

**UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN - TACNA**

Facultad de Ciencias Administrativas

**“APLICACIÓN DE UN PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO  
PARA REACTIVAR AL FOLKLORE DINAMIZANDO  
AL TURISMO EN LA REGIÓN TACNA ”**

**TESIS**

Presentada por:

**Bach. Guido Jaime Ojeda Arriaga**

Para optar el Título Profesional de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**TACNA - PERÚ**

**2006**

**“APLICACIÓN DE UN PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO PARA  
REACTIVAR AL FOLKLORE DINAMIZANDO AL TURISMO EN LA  
REGIÓN TACNA”**

**Tesis**

**Presentado a la comisión de grados y títulos y aprobada por el jurado**

**calificador:**

**Presidente : CPC. Cristóbal Laura Vargas**

\_\_\_\_\_

**Secretario : Lic. Adm. David Cajahuanca Giraldez**

\_\_\_\_\_

**Vocal : Lic. Adm. Américo Flores Flores**

\_\_\_\_\_

**Vocal : Mgr. Miguel Torres Rebaza**

\_\_\_\_\_

**Asesor : Mgr. Bartolomé Anyosa Gutiérrez**

\_\_\_\_\_

**DEDICATORIA:**

*Dedico este Trabajo de investigación a mi padre Jaime Ojeda Jara, a mi madre Brunilda Arriaga de Ojeda, por su comprensión y el ejemplo de superación y la constancia que reflejaron en sus vidas, lo cual admiro mucho.*

### **AGRADECIMENTOS:**

*A la facultad Ciencias Administrativas por apoyar todo tipo de investigación, a mi asesor Mgr. Bartolomé Anyosa Gutiérrez, al Lic. Reynaldo Wirlos Ortiz, a mi hermana Karin por sus consejos y a aquellas personas que colaboraron directamente e indirectamente con este trabajo de investigación.*

*“El nuevo ambiente exige hacer mucho, con muy poco”*  
Carlos Villajuana Pablo.

*“El deber de las universidades es contribuir en crear la  
inteligencia nacional y esta en nosotros forjarla”*  
Guido Jaime Ojeda Arriaga

## CONTENIDO

CARÁTULA	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTOS	
CONTENIDO	1
INTRODUCCIÓN	4
RESUMEN	6
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	
a. Descripción del problema.	7
b. Justificación de la Investigación.	8
c. Los objetivos.	9
d. Las hipótesis.	10
e. Operacionalización de las variables.	10
f. Matriz de consistencia.	11
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	
a. Administración.	13
1. Conceptos.	13
2. Administración estratégica.	16
3. La visión y misión.	20
b. Planeamiento Estratégico.	23
1. Definición de Planificación.	23

2.	Definición de Planeamiento Estratégico.	25
3.	Lo que no es Planeamiento Estratégico.	27
4.	Evolución Histórica Planeamiento Estratégico.	29
5.	Planeamiento Estratégico en el Perú.	32
6.	Necesidad de Planeamiento Estratégico.	34
c.	Folklore.	38
1.	Teoría del folklore.	38
2.	Antecedentes y situación actual.	40
d.	Turismo.	46
1.	Conceptos y definiciones.	46
2.	Tipos de Turismo.	50
3.	Recursos Turísticos.	57
4.	Atractivos Turísticos.	58
5.	Productos Turísticos.	62
6.	Antecedentes.	60
7.	Situación Actual.	69

### CAPÍTULO III: MARCO METODOLOGICO.

a.	Tipo de investigación.	77
b.	Población y muestra.	77
c.	Métodos y técnicas de recolección de datos.	77
d.	Métodos y técnicas de análisis de datos.	80

## CAPÍTULO IV: PRESENTACION Y DISCUSION DE DATOS.

a. Resultados del Árbol de Problemas.	81
b. Resultados de la encuesta.	86
c. Propuesta del Planeamiento Estratégico.	109
1. Diagnóstico situacional.	109
2. Visión.	117
3. Misión.	117
4. Análisis FODA.	117
5. Objetivos.	119
d. Verificación de las Hipótesis.	123
e. Verificación de Objetivos.	124

## CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

a. Conclusiones.	128
b. Sugerencias.	133

## BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

## ANEXOS

## INTRODUCCIÓN

A lo largo de toda la vida universitaria hay momentos en que uno piensa de qué manera podría contribuir a la familia, la universidad, al desarrollo de nuestra localidad y a nuestro país. Generalmente pocas personas piensan en dejar un legado para servir a las futuras generaciones. Un proyecto de tesis es un trabajo intelectual mediante el cual él que la realiza es un científico en potencia, por ende el trabajo de investigación, siempre tendrá que dejar consecuencias positivas. Por tal razón, se presenta el siguiente trabajo como resultado del estudio de ciertos aspectos que considero importantes para el desarrollo de la Región Tacna. La presente investigación ha sido realizada con el fin de obtener mi Título Profesional de Licenciado en Administración.

“APLICACIÓN DE UN PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO PARA REACTIVAR AL FOLKLORE DINAMIZANDO AL TURISMO EN LA REGIÓN TACNA” título de mi presente tesis, se efectuó con el fin de verificar la realidad de nuestro folklore como una alternativa para dinamizar al sector turístico, reactivándolo utilizando una herramienta de la Administración: “El planeamiento estratégico”.

El Turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes del mundo, generador de fuentes de trabajo, da empleo

desde el lustrabotas hasta el empresario. En el trabajo de investigación estudiaremos sus antecedentes y situación actual en la Región Tacna.

Quizás para algunos estudiosos de la administración les resulte algo inadecuado tomar en consideración al Folklore y turismo en un Proyecto de Investigación, dentro de la Facultad de Ciencias Administrativas, pero es preciso aplicar nuestros conocimientos aprendidos en dicha carrera profesional en las problemáticas que aquejan a Tacna.

Creo que la presente investigación contribuye a la búsqueda de posibles alternativas a la problemática del sector turismo con la finalidad de que Tacna no siga siendo sólo una ciudad de tránsito para el turista.

## RESUMEN

Se presenta el siguiente trabajo de investigación como estudio del folklore como una posible alternativa para dinamizar el sector turismo, en la Región Tacna

El trabajo se inicia con el Capítulo I, que comprende el planteamiento del problema, descripción del problema, justificación de la investigación, los objetivos, las hipótesis, operacionalización de variables y la matriz de consistencia.

En el Capítulo II, corresponde el marco teórico, que comprende la Administración, Planeamiento Estratégico, Folklore, y Turismo.

Capítulo III, comprende el marco metodológico, tipo de investigación, población y muestra, métodos y técnicas de recolección de datos y los métodos y técnicas de análisis de datos.

El Capítulo IV, comprende la presentación y discusión de los datos, resultados del árbol de problemas, resultados de las encuestas, allí se introduce el Planeamiento Estratégico para reactivar el folklore dinamizando el turismo.

Finalmente, en el capítulo V, las respectivas conclusiones y recomendaciones.

## **CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.**

### **A. Descripción del problema.**

Es de conocimiento generalizado que el turismo se ha convertido en una de las actividades más importantes del mundo. El turismo no sólo impacta al propio sector económico, sino que además influye fuertemente en los resultados de otros sectores, en un aumento de la calidad de vida (generación de empleos) de nuestros habitantes y una manutención de nuestros atractivos naturales y su conservación como medio ambiente limpio y puro.

Tacna, cuenta con un conjunto de recursos naturales y socioculturales que constituyen nuestra riqueza turística. Según datos estadísticos del INEI, e información de los medios de comunicación, en cuanto al tipo de población con la que cuenta Tacna, indican que el 80% proviene de la Sierra. Dichas personas llegan con sus costumbres festivas; diríamos que su folklore sólo lo manifiestan en la ciudad tacneña bajo dos formas desfiguradas: carnavales y fiesta de las cruces, también en las patronales (aniversarios religiosos), pero con poco entusiasmo. Una solución al más alto nivel (por parte del municipio) a este problema, fue el pasacalle tacneño. Se realiza una vez al año y nació como un evento netamente departamental, para luego convertirse en un

evento nacional con invitados internacionales, para después decaer en la organización, debido a la desaparición de know how y a la falta de una política de largo plazo de los responsables. Todo lo contrario a lo que sucede en la vecina ciudad de Arica en que su evento el carnaval andino internacional "Con la fuerza del sol" crece considerablemente cada año.

Si es que se desarrolla un Planeamiento Estratégico, podría reactivar el folklore y así dinamizar al turismo, de hecho impulsaría mucho al turista, que es una actividad que todas las autoridades quieren desarrollar en Tacna, pero hasta ahora no lo logran.

#### **B. Justificación de la Investigación.**

El planeamiento estratégico permite mejorar los sistemas de administración, proyectándolos para un desarrollo institucional a largo plazo con posibilidades de mejorar la funcionalidad de la organización, de los roles y responsabilidades, del sistema de comunicación y de las relaciones humanas.

El desarrollo de Tacna involucra procesos a largo plazo y ello se consigue con un adecuado Planeamiento estratégico, que permita la visión objetiva de lo que se quiere y la construcción de la misión institucional que dirigirán el avance hacia el desarrollo, basado en

una apreciación clara de las condiciones del entorno, de las variaciones que en él se dan, de las oportunidades que pueden aprovecharse y de los riesgos que hay que afrontar.

La importancia de este trabajo radica en que constituye una herramienta de apoyo y consulta a los responsables del sector turismo, en su búsqueda de posibles alternativas de reactivar el sector, ya que hasta el momento se desconoce planes para retener al turista interno y receptivo y si existiesen, se ignoran en su totalidad.

### **C. Los objetivos.**

#### **OBJETIVO GENERAL:**

Determinar que un Planeamiento Estratégico, permitirá reactivar nuestro folklore para dinamizar al turismo, lo cual beneficiará al desarrollo de la Región Tacna.

#### **OBJETIVOS ESPECIFICOS:**

- I. Identificar los actores y factores que deben ser considerados para reactivar nuestro folklore.
- II. Identificar los actores y factores que deben ser considerados para dinamizar la actividad turística.

- III. Plantear y proponer un Planeamiento estratégico para que reactive nuestro folklore y así dinamizar al turismo.

**D. Las hipótesis.**

**HIPÓTESIS GENERAL:**

El desarrollo de un Planeamiento Estratégico, permitirá reactivar nuestro folklore para dinamizar al turismo lo cual beneficiará al desarrollo de la Región Tacna.

**HIPÓTESIS OPERATIVAS**

- I. Reactivando nuestro folklore en el departamento Tacna, posibilita dinamizar el turismo.
- II. Dinamizar el turismo en el Departamento de Tacna, posibilita el desarrollo de esta Región.
- III. Reactivando nuestro folklore atraeremos al turismo, se puede lograr utilizando el Planeamiento Estratégico.

**E. Operacionalización de las variables.**

La operacionalidad de las variables se apreciara en el cuadro nº 01  
(Ver cuadro nº 01)

**CUADRO N° 01**

<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>INDICES</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>
PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pertinencia</li> <li>- coherencia</li> <li>- viabilidad</li> <li>- impacto</li> <li>- sostenibilidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Factible- difícil- imposible</li> <li>- adecuado- inadecuado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Árbol de problemas</li> <li>- entrevista</li> <li>- encuesta</li> </ul>
FOLKLORE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- antecedentes</li> <li>- situación actual.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- positivo-</li> <li>- negativo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- encuesta</li> <li>- análisis estadístico</li> </ul>
TURISMO	<ul style="list-style-type: none"> <li>- antecedentes</li> <li>- situación actual</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- positivo</li> <li>- negativo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- encuesta</li> <li>- análisis estadístico</li> </ul>

**F. Matriz de consistencia.**

En el procedimiento de la metodología de la investigación científica se plantea la necesidad de construir una *Matriz Relacional o Matriz de Consistencia*, que permita vislumbrar las jerarquías, niveles de determinación y asociación de los procesos que conforman el objeto de estudio; que tiene como base fundamental las variables. A efectos de poder ver la consistencia de los objetivos, hipótesis como también observar las variables, indicadores, instrumentos y fuente. (Ver cuadro n° 02).

