento comunal), porque solo incidiendo en proyectos productivos se elevará los niveles de ingreso familiar, que, complementados con proyectos sociales (agua potable, servicios de salud, educación, etc.) y de fortalecimiento comunal (que incida en los aspectos de capacitación, organización, gestión y dirección comunal), se afianzará los niveles de organización, a fin de recomponer el tejido social destruido por los subversivos y tomando al hombre como fin y meta de desarrollo” (Peralta, 2004).

A continuación veamos un cuadro que refleja la posición de Ayacucho en el ranking de pobreza, antes, durante y después del terrorismo.

Tabla N° 7
Ranking de la pobreza en el Perú (1970 – 2001)

Ranking pobreza	Antes de la violencia: 1970		Durante la violencia: 1985		Después de la violencia: 2001			
	Dpto.	Población (miles)	Dpto.	Población (miles)	Dpto.	Población (miles)		
1	Huancavelica	347.0	Apurímac	396.0	Huancavelica	436.0		
2	Puno	813.0	Ayacucho	512.0	Ayacucho	541.0		
3	Apurímac	321.0	Huancavelica	400.0	Cajamarca	1,481.0		
4	Ayacucho	479.0	Puno	1,104.0	Huánuco	801.0		
5	Cajamarca	949.0	Cajamarca	1,298.0	Apurímac	456.0		
6	Huánuco	427.0	Cusco	1,066.0	Puno	1,247.0		
7	Cusco	751.0	Huánuco	678.0	Loreto	894.0		
8	Amazonas	213.0	Amazonas	354.0	Amazonas	421.0		
9	Ancash	761.0	San Martín	984.0	Ancash	1,093.0		
10	San Martín	234.0	Ancash	572.0	Cusco	1,194.0		
11	Piura	888.0	Piura	1,409.0	San Martín	746.0		
12	Loreto	500.0	Loreto	1,068.0	Piura	1,612.0		
13	Madre de Dios	25.0	Junín	1,093.0	Pasco	259.0		
14	Moquegua	78.0	Madre de Dios	70.0	La Libertad	1,484.0		
15	Junín	720.0	La Libertad	1,287.0	Junín	1,232.0		
16	La Libertad	825.0	Pasco	239.0	Lambayeque	1,110.0		
17	Pasco	184.0	Tumbes	159.0	Ucayali	451.0		
18	Tumbes	79.0	Lambayeque	951.0	Tumbes	198.0		
19	Lambayeque	533.0	Moquegua	130.0	Ica	676.0		
20	Arequipa	561.0	Arequipa	939.0	Arequipa	1,087.0		
21	Tacna	100.0	Ica	579.0	Moquegua	153.0		
22	Ica	373.0	Tacna	224.0	Madre de Dios	97.0		
23	Lima	3,595.0	Lima	6,479.0	Lima	8,392.0		
24	Callao	332.0	Callao	648.0	Tacna	287.0		
Total		14,088.0	Total		22,639.0	Total		26,348.0

Fuente: Censos Nacionales INEI (1972 – proyectado al 2001)
Elaboración: Peralta (2004), *Ayacucho: El Nuevo Sendero*.

2.2.7.2. Impacto social del turismo

Herrera y Montero (2009) presentan un estudio de cómo el turismo representa no solo un impacto económico, sino un impacto social que contribuye con la cohesión y la reducción de situaciones adversas en el lugar en donde ejerza influencia.

El turismo ejerce una influencia positiva tanto para el anfitrión como para el visitante, pero, es el anfitrión quien recibe mayor influencia ya que es él quien prepara su vida para la recepción y orienta sus actividades a satisfacer las demandas del turismo.

Herrera y Montero (2009) nos demuestran los beneficios particulares del turismo, beneficios que involucran la pertenencia de los habitantes de la región, la participación en las actividades, el trabajo en común y las metas compartidas sinónimo de unión.

2.2.8. Glosario de términos técnicos

- **CALTUR**

Es el Plan Nacional de Calidad Turística para el Perú realizado por MINCETUR, en donde se propone manejar todo lo referente a la gestión turística desde una perspectiva de valor atrayendo al turista por los beneficios implícitos en la calidad.

- **Ecoturismo**

Propuesta turística que ofrece como alternativa una experiencia vivencial en donde el turista tiene la oportunidad de convivir con la naturaleza del lugar aprendiendo a respetarlo, valorarlo y aportando un beneficio para la comunidad.

- **Marketing turístico**

El marketing turístico es el análisis de eventos, situaciones y tendencias que se realiza para estructurar un plan de oferta turística acorde con la demanda. El marketing turístico busca trabajar en forma coordinada tanto con la empresa pública y privada vinculada a la actividad como con los grupos de interés de las respectivas regiones.

- **OMT**

Organización Mundial de Turismo de las Naciones Unidas, es la principal institución internacional en el campo del turismo, además de constituirse como foro mundial para debatir temas de política turística, repercusión de la misma y otros temas especializados del sector.

- **PENTUR**

Es el Plan Estratégico Nacional de Turismo propuesto por MINCETUR, plan que busca generar una estrategia de desarrollo integral y generación de empleo basado en el turismo y proyectado al 2018.

PENTUR contempla las variables estratégicas y económicas, oferta y demanda turística, competitividad turística, entre otros factores además de analizar el marco actual en el que se desarrolla las actividades de este sector y brindar propuestas para desarrollar un modelo estratégico de desarrollo turístico que contemple la evaluación previa de los indicadores turísticos.

- **PERTUR Ayacucho**

Es el Plan de Desarrollo Turístico de la Región Ayacucho proyectado hasta el 2014 aprobado mediante ordenanza de consejo regional N° 03 - 04 - GRA/PRES, en este plan que es hecho a la medida de la región, la dirección regional de comercio exterior y turismo (DIRCETUR) promueve una concepción diferente, pues considera a Ayacucho como una “región de riquezas no aprovechadas”.

PENTUR propone una serie de alternativas de uso de los recursos culturales, arquitectónicos, geográficos, etc., que atraigan inversión a través del turismo y la reactivación económica de la región como efecto de una gestión inteligente.

- **ST-EP**

Turismo sostenible – Eliminación de la Pobreza, es el programa de la OMT que propone al turismo como herramienta fundamental para la eliminación de la pobreza. Actualmente se desarrolla con éxito en varios países del mundo.

- **Turismo comunitario**

Es una exitosa perspectiva del turismo que permite integrar y constituir fuentes de empleo autogenerada por las mismas comunidades. Las comunidades logran integrarse ofreciendo sus productos y dándolos a conocer al mundo.

2.3. Hipótesis

2.3.1. Hipótesis general

La administración eficiente de los elementos turísticos potenciales en Ayacucho como son la oferta y la demanda turística, las entidades administrativas, los operadores turísticos y los atributos de la ciudad, permitirán el desarrollo integral de Ayacucho y el cambio a una imagen positiva, beneficiando a toda la región.

2.3.2. Hipótesis específicas

- La situación turística actual es preocupante porque las entidades centrales no están orientando recursos y esfuerzos suficientes para activar el sector turismo en Ayacucho y tomarlo como principal fuente de desarrollo económico, social y de identidad.
- Ayacucho proyecta una imagen de ciudad socialmente inestable e insegura, cuya oferta turística está condicionada solo a Semana Santa.
- Las principales actividades económicas vinculadas al turismo que podrían desarrollarse son las actividades terciarias como la prestación de servicios de transporte, turístico, hotelería, restaurant y otros, además de un incremento de las actividades secundarias de transformación como la industrialización de alimentos, fabricación de artesanías, confecciones, etc. y las actividades primarias de extracción como la agricultura, a causa del incremento del consumo por una mayor afluencia de visitantes.
- Los destinos turísticos potenciales menos visitados en la Región Ayacucho son, el santuario nacional de Titancayoc, el complejo arqueológico Intiwatana, la cueva de Pikimachay, Vilcashuaman, la reserva nacional Pampa Galeras, la laguna de Parinacochas, el complejo arqueológico de Caniche.

CAPÍTULO III. MÉTODO

3.1. Diseño

La presente investigación utiliza un diseño exploratorio cualitativo, ya que los temas propuestos no han sido abordados a profundidad y este diseño nos permitirá un estudio profundo del comportamiento de las variables propuestas.

Por medio del diseño exploratorio se analizará el impacto de la difusión de los destinos turísticos que pueden ser visitados todo el año en Ayacucho y conocer la percepción de los turistas nacionales y extranjeros acerca de la región.

Usando la investigación cualitativa se logrará ampliar el conocimiento acerca de los factores que contribuyen positivamente con el cambio de imagen de Ayacucho, así como la propuesta de la marca región de la ciudad.

La investigación cualitativa permitirá identificar las razones de aceptación o rechazo así como la apreciación del turista frente a la opción de destino turístico que le proponemos y las razones de sus diferentes conclusiones.

A través de la investigación se podrá determinar qué factores influyen en el potencial turista al momento de elegir un destino turístico, que características son tomadas en cuenta al tomar la decisión de hacer turismo y que elementos debemos desarrollar y cuidar para impulsar el turismo en Ayacucho.

3.2. Muestra

En esta investigación las poblaciones están conformadas por los pobladores nacionales mayores de edad y con poder adquisitivo a nivel nacional y los visitantes extranjeros que se encuentren temporalmente en nuestro país. Es imposible determinar con exactitud las poblaciones a las que nos dirigimos en esta investigación ya que están en variación constante al considerar a los turistas extranjeros que nos visitan.

A nivel nacional es importante mencionar que, según El Comercio (2009), la población económicamente activa asciende a 4'050.500 cálculo realizado entre hombres y mujeres en abril del 2009. Según Perú 21 (2010), la población de turistas que nos visitará, este año será de 2.2 millones a nivel nacional.

En cuanto al muestreo, para la presente investigación se realizó el muestreo no probabilístico de selección intencional. Este muestreo era el apropiado porque permitía elegir la muestra más representativa y de mayor conocimiento de nuestro tema además de ser más económico, factible y por adecuarse al diseño elegido para la investigación.

La población es extensa pero se consideraran algunos criterios de inclusión y exclusión para la delimitación del marco muestral:

- Población económicamente activa nacional y extranjera.
- Turistas extranjeros que visiten el Perú con fines turísticos.
- Turistas nacionales que deseen realizar actividades turísticas en el interior del país.
- Edades comprendidas entre 25 y 40 años.
- Personas con poder de decisión acerca del destino turístico que desea visitar.

Para proceder a determinar la muestra se recurrió al punto de saturación el que determinó cuando detener la investigación de campo por redundancia en la información. El punto de saturación en esta investigación se dio con la entrevista dieciséis, a partir de este punto la información fue repetitiva. Se eligió la muestra intencionalmente apelando al conocimiento que se tiene del tema.

El procedimiento para determinar el tamaño de la muestra fue el siguiente:

- Se inicio la investigación en el centro de Lima, específicamente la Plaza Mayor del centro de Lima, lugar de conocida afluencia de turistas en donde podíamos encontrar personas que cumplan con los criterios de inclusión y exclusión.
- La siguiente ubicación para la muestra fue el parque Kennedy de Miraflores, conocido punto turístico de nuestra capital.
- Se considerará a los individuos que tengan el tiempo y la disposición para atender al investigador.
- La muestra se seleccionó de manera seriada, teniendo como criterio para la siguiente elección los datos ya obtenidos y qué tipo de participante los había proporcionado.
- El proceso de muestreo se fue ajustando en base a la información obtenida secuencialmente, a medida que se vayan recabando los datos.
- El muestreo se realizó utilizando el principio de la saturación de datos. El punto de saturación fue el momento en el cual la información adicional de cada elemento de la muestra constituía una serie de datos repetitivos para la investigación.

Se buscó información complementaria como casos, resultados y otros que confirmen la información obtenida.

3.3. Instrumentación

En la presente investigación se hizo uso de dos instrumentos; la revisión documentaria y la entrevista a profundidad.

Para plasmar, en base a datos concretos, la situación actual de Ayacucho respecto a los temas de investigación se hará uso de la revisión documentaria accediendo a libros, revistas, artículos y tratados a fines al tema que darán una amplitud de conocimientos para el desarrollo de la investigación y la generación de propuestas.

Para la recolección de datos por medio de la entrevista a profundidad se hizo uso de dos formatos de entrevistas con el uso de guías de entrevista no estructurada, por dirigirse a más de una población: Nacionales y extranjeros.

La determinación de la muestra se realizó utilizando el punto de saturación, la delimitación del marco muestral considerará algunos criterios de inclusión y exclusión:

- Población económicamente activa nacional y extranjera.
- Turistas extranjeros que visiten el Perú con fines turísticos.
- Turistas nacionales que deseen realizar actividades turísticas en el interior del país.
- Edades comprendidas entre 25 y 40 años.
- Personas con poder de decisión acerca del destino turístico que desea visitar.

Se hizo uso de las entrevistas a profundidad con la finalidad de que los participantes de la muestra expresen de manera libre sus opiniones acerca del tema en investigación y, que con la guía no estructurada de la entrevista, se logre registrar todas sus opiniones acerca de la investigación con amplitud y profundidad.

Se realizaron dos tipos de entrevista a profundidad, una de ellas irá dirigida a la muestra conformada por personas extranjeras que visitan nuestro país con fines turísticos. La otra fue dirigida a la muestra conformada por peruanos que deseen realizar turismo interno.

El instrumento elegido permitió investigar cuales son los factores de la poca incidencia turística en la Región Ayacucho, cual es la percepción de los turistas nacionales y extranjeros y cuanto conocen acerca de las alternativas turísticas que pueden visitarse todo el año y no solo en Semana Santa.

La entrevista a profundidad tuvo el siguiente contenido e ítems según el tipo de muestra a la que se dirige:

Entrevista a profundidad para la muestra conformada por peruanos que desean realizar actividades turísticas internas.

Perfil turístico del entrevistado.

- ¿Usualmente realiza actividades turísticas en el interior del país?
- ¿Cuáles son los destinos de su preferencia?
 - Si una de las respuestas es Ayacucho ¿Por qué motivos Ayacucho es una de sus opciones?
 - Si no eligió Ayacucho ¿Ha considerado viajar a Ayacucho? ¿Por qué?

Destinos turísticos.

- ¿Cuáles son los destinos turísticos más interesantes para usted dentro del Perú?
- ¿Qué provincias conoce?
- ¿Qué aspectos determinan la elección del destino al momento de viajar?

Conocimiento de la Región Ayacucho

- ¿Ha tenido la oportunidad de conocer Ayacucho? ¿Qué lugares conoce de Ayacucho?
- ¿Qué opinión le merece la región?
- ¿Lo considera interesante como alternativa de visita?
- ¿Qué fecha tentativa elegiría para visitar la región?

Imagen regional

- ¿Qué opinión le merece la Región Ayacucho?
- ¿Que ha oído hablar acerca de Ayacucho recientemente?
- ¿Considera que la región le ofrece múltiples alternativas de esparcimiento?

Aspecto social

- En el aspecto social ¿qué opinión le merece Ayacucho?
- ¿Cual considera que sea la mayor problemática de la región?
- ¿Que considera usted que necesita Ayacucho para mejorar socialmente?

Aspecto cultural

- ¿Conoce acerca de los aspectos culturales de la región?
- ¿Ha oído hablar acerca de las iglesias de Ayacucho?
- Respecto a otros destinos turísticos de la región. ¿Ha oído hablar acerca de Titancayoc (bosque de puyas más grande del mundo), Intiwatana (complejo arqueológico, antiguo descanso inca), Pikimachay (cueva donde se hallaron los fósiles humanos más antiguos del Perú), Vilcashuaman (ciudad histórica donde se halla el templo del sol y la luna y la pirámide de Ushnu) y Pampa Galeras (reserva andina más importante de la región)?
- ¿Recuerda algún elemento cultural típico de Ayacucho?

Entrevista a profundidad para la muestra conformada por personas extranjeras que visitan nuestro país con fines turísticos:

Perfil turístico del entrevistado.

- ¿Es la primera vez que visita nuestro país?
- ¿Cuáles son los destinos que le gustaría o ha planeado visitar?
 - Si una de las respuestas es Ayacucho ¿Por qué motivos Ayacucho es una de sus opciones?
 - Si no eligió Ayacucho ¿Ha considerado viajar a Ayacucho? ¿Por qué?

Imagen regional.

- Si conoce o ha oído hablar de Ayacucho. ¿Qué opinión le merece la región?
- ¿Qué ha oído hablar acerca de Ayacucho recientemente?
- ¿Considera que la región le ofrece múltiples alternativas de esparcimiento?

Conocimiento de la región.

- ¿Conoce acerca de los aspectos culturales y turísticos de la región?
- ¿Ha oído hablar de la oferta turística y cultural de la Región Ayacucho?
- ¿Recuerda algún elemento cultural típico de Ayacucho que le hayan mencionado?

Factores económicos.

- ¿Considera un costo muy elevado realizar una visita a la ciudad?
- ¿Tiene definido todas sus actividades turísticas dentro de la frontera? ¿Cabe la posibilidad económica de realizar un viaje a Ayacucho?

Factores de influencia en la elección de destinos turísticos.

- ¿Le parece interesante lo que ofrece la ciudad?
- ¿Qué factores influyen en su decisión?
- Dentro de los factores a considerar ¿Qué opina acerca de las rutas y facilidades de acceso?

Conocimiento de la oferta turística a nivel nacional.

- ¿Ha escuchado, oído u obtenido información acerca de la oferta turística nacional?
- ¿Le han promocionado las bondades de Ayacucho?

La fiabilidad del uso del instrumento elegido se realizó por fidelidad a las fuentes y publicidad en el registro, triangulación. La fiabilidad se llevará a cabo con el registro de los datos obtenidos mediante grabaciones de audio y fotos de las entrevistas realizadas.

La validez del instrumento se dio mediante el criterio de jueces, se entrevistó a dos especialistas en la materia de esta investigación para que ellos puedan brindar sus apreciaciones acerca del contenido de la guía no estructurada y su injerencia en la investigación.

Los profesionales que brindaron sus valiosos aportes fueron:

- Dr. Jaime Raúl Castro Contreras, sociólogo egresado de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y del Curso de Defensa Continental del Colegio Interamericano de Defensa, ex Secretario General de la Contraloría General de la República, especializado en asuntos de Defensa Nacional, Seguridad Hemisférica, geopolítica y relaciones civil-militares.
- Mg. Miguel Ezequiel Arroyo Rizo Patrón, gestor de negocios de IPPEU, Ingeniero egresado en la Universidad de Lima, Magister en Calidad Superior de la Universidad Complutense de España, consultor en Investigación de Mercado en Exportación y cadena productiva.

Dentro de las observaciones recibidas para la construcción del instrumento se puede destacar la orientación social de la entrevista para poder determinar cuál era la opinión de la muestra al respecto y la influencia de estas percepciones respecto a los objetivos. Asimismo se mejoro considerablemente la estructura siguiendo las recomendaciones de de los expertos en mención, evaluando el instrumento en cuanto al diseño, descripción, objetivos y ventajas del uso de la entrevista a profundidad.

3.4. Procedimiento

La presente investigación se realizará ejecutando el siguiente procedimiento para la entrevista a profundidad:

1. Se procedió a ubicar a la muestra en los dos lugares previamente definidos, La Plaza Mayor de Lima y Parque Central Kennedy de Miraflores para realizar las entrevistas a profundidad.
2. La muestra se seleccionó de manera seriada, teniendo como criterio para la siguiente elección los datos ya obtenidos y qué tipo de participante los ha proporcionado.
3. Es conveniente abordar ambos tipos de grupo muestral, tanto los peruanos como los extranjeros a fin de obtener una muestra representativa para la investigación.

4. Al concluir cada entrevista a profundidad, se entregará un obsequio al participante así como un tríptico de información turística de la Región Ayacucho, a fin de comprometerlo con la causa de la investigación.
El tríptico se imprimirá en español e inglés y se obsequiará dependiendo a qué grupo muestral pertenezca el entrevistado.
5. El proceso de muestreo se irá ajustando en base a la información obtenida secuencialmente, a medida que se vayan recabando los datos.
6. Se realizó la transcripción de los datos e información obtenida, la organización de los datos se realizará en Word 2007.
7. Una vez recabada la información, se realizó el análisis respectivo y la depuración de los datos.
8. Se procedió a efectuar la técnica de categorización a fin de analizar las respuestas fieles de la muestra y como afectan a la investigación.
9. Para la realización de algunos gráficos se hizo uso de PowerPoint 2007.

Se realizará el siguiente procedimiento para la revisión documentaria:

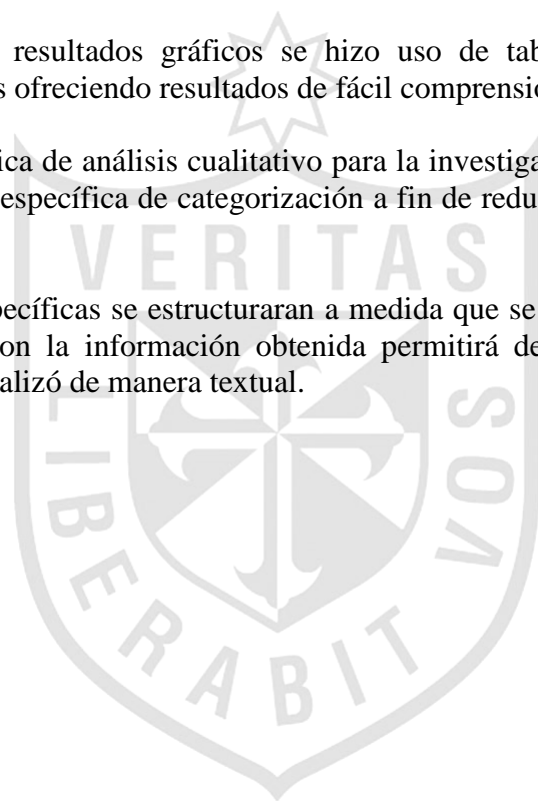
1. Se definió el marco conceptual del tema y se investigará en base a las experiencias exitosas relacionadas al tema.
2. Se revisó bibliografía especializada en el tema, conceptos básicos.
3. Se revisó revistas y publicaciones especializadas.
4. Se investigaron temas de administración de turismo, negocios derivados del turismo y tratados especializados en planes estratégicos turísticos a nivel nacional.
5. Una vez recabada la información, se realizó el análisis respectivo. Para el diseño de gráficos y mapas conceptuales se hará uso de Word 2007 y PowerPoint 2007.

3.4.1. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Se tomara en cuenta el siguiente esquema:

1. Se realizó la transcripción fiel de cada entrevista a profundidad realizada, obteniendo así tantas unidades de registro como entrevistas realizadas. Las entrevistas se registraron por medio de grabaciones de audio y/o video.

2. Para la realización de la transcripción se hizo uso de MsWord, se usará esta herramienta para efectos de organización de la información.
3. Se procedió a tener una copia de seguridad en CD a fin de evitar la pérdida parcial o total de la información.
4. Se realizó un resumen de dicha transcripción a fin de establecer patrones de respuesta que nos ayuden con la organización de los datos para la conclusión de la investigación.
5. La organización de los datos y su almacenamiento se realizaron mediante Word 2007 y sus herramientas.
6. Para efectuar los resultados gráficos se hizo uso de tablas en Excel 2007, se tabularon los datos ofreciendo resultados de fácil comprensión.
7. Se empleó la técnica de análisis cualitativo para la investigación y dentro de esta se empleó la técnica específica de categorización a fin de reducir y organizar los datos obtenidos.
8. Las categorías específicas se estructuraran a medida que se consiga la información. La familiaridad con la información obtenida permitirá definir las categorías. La transcripción se realizó de manera textual.



CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados de la investigación

En este capítulo se analiza cómo la información obtenida a través de las entrevistas a profundidad, contribuyen al cumplimiento de los objetivos, además tal como se detalló previamente se recurrirá a la revisión documentaria, consultando fuentes y casos que respalden el sentido de la investigación.

Los resultados de la investigación se obtienen haciendo uso de técnicas de manejo de datos como la técnica de categorización, análisis comparativo de las hipótesis con las conclusiones de la investigación y la revisión bibliográfica que complementa el trabajo de campo realizado.

4.1.1. Categorización

Inicialmente se realizó la categorización a fin de reducir y organizar los datos obtenidos del estudio de campo. Los datos han sido revisados extensamente y plasmados en categorías para resumir los resultados finales. Las categorías se esquematizaron tomando como referencia los objetivos de la investigación, cada respuesta alimenta la obtención de estos objetivos.

Para cada categoría se elegirán algunos comentarios de los entrevistados que serán transcritos textualmente. Veamos a continuación las unidades definidas:

Destinos preferidos para hacer turismo

Las preguntas que dieron origen a esta unidad se realizaron con el fin de establecer cuáles eran las preferencias de los potenciales turistas en el momento de elegir un destino turístico. A continuación se detalla algunas respuestas textuales de los entrevistados:

Cusco y Chachapoyas (Peruano, femenino, 32 años), *Cusco, Ica, chancay* (Peruano, masculino, 26 años), *Cusco, Trujillo, Tacna* (Peruano, masculino, 35 años).

Posibilidad de viajar a Ayacucho

En esta unidad se trató de colocar al potencial turista en un escenario eventual en el que le damos a elegir como alternativa, el viajar a Ayacucho a hacer turismo. A continuación se describe las respuestas textuales de la muestra:

“No. Porque yo creo que queda el estigma del terrorismo” (Peruano, masculino, 30 años), *“En realidad he considerado viajar a Ayacucho, pero lamentablemente no lo he realizado por temor a las carreteras o a tener algún accidente en el traslado a*

Ayacucho” (Peruano, femenino, 25 años), “*No por ahora hasta que sea más conocido y menos peligroso*” (Ingles, masculino, 32 años)

Aspectos que influyen al momento de elegir un destino turístico

En esta unidad se procura entender el comportamiento del potencial turista al momento de elegir un destino turístico, que factores considera a favor o en contra y que atributos son los que generan más valor para él. La transcripción fiel de las respuestas sigue a continuación:

“Las carreteras, como uno llega a la central, si tengo familia en la provincia también importa” (Peruano, masculino, 56 años), *“Numero uno que haya buena infraestructura o sea buenos hospedajes que el precio no sea muy alto numero dos me gusta ir a lugares donde divertirse donde poder justamente distraerse, numero 3 que haya seguridad, como mayormente en provincia te movilizas en taxis entonces en la ciudad es más segura como que tu normal puedas subirte a un taxi con la seguridad que no te va a pasar nada”* (Peruano, femenino, 29 años), *“Las alternativas de diversión, la seguridad”* (Peruano, masculino, 30 años).

Lugares más conocidos de Ayacucho

Para conocer cuál es la situación de Ayacucho en la percepción y conocimiento de la muestra, se creó esta unidad para detectar la posición de la región como destino turístico. Algunas transcripciones de la entrevista relatan lo descrito:

“De Ayacucho conozco la plaza de armas, normalmente en Semana Santa me acuerdo de las catedrales de la plaza de arma recuerdo” (Peruano, masculino, 37 años), *“Ah si la plaza desolada, la catedral, de allí también me fui a un restaurante estaba en la punta de un mirador que a la vez era restaurant”* (Peruano, femenino, 29 años),

Mejor fecha para visitar Ayacucho

En esta unidad se define el conocimiento de la oferta turística de la Región Ayacucho. Lamentablemente la difusión de las bondades de la región no se ha realizado, sin embargo mediante la categorización podemos rescatar el fuerte vínculo entre Semana Santa y la región de Ayacucho:

“Yo viajo generalmente los días feriados largos, me gustaría ir en Semana Santa se que haya hay una bonita costumbre en Semana Santa y me gustaría verlo y conocer sobre el lugar y pasar con ellos esos días tan especiales no” (Peruano, femenino, 25 años), *“Para visitar Ayacucho definitivamente tiene que ser en Semana Santa”* (Peruano, masculino, 37 años).

Imagen social de la Región Ayacucho

Considerado uno de los puntos medulares de esta investigación, esta unidad es reveladora respecto a la hipótesis de que la región posee una imagen de ciudad insegura

e inestable que mella en su desarrollo. A continuación, algunas transcripciones de la muestra:

“Como una ciudad de la sierra la gente es un poco diferente al norte, o de la selva, como que Ayacucho la encuentro una ciudad con gente que tiene más desconfianza, cuando recibe la gente una vez que la conoce se abre completamente” (Peruano, masculino, 37 años), *“Lamentablemente es una ciudad que despierta temor por el terrorismo”* (Peruano, masculino, 26 años).

“Ayacucho es una ciudad muy golpeada la gente es muy golpeada son vinculados como le decía hace unos momentos con el terrorismo seguramente todavía quedan rezagos pero con la educación yo creo que la ciudad va a salir adelante con educación y apoyo del gobierno, creo que los recursos necesario no han sido asignados todavía a Ayacucho. Esta ciudad que viene desarrollándose poco a poco por lo que tengo entendido todavía se encuentra gran parte de la ciudad en la pobreza pero tiene una opción cultural turística muy importante y eso sería lo que más me atraería” (Peruano, masculino, 30 años)

4.1.2. Resultados de la investigación

El fin de la investigación consiste en identificar que elementos potenciales podemos administrar en Ayacucho para impulsar el turismo tomándolo como herramienta de desarrollo económico, social y cambio a una imagen positiva para la región, así mismo describir la situación turística actual en Ayacucho para poder proponer alternativas de solución a la medida de la situación.

Es necesario identificar cual es la imagen que proyecta Ayacucho hacia los turistas nacionales y extranjeros como destino turístico con el fin de transformar y hacer mucho más atractiva a la demanda turística esta hermosa región.

A través de los instrumentos usados en esta investigación se podrá analizar cuáles son las principales actividades económicas vinculadas directamente a la actividad turística que podrían desarrollarse dentro de la Región Ayacucho y partiendo de esta premisa mencionar cuáles son los destinos turísticos menos visitados dentro de Ayacucho que cuentan con potencial para desarrollarse como oferta turística.

Los resultados obtenidos de la investigación a través de la entrevista a profundidad y la revisión documentaria se resumen en la siguiente descripción, alineada a nuestros objetivos:

4.1.2.1. Elementos potenciales que podemos administrar en Ayacucho para impulsar el turismo y que esta actividad se constituya como herramienta de desarrollo integral y cambio a una imagen positiva para la región.

Basados en la revisión documental podemos concluir que los elementos turísticos que podemos potencializar dentro de la Región Ayacucho a fin de constituirlos como plataforma de desarrollo son la oferta y la demanda turística, las entidades administrativas públicas y privadas que gestionan las acciones del sector, los operadores turísticos y los atributos propios de Ayacucho como su cultura, geografía, arquitectura e historia.

Estos elementos potenciales deben gestionarse de manera tal que formen una dinámica integrativa y de colaboración, es decir, que cada uno de estos elementos trabaje en sociedad con los demás, esto es necesario porque ya se han visto situaciones en el cual la oferta no está acorde a la demanda, la demanda no es satisfecha por la mala administración a todo nivel, los operadores turísticos no están bien administrados para responder a la demanda, etc.