**OBJETIVO GENERAL:** Determinar que un Planeamiento Estratégico permitirá reactivar nuestro folklore para dinamizar al turismo, lo cual beneficiará al desarrollo de la Región Tacna.

**HIPÓTESIS GENERAL:** El desarrollo de un Planeamiento Estratégico permitirá reactivar nuestro folklore, para dinamizar al turismo lo cual beneficiará al desarrollo de la Región Tacna.

**CUADRO N° 02**

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTO	FUENTE
¿El Planeamiento Estratégico, sería una solución para reactivar nuestro folklore y atraer el turismo para el desarrollo de Tacna?	Identificar los actores y factores que deben ser considerados para reactivar nuestro folklore	Reactivando nuestro folklore en el departamento de Tacna, posibilita dinamizar el turismo.	<i>DEPENDIENTE</i> FOKLORE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Antecedentes</li> <li>- Situación actual</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Encuesta</li> <li>- Análisis estadístico</li> </ul>	Datos primarios y secundarios
	Identificar los actores y factores que deben ser considerados para dinamizar la actividad turística	Dinamizar el turismo en el Departamento de Tacna, posibilita el desarrollo de esta Región	<i>DEPENDIENTE</i> TURISMO	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Antecedentes</li> <li>- Situación actual</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Encuesta</li> <li>- Análisis estadístico</li> </ul>	Datos primarios y secundarios
	Plantear y proponer un Planeamiento Estratégico que reactive nuestro folklore y así dinamizar al turismo	Reactivando nuestro folklore atraeríamos al turismo, se puede lograr utilizando el Planeamiento Estratégico	<i>INDEPENDIENTE</i> PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pertinencia</li> <li>- Coherencia</li> <li>- Viabilidad</li> <li>- Impacto</li> <li>- Sostenibilidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Arbol de problemas</li> <li>- Entrevista</li> <li>- Encuesta</li> </ul>	Datos primarios y secundarios

## CAPITULO II: MARCO TEÓRICO.

### A. Administración.

#### 1. Concepto.

- ❖ "Proceso Administrativo que comprende las actividades de planificación, organización, dirección y controlar las actividades de los miembros de la organización y el empleo de todos los demás recursos organizacionales, con el propósito de alcanzar las metas establecidas para la organización"<sup>1</sup>; es decir estas actividades implican relaciones humanas y tiempo.

La administración se define en términos de las cuatro funciones básicas.

- *Planificación*; se refiere al proceso de establecer metas y un curso de acción adecuados para alcanzarlos, es una forma concreta de la toma de decisiones que aborda el futuro específico que los gerentes quieren para sus organizaciones. Cabe decir que la planificación es como una locomotora que arrastra al tren de las actividades de la organización, la dirección y el control.
- *Organización*; es un proceso que consiste en ordenar y distribuir el trabajo, la autoridad y los recursos entre los

<sup>1</sup> Stoner James VI Edición Pág. 11.

miembros de una organización, de manera estructurada, para que puedan alcanzar las metas establecidas por la organización.

- *Dirección*; proceso que implica mandar, influir y motivar a los miembros de un grupo o de una organización para que realicen las actividades esenciales que le permitan alcanzar las metas establecidas por ésta.
  - *Control*; proceso que permite verificar o medir los resultados presentes, para luego compararlos con las normas establecidas y en caso que se detecten desviaciones, poder establecer medidas correctivas.
- ❖ “La Administración es la conducción racional de las actividades de una organización, con o sin ánimo de lucro. Ella implica la planeación, la organización (estructura), la dirección y el control de todas las actividades diferenciadas que la división del trabajo presenta en una organización. Por lo tanto la Administración es imprescindible para la existencia, supervivencia y éxito de las organizaciones, sin ella las organizaciones jamás tendrían condiciones para existir y crecer.”<sup>2</sup> La palabra Administración viene del latín *ad* (dirección, tendencia) y *minister*

(subordinación u obediencia), y significa complemento de una función bajo el mando de otro; esto es prestación de un servicio a otro. Sin embargo el significado original de esta palabra sufrió una radical transformación. "La tarea actual de la Administración es interpretar los objetivos propuestos por la organización y transformarlos en acción organizacional a través de la planeación, la organización, la dirección y el control de todos los esfuerzos realizados en todas las áreas y niveles de la organización, con el fin de alcanzar tales objetivos de la manera más adecuada a la situación." <sup>3</sup>

- ❖ "El proceso de gestión se considera integrado, por regla general, por las funciones de gestión básicas. En el proceso tradicional de gestión se identifican las funciones de planificar, organizar y controlar que se vinculan entre si mediante la función de liderar. La planificación determina resultados planificados, y el control comprueba si se han logrado o no los resultados previstos. " <sup>4</sup>

Las funciones tradicionales de gestión son necesarias y han de ser ejercidas con eficacia. Sin embargo se propone que se

<sup>3</sup> Chiavenato Idalberto IV Edición Pág. 8.

<sup>4</sup> John M. Ivancevich I Edición Pág. 15.

lleven a la práctica teniendo como objetivo primario el mejoramiento de la calidad.

Algunos autores como Ivancevich llaman a la *administración* como *gestión*, esto debido a que el termino *gestión* ha ido modernizando la *Administración*.

## **2. Administración Estratégica.**

### **✓ El surgimiento de la administración Estratégica:**

La relación que los gerentes establecen hoy entre los negocios y la estrategia es relativamente nueva. No fue sino hasta la Segunda guerra Mundial que surgió la idea de que la planificación estratégica y la aplicación de dichos planes constituyen un proceso administrativo independiente; el proceso que llamamos administración estratégica.

En 1962, Alfred D. Chandler, el historiador del mundo de los negocios, propuso que "estrategia" se definiera como; la determinación de las metas y objetivos básicos de una empresa a largo plazo, la adopción de los cursos de acción y la asignación de recursos necesarios para alcanzar dichas metas.

Conforme evolucionó el concepto de Chandler, dos factores salieron a la luz de inmediato: (1) la planificación estratégica valía

la pena en el mundo de las actividades mercantiles reales, pero (2) el papel del gerente para implantar los planes estratégicos no estaba claro. Todavía estaba por definir la forma en que la alta dirección podría atacar los dos problemas centrales que enfrentaban las organizaciones modernas: los veloces cambios de la interrelación entre la organización y su ambiente y el rápido crecimiento del tamaño y la complejidad de las organizaciones modernas de negocios. Con el esfuerzo para atacar este problema, el enfoque de la administración estratégica comenzó a adquirir forma. Este enfoque amplio para desarrollar la estrategia no se presentó de un día para otro, fue evolucionando con el tiempo.

✓ **Enfoque de la Administración estratégica :**

En 1978, Dan Schendel y Charles Hofer crearon una definición compuesta de la administración estratégica. Esto estaba basado en el principio de que el diseño general de una organización puede describirse sólo si se agrega el logro de los objetivos a la política y la estrategia como factores clave en el proceso de la administración estratégica.

Hofer y Schendel, en su síntesis, se concentraron en cuatro aspectos fundamentales de la administración estratégica. El

primero es establecer las metas. El siguiente paso es formular estrategias con base en dichas metas. Después, para implantar la estrategia, se opera un cambio del análisis a la administración; la tarea de alcanzar metas establecidas con anterioridad. En esta etapa, los factores fundamentales son los procesos "políticos" internos de la organización y las reacciones individuales, que pueden llevar a la revisión de la estrategia. La última tarea, el control estratégico, proporciona a los gerentes información sobre sus avances. Claro está, que si reciben información negativa se puede activar otro ciclo de planificación estratégica.

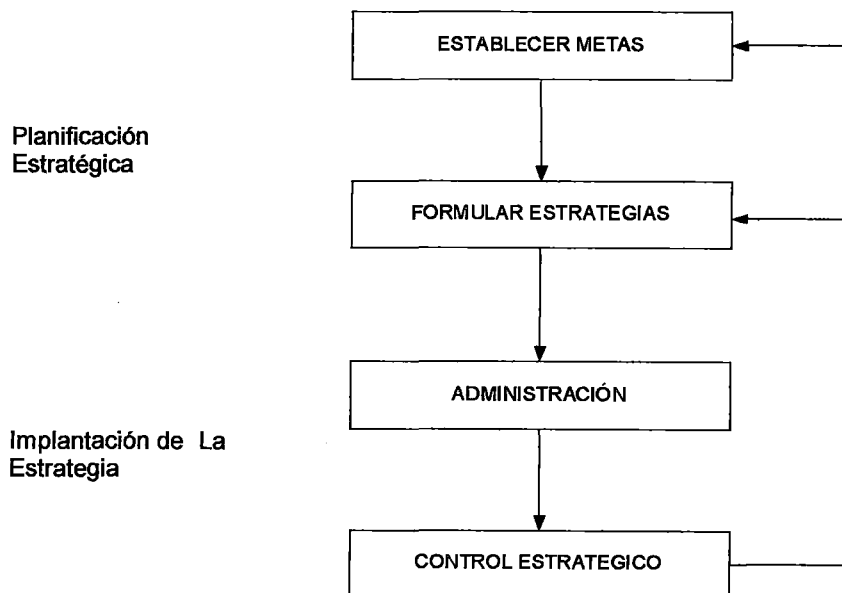
✓ **Proceso de la Administración Estratégica :**

La definiríamos como un proceso administrativo que entraña que la organización realice la planificación estratégica y después actúe de acuerdo con dichos planes.

La administración estratégica ofrece una forma disciplinada que permite a los gerentes comprender el ambiente en que opera su organización y, de ahí, pasar a la acción. En términos generales, el proceso consta de dos fases:

- *Planificación estratégica* es el nombre que solemos usar para la actividad que tiene sentido. Esto comprende tanto el proceso para establecer metas como aquel para formular estrategias, según los diferenciaron Hofer y Schendel.
- *Implantación de la estrategia* es el nombre que solemos usar para las acciones basadas en ese tipo de planificación. En esta etapa incluyen los pasos administrativos y control estratégico de Hofer y Schendel. (Ver gráfico nº 01).

**GRÁFICO Nº 01**



Fuente: Stoner freeman; Gilbert, 1996 Pág. 295

### **3. Visión y Misión.**

#### **a) Visión.**

El saber lo que se quiere está directamente relacionado con la formación recibida, básicamente en términos de seguridad, libertad para experimentar y firmeza para decidir.

Si bien la visión se relaciona con algo que todavía no sucede, tiene una connotación estrecha con algo que quisiéramos ocurra y por tanto es facultativo, libre y deliberado o voluntario. Entonces en términos prácticos, la visión es “saber, desde el principio, lo que se quiere”.

A nivel personal, responde a la pregunta: ¿cómo queremos vernos en el muy largo plazo? De manera similar, a nivel organizacional, atiende a: ¿qué organización queremos para el muy largo plazo? A nivel país, contesta a ¿qué país queremos para el muy largo plazo (indeterminado)? Vista así la visión, no necesita ser cuantificada ni ubicada en el tiempo.

En otras palabras, es el sueño respecto a lo que se quiere ser o lograr, la organización en un plazo relativamente prolongado. Al definir el blanco “final” superior al cual apuntar en el futuro, representa el sueño alentador de la organización que suministra

la energía emocional e invisible para el viaje y por lo tanto viene a ser el alma del planeamiento estratégico.

Es la aspiración de una organización de pasar de una situación actual a una situación superior en el muy largo plazo.

Es el propósito voluntario de grandeza para un plazo generalmente indeterminado.

#### **b) Misión.**

Viene a ser el papel o rol que pretende desempeñar la organización o la unidad estratégica en el sector o mercado elegido, es el cordón umbilical que une el sueño con el quehacer diario, De esta manera simboliza la razón de ser o lo que realmente desea ofrecer la organización o unidad estratégica.

En esencia, responde a las preguntas ¿por que y para qué estamos aquí? o ¿qué somos y qué hacemos? Según Alberto R. Levy la misión viene a ser la definición del negocio (o de los negocios) en que se ha de incursionar.

#### **Enfoques para el establecimiento de la Misión:**

- a) *Orientado a las capacidades clave.* La misión puede concentrarse en aquello que se sabe hacer bien. En aquello que

ha sido resultado de mucho esfuerzo compartido, de experimentación y del desarrollo de destrezas distintivas.

Puede tratarse de un proceso, de una característica esencial de un producto terminado o producto en proceso, o de un componente o de un bien intermedio.

b) *Orientado al beneficio.* Siguiendo con el ejemplo anterior relacionado a la necesidad de trasladarse; según esta escuela, la misión se podría orientar a la comodidad, rapidez o seguridad en el traslado. Se relaciona al resultado esperado en la satisfacción de una necesidad. Aquí si interesa la cualidad, característica o beneficio esperado, pues los clientes a la par que satisfacen su deseo primario, buscan que el disfrute sea placentero, beneficioso o lo ayude en el cumplimiento de una función.

c) *Orientado al producto.* Quiere decir enfocado a aquello que satisface la necesidad básica o impulso primario principal del mercado elegido. Entiéndase necesidad básica, como aquel deseo primario que no incluye las cualidades, características o beneficios inherentes a su disfrute. Por ejemplo, una necesidad básica es el deseo de trasladarse, y para satisfacerla puede elegirse entre un taxi, la movilidad propia o el autobús. Es

bastante difícil aplicar esta escuela en organizaciones que ofrecen productos disímiles o que están conformados por unidades estratégicas diferentes, como es el caso de los conglomerados, o también por ejemplo un hogar.

*Para el diseño de la misión se puede elegir uno, o una combinación de los estilos o caminos mencionados anteriormente.*

## **B. Planeamiento Estratégico.**

### **1. Definición de Planificación.**

- Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, planificación es: Plan general, metódicamente organizado y frecuentemente de gran amplitud, para obtener un objetivo determinado, tal como el desarrollo armónico de una ciudad, el desarrollo económico, la investigación científica, el funcionamiento de una industria, etc.<sup>5</sup>
- "Planificar significa anticipar el curso de acción que ha de tomarse con la finalidad de alcanzar una situación deseada. Tanto la definición de la situación deseada como la selección y el curso de acción forman parte de una secuencia de decisiones y actos que realizados de manera

<sup>5</sup> Real Academia de la lengua Española: "Diccionario de la Lengua Española XIX Edición Madrid 1984". - 23 -

sistemática y ordenada constituyen lo que se denomina el proceso de planificación".<sup>6</sup>

- En las organizaciones, la planificación es el proceso de establecer metas y elegir los medios para alcanzar dichas metas. Sin planes, los gerentes no pueden saber como organizar a su personal ni sus recursos debidamente. Quizás incluso ni siquiera tengan una idea clara de *que* deben organizar. Sin un plan, no pueden dirigir con confianza ni esperar que los demás les sigan. Sin un plan, los gerentes y sus seguidores no tienen muchas posibilidades de alcanzar sus metas ni de saber cuando y donde se desvían del camino. El control se convierte en un ejercicio fútil. Con mucha frecuencia, los planes deficientes afectan el futuro de toda la organización.<sup>7</sup>
- La planificación es el proceso mediante el cual los gestores analizan sus entornos interno y externo, se formulan preguntas fundamentales sobre la razón de ser de su organización y expresan su finalidad, sus metas y sus objetivos. La planificación se refiere al conjunto de actividades mediante las cuales se fijan los objetivos y se

<sup>6</sup> Proyecto de desarrollo: Planificación, implementación y control/BID, EIAP, FGV Brasil, México DF 1985: 24 -  
<sup>7</sup> Stoner James VI Edición Pág. 290.

determinan las líneas de acción más apropiadas para alcanzarlos.<sup>8</sup>

*En concreto, diríamos que la planificación es una herramienta que nos ayuda a fijar metas y elegir los medios para alcanzarlas, para beneficio de quien lo practique. Nos ayuda a anticiparnos a los acontecimientos, es el medio para concertar esfuerzos bajo un marco referencial concensado, que motive y movilice a todos los integrantes de la organización.*

## **2. Definición de Planeamiento Estratégico.**

- ❖ Planeamiento Estratégico, incluye la aplicación de la intuición y el análisis para determinar las posiciones futuras que la organización o empresa debe alcanzar.
- ❖ Proceso dinámico lo suficientemente flexible para permitir –y hasta forzar- modificaciones en los planes a fin de responder a las cambiantes circunstancias.
- ❖ Trata con el porvenir de las decisiones actuales, observa la cadena de consecuencias de las causas y efectos durante un tiempo, relacionadas con una decisión real o intencionada que tomará la dirección.

- ❖ Es identificar y llevar a la práctica los objetivos a largo plazo de la empresa.

*Básicamente, el planeamiento estratégico brinda la perspectiva de largo plazo para la gestión de los negocios, el lugar donde queremos estar en el futuro.*

La perspectiva a largo plazo u horizonte, es la respuesta a la pregunta de en dónde necesita estar la empresa en un momento específico del futuro para desempeñar su misión, visión y estrategia. El planeamiento estratégico es un proceso dinámico lo suficientemente flexible para permitir y hasta forzar modificaciones en los planes, a fin de responder a las cambiantes circunstancias. El Planeamiento Estratégico es importante porque:

- ❖ Mantiene a la vez el enfoque en el futuro y el presente.
- ❖ Refuerza los principios adquiridos en la misión, visión y estrategia.
- ❖ Fomenta el planeamiento y la comunicación interdisciplinarios.
- ❖ Asigna prioridades en el destino de los recursos.

- ❖ Constituye el puente con el proceso de planeamiento táctico a corto plazo.
- ❖ Obliga a los ejecutivos a ver el planeamiento desde la macro perspectiva, señalando los objetivos centrales, de manera que nuestras acciones diarias nos acerquen cada vez más a las metas.

*El Planeamiento Estratégico es un proceso que en la práctica debe mantener unido al equipo administrativo para traducir la misión, visión y estrategia en resultados tangibles. Así permite ahorrar el valioso tiempo administrativo, reducir los conflictos y fomentar la participación y compromiso con los esfuerzos requeridos para hacer realidad el futuro que desea.*

### **3. Lo que no es Planeamiento Estratégico.**

Teniendo como premisa que toda planificación es decisión, pero no toda decisión es planificación, entonces diremos que no es el intento de tomar decisiones futuras, ya que éstas sólo, pueden tomarse en el momento. Exige que se haga la elección entre posibles eventos futuros, pero las decisiones

en si, las cuales se toman en base en estos sucesos, sólo pueden hacerse en el momento.

No pronostica las ventas de un producto para después determinar qué medidas tomar con el fin de asegurar la realización de tal pronóstico en relación a factores (compras de insumos, instalaciones, mano de obra etc.) Planeamiento estratégico, va mas allá de pronosticar actuales productos y mercados presentes, formula sobre asuntos más fundamentales; negocio adecuado, objetivos básicos, tiempo de obsolescencia de productos actuales, aumento o disminución de mercados, etc.

No representa una programación del futuro, ni tampoco el desarrollo de una serie de planes que sirvan de molde para usarse diariamente sin cambiarlos en el futuro lejano. Una empresa de éxito revisa su planeamiento estratégico, en forma periódica, (en general una vez al año). Debe ser flexible para aprovechar el conocimiento del medio cambiante.

No representa un esfuerzo por sustituir la intuición y criterio de los directores No es nada más un conjunto de planes

funcionales o una extrapolación de los presupuestos actuales. *Es un enfoque de sistemas para guiar una empresa durante un tiempo a través de su medio ambiente, para lograr las metas dictadas.*

#### **4. Evolución Histórica Planeamiento Estratégico.**

ESTRATEGIA:

(Raíces etimológicas)

Griego *strategos* = "Un general" = > "ejercito", acaudillar.

Verbo griego *strategos* = "planificar la destrucción de los enemigos en razón eficaz de los recursos".

Los primeros estudiosos modernos, que ligaron el concepto de estrategia a los negocios, fueron Von Neuman y Morgenstern en su obra <la teoría del juego>: "una serie de actos que ejecuta una empresa, los cuales son seleccionados de acuerdo con una situación concreta". Peter Drucker (1954) al respecto nos dice: "la estrategia requiere que los gerentes analicen su situación presente y que la cambien en caso necesario, saber qué recursos tiene la empresa y cuáles debería tener" Alfred Chandler en 1962

"el elemento que determina las metas básicas de la empresa, a largo plazo, así como la adopción de cursos de acción y asignación de recursos para alcanzar las metas" (1ra definición moderna de estrategia >strategy and structure>). Sócrates en la Grecia antigua comparó las actividades de un empresario con las de un general, al señalar que en toda tarea quienes la ejecutan debidamente tienen que hacer planes y mover recursos para alcanzar los objetivos.

Esta concepción enfatiza la acción; las empresas tienen una estrategia, aún cuando hicieran planes. Henry Mintzberg: "el patrón de una serie de acciones que ocurren en el tiempo" en su opinión, los objetivos, planes y base de recursos de la empresa, en un momento dado, no son más importantes que todo lo que la empresa ha echo y en la realidad está haciendo. Estrategia Global: Es establecer una estrategia para un negocio a nivel mundial, eligiendo entre varias dimensiones estratégicas.

Para cada dimensión, una estrategia multidoméstica busca maximizar el desempeño mundial mediante la masificación de la ventaja competitiva local. Busca maximizar el desempeño mundial

a través de la participación y la integración.

Su definición más completa debe describirse desde varios puntos de vista mencionados a continuación:

- . El porvenir de las decisiones actuales
- . Proceso
- . Filosofía
- . Estructura

En la década de los 60': Se comenzó a usar el término; "Planeación a largo plazo", subsecuentemente se han creado los términos: Planeación corporativa completa, Planeación directiva completa, Planeación general total, Planeación formal, Planeación integrada completa, Planeación corporativa, y Planeación Estratégica. Más reciente aún Gerencia Estratégica.

*El porvenir de las decisiones actuales:* La PE. Observa las posibles alternativas de los cursos de acción en el futuro, y al escoger unas alternativas, éstas se convierten en la base. Para así poder tomar las decisiones presentes. Durante los últimos treinta años, en los países industrializados, la planeación corporativa ha tenido que ver con hechos determinantes del cambio. Como resultado desde su generalizada

Introducción en la década del 60, el estilo de la Planificación Estratégica ha pasado por varias fases. (Ver cuadro N° 03)

**CUADRO N° 03**

<b>Década del 60'</b> Planeación para un periodo- de estabilidad y crecimiento	<b>Década 70'</b> Planeación para empresas en situación de ataque.	<b>Principios 80'</b> Planeación para recortes y racionalización	<b>Década de los 90'</b> Planeación para: 1. Crecimiento rentable 2. Desnormalización y Priv. 3. Mercados mundiales.
<b><i>Principales diferencias de los estilos de Planificación estratégica por cada época</i></b>			
Proyecciones LP Presupuestos 5 años P. Operativos detallados Estrategias para el crecimiento y la diversificación	Estrategias explícitas Divisiones en unidades empresariales estratégicas Proyección explorativa Planeación para el cambio sociopolítico Simulación de estrategias alternativas	La alta Gerencia esta a cargo de la estrategia. Enfoque total del negocio; elaboración y puesta en marcha de la Estrategia Liderazgo visible ejercido por la alta Gerencia. Compromiso de los funcionarios a todos los niveles Inversiones masivas en nuevas Tecnologías	Alta importancia a los factores del entorno Uso de tecnologías informáticas Incremento del cálculo de riesgos Altas velocidades en la renovación del conocimiento Altas velocidades en adquirir y perder ventajas competitivas
<b><i>Principales técnicas por década</i></b>			
Proyección tecnológica Planeación de fuerza laboral Presupuestación del programa Análisis de vacíos Matriz de producto mercado	Planeación de escenarios Apreciación del riesgo político Proyección social Evaluación de impacto ambiental Análisis de portafolio de negocios Curvas de experiencia Análisis de sensibilidad y riesgo Presupuestación base cero	Creación de escaños competitivos Filosofías y objetivos empresariales explícitos Portafolios de tecnologías y recursos Empleados propietarios de acc. Entrenamiento interno de mercadeo y servicios Programas de mejoramiento a la calidad Bases de datos internas y externas	Formación de Liderazgo Benchmarking Holistica gerencial Inteligencia emocional Mejoras continuas Cuadro de indicadores

## 5. Planeamiento Estratégico en el Perú.

La constitución de 1979, elaborada por la Asamblea Constituyente que presidió Víctor Raúl Haya de La Torre, le

dio rango constitucional y creó la planificación concertada (Art. 111). El segundo gobierno de Belaunde la aplicó con éxito, sobre todo en el sector Trabajo, que estuvo a cargo de Alfonso Grados Bertorini.<sup>9</sup>

El actual gobierno esta desarrollando su acción en base al Planeamiento Estratégico Institucional, que se formula en cada uno de los pliegos presupuestados del sector público, siguiendo los lineamientos planteados por Decreto Ley Supremo N° 001-2000-EF/76.01, aprobado mediante Res.Dir.N°009-2000-EF/76.01.