La investigación, a través de la entrevista a profundidad, reflejó que Ayacucho es una de las ciudades con menor difusión turística, la muestra confirmo que, la poca información turística que tenían provenía de otras fuentes ajenas al marketing de las instituciones responsables del sector.

Según MINCETUR la visión al 2014 del Plan Regional de Ayacucho (PERTUR) realizado entre los años 2004 y 2009 debe ser: *“La Región Ayacucho es un destino turístico permanente, articulado a los principales corredores turísticos de la zona turística sur (Ica, Apurímac y Cusco) y posicionado competitivamente en el ámbito nacional e internacional por su patrimonio arqueológico, histórico y cultural. La población, instituciones públicas y privadas, así como los empresarios han desarrollado una alta conciencia turística y comparten organizadamente la responsabilidad del desarrollo turístico en la región”*.

Al 2011, Ayacucho continúa con los mismos problemas detectados en PERTUR, una oferta turística pobre y una difusión deficiente de sus atributos, a esto se suma que la inversión pública se deriva a actividades económicas, sociales y asistencialistas descuidando el verdadero foco de desarrollo que es el sector productivo como el turismo y la artesanía.

El siguiente gráfico refleja la importancia de los elementos turísticos para el desarrollo de la región:

Gráfico N° 4
Elementos turísticos potenciales por desarrollar

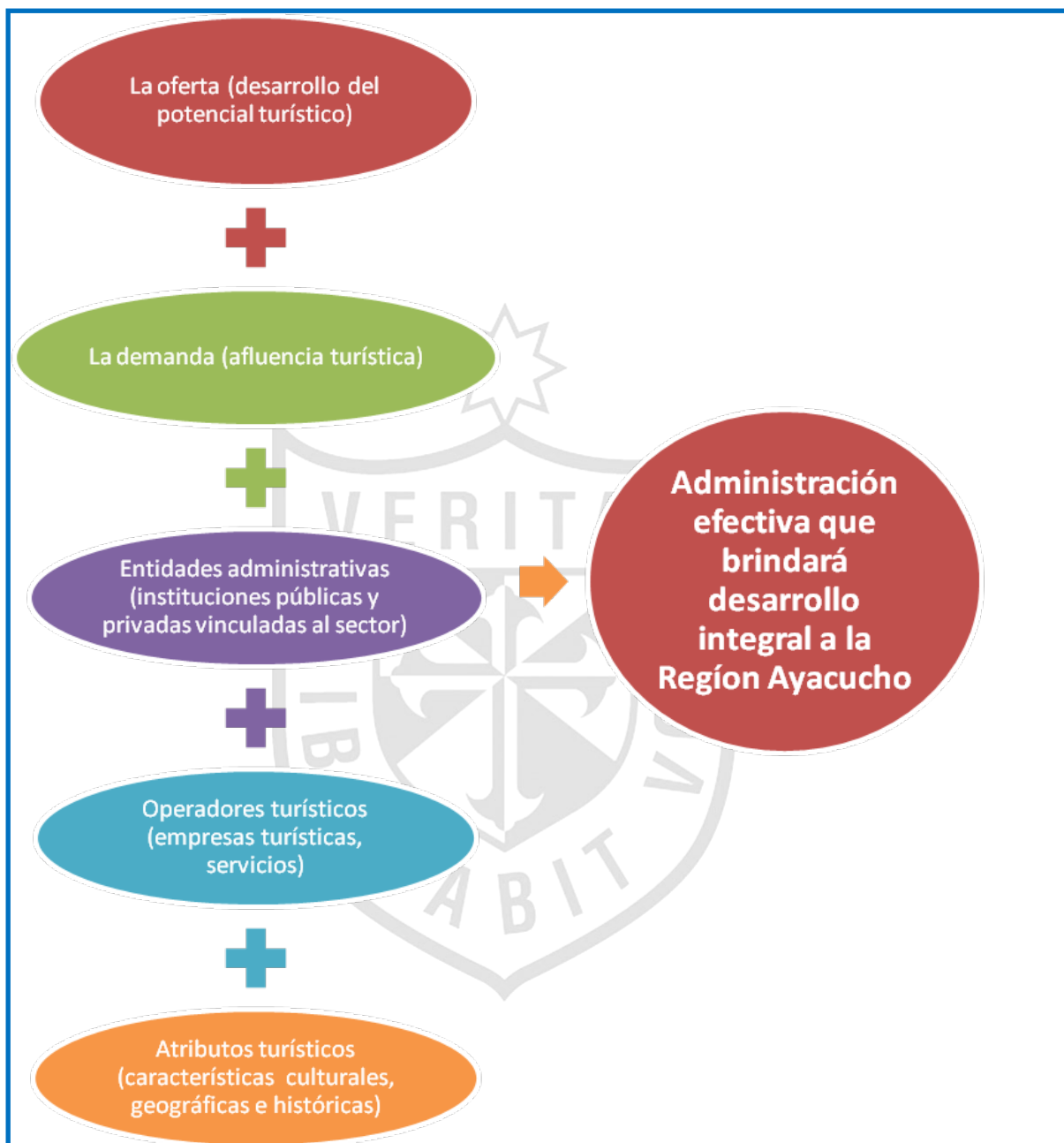


Gráfico: Elementos turísticos potenciales por desarrollar

Elaboración: Elaboración propia sobre la base de las entrevistas a profundidad y la revisión documentaria.

4.1.2.2. Reconocimiento de los destinos turísticos dentro de la Región Ayacucho. Conocimiento adquirido por difusión y marketing turístico.

Es un sentir general que, si hablamos de desarrollo a través del turismo, Ayacucho es una de las ciudades más abandonadas, es así que la entrevista a profundidad nos señala que la mayoría de la muestra nota que no hay una difusión constante de los beneficios de Ayacucho como oferta turística.

Ayacucho cobra protagonismo solo una semana al año, el único momento en el que se ofrece la alternativa de visita al turista es en Semana Santa, cayendo en un síndrome de estacionalidad tan fuerte que solo se puede contar con gran afluencia turística en esta temporada.

Es necesario contar con un plan estratégico de desarrollo de nuevos puntos turísticos para ampliar la oferta de alternativas a la población y hacer más atractiva a la región. Veamos el gráfico N°5 que detalla la oferta turística más reconocida en Ayacucho, lamentablemente este reconocimiento es pobre y poco claro.

Grafico N° 5
Reconocimiento de la oferta turística de Ayacucho

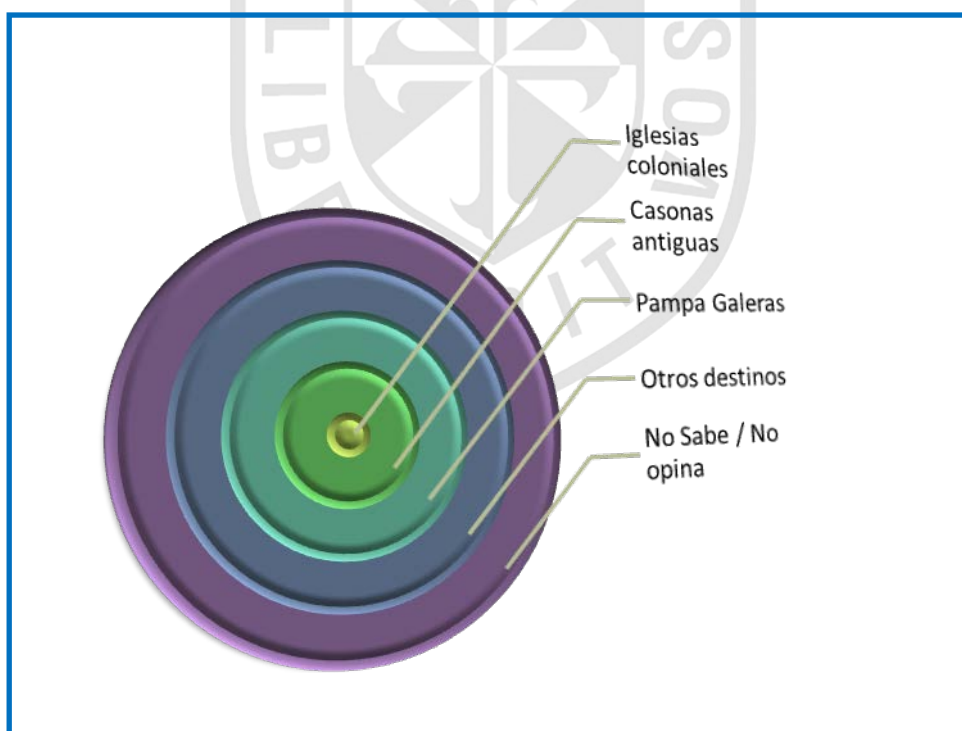


Gráfico: Reconocimiento de la oferta turística de Ayacucho

Elaboración: Elaboración propia sobre la base de las entrevistas a profundidad.

4.1.2.3. Destinos turísticos menos visitados dentro de Ayacucho que cuentan con potencial para desarrollarse como oferta turística.

Dentro de la entrevista a profundidad se mencionaron destinos turísticos como Titancayoc (bosque de puyas más grande del mundo), Intiwatana (complejo arqueológico, antiguo descanso inca), Pikimachay (cueva donde se hallaron los fósiles humanos más antiguos del Perú), Vilcashuaman (ciudad histórica donde se halla el templo del sol y la luna y la pirámide de Ushnu), Pampa Galeras (reserva andina más importante de la región), la laguna de Parinacochas y el complejo arqueológico de Caniche, destinos a los que la muestra respondió desconocer.

De la muestra entrevistada solo el 14% manifestó tener un somero conocimiento de estos destinos turísticos que podrían constituirse como primer paso de oferta turística novedosa por gestionar, mientras el 79% confirma que no tiene ningún conocimiento acerca de estos destinos como veremos en el Gráfico N° 6.

Gráfico N° 6
Conocimiento de los destinos potenciales dentro de Ayacucho
Porcentajes

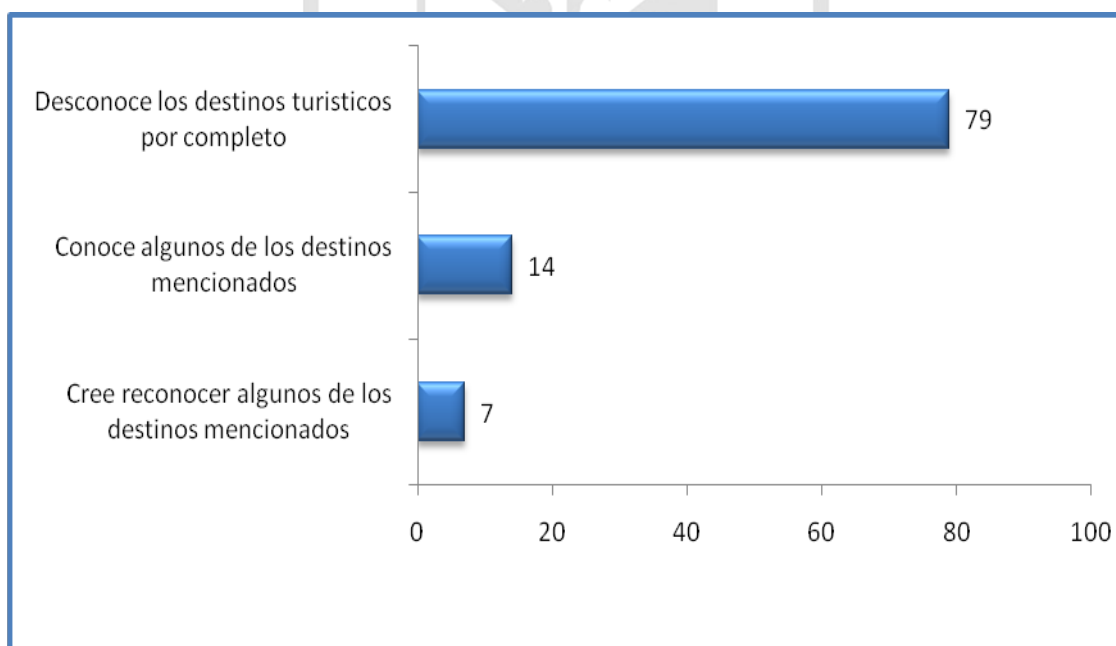


Gráfico: Conocimiento de los destinos potenciales dentro de Ayacucho. (n=16)

Elaboración: Elaboración propia sobre la base de las entrevistas a profundidad.

Definitivamente, un problema álgido dentro de los factores que influyen en la poca afluencia del turismo en Ayacucho es la mínima difusión de las bondades de la provincia, es así que el 31% de la muestra manifestó que su desconocimiento se debe a la poca información que recibe de parte de los medios.

Una difusión turística limitada influye en la decisión de los potenciales turistas, quienes al no conocer que le ofrece la provincia optan por destinos mucho más comerciales. Veamos el Gráfico N° 7.

Gráfico N° 7
Consecuencias la poca difusión de destinos turísticos en Ayacucho

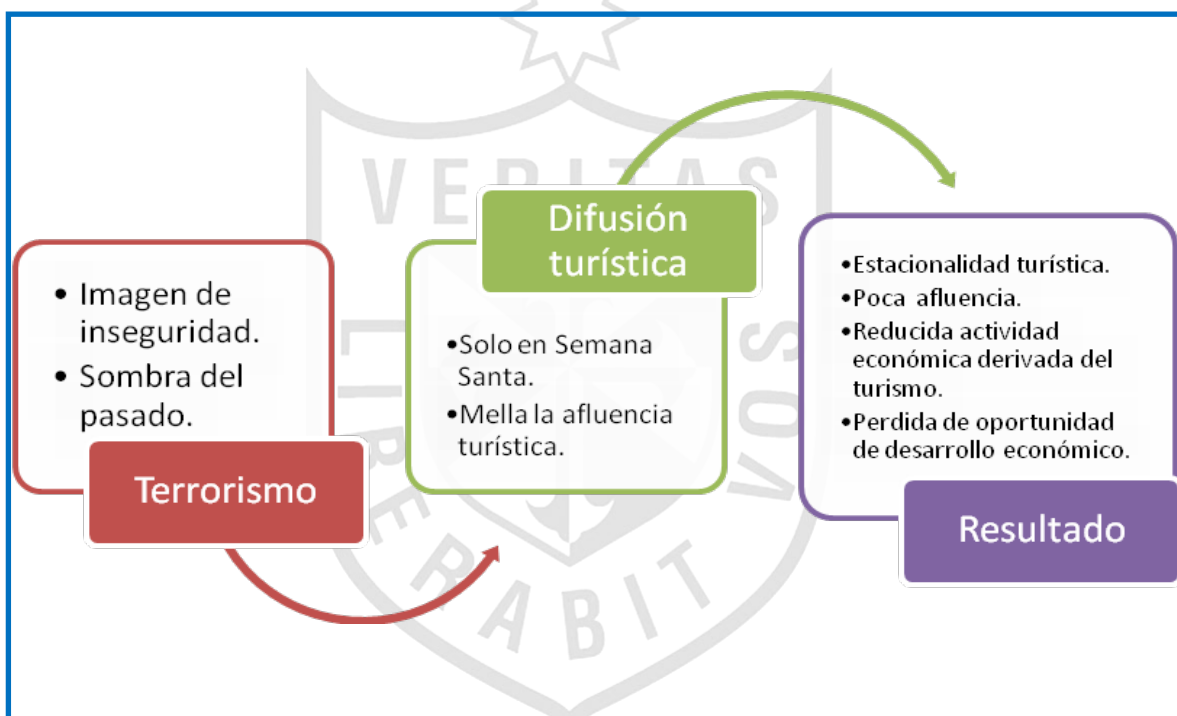


Gráfico: Consecuencias la poca difusión de destinos turísticos en Ayacucho

Elaboración: Elaboración propia sobre la base de las entrevistas a profundidad.