El gobierno de facto del general Juan Velasco Alvarado estableció la planificación compulsiva, por su orientación estadista. Esta fue similar a la impuesta por el Gobierno Soviético en sus planes quincenales después del triunfo de la revolución Rusa en 1917. Dicho sea de paso, de Rusia se exportó a Occidente después de la Segunda Guerra Mundial y Estados Unidos la aplicó en el Plan Marshall para la recuperación de Europa desde 1948 a 1952. El éxito de éste hizo que la planificación se convierta en disciplina fundamental para las empresas capitalistas y los gobiernos democráticos.

<sup>9</sup> EP Peruano: Diario oficial del Perú, Pág. Editorial del 22 de octubre del 2002, Pág.8.

Fue la Junta Militar de Gobierno de 1962-63 que, mediante el decreto Ley N° 14220, dio nacimiento al Sistema nacional de Planificación Económica y Social. Contó con el apoyo del BID, de la CEPAL y de la OEA. Correspondió al presidente Fernando Belaunde Terry, en su primer gobierno, crear el Instituto Nacional de Planificación. Hasta aquí los peruanos tuvimos una planificación indicativa.

La historia peruana de la planificación se remonta a 1961, cuando fue auspiciada por la Alianza para el progreso, programa del presidente estadounidense John F. Kennedy que tuvo por finalidad lograr el desarrollo económico y social de América latina. El liberalismo acendrado del primer ministro de entonces, Pedro Beltrán Espantoso, hizo ver con desconfianza tal auspicio. Por ello, creó una modesta y mal equipada Oficina de Estudios y Programas.

## **6. Necesidad de Planeamiento Estratégico.**

*La estrategia global de la organización es el resultado de decisiones sobre qué hacer (objetivos) y cómo hacerlo (táctica).*

Debemos recordar tres ideas claves dentro del Planeamiento Estratégico:

- El planeamiento es el cálculo que precede y preside la acción.
- Es la articulación entre conocimiento y acción.
- Planifica quien gobierna, política o institucionalmente.

Planificando conseguimos lo siguiente:

- o Establecer la dirección a seguir por la empresa y sus unidades de negocio.
- o Examinar, analizar y discutir sobre las diferentes alternativas posibles.
- o La Planificación facilita la posterior toma de decisiones
- o Supone mayores beneficios y menores riesgos.

Dentro del planeamiento estratégico debemos tener en cuenta, que la mayoría de las organizaciones operan en un medio cambiante, de gran turbulencia en su entorno, y como consecuencia inevitable de operar en un mundo dinámico, nuestros establecimientos deben estar preparados para aceptar los cambios, por lo tanto el gerente al planificar debe en todo

momento trabajar, pronosticando el futuro, clima tecnológico, económico, político y social. De esta manera evitaremos que cualquier cambio alrededor de nuestras organizaciones se torne desastroso para el equilibrio y cumplimiento de objetivos. De esta manera, la organización se adaptará de manera óptima a cualquier cambio que se suceda.

Es importante recordar que la estrategia buscada está integrada por elementos deliberados (previamente pensados y planteados), y otros que surgen durante la aplicación de la propia estrategia. Por lo tanto, para entender el comportamiento de los individuos y de las organizaciones, es importante ir más allá de la intención e inferir la estrategia a partir de la práctica y en la práctica.

Aún cuando el plan sea definido claramente, las diferencias en interpretación, grado de compromiso y fuerzas limitantes, median entre la intención y la conducta a seguir con respecto al plan. Por eso la importancia de que todos los miembros de la Institución conozcan tanto su Visión y Misión, como los objetivos trazados y las estrategias a seguir. La planeación

ofrece un medio para que los individuos y organizaciones enfrenten los cambios en su medio.

El ritmo creciente de cambio en los económico, político, tecnológico y otras áreas, destaca la necesidad de una atención continua en la reformulación de estrategias. Tengamos siempre presente, que el entorno cambia permanentemente.

En el nivel estratégico, los planes amplios y a largo plazo son desarrollados para alcanzar misiones globales. Los resultados de todo el proceso de la planeación estratégica son los planes operativos para la realización de las tareas, que se realizan a nivel de áreas determinadas (a nivel operativo) y realizados mediante tácticas detalladas. La planificación directiva no tiene sentido sin la planificación operacional, puesto que cumple con el objetivo de proponer y que hará en cada una de las unidades operacionales que presten servicios a la población.

Los recursos (financieros, materiales, humanos, y tecnológicos), son necesarios para realizar los planes y es responsabilidad del administrador integrar los recursos requeridos y vigilar que se usen eficientemente.

## **C. Folklore.**

### **1. Teoría del folklore.**

La palabra "folklore" se deriva del vocablo inglés "FOLK": pueblo y "LORE": ciencia. Ciencia de un pueblo. A raíz de la etimología del vocablo Folklore han surgido una serie de teorías acerca de su significado.

A continuación mencionamos algunos conceptos:

Según José María Arguedas: "El folklore estudia de modo general las artes tradicionales de cualquier pueblo y muy particularmente sus cuentos, leyendas, danzas y canciones".<sup>10</sup>

Según Jesús Romero: "Folklore es la ciencia que recoge y estudia las manifestaciones colectivas, con valor funcional en la vida de un pueblo y que las practica en forma empírica y tradicional".<sup>11</sup>

Según Best Morote "Folklore es la ciencia antropológica-cultural que recoge, clasifica, compara, interpreta y generaliza, vale decir trata científicamente tales materiales con el objeto de establecer las leyes que rigen su origen, su desenvolvimiento,

<sup>10</sup> Arguedas, José María, Cultura y pueblo. Lima, Enero – Marzo, 1964 Pág. 11

<sup>11</sup> Romero, Jesús C. Editorial Universitaria de Arequipa. 1957. Pág. 26

su difusión y su desaparición, par que procura determinar la función que cumple en la colectividad". Se refiere a que "hay hechos humanos dotados de características que lo distinguen o delimitan; son tradicionales, es decir, se transmite mediante la noticia oral o el ejemplo de una generación a otra; son anónimos porque se les repite con desconocimiento del autor individual que tuvieron; son plásticos porque van cambiando constantemente en su forma aunque siempre conservan la esencia; son ubicables porque siempre aparecen en determinado tiempo y lugar, finalmente son funcionales, es decir, cumplen un rol activo en la vida de la colectividad, reflejando las condiciones de la vida misma".<sup>12</sup>

Según Raúl Cartazar: "Por Folklore se entiende la manifestación cultural vernácula anónima de un pueblo, producida en contraste con las normas de una cultura universalizada dentro de los cuales evoluciona. Ciencia etnográfica que estudia las manifestaciones culturales para clasificarlas mediante leyes generales".<sup>13</sup>

Teniendo en consideración todos estos conceptos:

<sup>12</sup> Morote, Best, E. Elementos del folklore Editorial Universitaria de Arequipa, 1957, Pág. 27

<sup>13</sup> Cartazar, Raúl. Editorial Universitaria de arequipa, 1957. Pág. 26

**“Folklore”** es la ciencia que estudia las manifestaciones culturales de un pueblo, a saber: lenguaje, literatura oral, creencias y supersticiones, religión, filosofía y moral, música, coreografía e instrumentos, fiestas y ceremonias tradicionales, diversiones, arte popular, teatro, ciencias populares, historia tradicional, agricultura recolección, ganadería y crianza de animales, caza, pesca, comercio, alimentación, medicina, vestidos y adornos, tipos humanos, relaciones tradicionales, usos y costumbres, derechos consuetudinarios, y transmisión cultural.

## **2. Antecedentes y situación actual.**

La información que se presenta a continuación, se generó teniendo como fuente de información los datos proporcionados por la Dirección Regional de Turismo, el Instituto Nacional de Cultura (INC) y el Diario Correo. Los cuadros estadísticos consignan información a diciembre del 2003 a excepción de los datos proporcionados por el Diario Correo, que consignan información al 2004 y por lo cual se considera suficientes y adecuados para efectuar el análisis e interpretación.

**a) clubes departamentales que residen en Tacna:**

Actualmente los clubes departamentales que residen en la ciudad de Tacna son:

- 1) Club Departamental Apurimac.
- 2) Club Departamental Arequipa.
- 3) Club Departamental Ayacucho.
- 4) Club Departamental Cusco.
- 5) Club departamental Moquegua.
- 6) Club Departamental Puno.

✓En lo que va del año según la Dirección de Turismo, los clubes que han tenido mayor participación al exhibir su acervo folklórico han sido los clubes departamentales Ayacucho y Apurimac, misma participación que motivo el interés de los organismos dedicados al sector turismo.

**b) Grupos promovidos por el INC:**

Recopilando información de Las agrupaciones que están inscritos en el INC en lo que concierne a conjuntos, agrupaciones, artistas y promotores culturales de los años 2002 y 2003.

En el año 2002 se registró lo siguiente: (Ver cuadro nº 04)

## CUADRO N° 04

AÑO 2002

<b>Clasificación</b>	<b>Número</b>
Grupo Cultural de danzas	10
Grupo C. música criolla	42
Grupo C. marinera norteaña	7
Conjuntos criollos	10
Artistas	18
Promotores	18
<b>Total</b>	<b>95</b>

Fuente: INC

Elaboración propia.

- En el cuadro se puede apreciar que en el año 2002, notamos que el total de los grupos empadronados en el INC suman 95 en total. En lo que se refiere al género de música folklórica diríamos que tenemos muy pocos grupos registrados en el INC, sería un indicativo que se debería tomar en cuenta para saber si se incrementa, en relación a los demás géneros. Es importante referir que el INC tiene la función integra de promocionarlos a nivel local, nacional e internacional. (Ver cuadro n° 05)

## CUADRO N° 05

AÑO 2003

Clasificación	Número
Grupo cultural de danzas	10
Grupo C. música criolla	33
Grupo C. marinera nortefía	8
Conjuntos criollos	11
M. folklore. vernacular interp	9
Entidades culturales	6
Centros y Asoc. Culturales	34
Artistas	11
Promotores	6
<b>TOTAL</b>	<b>128</b>

Fuente: INC

Elaboración propia.

- En este cuadro del año 2003, se puede visualizar un incremento en lo que se refiere a música folklórica con respecto al año anterior, como también la aparición de organizaciones culturales aquí en esta ciudad, vale decir que ha existido un ligero incremento en relación al año anterior, y se puede ver un futuro promisorio.
- En el rubro de artistas y promotores ha habido una disminución en relación al año pasado, quizá debido a la inactividad de la misma en relación a la crisis económica que atraviesa el país.