4.1.2.4. Principales actividades económicas vinculadas directamente a la actividad turística que podrían desarrollarse dentro de la Región Ayacucho.

Las actividades económicas vinculadas al turismo son innumerables, ya que el turismo, como generador de recursos por excelencia, al ser administrado correctamente, genera un alza en la demanda de servicios varios y eleva el consumo.

Dentro de las actividades económicas Ligadas directamente al turismo resaltan principalmente las actividades terciarias, que se refieren a todas aquellas actividades intangibles pero, también se dinamizan las actividades primarias y secundarias.

Hauyón (2006) define a las actividades terciarias como actividades prioritariamente de servicios, es decir, aquellos que brindan valor pero no se ven, como las telecomunicaciones, la informática, el turismo, transporte, gastronomía, etc. La economía del siglo XXI son los servicios ya que los países Ricos centran su economía en el desarrollo de estas actividades.

En la siguiente tabla se refleja el porcentaje que destinan los países a cada tipo de actividad comparado con el nuestro:

Tabla N° 8
Comparación del tipo de actividad económica de los países ricos y el Perú
Porcentajes

Competitividad	Países desarrollados	Perú
Economía primaria	0	74.52
Economía secundaria	10	24.67
Economía terciaria	90	0.81

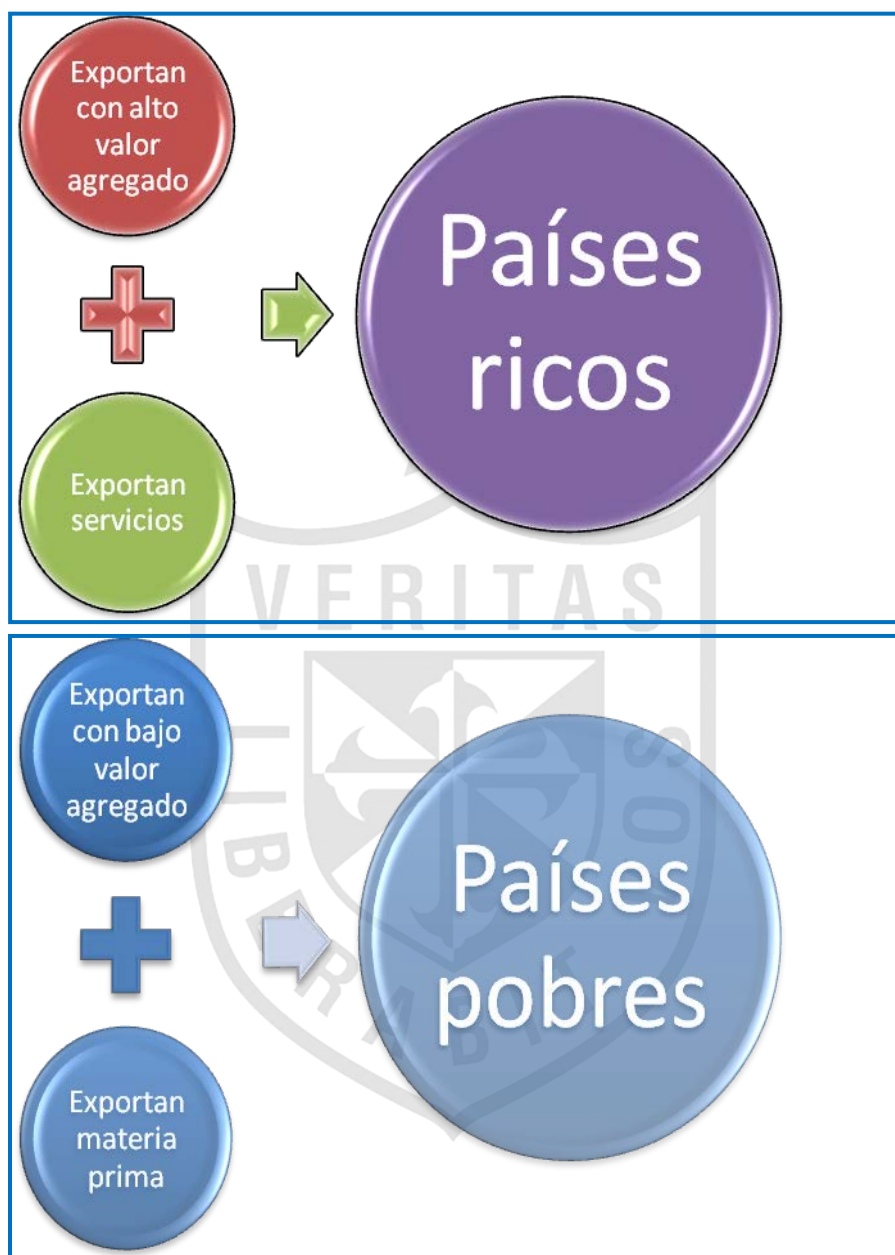
Fuente: Banco Central De Reserva del Perú 2005, Banco mundial y OMC

Elaboración: Propia.

Podemos deducir que la estrategia de los países ricos es concentrarse en las actividades que generan mucho más valor y dejar como actividades complementarias aquellas que de corte básico como la extracción de recursos.

Veamos a continuación el Gráfico N°8 en donde se realiza una comparación entre la estrategia realizada por los países ricos y pobres.

Gráfico N° 8
Estrategia económica de los países según su situación



Fuente: Hautyón (2006), Turismo, El futuro del Perú.

Elaboración: Propia sobre la base de la revisión documental.

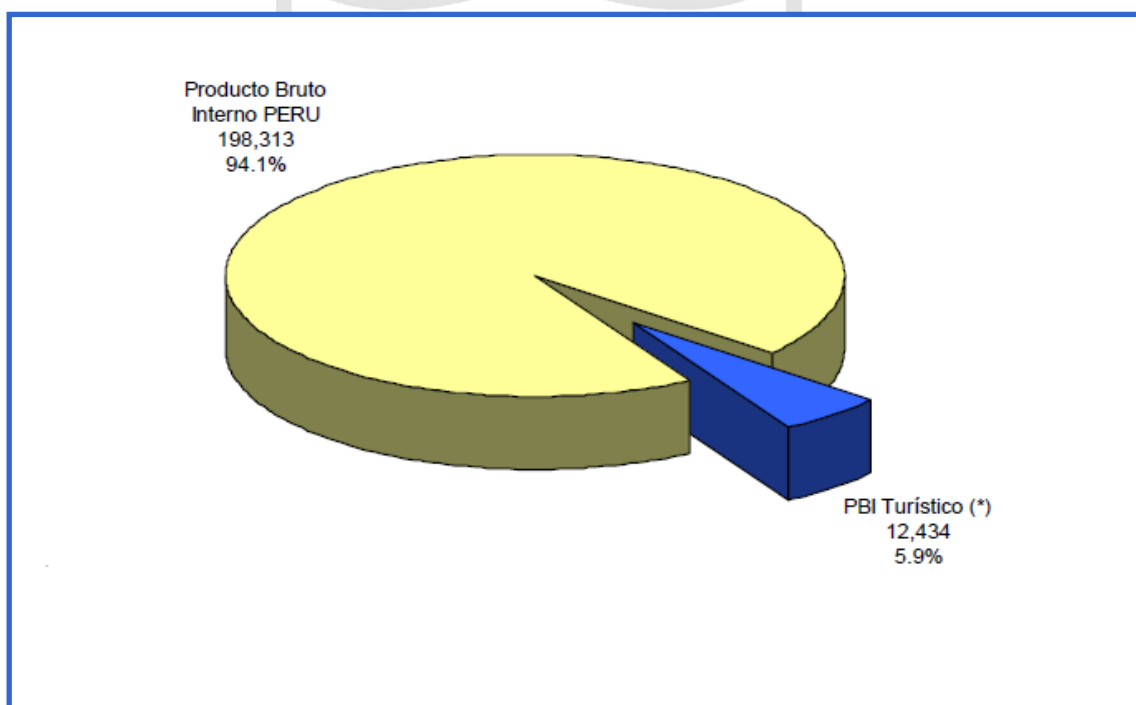
Las actividades terciarias desencadenarán que las actividades primarias (Extracción directa de recursos naturales) y secundarias (transformación de materia prima con valor agregado) también se incrementen. Si el turismo crece se necesitarán más alimentos para satisfacer la necesidad de los visitantes (pesca, agricultura, ganadería), asimismo se

necesitarán productos industriales, artesanías, construcciones, infraestructura en hoteles, vajillas en restaurantes, etc.

El turismo está estrechamente vinculado a todas las actividades económicas directa e indirectamente, el incremento de demanda turística generará oportunidades de mejora en carreteras, transporte, infraestructura regional, etc.

Respaldándonos en cifras económicas de MINCETUR podemos tomar como modelo la importancia de las actividades turísticas en nuestro país, actividad que ésta investigación pretende colocar como bandera para Ayacucho.

Gráfico N° 9
Aporte del turismo a la economía peruana.
Valores corrientes en miles de nuevos soles – Año 2003

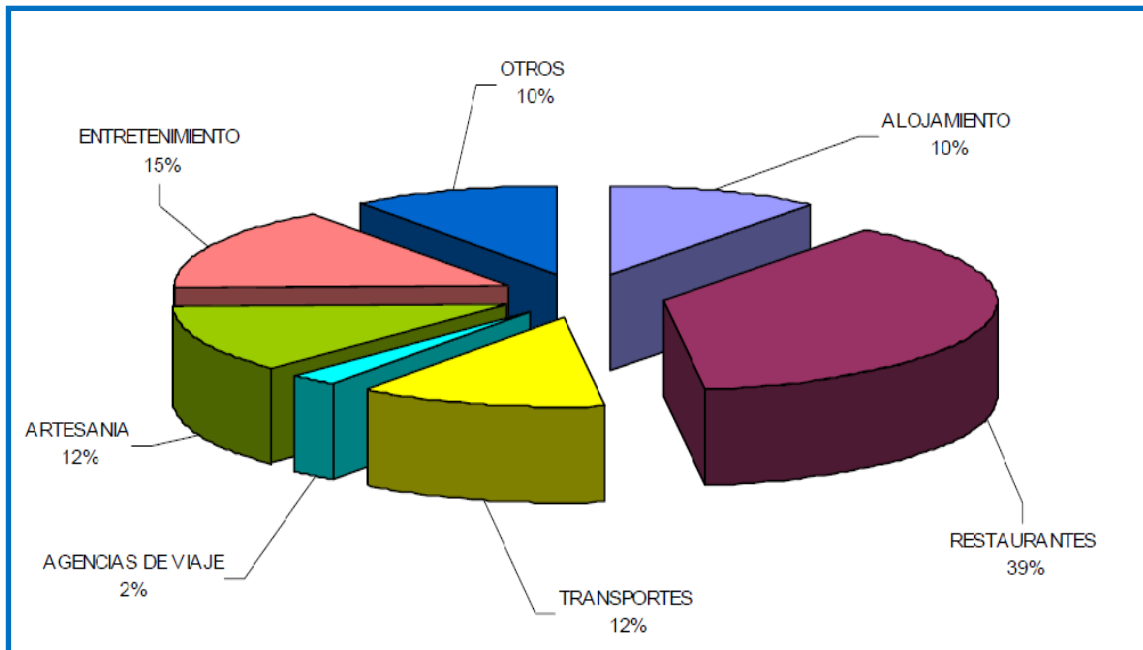


Fuente: INEI / Cuentas Nacionales (Cifras Preliminares)

Elaboración: MINCETUR / VMT / Of. de Investigación y Facilitación Turística / CST

Dentro del aporte del turismo al PBI nacional podemos determinar algunas actividades económicas ligadas al turismo de importante consideración.

Gráfico N° 10
Distribución de la población ocupada en actividades turísticas directas



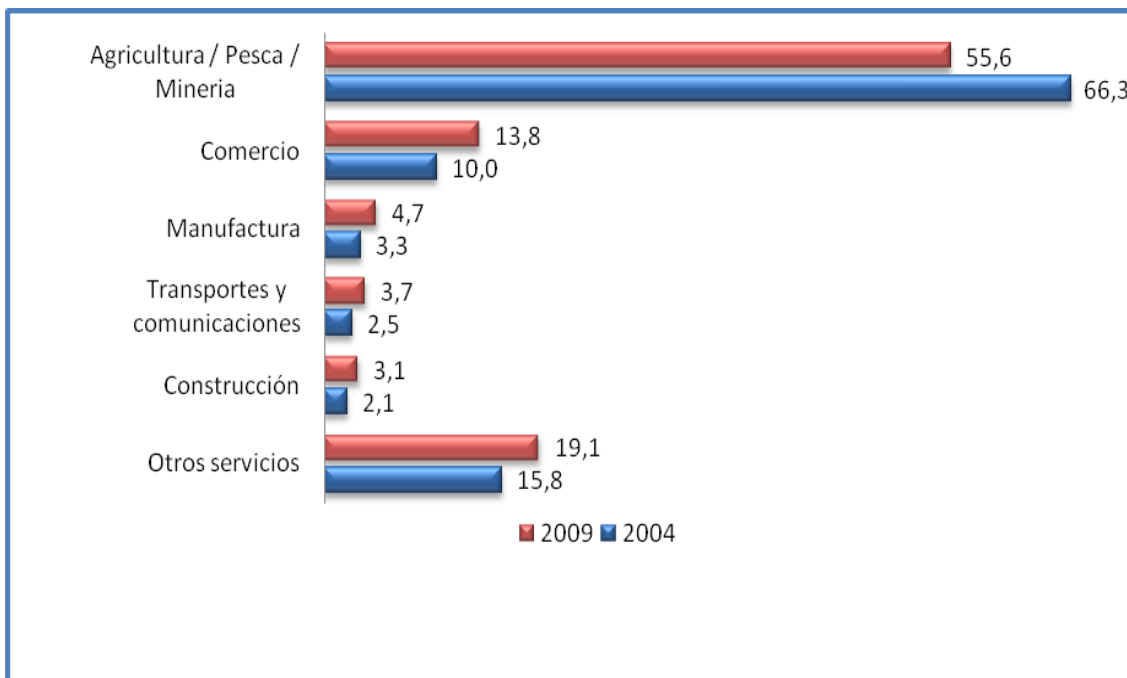
Fuente: INEI

Elaboración: MINCETUR-VMT/ Of. General de Investigación y Facilitación Turística - CST

4.1.2.5. Situación actual del turismo en Ayacucho desde el enfoque de actividad comercial para orientar el aporte de la investigación hacia temas que no se hayan tratado.

Podemos apreciar que, en la ciudad de Ayacucho, la actividad turística no cobra relevancia. Según datos de INEI (2010) el turismo no es una actividad representativa de la región, Ayacucho es una ciudad prioritariamente agricultura, la mayoría de sus pobladores se dedican a actividades de extracción de recursos dejando en segundo plano la manufactura e industrialización y en último lugar la venta y desarrollo de servicios.

Gráfico N° 11
Ayacucho: PEA ocupada por rama de actividad, 2004 y 2009
Porcentaje



Fuente: INEI-Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO) 2004 y 2009

Elaboración: INEI.

La investigación busca colocar a la actividad turística en un primer lugar de enfoque de desarrollo de actividades generadoras de valor a nivel económico que se traducen en un auge integral para la región. Adicional al apoyo de la revisión documentaria, la investigación realizada nos revela que Ayacucho no se encuentra dentro de los destinos turísticos por visitar en el caso de optar por realizar turismo interno.

El 91% de los entrevistados mostraron claras preferencias por visitar otros destinos mientras el 9% restante no tenía claro sus futuros destinos turísticos pero, aún así, no optaban por Ayacucho.

Gráfico N° 12
Preferencias en destinos turísticos
Porcentajes

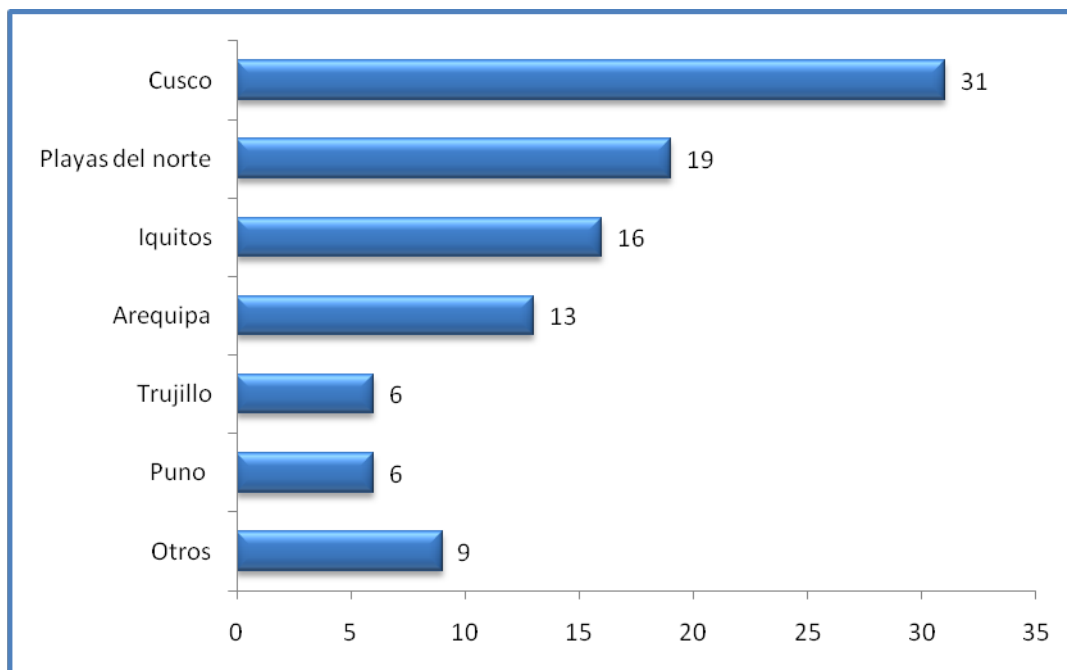


Gráfico: Preferencias de destinos turísticos. (n=16)

Elaboración: Elaboración propia sobre la base de las entrevistas a profundidad.

4.1.2.6. Imagen que proyecta Ayacucho, como destino turístico, hacia los turistas nacionales y extranjeros.

Ayacucho es una región con un sinnúmero de alternativas turísticas, sin embargo, la investigación arroja que los potenciales turistas no conocen las alternativas de visita y destinos turísticos que tendrían dentro de la región.

La entrevista a profundidad permitió determinar que el destino turístico por excelencia en la Región Ayacucho es su plaza central por sus emblemáticas Iglesias, seguido por la capital de la región, Huamanga. El limitado conocimiento de la oferta turística radica principalmente en la poca difusión de las bondades de Ayacucho por parte de las entidades responsables.

El 35% de los entrevistados manifestaron que no han recibido mucha información acerca de Ayacucho y, que el poco conocimiento que tienen de la ciudad, es por temas referentes a la época del terrorismo y la violencia acaecida décadas atrás, seguido por un 26% que no manifestó opinión alguna porque aludían no conocer nada acerca de la región.

Gráfico N° 13
Evaluación de la imagen de la Región Ayacucho

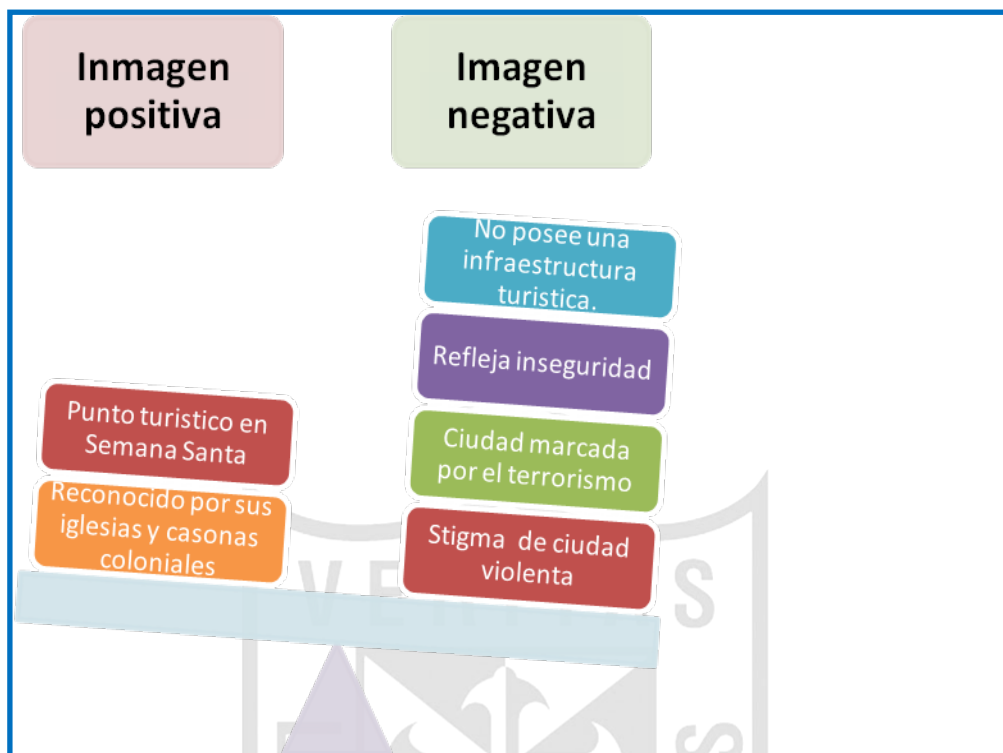


Gráfico: Evaluación de la imagen de la Región Ayacucho

Elaboración: Elaboración propia sobre la base de las entrevistas a profundidad.

4.1.2.7. Influencia de la Imagen que proyecta Ayacucho actualmente en su desarrollo.

Uno de los propósitos de la investigación es determinar si la imagen que proyecta Ayacucho es la adecuada para contribuir con la atracción de demanda turística y constituirse como oferta turística nacional y exportable, la percepción original, fue que la región no contaba con una imagen como respaldo, es más, la investigación arroja que ese es el verdadero talón de Aquiles que mella su desarrollo.

La mayoría de la muestra manifiesta que la sombra del terrorismo aún está vigente y crea una atmosfera de inseguridad para los potenciales turistas.

Veamos el Gráfico N° 14 que refleja el resultado de la percepción de los potenciales turistas respecto a los problemas que limitan el desarrollo de Ayacucho.

Gráfico N° 14
Problemática de la Región Ayacucho



Gráfico: Problemática de la Región Ayacucho

Elaboración: Elaboración propia sobre la base de las entrevistas a profundidad

4.2. Discusión de resultados

4.2.1. Análisis de Validez

Considero mencionar, como preámbulo a la discusión de resultados, que los instrumentos utilizados (revisión documentaria y entrevista a profundidad), cumplen con su función de instrumentos fiables y válidos para la obtención de información.

La revisión documentaria se llevó a cabo en bibliotecas y hemerotecas especializadas al tema, consiguiendo así, información esencial para los resultados. Se consulto artículos de corte turístico y administrativo que complementaron los resultados obtenidos a través de la entrevista a profundidad.

La estructura seguida en la entrevista a profundidad fue sometida al criterio de jueces expertos quienes observaron y recomendaron mejoras para la obtención de resultados lo más precisos posibles.

La entrevista a profundidad se realizó cumpliendo con los criterios de exclusión e inclusión para obtener la información pertinente, veraz y representativa de la muestra, que fue seleccionada, siguiendo el concepto de punto de saturación.

Durante la investigación surgieron ciertas limitaciones entre las cuales destacan:

- La inseguridad que se vive en la ciudad de Lima limita el acceso a la muestra ya que las personas se manifiestan reacias a ser abordados en los lugares como la Plaza Mayor y el parque Kennedy de Miraflores, lugares escogidos para la elección de la muestra, era vital buscar a la muestra en sitios estratégicos de gran afluencia turística.
- Otra limitación encontrada es el respaldo como investigador que la muestra solicitaba, se tuvo que improvisar un fotocheck con foto y datos así como la presentación del carnet universitario a fin de respaldar el propósito.
- Se procuro guardar reserva del verdadero propósito de la investigación a fin de no influir en las respuestas de los entrevistados. En varias situaciones se tuvo que explicar ampliamente acerca de la investigación, pero, siempre se trato de no indicar apreciaciones personales que influyeran en la muestra.

4.2.2. Comparación de resultados

Respecto a los resultados obtenidos en la investigación, estos fueron contundentes respecto a temas que mellan la afluencia turística en la región. El sentido de la investigación es descubrir que aspectos contraen la demanda turística en Ayacucho y no permiten usarla como plataforma de desarrollo.

Cabe mencionar que la investigación no solo pretende demostrar que existen muchos aspectos por mejorar a fin de alcanzar el tan anhelado desarrollo de la región, también pretende proponer alternativas de solución basándonos en el trabajo de la imagen y de los aspectos que percibe los potenciales turistas.

Aramburu (2007), considera que la falta de infraestructura y vías de comunicación constituye uno de los factores que afectan las actividades económicas de Ayacucho, sin embargo en la investigación pudimos constatar que no solo afecta al transporte de mercaderías producto del agro, también afecta al turismo.

El 23% de la muestra tomada para la investigación, opinó que un factor importante al momento de elegir un destino turístico es la condición, viabilidad y seguridad de

las carreteras, esta confirmación permite tomar en cuenta este aspecto al momento de implementar estrategias de desarrollo basados en la atracción turística.

A continuación se adjunta un gráfico donde se puede visualizar los aspectos que se consideran al momento de elegir un destino turístico:

Grafico N° 15
Aspectos que determinan la elección de un destino turístico
Porcentaje

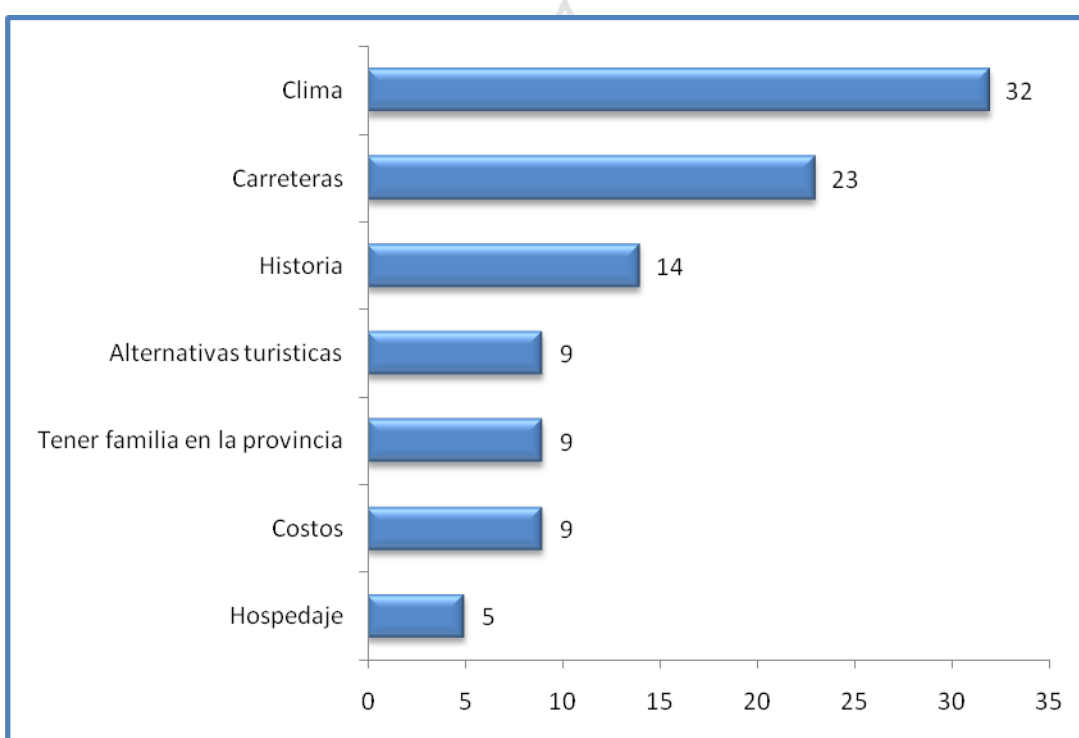


Gráfico: Aspectos que determinan la elección de un destino turístico. (n=16)

Elaboración: Elaboración propia sobre la base de las entrevistas a profundidad.

La investigación permitió conocer las preferencias turísticas respecto a la elección de destinos turísticos. Según PROMPERU (2010) a través de su revista virtual los turistas que visitan nuestro país por medio de agencias turísticas prefieren destinos ampliamente difundidos.

En la siguiente tabla se muestra la preocupante situación de la región en estudio, ya que, según Promperú, Ayacucho no figura en ninguna posición de preferencia. La misma situación se ve reflejada en el turismo interno, ya que los

potenciales turistas nacionales tampoco consideran a Ayacucho dentro de sus opciones, según lo que reveló la investigación realizada.

Tabla N° 9
Preferencia de visita turística

Departamentos visitados	Total %
Lima	100
Cusco	84
Puno	44
Arequipa	28
Ica	27
Madre de Dios	10
Loreto	4
Ancash	3
La Libertad	2
Lambayeque	2
Piura	1
Cajamarca	1
Total turistas que viajaron con agencias de viajes (número de casos)	1,039

Fuente: PromPerú / Perfil Del Turista Extranjero 2009
Elaboración: PromPerú (2009)

A lo largo del tiempo se ha tratado de olvidar el terrible pasado de los 20 años de lucha interna con el terrorismo, hemos tratado de superarlo y efectivamente lo hemos hecho, sin embargo, hay historias que pesan demasiado como para olvidarse por completo.

Esta es la situación que vive Ayacucho, una región que es evidentemente golpeada por su pasado. La investigación demostró que, el 56% opina que el terrorismo y la inseguridad es el principal problema que aqueja a la región, demostrando de esa manera que una situación del pasado aún es una sombra que afecta al presente de Ayacucho.

En el siguiente gráfico se muestra como las opiniones se enfocan mayoritariamente en la seguridad, la imagen y el estigma social que, según la investigación, es algo que debemos superar para lograr los objetivos.