**c) Grupos Nacionales e internacionales que visitaron Tacna:**

Entre los grupos nacionales e internacionales que nos han visitado desde el año 2000 al 2004, en el evento "Remate de Carnaval", son los siguientes: (Ver cuadro n° 06)

**CUADRO N° 06**

AÑOS	GRUPOS	
	NACIONAL	INTERNAC.
2000	9	-
2001	14	-
2002	17	2
2003	6	-
2004	4	-
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>2</b>

Fuente: Diario Correo

Elaboración Propia

- Ese evento nació en el año 1999 como un evento netamente departamental, para luego al próximo año 2000, convertirse en un evento nacional. En ese entonces nos visitaron nueve delegaciones de los distintas ciudades del país, incluyendo Tacna, nos visitaron representaciones de Puno, Cusco, Cerro de Pasco, Huanuco, Andahuaylas, Ayacucho, Huancayo, Huanta, Huaraz, Cajamarca, ICA, y Moquegua. Se fue encaminando en un buen evento nacional debido también a los premios exhibidos en esa época.
- Por otro lado nuestra vecina ciudad de Arica – Chile, fue copiando y aprendiendo a organizar ese tipo de eventos, y

adquirieron el "Know How" que aún en la actualidad lo conservan, con una política a largo plazo, por lo cual su evento cada año va creciendo considerablemente, siendo dicha ciudad, según el Historiador chileno Renato Aguirre Bianchi; "una ciudad huérfana".

- Ubicándonos en el presente año 2004, nos encontramos ante una disminución de delegaciones invitadas, también se hizo más notorio la desaparición del "know how". Al margen que en dicha institución se realiza un cambio constante en lo que se refiere a su personal y/o jefes, existe una falta de continuidad en las políticas asumidas en años atrás, que hace imposible establecer una política a largo plazo, lo cual genera consecuencias no muy buenas para la eficiencia de esa institución. Iremos explicando años atrás como era la trascendencia e importancia en la organización de ese tipo de eventos.
- En el año 2003, recibimos solo la visita de seis delegaciones incluyendo a Tacna, debido a muchos factores, como la poca promoción y difusión de tal evento, en no conservar el "know how" adquirido en esos años y de emplear poco presupuesto para tal evento. En ese año, asumió la dirección de la comuna

de la provincia de Tacna, el nuevo Alcalde; que fue elegido democráticamente.

- El año 2002; se recibió la visita de 17 delegaciones de las distintas ciudades del país, el evento se internacionalizó con concursos nacionales e internacionales y con atractivos premios para los ganadores. Participaron delegaciones de Arica – Chile, de Bolivia, como también grupos de diferentes lugares y/o ciudades del país, mostrando en ese entonces su trascendencia y su visión de llegar a ser un evento latinoamericano internacional, el principal de Sudamérica. Según el historiador Cavagnaro; ya se consideraba como un atractivo turístico en esta ciudad de Tacna y se constituía como un pilar de desarrollo para el turismo. En ese tiempo ya lo llamaban los participantes “Tacna, carnaval de carnavales”, los mismos que sumaban 1200 personas aproximadamente llegadas de diferentes puntos del Perú, Chile y Bolivia.
- En el año, 2001 nos visitaron; 14 delegaciones, con nuevas agrupaciones de otros lugares del país, acudieron por primera vez las delegaciones de Cerro de Pasco, Huancayo, Huaraz e Ica. También recibimos la visita de agrupaciones de la vecina

ciudad de Arica – Chile, que también organizaban dicho evento en el mes de febrero, pero que no tenía mucho realce.

*De lo narrado anteriormente hasta la actualidad, comenzó a declinar el evento. Cabe mencionar en el año 2002 fue año pico en la organización y trascendencia del evento.*

#### **D. Turismo.**

##### **1. Conceptos y definiciones.**

###### **a) Concepto según ing. Rafael Ramírez Castellano:**

El Turismo es una actividad cuyo protagonista es el hombre, por lo que, al desarrollarse en el campo personal, cada quien tiene su interpretación, la cual depende de sus vivencias, deseos, gustos, motivos, cultura, idioma, etcétera, y por lo tanto su definición desde el punto de vista general se torna dificultosa y a veces contradictoria. La definición del turismo es sencilla si se refiere en cada caso a la opinión de cada quien, a lo que cada quien percibe o interprete, pero, al englobar la definición para satisfacer la expectativa general, definir el turismo es difícil. En una oportunidad le pregunté a un joven como definiría el turismo y me respondió:

**"El turismo es una manera de pasarla bien". Para un taxista de particular me definió el turismo diciendo: "Turismo es que vengan muchos extranjeros para que usen mi carro y gasten dólares en mi país".**

El ing. Rafael Ramírez Castellano, por último define al turismo en forma muy simple y común **diciendo que es la tendencia natural del ser humano a cambiar de sitio para beneficiarse de las bondades de otros lugares distintos de aquél donde usualmente vive y descansar en ambiente agradable, para esparcimiento y recreación.**

**b) Concepto según El Dr. José Ignacio Arrillaga:**

Español de grandes conocimientos turísticos, en su libro "Ensayos sobre Turismo" publicado en Febrero de 1962, define el turismo diciendo: "Turismo es todo desplazamiento voluntario y temporal determinado por causas ajenas al lucro, el conjunto de bienes, servicios y organización que en cada nación determinan y hacen posibles esos desplazamientos y las relaciones y hechos que entre éstos y los viajeros tienen lugar". Asigna un carácter dinámico al turismo cuando dice: "como todo desplazamiento" y participa

de la tesis Suiza, de que el viajero con fines de lucro no es turista, es decir, niega la posibilidad del "turista de negocios".

**c) Concepto según El profesor Manuel Ortuño Martínez:**

También español, en su libro "Estudio del Turismo" publicado en 1966 define el turismo en forma simplísima en palabras, pero con gran profundidad, diciendo: "**El turismo es la afición a viajar por el gusto de recorrer un país**"; es casi la complementación de las definiciones anteriores, con la del joven y la del taxista caraqueño.

**d) Concepto según su Santidad Juan Pablo II:**

El 9 de Octubre de 1984 al encontrarse con los participantes al Congreso Mundial sobre la Pastoral del Turismo, expresó: "El turismo es una realidad compleja sometida a numerosas fuerzas e influencias económicas o de otro tipo, difíciles de captar en su totalidad".

**e) Según la OMT:**

Turista es aquel que viaja a otro país o lugar distinto de donde reside por un periodo mínimo de una noche y no más de 12 meses consecutivos, y cuyo principal propósito de viaje es otro que el ejercicio de una actividad remunerada en el país o lugar que visita. El término incluye a personas

viajando por ocio, entretenimiento y vacaciones, visita a familiares, amigos, negocios y motivos profesionales, tratamientos de salud, religión, peregrinaciones y otros motivos.<sup>14</sup>

Entonces, podremos decir que el turismo es una actividad que consiste en el desplazamiento temporal y libre de una o varias personas a lugares diferentes de su habitual residencia, con fines no lucrativos. Este concepto es uno de los más completos y que se ciñen a la realidad fenomenológica y caracterológica de esta disciplina.

Conforme a ello, en el turismo se presentan dos elementos principalísimos que son: El movimiento de viajeros y la demanda de prestaciones turísticas (bienes y servicios) que ofrecen las personas del lugar.

## **2. Tipos de Turismo.**

En cuanto a los tipos de turismo que generan, se observa que debido a la variedad de factores geográficos e históricos de nuestro país, estos permiten tener recursos y atractivos que ofrecer al turista a través de diversas modalidades:

### **Por la nacionalidad de la demanda:**

Según la ley N° 26961 Art. 03 de la ley para el desarrollo de la actividad turística:

#### *A. Turismo interno:*

Es el realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el país.

#### *B. Turismo Receptivo:*

Es el realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el exterior.

### **Por la actividad que realiza el turista:**

- *Turismo Convencional:* esta modalidad de turismo se caracteriza por la venta de servicios clásicos, centralizados, urbanos; de carácter pasivo, orientados al relax y a la diversión.
- *Turismo No convencional:* caracterizado por servicios no tradicionales, rurales, descentralizados, orientados a lo natural – cultural. Es de carácter activo participativo.

En este tipo de turismo figura el “FOLKLORE”

***Entre los principales tenemos:***

1. *Turismo de Negocios*: Es el turismo que practica el hombre de negocios (Comerciante, profesional o técnico) cuando a desarrollar sus actividades mercantiles o profesionales aprovecha la oportunidad para disfrutar de las bondades climáticas, bellezas paisajísticas y sitios de diversión. Tacna por ser zona de frontera tiene muchas exoneraciones tributarias de algunos productos, tales como los centros comerciales instalados en nuestra ciudad, así como la zofra Tacna; en donde se comercializa los autos de segundo uso, su proceso agrícola y pecuario, etc. que hacen que muchos comerciantes, inversionistas, profesionales especializados y técnicos que vienen al país en plan de negocios compartan su viaje con el turismo, si le presentamos facilidades para tal fin.

Si nos atuviéramos a la definición que hacen los suizos de la Escuela de Altos Estudios Económicos de la universidad de Berna, la cual dice así: "Se entiende por turismo al conjunto de relaciones y fenómenos resultantes del viaje y de la estadía de no residentes, siempre que esa estadía no cree un establecimiento durable ni derive en actividad lucrativa",

no podríamos considerar la existencia del turismo de negocios, pero si consideramos que el hombre de negocios, al conseguir facilidades para practicar el turismo, comparte su tiempo en esparcimiento, sí podemos incluir dentro de la clasificación del turismo, el turismo de negocios. Además, pudiera ser que el hombre de negocios que visite nuestro país, por las bondades turísticas de Tacna, prolongase su estadía en nuestro país y por ende aumentase su gasto al reinvertir aquí parte de las divisas que obtuvo en el negocio que originalmente lo trajo al Perú. Yo considero, sin arremeter con el criterio suizo, en el "Turismo de negocios", criterio que a fin y al cabo es sólo definición y estadística, por lo que pienso que los peruanos debiéramos incorporar más comerciantes, técnicos y hombres de negocios en general, al disfrute de nuestro turismo para crecimiento de nuestra tecnología y desarrollo económico.

2. *Turismo gastronómico*: La gastronomía tiene un gran valor en el desarrollo del turismo. Tal vez, el mayor descubrimiento que íntimamente más desea el turista es el de conocer el sabor de la cocina del país visitado. Al regresar el turista a su país de origen siente como especial

orgullo o interés por referir a sus amistades los platos típicos que saboreó y disfrutó; pareciera que cada quien fuera el primer humano de su comarca que los conoce.

3. *Turismo de Salud*: Debido al menor costo de los tratamientos de diversos males, que aquejan a las personas, es por eso que el turista prefiere visitar determinados consultorios de salud para dar fin al mal que le perturba, y también comprar diferentes accesorios que los necesita, para mejorar su calidad de vida.
4. *Turismo Religioso*: Este es una clase de turismo que mueve gran cantidad de personas que profesan gran fé por la religión. Hay mucha gente atraída por curiosidad por conocer monumentos, templos o sitios que simbolizan un credo, un personaje religioso, un templo de gran importancia, o un lugar donde se haya realizado un importante acontecimiento religioso o producido un milagro. Es el caso a nivel mundial de las visitas al Vaticano con la asistencia a una misa con la esperanza de ver a su Santidad el Papa; la asistencia a Belén para adorar el sitio del nacimiento de Cristo; poder asistir a Lourdes para adorar a la virgen o de sentirse en Portugal, cerca de la virgen de Fátima.

En Tacna existen muchas oportunidades para el turismo religioso y es así como muchos creyentes visitan nuestro emblemático Santuario del Señor de Locumba, motivo de muchas peregrinaciones. También la Virgen de Pallagua, en el Distrito de Pachía, la Virgen de Copacabana en el distrito del Alto de la Alianza. El turismo religioso puede, mediante una promoción adecuada bien dirigida, convertirse en un buen aporte económico a las diferentes zonas de nuestra Región Tacna.