Gráfico N° 16
Mayor problemática de la Región Ayacucho
Porcentaje

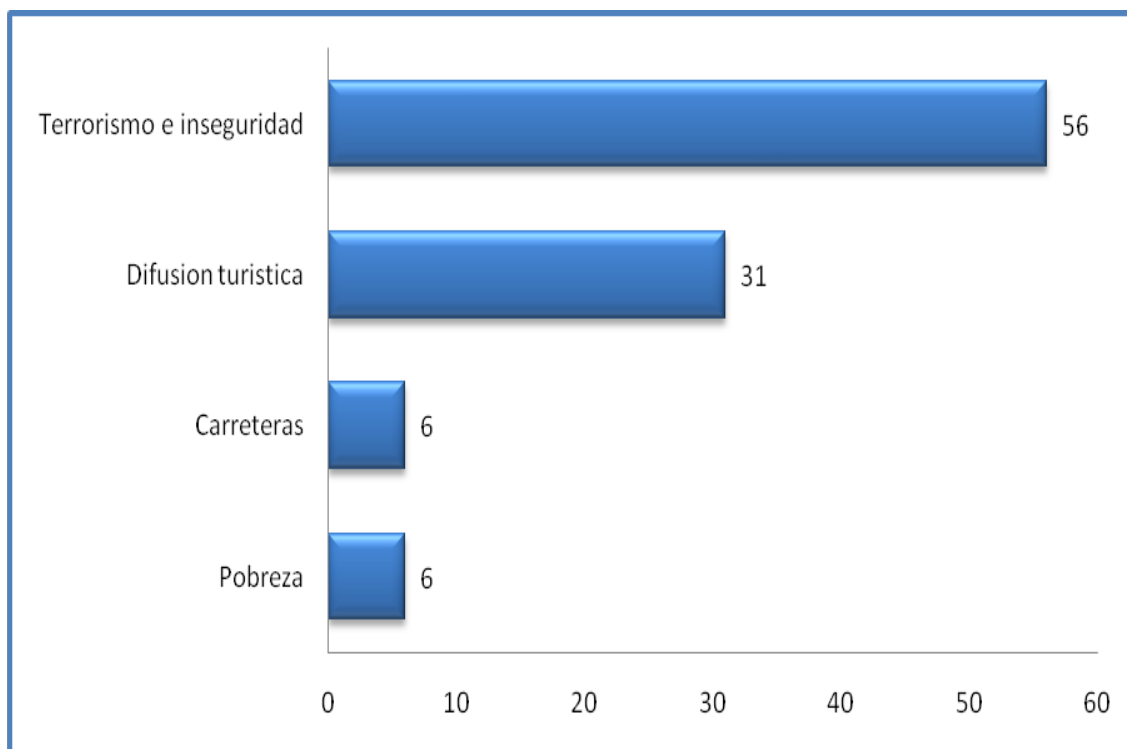


Gráfico: Aspectos que se consideran como la mayor problemática de la Región Ayacucho. (n=16)

Elaboración: Elaboración propia sobre la base de las entrevistas a profundidad.

En busca de una solución ligada al punto anterior, debemos tomar al turismo como una herramienta fundamental para la economía de la región, es de vital importancia tomarla en cuenta y trabajar en el valor agregado que proporcione.

La investigación realizada demuestra que los posibles turistas fijan su interés en una región cuando esta muestra signos de apertura al turismo, seguridad, y alternativas de esparcimiento que van desde lo inusual y aventurero hasta lo tradicional y cultural.

Según, **MINCETUR (2008)**, a través del programa CALTUR, la propuesta de valor para el desarrollo de una región debe tener como pilar el turismo, pero un turismo planificado, eficiente y con calidad.

Al consultar acerca de las alternativas de mejora para la Región de Ayacucho, gran parte de los entrevistados manifestaron que no conocen nada acerca de Ayacucho porque la difusión es pobre, confirmando el papel protagónico que cumple la difusión turística.

La población turísticamente potencial, define en gran parte su elección, por la publicidad y promoción de los diferentes destinos. Cabe mencionar que los resultados de la entrevista arrojaron que el 43% opina que en la difusión turística esta la solución para turistas a Ayacucho.

Observemos el gráfico N°17 que refleja esta realidad.

Gráfico N°17
Propuestas de alternativas de solución para la mejora de la imagen de Ayacucho
Porcentaje

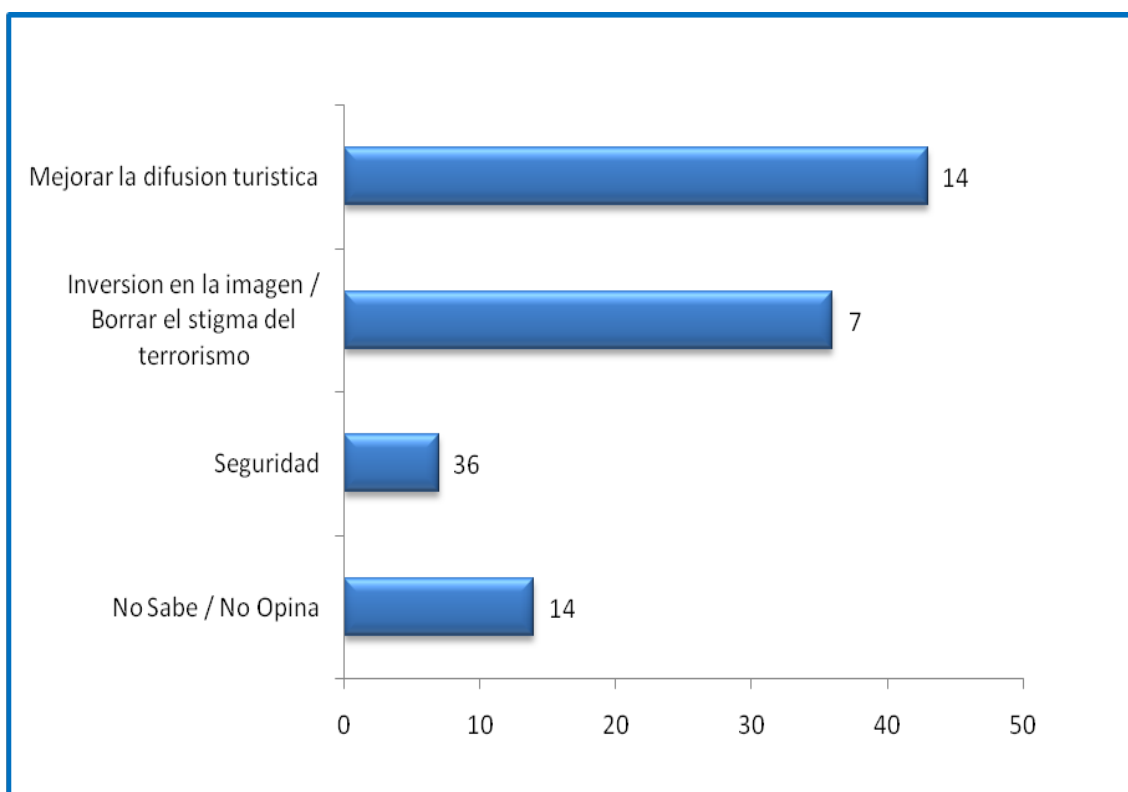


Gráfico: Opinión acerca de las alternativas de solución para la mejora de la imagen de Ayacucho. (n=16)

Elaboración: Elaboración propia sobre la base de las entrevistas a profundidad.

Al proponer el desarrollo y la gestión turística como vía de desarrollo para Ayacucho no se puede dejar de lado la construcción de una “marca región” que potencialice a la ciudad como alternativa de visita.

La investigación arroja que lo que se conoce de Ayacucho es ínfimo, y los que si conocen acerca de la región solo la recuerdan por sus iglesias y festividades de Semana Santa. Este aspecto impide que la región se vuelva turísticamente atractiva las demás fechas del año ocasionando un fenómeno de temporalidad muy marcado.

En nuestro país, extremadamente rico en cultura, cada región cuenta con aspectos típicos que la distinguen, sin embargo en el caso de Ayacucho este aspecto juega un papel tan arraigado que se ha convertido en un problema al querer promocionarla como alternativa turística todo el año.

La investigación realizada demuestra la imagen que tienen Ayacucho como oferta turística y la estrecha relación que se le asigna a la Semana Santa. Veamos el gráfico N° 18 en donde podremos apreciar lo que las personas conocen de Ayacucho.

Gráfico N°18
Conocimiento de los atributos turísticos y culturales de Ayacucho
Porcentaje

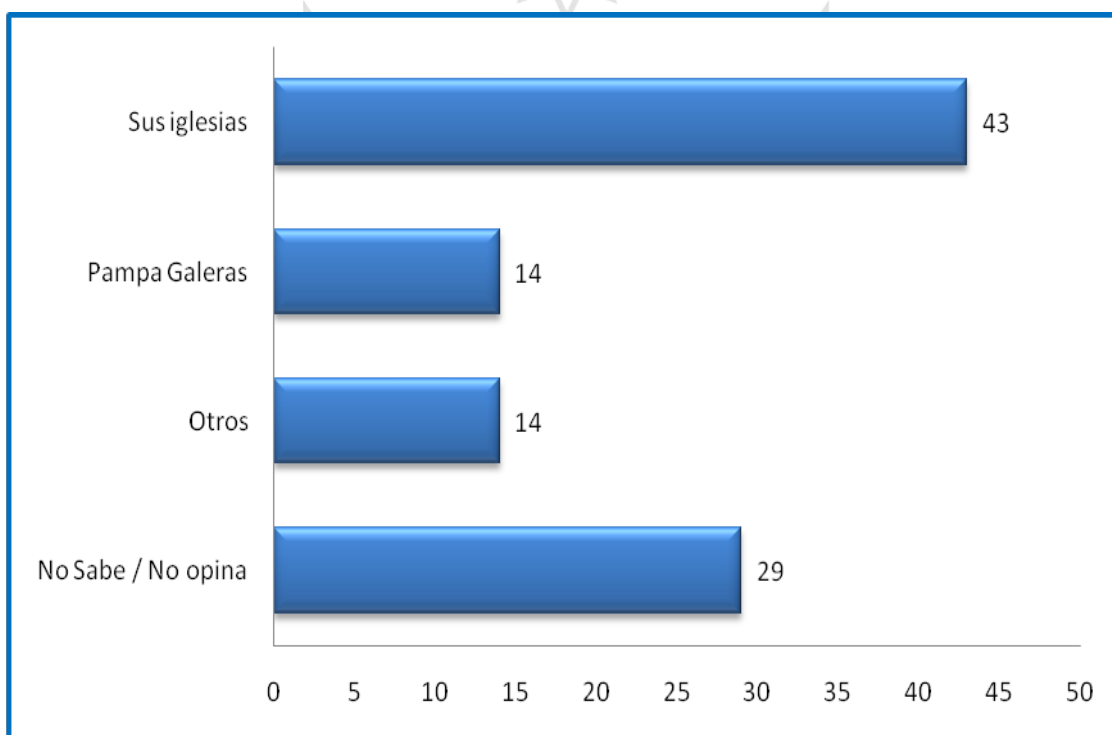


Gráfico: Opinión acerca de los atributos turísticos de Ayacucho. (n=16)

Elaboración: Elaboración propia sobre la base de las entrevistas a profundidad.

Si miramos mas allá, es preocupante ver como un gran porcentaje no opina acerca de los atributos de Ayacucho por desconocimiento, que dicho sea de paso, va ligado a la difusión de la oferta turística regional.

Por otro lado, el trabajo en la imagen de la región debe ser la constante en todo plan de desarrollo integral, ya que solo si se supera la sombra de inseguridad que la envuelve, se

convertirá en una verdadera opción atractivamente turística. El desarrollo integral deseado es la convergencia de varios factores económicos y sociales que coadyuven a brindar todo lo necesario para el desarrollo humano.

La investigación realizada demostró que aún tenemos mucho camino por recorrer en cuanto a la construcción de una imagen amigable para la región. El Gráfico N°19 nos demuestra la percepción que se tiene de Ayacucho y que se constituye como un excelente indicador de hacia donde debemos apuntar el trabajo pro desarrollo integral basado en el turismo.

Gráfico N° 19
Opinión acerca de Ayacucho
Porcentaje

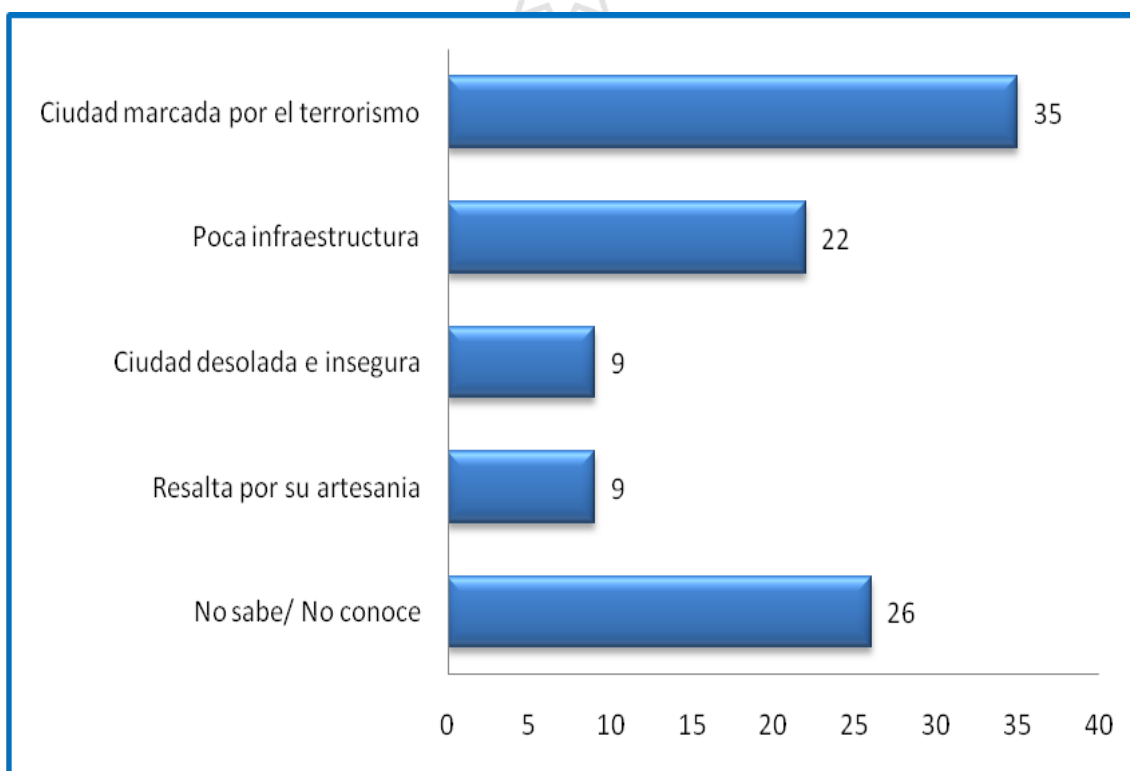


Gráfico: Opinión acerca de Ayacucho. (n=16)

Elaboración: Elaboración propia sobre la base de las entrevistas a profundidad.

Según BCR (2010), dentro de las actividades económicas de la Región Ayacucho, el turismo no representa gran porcentaje, su actividad central está basada en el sector agrícola, minero y eléctrico.

Este aspecto debemos tomarlo como una oportunidad para la región, si aún no está considerado como herramienta económica de alto impacto, es momento de empezar a trabajar en ello.

La oportunidad que tenemos de empezar a trabajar en el turismo y la oferta turística de la región como plataforma de reactivación económica y mejora de imagen es muy grande, a pesar que se conocen iniciativas para mejorar la afluencia turística en otras regiones, estas propuestas no han significado gran apoyo para Ayacucho.

4.2.3. Aplicación a otras situaciones

Tanto los instrumentos como la metodología empleada en la investigación pueden ser útiles y aplicables a otras investigaciones similares, ya que cumplen la función de averiguar al detalle y recopilar la información necesaria sobre la apreciación del turista potencial, respaldando las recomendaciones en investigaciones y tratados de expertos.

El turismo es una alternativa viable a cualquier lugar que sepa explotar de manera adecuada sus bondades, la investigación puede aplicarse a otras situaciones similares ya que contribuye con el conocimiento acerca de las expectativas respecto a un determinado destino.

A través de esta investigación se puede determinar sobre que foco actuar al momento de aplicar un plan de acción de desarrollo a través del turismo y que aspectos deberían priorizarse en comparación con otros.