5. *Turismo cultural*: Turismo referido a hechos históricos, artísticos, culturales o antropológicos. Algunos de los destinos culturales más conocidos han sido catalogados como parte del patrimonio cultural de la humanidad. Las actividades turísticas culturales incluyen visitas a los monumentos histórico-artísticos y a museos, participación en rutas e itinerarios histórico-monumentales, apreciación de manifestaciones folklóricas o antropológicas y asistencia a espectáculos culturales, así como a seminarios, simposios culturales o cursos de idiomas en el extranjero, entre otros.
6. *Ecoturismo*: Conjunto de actividades turísticas que privilegian un contacto directo con la naturaleza. El

desarrollo del ecoturismo tiene además la finalidad implícita- y creciente explícita- de apoyar la conservación de los ecosistemas. Relacionado a las visitas que se realizan a las áreas naturales.

7. *Turismo de Deportes*: Posiblemente este turismo, podríamos decir que es el "Turismo del Entusiasmo", porque es el que mueve más gente joven y además es el turismo "más sano" porque su motivo principal es el deporte y el deporte es salud. Este turismo es de vital importancia para un país porque entretiene a su juventud en actividades y disciplinas sanas.

Tacna actualmente cuenta con pocas instalaciones debidamente dotadas, en donde se han desarrollado eventos deportivos de gran impacto (Copa América), los cuales han arrastrado paralelamente corrientes turísticas que no han sido aprovechadas debido a la idiosincrasia del peruano.

8. *Turismo de descanso y esparcimiento*: Este es el turismo más estrictamente apegado a la definición tradicional del mismo, es decir, a la más generalizada y la primaria. Turismo de descanso y esparcimiento es el que practica la

persona que desea vacacionar, descubrir bondades y costumbres de otras regiones, distintas al sitio donde reside. En esta clase de turismo el hombre realiza su deseo de cambiar de ambiente; es el caso del canadiense que cambia la nieve por la arena y el sol norteño, que cambia su playa por la cordillera Andina, o el habitante limeño que busca descanso y paz.

### **3. Recursos Turísticos.**

Se considera recurso turístico a aquellos bienes o circunstancias que, por su naturaleza geográfica (recurso natural), histórica (recurso histórico) o cultural (recurso cultural) contienen un potencial que puede ser desarrollado para despertar el interés de los turistas.

- a) *Constituyen recursos naturales* las áreas naturales protegidas, ríos, lagunas y lagos, cascadas, cordilleras, altiplano, valles, baños termales, cuevas, playas, costas, islas, puntos escénicos, paisajes entre otros.
- b) *El recurso histórico* incluye el patrimonio arqueológico (objetos y restos de construcciones incaicas o preincaicas, entre otros) y prehistórico (zonas con fósiles o legados de

los primeros hombres, por ejemplo); edificios coloniales, museos donde se exhiben objetos históricos y monumentos referentes a hechos de esa naturaleza.

- c) *El recurso cultural y de la comunidad*, por su parte, abarca las artesanías (cerámicas, tejidos, tallados en madera, orfebrería, etc.), museos de arte y cultura, danzas y música, así como ceremonias y festivales culturales y religiosos, los ambientes en villas indígenas, estilos de vida, rituales, tradiciones, gastronomía entre otros.

*Así, el Perú cuenta con numerosos y variados recursos turísticos. Sin embargo, para que los turistas puedan apreciarlos y demandarlos, es necesario contar con la infraestructura necesaria para acceder a ellos. Es decir, los recursos deben ser convertidos en atractivos turísticos.*

#### **4. Atractivos Turísticos.**

El atractivo turístico es aquel bien o servicio que esta en capacidad de satisfacer las necesidades de los visitantes. No todos los recursos turísticos pueden ser utilizados en la actividad turística, sino sólo aquellos que han sido debidamente acondicionados.

El paso de recurso turístico a atractivo requiere de realización de una serie de inversiones y la organización de ciertos servicios. Cuando se trata de un recurso de tipo arqueológico, por lo general es necesario construir o mejorar la vía de acceso; asegurar el uso sostenible y el adecuado resguardo del bien; proveer la dotación de servicios básicos como electricidad, comunicaciones, agua y desagüe, alguna forma de disposición de desechos; organizar la prestación de servicios como el de transporte, alojamiento (si es necesario pernoctar en la zona), alimentación, guías turísticos, museo del sitio, etc.

## **5. Productos Turísticos.**

Para la OMT, el producto turístico es aquel conjunto de bienes y servicios, tangibles e intangibles, utilizados para consumo de determinados grupos de turistas. Esta definición tiene implícita la selección de un segmento del mercado al que se dirige el producto. No todos los atractivos turísticos constituyen productos turísticos en la medida que no han sido promovidos como elementos centrales de un viaje que buscaría satisfacer necesidades bastante concretas del turista.

Para Valls <sup>15</sup> los componentes del producto turístico son los siguientes: recursos turísticos, servicios auxiliares, gestión, imagen de marca y precio. De todos ellos la imagen de marca es la que identifica y diferencia al producto de otros similares, y determina la percepción que el consumidor tenga de la experiencia personal que se le ofrece.

Si bien los límites entre "recurso", "atractivo" y "producto" no son absolutamente nítidos, es claro que existen pocos recursos turísticos ya claramente identificables como "productos". El producto mejor posicionado es, sin duda, el Cusco.

El producto turístico aporta al visitante ventajas adicionales, dadas por un conjunto de características o atributos con las que se ha asociado al atractivo turístico. Así, un grupo específico de viajeros recibe, a través del concepto de producto turístico, la promesa de una alta satisfacción de sus expectativas.

## **6. Antecedentes.**

### **a) Información estadística:**

La información que se presenta a continuación, se generó, teniendo como fuente de información los datos proporcionados por la Dirección Regional de Turismo,

Dirección General de Migraciones y Naturalización de Tacna.

El instrumento que nos va a ayudar a organizar, analizar y finalmente a sacar conclusiones sobre los antecedentes del turismo y folklore se llama estadística. La estadística reviste de gran importancia en el desarrollo de cualquier tipo de investigación, por consiguiente nos servirá de mucha utilidad.

Los cuadros estadísticos consignan información a diciembre del 2003. Así, los datos consignados en los cuadros y gráficos estadísticos subsiguientes resultan suficientes y adecuados para efectuar el análisis e interpretación, con el fin de elaborar la propuesta del Planeamiento Estratégico.

**1) *Flujo Turístico en Tacna 2000 – 2003.***

***Promedio de permanencia*** se refiere a la cantidad de días que los turistas, debidamente registrados en los establecimientos de hospedaje, permanecen en Tacna, ver cuadro N° 07.

**Personal ocupado** comprende la cantidad de trabajadores que desarrollan su labor en los centros de hospedaje para prestar atención al turista.

**La capacidad utilizada** involucra la cantidad de habitaciones y plazas que han sido realmente ocupadas durante el año.

**La capacidad instalada** es la cantidad de habitaciones y camas o plazas que constituyen la oferta de habitación para los turistas. (Ver Cuadro nº 07)

#### CUADRO Nº 07

#### CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA DE PLAZAS, PERSONAL OCUPADO Y PROMEDIO DE PERMANENCIA

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA		CAPACIDAD UTILIZADA		PERSONAL OCUPADO		PROM. PERMAN.
	Números	%	Números	%	Números	%	
2000	4 081	-	268 837	-	374	-	1,50
2001	4 336	6,2	272 904	1,5	416	11,2	1,50
2002	4 149	-4,3	261 953	-4	404	-2,8	1,53
2003	4 367	5,2	264 329	0,9	425	5,2	1,55

Fuente: Dirección de Turismo

Elaboración Propia

- Respecto a la capacidad instalada, en el año 2000 estuvieron disponibles 4 081 plazas o camas para su ocupación, para el año siguiente se mostró un incremento significativo de 6,2%, sin embargo decae en el 2002 con (-4,3) %, pues las plazas

bajaron a 4 149 de capacidad instalada, esta situación se revierte progresivamente en le año 2003 en un 5,2% es decir alcanzando la cifra de 4 367 plazas o camas.

- La capacidad utilizada presenta un movimiento de 1 068 023 veces, lo cual permite determinar como promedio de permanencia anual y acumulada de 1.5, es decir que cada turista que arriba a un establecimiento de hospedaje se queda mínimo un día y medio en Tacna.
- En el rubro personal ocupado se tiene una tendencia positiva, alcanzando un 5,2% en el año 2003 con respecto a años anteriores, llegando a 425 empleados con respecto a los 374 que existía en el año 2000.

***Pernoctaciones*** comprende a los turistas nacionales y extranjeros que se registran en los establecimientos de hospedaje en Tacna, comprendiendo el total de días que han permanecido en esta ciudad; es decir, unidades en días por personas. (Ver cuadro N° 08)

## CUADRO N° 08

### PERNOCTACIONES

AÑOS	NACIONALES		EXTRANJEROS	
	Numero	%	Numero	%
2000	212 422	-	50 005	-
2001	219 350	3,2	39 791	-20,4
2002	223 530	1,9	33 094	-16,8
2003	225 410	0,8	31 953	-3,4
<b>TOTAL</b>	<b>880 712</b>		<b>154 843</b>	

Fuente: Dirección de Turismo

Elaboración Propia

- En el caso de pernoctaciones notamos que se mantienen las tendencias señaladas para los arribos en ambos casos para nacionales y extranjeros.
- Con respecto a los turistas extranjeros, en referencia al año 2000 hasta el año 2003 notamos un decremento, posiblemente debido entre otros a problemas, tales como la inseguridad, la escasa protección del turista y la escasa iniciativa en la búsqueda de alternativas para atraer más turistas.
- Sin lugar a dudas se explica que el mayor número de visitantes corresponde a pequeños comerciantes que han intensificado sus arribos de manera continua e irregular, es decir en algunos años se ha incrementado y en otros a disminuido en pequeñas cantidades.

**Arribos** se refiere a la cantidad de turistas que han sido registrados en los establecimientos de hospedaje, sin importar medio de transporte, origen ni destino; tanto para turistas nacionales y extranjeros. (Ver el cuadro N° 09)

### CUADRO N° 09

#### ARRIBOS

AÑOS	NACIONAL		EXTRANJERO	
	Numero	%	Numero	%
2000	147 601	-	34 275	-
2001	153 873	4,2	28 044	-18
2002	159 901	3,9	22 635	-19
2003	157 106	-1,7	21 994	-2,8
<b>TOTAL</b>	<b>618 481</b>		<b>106 948</b>	

Fuente: Dirección de Turismo.

Elaboración Propia

En el cuadro N° 09 de Arribos se aprecia lo siguiente:

- En el año 2000 arribaron a Tacna un total de 147 601 turistas nacionales, en el 2001 se incrementó con un 4,2%, sin embargo en el 2002, disminuyó al 3,9%, para luego decaer en (-1.7) % en el año 2003, ya que tan solo arribaron 157 106 personas en lo que concierne al turismo interno.
- En cuanto a los extranjeros, arribaron en el año 2000 un total de 34 275; de allí hubo un decremento de (-18%), para seguir decayendo a (-19%) y posteriormente en el año 2003 a (-2.8%)

Cabe mencionar que en ese año, arribaron un total de 21 994 personas, en lo que se refiere al turismo receptivo.

## **2) Movimiento migratorio 2000 – 2003.**

En el cuadro estadístico del anexo N° 01 se presentan datos concernientes a los movimientos migratorios producidos en el departamento de Tacna, sea ingresando o saliendo del país; mismos que están de una manera u otra ligados al flujo turístico.

- En el año 2000 ingresaron con pasaportes 116 871 peruanos y salieron 107 415, mientras que con salvoconducto, ingresaron 366 785 y salieron 370 657 personas y con DNI ingresaron 97 246, en cambio salieron 96 716 personas.
- Para el caso de chilenos, ingresaron mediante D.S. N° 002; 325 157 y salieron 325 765, en cambio con salvoconducto ingresaron 171 799 y salieron 144 768 chilenos.
- En el caso de extranjeros con pasaporte, ingresaron 120 906 y salieron 123 171 foráneos.
- El flujo más alto de ingreso de peruanos con pasaporte fue en el año 2002 llegando a la suma de 138 242 y en el rubro

de salida fue en el año 2003 con 139 662. Para el caso de salvoconductos fue en el año 2000 que alcanzó la cantidad de 366 785 ingresos al territorio peruano, mismo número de ingresos que ha ido disminuyendo paulatinamente hasta llegar a la cantidad de 161 289 en el año 2003, similar figura se observa en el rubro de salidas.