4.2.4. Contraste con la hipótesis

La principal hipótesis de la investigación es que la administración eficiente de los elementos turísticos potenciales en Ayacucho como son la oferta y la demanda turística, las entidades administrativas, los operadores turísticos y los atributos de la ciudad, permitirán el desarrollo integral de Ayacucho y el cambio a una imagen positiva, beneficiando a toda la región.

Esta hipótesis se ha validado al demostrar el poco trabajo que se está realizando con los elementos esenciales del turismo, el mínimo desarrollo de alternativas con valor agregado en la región y la poca preparación para un eventual incremento de demanda turística, cabe resaltar que el poco conocimiento que se tiene de la región se centra en sus iglesias y la difusión turística ocurre solo en Semana Santa constituyendo la oferta turística como una situación de mínima temporalidad.

Respecto a las hipótesis específicas se planteó que la situación turística actual es preocupante porque las entidades centrales no están orientando recursos y esfuerzos suficientes para activar el sector turismo en Ayacucho y tomarlo como principal fuente de desarrollo económico, social y de identidad.

Esta hipótesis fue confirmada a través de la revisión de los planes turísticos a nivel nacional que manifiestan toda una estrategia para el desarrollo de Ayacucho la cual, hasta el momento no se pone en práctica. La entrevista a profundidad reflejó que la muestra considera que Ayacucho no es una opción turística atractiva y no la considerarían en un eventual viaje.

La siguiente hipótesis específica es que Ayacucho proyecta una imagen de ciudad socialmente inestable e insegura, cuya oferta turística está condicionada solo a Semana Santa.

Esta hipótesis es validada por el estudio de campo en donde el 56% de la muestra menciona que la imagen de inestabilidad e inseguridad que dejó el terrorismo en la ciudad afecta su progreso, por otro lado, el 43% de la muestra manifiesta que el único atributo que conoce de Ayacucho son sus iglesias, esta manifestación se apoya en la revisión documentaria la cual confirma los múltiples destinos turísticos aún desconocidos de esta hermosa región.

La siguiente hipótesis específica es que las principales actividades económicas vinculadas al turismo que podrían desarrollarse son las actividades terciarias como la prestación de servicios de transporte, turístico, hotelería, restaurant y otros, además de un incremento de las actividades secundarias de transformación como la industrialización de alimentos, fabricación de artesanías, confecciones, etc. y las actividades primarias de extracción como la agricultura, a causa del incremento del consumo por una mayor afluencia de visitantes.

Finalmente, la última hipótesis específica planteada es que los destinos turísticos potenciales menos visitados en la Región Ayacucho son, el santuario nacional de Titancayoc, el complejo arqueológico Intiwatana, la cueva de Pikimachay, Vilcashuaman, la reserva nacional Pampa Galeras, la laguna de Parinacochas, el complejo arqueológico de Caniche.

La investigación confirma esta hipótesis al reflejar que el 43% de la muestra comenta, como atractivo turístico de la región, las iglesias de Ayacucho mientras el 29% manifiesta no identificar ningún atractivo turístico dentro de la región.

Al consultarle a la muestra directamente acerca del conocimiento de los destinos turísticos potenciales propuestos el 79% manifiesta no conocer ninguno de estos destinos, ni haber tenido contacto con alguna información de los mismos.

La investigación concluye en que no solo se debe investigar las causas, tenemos que trabajar sobre planes de acción que reviertan las situaciones desfavorables que mellan la imagen y las condiciones de Ayacucho para constituirse como región receptiva de la inversión y el turismo.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

De acuerdo a los resultados de la investigación y analizando la información obtenida, se puede concluir que:

1. Se requiere contar con alternativas turísticas para ser potencializadas dentro de la Región Ayacucho con el fin de que estas opciones se constituyan en herramientas de desarrollo económico, social y cambio a una imagen positiva para la región.
2. Debemos tomar en cuenta todas las características que tiene la ciudad para explotar al máximo cada característica que pueda añadir valor, estas características pueden agruparse en elementos turísticos como la oferta, compuesta por los atributos propios de la región; la demanda, compuesta por los visitantes así como la proyección de los que se espera recibir; los operadores turísticos y la administración pública y privada vinculada al sector.
3. La gestión turística en Ayacucho no se está trabajando desde el enfoque de actividad comercial, ya que a pesar de la marcada temporalidad, no se está trabajando para hacer a la región más atractiva al turismo todo el año.
4. Hay una grave deficiencia en la difusión turística, hecho que afecta en la afluencia turística de la región. Ayacucho no está considerado dentro de los destinos turísticos potenciales de nuestro país y es allí donde estamos perdiendo una gran oportunidad de desarrollo regional y oferta turística exportable a nivel nacional.
5. Las principales actividades económicas que se activarían con el turismo bien administrado serían las actividades terciarias, intangibles derivados del turismo como venta de servicios, asimismo se dinamizan las actividades primarias de extracción y secundarias de transformación al incrementarse la demanda turística.
6. A través de un inventario turístico, es necesario determinar cuáles son los destinos turísticos menos frecuentados en Ayacucho, aquellos que pueden ser visitados todo el año y no solo en Semana Santa y que se constituyan en nuevas alternativas de atracción turística.
7. Esta investigación concluye que el aspecto más conocido de Ayacucho son sus iglesias. Este atributo ha hecho que la ciudad solo sea atractiva al turismo, en Semana Santa.

8. En la actualidad Ayacucho tiene como actividades principales la agricultura, la minería, y la electricidad, sin embargo, a partir del desarrollo turístico se puede potenciar actividades económicas vinculantes de gran valor para la economía ayacuchana.
9. La investigación demostró que la Región Ayacucho proyecta una imagen de inseguridad y desconfianza hacia los turistas nacionales y extranjeros debido a los sucesos acontecidos en la época del terrorismo. Lamentablemente aún es un estigma que pesa sobre la ciudad.
10. Los destinos menos frecuentados en Ayacucho que cuentan con potencial turístico son Titancayoc (bosque de puyas más grande del mundo), Intiwatana (complejo arqueológico, antiguo descanso inca), Pikimachay (cueva donde se hallaron los fósiles humanos más antiguos del Perú), Vilcashuaman (ciudad histórica donde se halla el templo del sol y la luna y la pirámide de Ushnu), Pampa Galeras (reserva andina más importante de la región), la laguna de Parinacochas y el complejo arqueológico de Caniche.



Recomendaciones

Partiendo de la información obtenida a través de la investigación y las múltiples aristas que se han podido evaluar, las recomendaciones propuestas son las siguientes:

1. La entidad central, MINCETUR y los organismos descentralizados como PROMPERU y DIRCETUR así como el Gobierno Regional de Ayacucho deben enfocar el plan estratégico del siguiente año en la revaloración de los aspectos culturales e históricos de Ayacucho con el fin de contar con lo necesario para el desarrollo turístico.

Ayacucho cuenta con un legado histórico y cultural que proporciona las herramientas necesarias para ser explotadas a favor del desarrollo regional, las entidades centrales deben trabajar sobre la riqueza que se tiene actualmente y constituirlos como alternativas turísticas.

La promoción turística en Semana Santa es un foco que debemos aprovechar para demostrar las ventajas y destinos poco difundidos de la región, por otro lado se debe establecer un calendario cultural de propuestas turísticas a fin de incentivar la visita a la región todo el año.

2. Se debe realizar un inventario turístico en donde se registren todos los lugares aptos para ser visitados. Estas nuevas alternativas turísticas deben ser debidamente estudiadas a fin de utilizar el respaldo histórico, místico y cultural como fuente de atracción turística.
3. La gestión turística en Ayacucho se debe orientar con efectividad al desarrollo de oferta turística exportable, se debe considerar hacer de Ayacucho una ciudad atractiva al turismo local y extranjero, para ello se debe constituir **una oficina de proyectos turísticos** en coordinación con el Gobierno Regional y el gobierno central, esta oficina trabajaría de la mano con MINCETUR y PROMPERU con la finalidad de enfocarse en la relación Ayacucho-Turismo como oferta atractiva todo el año.
4. Una vez que se cuente con afluencia de turistas las actividades económicas vinculantes se potencializarían. Las actividades principales se harán solidas y darán paso a nuevas alternativas y fuentes de trabajo como construcción de infraestructura, actividades terciarias, servicios, guías, hospedajes, etc.

Se recomendaría que la oficina de proyectos turísticos propuesta contribuya con la difusión del sistema de formalización de negocio en coordinación con los municipios con el fin de trabajar coordinadamente en un crecimiento ordenado del turismo y sus actividades afines.

5. Respecto a la imagen de inseguridad y desconfianza que proyecta la Región Ayacucho, se debe sacar una ventaja competitiva de una situación adversa. Se debe coordinar la iniciativa de construir un museo de la memoria en la misma

ciudad de Ayacucho para atraer a los turistas en busca de referencias e información y formar nuevas fuentes de trabajo.

Actualmente existe un significativo museo, ANFASEP, pero la infraestructura es pequeña sin embargo atrae turistas que, con el fin de aportar y conocer la historia, visitan estas instalaciones dando oportunidades a los artesanos y familiares de desaparecidos por el terrorismo que venden sus productos allí.

Adicional a esta propuesta se debe realizar una serie de actividades abiertas y publicas que atraigan la mirada hacia la región, realización de eventos gastronómicos y culturales que tengan como sede central la región de Ayacucho.

6. Respecto a la construcción de una “marca región” para Ayacucho, esta debe iniciarse con una etapa de diagnóstico de las ventajas competitivas y comparativas respecto a otras regiones con el fin de determinar cuál es el aspecto resaltante que pueda destacar en la constitución de esta marca regional.

La investigación indica que el principal atractivo de la región son sus iglesias, pero, la ventaja comparativa de la Región Ayacucho está en sus recursos arqueológicos y culturales, y esta debe ser la base de una oferta turística del tipo histórico-cultural. Este breve análisis permite proponer que la Marca Regional debe reflejar las ventajas centrales de desarrollo de la región y diferenciarla. Algunas propuestas podrían ser:

- *Ayacucho, ciudad histórica.*
- *Ayacucho, cuna de la independencia.*
- *La ciudad valiente de Ayacucho.*
- *Ayacucho, nación Wari.*
- *Ayacucho, sinónimo de riqueza ancestral.*

7. El papel de la sociedad civil es sumamente relevante para el éxito de la puesta en marcha de una gestión turística efectiva, la poca presencia del estado a lo largo de la historia ha generado mucha desconfianza en los ayacuchanos. Una comunicación efectiva de los beneficios de esta operativa y los pasos a seguir ayudaran a la población a comprender su relevancia positiva.
8. Finalmente, la investigación no debe concluir solo en el conocimiento de los temas expuestos, es sumamente importante contar con un plan de acción. La acción no solo debe enfocarse en la investigación de puntos turísticos, es importante contar con el apoyo de profesionales en administración, turismo e historia.

El incremento de la oferta turística en Ayacucho debe estar respaldado en el conocimiento de la historia de cada lugar y la construcción de una identidad particular que distinga estas opciones de la amplia oferta turística nacional. El incremento de alternativas hará de Ayacucho una región interesante de visitar todo el año.

Referencias

1. Acerenza, M. (2000). *Administración del turismo: Planificación y Dirección* (2ª ed.). México: Trillas.
2. Aller, G. (2006). Ayacucho Profundo. *Rumbos de Sol & Piedra*, 10 (46), 19-34.
3. Alvarado, A. (2009). *Ayacucho, Ciudad de las iglesias*. Fuente: <http://www.ayacucho.info/>. Fecha de acceso: 12 de Marzo 2010.
4. Aramburú, J. (2007). *Ayacucho...pobreza, desanimo, asistencialismo y falta de infraestructura*. Fuente: <http://cocoa-decocounpoco.blogspot.com/2007/07/ayacucho-pobreza-desnimo.html>. Fecha de acceso: 1 de Abril 2010.
5. Asociación de docentes de la USMP. (2001). Turismo rural en el Perú y en el mundo. *Cultura*, 19 (15), 589-607.
6. Barroso, G. y Nicolau, K. (2010) *Marketing turístico internacional: La Marca Brasil*. Estudios y perspectivas del turismo, 19 (2). Buenos Aires. Fuente: <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v19n2/v19n2a05.pdf>. Fecha de acceso: 20 de Mayo 2010.
7. Banco central de reserva del Perú (2010). *Síntesis económica de Ayacucho 2010*. Fuente: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/sucursales/huancayo/2010/sintesis-Ayacucho-01-2010.pdf>. Fecha de acceso: 12 de Mayo 2010.
8. Begazo, J. (2005). *Competitividad y percepción del servicio turístico peruano – estudio de investigación 2005*. Fuente: http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/administracion/n19_2007/a06.pdf. Fecha de acceso: 20 de Mayo 2010.
9. Bolorino, J. (2008). *Turismo sostenible*. Fuente: <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1>. Fecha de acceso: 12 de Marzo 2010.
10. Carbajal, D. (2005). *El Planeamiento estratégico como instrumento de desarrollo del sector turismo en el Perú*. Tesis para optar el grado académico de Magister de Administración con mención en Gestión empresarial UNMSM, 2005.
11. Carrera, F. (2009, 14 de junio). *Ayacucho: Un lugar mágico y lleno de historia [Revisión del video. EL COMERCIO]*. Fuente: <http://blogs.elcomercio.pe/videos/2009/07/ayacucho-un-lugar-magico-y-lle.html>. Fecha de acceso: 13 de Marzo 2010.