- En lo que se refiere al caso de ciudadanos chilenos el pico más alto de ingresos con D.S. N° 002; se registro en el año 2000 alcanzando la cifra de 325 157, mostrando una disminución en los años siguientes, sin embargo se notó una ligera mejoría en el año 2003 con 324 660; en el rubro de Salvoconductos, similar figura se observa.
- En el cuadro que muestra el ingreso de extranjeros, se aprecia de manera alarmante que el pico más alto se encuentra en el año 2000, en lo que se refiere a ingresos 120 906 mostrando una disminución en los siguientes años, que llegó a la cantidad de 75 336 en el año 2003, similar figura se observa en el rubro de salidas.
- Es mucho mayor el traslado de peruanos con salvoconducto que con pasaporte, que ingresan y salen del país, debido

seguramente al intercambio comercial que existe entre las ciudades de Tacna y Arica.

**3) Ingresos que recauda del estado peruano por concepto de turismos a través del Ministerio de Economía y Finanzas.**

Ingreso de divisas 1999 – 2003:

- En el Perú en los últimos años el turismo ha tenido una participación de 8% al 10% en el ingreso de divisas.
- Según estudios de PROMPERU (perfil del turista extranjero), cada turista gasta en el Perú alrededor de US \$ 800.
- En el 2003 se registra 933,299 llegadas internacionales.
- Para ser la 2da fuente de divisas, las llegadas internacionales deben alcanzar el 1.500.000.

(Ver cuadro nº 09)

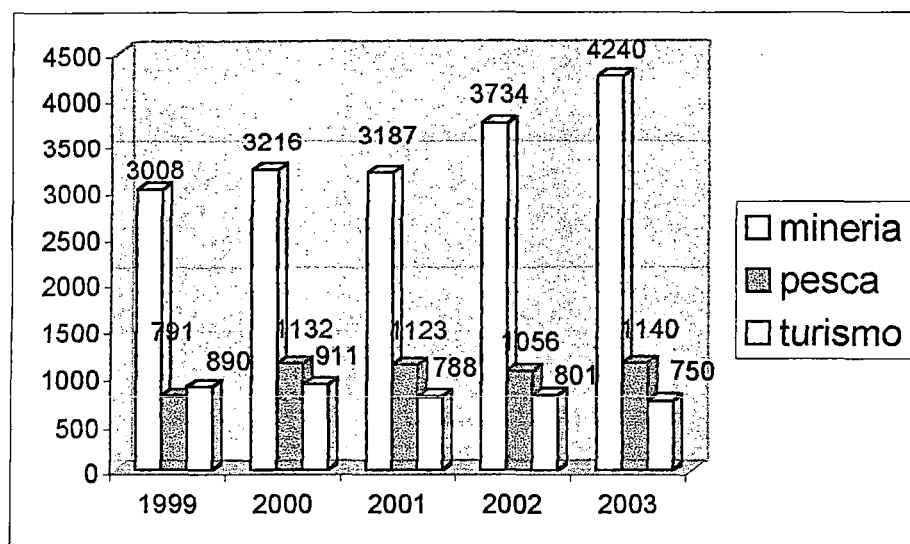
**CUADRO N° 09**

<b>Años</b>	<b>Minería</b>	<b>Pesca</b>	<b>Turismo</b>
1999	3008	791	890
2000	3216	1132	911
2001	3187	1123	788
2002	3734	1056	801
2003	4240	1140	750

Fuente: BCRP

En millones de dólares

**GRÁFICO N° 02**



Fuente: BCRP  
En millones de dólares

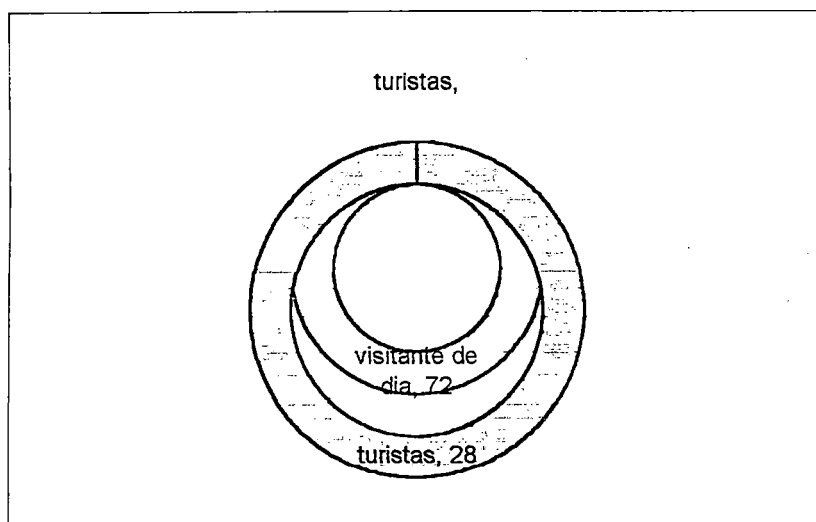
## 7. Situación Actual.

Para poder tener una idea más precisa acerca de la situación real, hemos recurrido a recoger información acerca de una publicación de un resumen elaborado por PROMPERU, correspondiente al año 2003.

(Ver grafico n° 03)

## TIPOS DE VISITANTES

### GRÁFICO N° 03



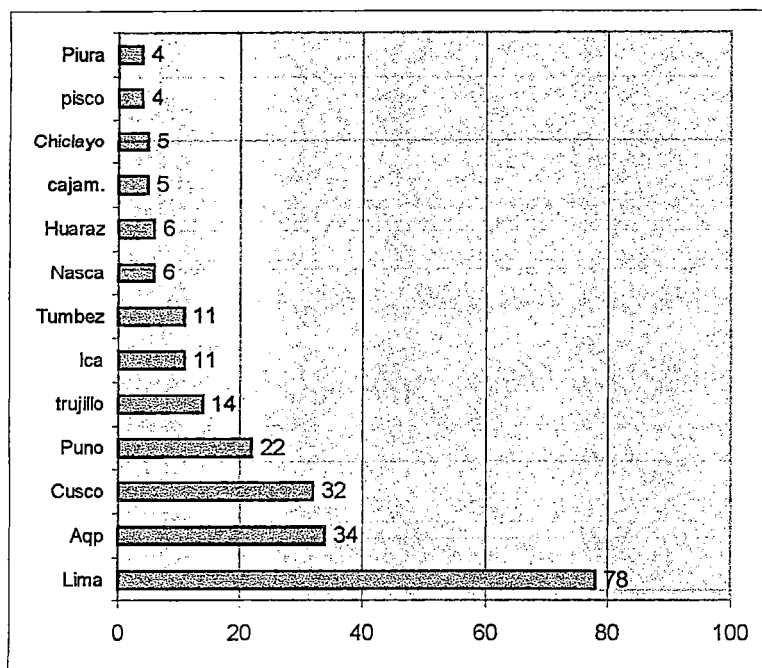
FUENTE: PROMPERU

De este gráfico N° 03 podemos señalar Los extranjeros que arribaron a Tacna fueron en su mayoría (72%) "visitantes del día", es decir; no pernoctaron en la ciudad, sino que permanecieron sólo unas horas. Esto se debe a que los visitantes son principalmente residentes chilenos que visitaron Tacna para realizar algunas compras o para atenderse con un odontólogo u oftalmólogo, luego de lo cual retornaron a su lugar de residencia. Asimismo, un 28% de los visitantes extranjeros son "turistas"; es decir, permanecieron por lo menos una noche en la ciudad. Cabe precisar que por ser

zona de frontera sería la principal razón por la cual somos visitados.

### OTRAS CIUDADES MÁS VISITADAS

GRÁFICO N° 04

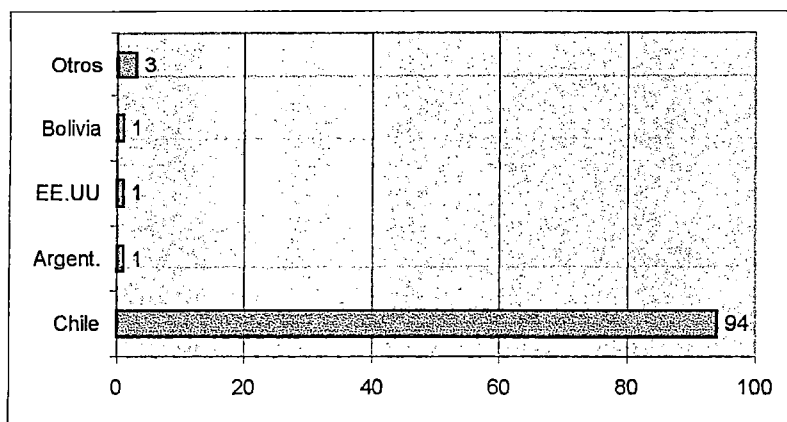


Fuente: PromPerú / Perfil del Visitante de Frontera  
Base: Viajeros que visitaron otras ciudades además de Tacna

Del **gráfico N° 04**, se desprende que Lima es la más visitada por los turistas, le siguen Arequipa, Cusco, Puno y las demás ciudades en menor grado.

## PAÍS DE RESIDENCIA

### GRÁFICO N° 05

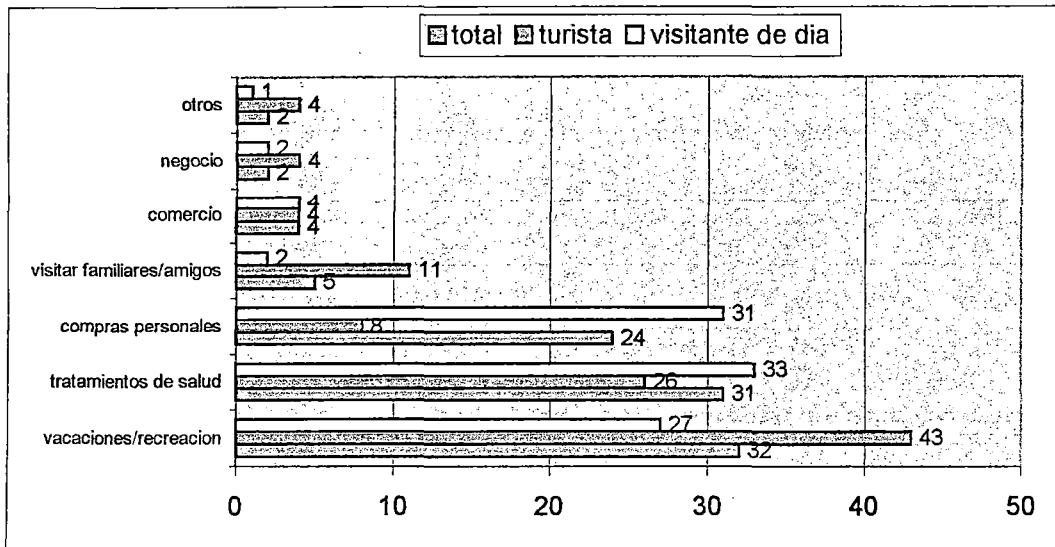


Fuente: PromPerú / Perfil del Visitante de Frontera

**El gráfico N° 05**, indica que por ser zona de frontera, somos visitados en su mayoría por los ciudadanos chilenos.

**MOTIVO PRINCIPAL DE VISITA**  
(Ver gráfico n° 06)

**GRÁFICO N° 06**



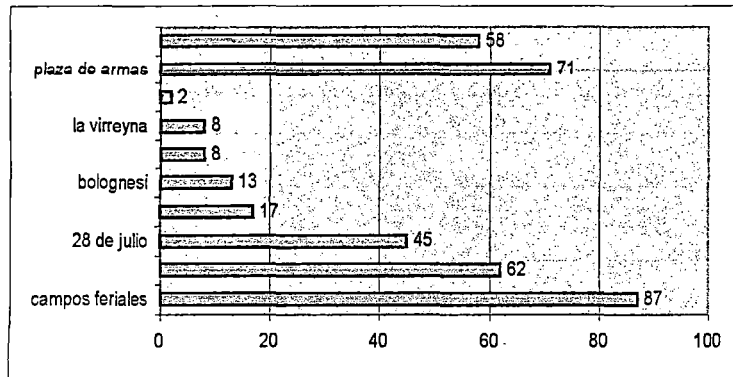
Fuente: PromPerú / Perfil del Visitante de Frontera

En el **gráfico N° 06**, se observa que los turistas prefieren en primer lugar las vacaciones y recreación, en segundo lugar, le siguen los tratamientos de salud, para luego elegir la opción compras personales; por otro lado para los visitantes de día prefieren los tratamientos de salud y las compras.