12. Chalcatana, J. (1999). *El Turismo en el Perú: Perspectivas de crecimiento y generación de empleo*. Organización Internacional de Trabajo. Fuente: http://www.oit.org.pe/WDMS/bib/publ/doctrab/dt_102.pdf. Fecha de acceso: 5 de Setiembre 2010.
13. Conferencia mundial de turismo sostenible (1995). *Carta del turismo sostenible*. Fuente: <http://www.turismo-sostenible.org/docs/Carta-del-Turismo-Sostenible.pdf>. Fecha de acceso: 22 de Agosto 2010.
14. Dirección regional de comercio exterior y turismo (2004). *Plan de desarrollo turístico de la Región Ayacucho*. Fuente: http://www.MINCETUR.gob.pe/newweb/Portals/0/Turismo/pertur/PERTUR_ayacucho.pdf. Fecha de acceso: 03 de Marzo 2011.
15. Evans, N.; Campbell, D. y Stonehouse, G. (2003). *Strategic Management for Travel and Tourism* (Trads. I. Verdeja). Madrid: Síntesis.
16. Gobierno del Perú (2010). *Programa nacional de apoyo directo a los más necesitados (JUNTOS)*. Fuente: http://www.juntos.gob.pe/o-regionales_ayacucho.php. Fecha de acceso: 9 de Abril 2010.
17. Gobierno regional de Ayacucho (2010). *Relación de proyectos de inversión pública, pre inversión 2010 en Ayacucho*. Fuente: http://www.regionayacucho.gob.pe/Transparencia/files/prog.%20inversiones/2010/pip_julio_2010.pdf. Fecha de acceso: 15 de Agosto 2010.
18. Hauyón, J. (2006). *Turismo, el futuro del Perú*. Lima
19. Hernández, J. (2006) *Producción de singularidades y mercado global, el desarrollo antropológico del turismo*. Boletín Antropológico enero-abril, 24 (66), 21 – 50. Mérida: Universidad de los Andes. Fuente: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/712/71206602.pdf>. Fecha de acceso: 20 de Agosto 2010.
20. Herrera, M. y Montero, G (2009). *Impactos del turismo sobre los procesos de cohesión social Caibarien, Cuba*. Estudios y perspectivas del turismo, 18 (1). Buenos Aires. Fuente: <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v18n1/v18n1a04.pdf>. Fecha de acceso: 20 de Agosto 2010.
21. Huamán, C. (2006). *El wayno ayacuchano, tradición oral política y musical de Latinoamérica*. Latinoamérica, 1 (42), 79 – 106. Fuente: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/640/64004205.pdf>. Fecha de acceso: 8 de Agosto 2010.
22. Indacochea, A. (2009). *Ayacucho: el reto competitivo*. Lima, Perú. Centro de negocios de la pontificia universidad católica del Perú, CENTRUM

23. Instituto nacional de estadística e informática. (2010). *Ayacucho: Producto bruto interno según actividad económica 2002-2008*. Fuente: http://www1.inei.gov.pe/perucifrasHTM/inf-eco/cuadro.asp?cod=8977&name=d05_20&ext=jpg. Fecha de acceso: 21 de Agosto 2010.
24. Instituto nacional de estadística e informática. (2010). *Perú en cifras. Ayacucho*. Fuente: <http://www1.inei.gov.pe/web/PeruCifrasDetalle4.asp>. Fecha de acceso: 19 de Noviembre 2010.
25. León, D. (2010). *Marketing turístico*. Fuente: <http://www.marketingenred.net/Marketing-Turismo.htm>. Fecha de acceso: 18 de Junio 2010.
26. López, T. y Sánchez, S. (2009) *Turismo comunitario y generación de riqueza en países en vías de desarrollo. Estudio de caso en el Salvador*. Revesco, 99, 85-103. Fuente: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=36711903004>. Fecha de acceso: 18 de Junio 2010.
27. Maldonado, C. (2006). *Programa de desarrollo de pequeñas empresas*. Fuente: http://www.turismo-responsable.org/Investigacio_debate/0611_maldonado_comunidades.pdf. Fecha de acceso: 01 de Mayo 2010.
28. Ministerio de comercio exterior y turismo. (2010). *Políticas turísticas*. Fuente: <http://www.MINCETUR.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=3247>. Fecha de acceso: 13 de Mayo 2010.
29. Ministerio de comercio exterior y turismo. (2010). *Plan estratégico nacional de turismo (PLANTUR)*. Fuente: [http://www.MINCETUR.gob.pe/newweb/Portals/0/PENTUR%20FINAL%20septiembre%20\(2\)%20\(4\).pdf](http://www.MINCETUR.gob.pe/newweb/Portals/0/PENTUR%20FINAL%20septiembre%20(2)%20(4).pdf). Fecha de acceso: 30 de Abril 2010.
30. Ministerio de comercio exterior y turismo. (2010). *Perú estadísticas de turismo 2005*. Fuente: http://www.MINCETUR.gob.pe/newweb/Portals/0/turismo/Presentac_Cifras_de_Turismo.pdf. Fecha de acceso: 21 de Mayo del 2010.
31. Ministerio de comercio exterior y turismo. (2010). *Plan nacional de calidad turística para el Perú (CALTUR)*. Fuente: http://www.MINCETUR.gob.pe/Turismo/Otros/caltur/pdfs_documentos_Caltur/Revista_CALTUR_170108_VERSIONFINAL.pdf. Fecha de acceso: 01 de Mayo 2010.

32. Ministerio de comercio exterior y turismo. (2010). *Región Ayacucho*. Fuente: <http://www.MINCETUR.gob.pe/newweb/portals/0/AYACUCHO.pdf>. Fecha de acceso: 21 de Agosto del 2010.
33. Morales, F. (2006). *Turismo comunitario, una nueva alternativa de desarrollo indígena*. Redalyc, Revista de Antropología Iberoamericana. Marzo-Julio, 1 (2), 249 – 264.
34. Ortiz, H. (1998). *Ecoturismo en el Perú*. Fuente: http://www.condesan.org/e-foros/biosf/biosf4_4.htm. Fecha de acceso: 15 Agosto 2010.
35. Organización mundial de turismo. (2010). *Proyectos ST-EP*. Fuente: <http://www.unwto.org/step/projects/sp/projects.php?op=3>. Fecha de acceso: 29 de Abril 2010.
36. Pearson Education Limited (2006). *The business of tourism management* (Trads. M. Campos). Madrid: Síntesis.
37. Peralta, P. (2004). *Ayacucho: El nuevo sendero*. Lima: Vilper.
38. PERU.COM (2010). *Noticias de economía y finanzas* <http://www.peru.com/economiayfinanzas/noticias20100713/107688/Turismo-de-lujo-en-Peru-aumento-50-en-ultimos-tres-anos>. Fecha de acceso: 12 de agosto 2010.
39. Perú economico.com (2010). *Ayacucho infraestructura, importantes proyectos de desarrollo*. Fuente: <http://perueconomico.com/ediciones/48-2010-aug/articulos/748-ayacucho-infraestructura>. Fecha de acceso: 12 de agosto 2010.
40. Perú economico.com (2010). *Ayacucho Medio ambiente, del relave a la conservación*. Fuente: <http://perueconomico.com/ediciones/48-2010-aug/articulos/749-ayacucho-medio-ambiente>. Fecha de acceso: 12 de agosto 2010.
41. Porto, N. (1999). El Turismo Como Alternativa De Crecimiento. *Facultad de ciencias económicas, documento de trabajo N° 11*, Buenos Aires: Argentina: Universidad De la Plata.
42. PromPerú-Universidad Agraria. (2010). *Situación del ecoturismo en el Perú*. Fuente: <http://www.peru.info/catalogo/attach/3659.pdf>. Fecha de acceso: 15 de Mayo 2010.
43. PromPerú (2010) *Ayacucho*. Fuente: http://www.turismoperu.info/0/modulos/DES/DES_VerDestino.aspx?PFL=0&DES=137. Fecha de acceso: 12 de Marzo 2010.
44. PromPerú (2010) *Pulso Turístico*. Fuente: <http://media.peru.info/IMPP/2010/BoletinPulsoTuristico/BPT%20AGO-01%202010.pdf> Fecha de acceso: 4 de Noviembre 2010.

45. Ramos, T. (2007). *OMT-STEP Centro América, ejemplos en Nicaragua*. Fuente: http://www.prisma2.org.sv/web/Turismo/Tatiana_Ramos/RamosT.pdf. Fecha de acceso: 14 de Mayo 2010.
46. Tinoco, O. (2003). *Los Impactos del turismo en el Perú*. Redalyc, sistema de información científica, *Industrial Data*, 6, 47 – 60.





Apéndices

1. Instrumentos de Medición

1.1. Entrevista a profundidad para la muestra conformada por peruanos que desean realizar actividades turísticas internas.

Perfil turístico del entrevistado.

- ¿Usualmente realiza actividades turísticas en el interior del país?
- ¿Cuáles son los destinos de su preferencia?
 - Si una de las respuestas es Ayacucho ¿Por qué motivos Ayacucho es una de sus opciones?
 - Si no eligió Ayacucho ¿Ha considerado Viajar a Ayacucho? ¿Por qué?

Destinos turísticos.

- ¿Cuáles son los destinos turísticos más interesantes para usted dentro del Perú?
- ¿Qué provincias conoce?
- ¿Qué aspectos determinan la elección del destino al momento de viajar?

Conocimiento de la Región Ayacucho

- ¿Ha tenido la oportunidad de conocer Ayacucho? ¿Qué lugares conoce de Ayacucho?
- ¿Qué opinión le merece la ciudad?
- ¿Lo considera interesante como alternativa de visita?
- ¿Qué fecha tentativa elegiría para visitar la ciudad?

Imagen regional

- ¿Qué opinión le merece la Región Ayacucho?
- ¿Que ha oído hablar acerca de Ayacucho recientemente?
- ¿Considera que la región le ofrece múltiples alternativas de esparcimiento?

Aspecto social

- En el aspecto social ¿qué opinión le merece Ayacucho?
- ¿Cual considera que sea la mayor problemática de la región?
- ¿Que considera usted que necesita Ayacucho para mejorar socialmente?

Aspecto cultural

- ¿Conoce acerca de los aspectos culturales de la región?
- ¿Ha oído hablar acerca de las iglesias de Ayacucho?
- Respecto a otros destinos turísticos de la región. ¿Ha oído hablar acerca de Titancayoc (bosque de puyas más grande del mundo), Intiwatana (complejo arqueológico, antiguo descanso inca), Pikimachay (cueva donde se hallaron los fósiles humanos más antiguos del Perú), Vilcashuaman (ciudad histórica donde se halla el templo del sol y la luna y la pirámide de Ushnu) y Pampa Galeras (reserva andina más importante de la región)?
- ¿Recuerda algún elemento cultural típico de Ayacucho?

1.2. Entrevista a Profundidad para la muestra conformada por personas extranjeras que visitan nuestro país con fines turísticos:

Perfil turístico del entrevistado.

- ¿Es la primera vez que visita nuestro país?
Is the first time to visit our country?
- ¿Cuáles son los destinos que le gustaría o ha planeado visitar?
Which are the destinies that you would like to visit in our country?
 - Si una de las respuestas es Ayacucho ¿Por qué motivos Ayacucho es una de sus opciones?
Why Ayacucho is one of yours options?
 - Si no eligió Ayacucho ¿Ha considerado Viajar a Ayacucho? ¿Por qué?
In sometime, Do you have to considered to travel to Ayacucho? Why?

Imagen regional.

- Si conoce o ha oído hablar de Ayacucho. ¿Qué opinión le merece la región?
What is your opinion about Ayacucho?
- ¿Que ha oído hablar acerca de Ayacucho recientemente?
What did you listen about Ayacucho?
- ¿Considera que la región le ofrece múltiples alternativas de esparcimiento?
What is your opinion about the alternative to join the city?

Conocimiento de la región.

- ¿Conoce acerca de los aspectos culturales y turísticos de la región?
Do you know about Ayacucho's culture?
- ¿Ha oído hablar de la oferta turística y cultural de la Región Ayacucho?
Did you listen about places to visit in Ayacucho?

- ¿Recuerda algún elemento cultural típico de Ayacucho que le hayan mencionado? **Do you remember something about typical cultura in Ayacucho?**

Factores económicos.

- ¿Considera un costo muy elevado realizar una visita a la ciudad?
About the cost, do you considere Ayacucho is an expensive place?
- ¿Tiene definido todas sus actividades turísticas dentro de la frontera? ¿Cabe la posibilidad económica de realizar un viaje a Ayacucho?
In your tour around Peru, is possible to considerer Ayacucho like an alternative to visit?

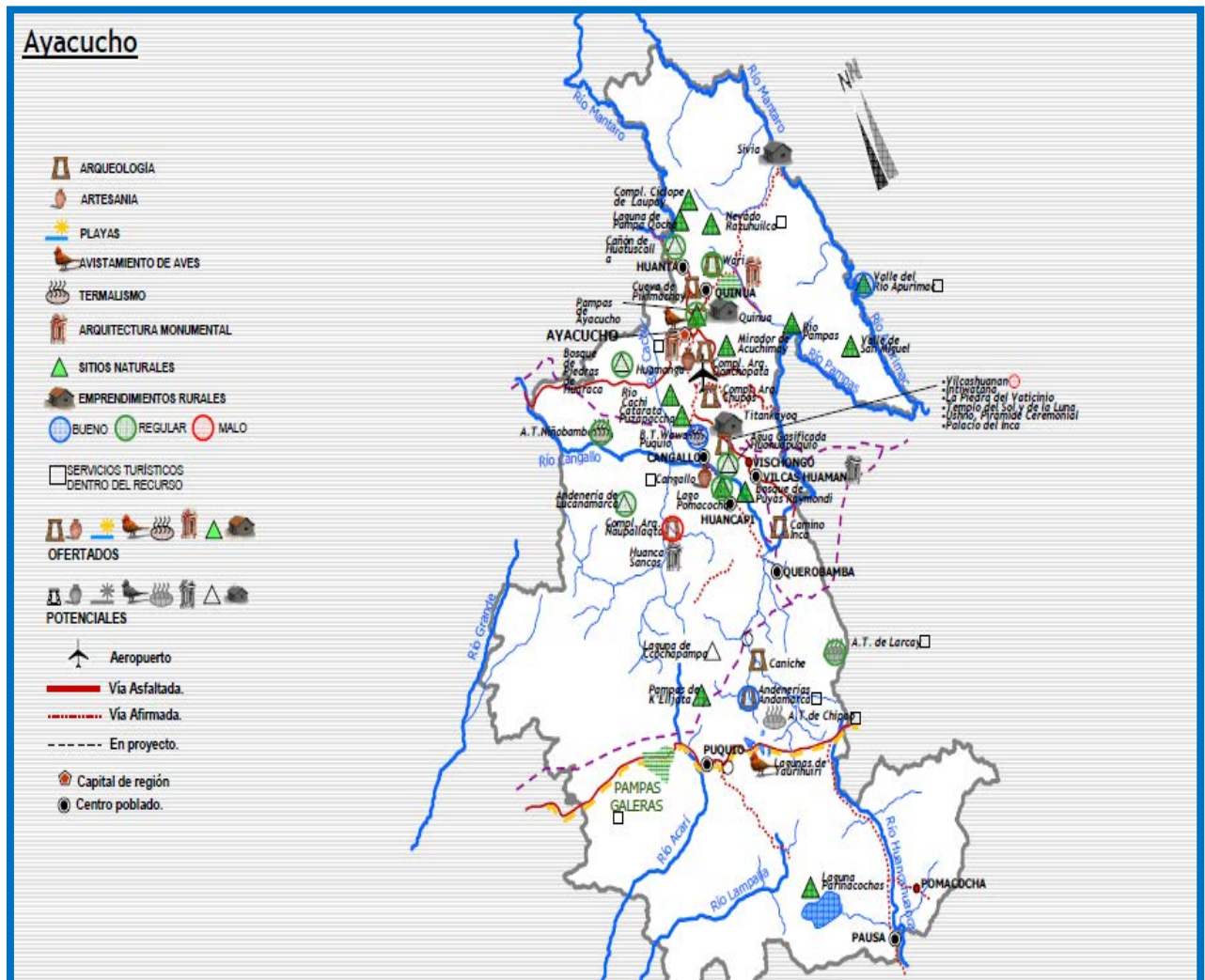
Factores de influencia en la elección de destinos turísticos.

- ¿Le parece interesante lo que ofrece la ciudad?
Do you considerer interesting the different alternative who offer Ayacucho?
- ¿Qué factores influyen su decisión?
What factor influence in you decisions?
- Dentro de los factores a considerar ¿Qué opina acerca de las rutas y facilidades de acceso?
What is your opinion about the road and accessibility for travel? Is an important point?

Conocimiento de la oferta turística a nivel nacional.


- ¿Ha escuchado, oído u obtenido información acerca de la oferta turística nacional? **What is your opinión about the tourist offer in Peru?**
- ¿Le han promocionado las bondades de Ayacucho?
In some place, someone talking about Ayacucho?




2. Características de la ciudad de Ayacucho



Ayacucho

-  ARQUEOLOGIA
-  ARTESANIA
-  PLAYAS
-  AVISTAMIENTO DE AVES
-  TERMALISMO
-  ARQUITECTURA MONUMENTAL
-  SITIOS NATURALES
-  EMPRENDIMIENTOS RURALES

-  INVERSION MINCETUR
-  INVERSION PRIVADA
-  INVERSION PUBLICA
-  VISITANTE NACIONAL
-  VISITANTE EXTRANJERO

-  Centro de Servicios Turísticos Urbanos.
-  Centro de Soporte Intermedio.
-  Pueblos menores Involucrados.

-  Aeropuerto
-  Via Asfaltada.
-  Via Afirmada.
-  En proyecto.
-  Capital de región
-  Centro poblado.