### PRINCIPALES LUGARES VISITADOS

(Ver gráfico n° 07)

**GRÁFICO N ° 07**



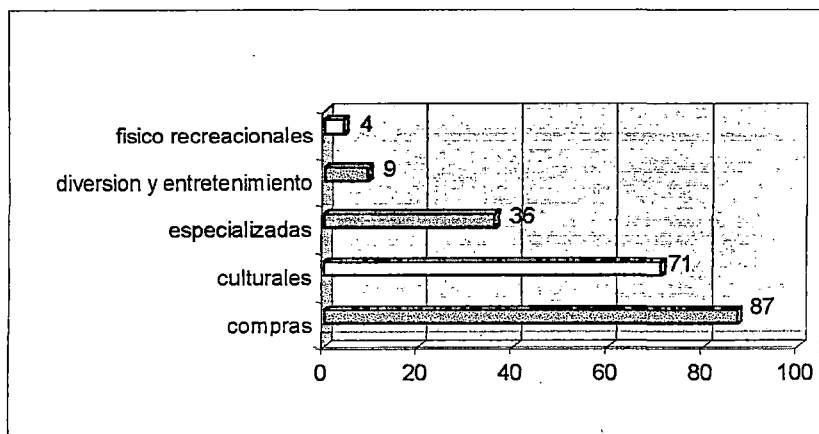
Fuente: PromPerú / Perfil del Visitante de Frontera

En el **gráfico N° 07**, Observamos que los atractivos turísticos de Tacna se centran, además de la Plaza de Armas (Arco de los Héroes, Pileta Ornamental y Catedral), en sus campos feriales (Caplina, 28 de Julio, Polvos Rosados, etc.), siendo prácticamente mínima la visita a otros lugares de la ciudad.

#### ACTIVIDADES REALIZADAS EN TACNA

(Ver gráfico n° 08)

**GRÁFICO N ° 08**



Fuente: PromPerú / Perfil del Visitante de Frontera

En el **gráfico N° 08**, La principal actividad realizada por los extranjeros en Tacna fue realizar compras (87%). Observamos que sin importar el motivo de visita, la mayoría aprovechó su presencia en la ciudad para adquirir ropa, artesanías y artículos de oro y plata, entre otros. Asimismo, un 71% realizó actividades relacionadas con la cultura, entre las que destacan: La visita de plazas históricas y parques, así como iglesias y/o conventos. Es importante mencionar que estas actividades se realizaron en la Plaza de Armas y alrededores.

- ✓ Después de apreciar tales gráficos, podemos decir que somos preferidos por los ciudadanos chilenos, y sería un buen punto para

tomar en cuenta, por la misma razón que nos encontramos en zona de frontera y tenemos una ubicación geoestratégica en la cuenca del Pacífico sur con un radio de acción y posible acceso a 40 países. Por esta situación nuestro departamento está llamado a ser una puerta de entrada y salida a los países de la cuenca del Pacífico y los países del cono sur este americano.

- ✓ En cuanto al tipo de turismo que preferentemente, hace el turista que visita Tacna, es el de vacaciones y recreación, de salud y compras.

### **CAPÍTULO III: MARCO METODOLOGICO.**

#### **A. Tipo de investigación.**

El tipo de investigación es cualitativa, no participativa, excepto en la aplicación del Árbol de Problemas como parte del análisis situacional, el diseño de investigación utilizado es el descriptivo para el respectivo análisis estadístico de las encuestas.

Se abordó la realidad del folklore y del turismo de la Región Tacna, realizando un análisis situacional con el árbol de problemas, el análisis estadístico del folklore y turismo, las encuestas para luego plantear la propuesta del Planeamiento Estratégico para alcanzar los objetivos propuestos.

#### **B. Población y muestra.**

La población de estudio o universo, esta constituida por los establecimientos de hospedaje, agencias de viaje, restaurantes, y los clubes departamentales residentes en Tacna. Como son diferentes estratos se realizó un muestreo aleatorio estratificado.

#### **C. Métodos y técnicas de recolección de datos.**

1. *Técnicas de gabinete*: Recopilación Bibliográfica, Análisis Documental.

Se realizó una recopilación de fuentes secundarias tomando como referencia información de los medios de comunicación escrito, radial y televisivo, como también del internet. Para así obtener información acerca del tema que estamos analizando. Se buscó modelos de esquemas en la biblioteca especializada de la FACA, de la UNJBG como también de la biblioteca de la UPT. También se buscó información de la biblioteca de la Municipalidad de Pachía; El Folklore del Departamento de Tacna (Tesis-escuela Normal de Tacna 1974), así como el inventario del patrimonio turístico de la Sub. Región Tacna llevado a cabo por el Ministerio de Industria y Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales.

La documentación es una fuente de datos secundaria, es decir, datos ya publicados y/o recolectados con fines diferentes de los que la investigación específica necesita. Las publicaciones basadas en medios de comunicación escrito, constituyeron fuentes secundarias externas, al igual que las diferentes Web sites.

## 2. *Técnica árbol de problemas.*

Se desarrolló con personas que tienen una vinculación directa acerca del folclore y turismo, para analizar la situación existente en torno a la condición del problema dado, identificando los mayores problemas en este contexto, utilizando para ello la técnica de lluvia de ideas y definiendo el problema central de la situación. La confiabilidad estuvo determinada por la selección de personas comprometidas con la problemática local, visualizando las relaciones causa-efecto en un diagrama (Árbol de Problemas)

## 3. *Técnica de la entrevista.*

La entrevista es una situación cara a cara de dos personas, en la que una, el entrevistador, formula preguntas a una persona entrevistada, con la finalidad de obtener respuestas pertinentes al problema de investigación.

Para la elaboración de las entrevistas se emplearon preguntas abiertas, con el fin de conocer y comprender la problemática. También se utilizó la pregunta semiestructurada, el propósito de dichas entrevistas fue de no encasillar criterios y dejar libertad a los entrevistados para emitir sus opiniones. Fue

valiosa la colaboración de los funcionarios gubernamentales, vinculados al turismo y folklore.

#### 4. *Técnica de la encuesta.*

El cuestionario como instrumento, es una gran fuente de información primaria que contiene preguntas a las que los individuos de una muestra significativa, respondieron. Comprendió aspectos relacionados al folklore, turismo y planeamiento estratégico, cuyos resultados se verán en el Capítulo III y su diseño en los anexos.

#### **D. Métodos y técnicas de análisis de datos.**

La información estadística procesada y presentada fue sometida a un examen crítico para el análisis de los datos recopilados en las encuestas, se tabuló mediante un software de computadora con la consiguiente interpretación de los datos, posteriormente de allí se desprendieron la comprobación o contrastación de las hipótesis, a fin de llegar a las conclusiones y recomendaciones.

## **CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE DATOS.**

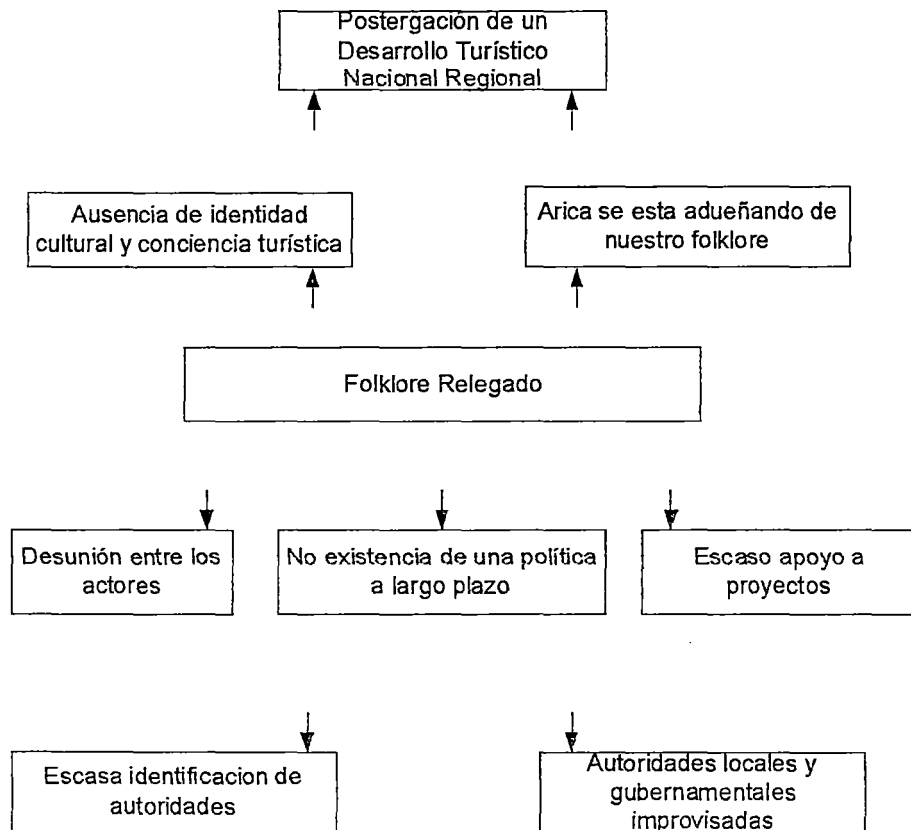
### **A. Resultados del Árbol de problemas.**

#### **a) árbol de problemas:**

Se recopiló la información enumerando todos los problemas posibles en su importancia, partiendo del problema central, determinando sus causas y efectos vía entrevista a las principales autoridades que tienen injerencia en cuanto al folklore, de allí se desprendió lo siguiente; (Ver Gráfico nº 09)

## GRÁFICO N° 09

### ÁRBOL DE PROBLEMAS



El problema central definido en el Árbol de problemas, sería que en la actualidad tenemos un folklore relegado, dejado de lado por ciertos organismos.

***Los efectos primarios que originaría:***

- ✓ La ausencia de una identidad cultural y de la conciencia turística; dos temas relativamente importantes, ya que nos permitiría identificarlos con lo nuestro y creer que el turismo es un factor de desarrollo.
- ✓ La vecina ciudad de Arica – Chile, en la actualidad en sus actuales eventos que organizan y promocionan, van copiando nuestro rico folklore, en sus bailes, danzas, entre otros, llegando a apropiarse del mismo, ya que ellos importan nuestro folklore. Esta situación se da debido a que sus autoridades tiene en cuenta que Arica es una ciudad huérfana y consideran al folklore una forma mediata para atraer turistas, aparte que se identifican con su ciudad, país, dinamizando de esa manera, su sector turístico.

***Como efecto secundario tendríamos:***

- ✓ Una postergación del desarrollo turístico nacional y regional; ello permite que no se dinamice el sector y que la ciudad de Tacna siga virgen en turismo.

***Las principales causas primarias que originan el problema:***

- ✓ Desunión de los actores; Dircetur, INC, Gobierno Regional, y la empresa privada, eso conlleva a la inexistencia de un trabajo en conjunto.

- ✓ La no existencia de una política a largo plazo; en ciertos sectores existen un cambio constante de gestiones por la cual no se conserva lo bueno, aprendido y llevado a cabo en tal gestión. Con una muy buena política integral podríamos ofrecer nuestro folklore como una alternativa para atraer turistas.
- ✓ Escaso apoyo a proyectos; existen algunas iniciativas en presentar proyectos de un sector, pero por falta de recursos no se concretan y por ende, se dejan de lado. De esta forma no se incentiva la participación de las mismas.

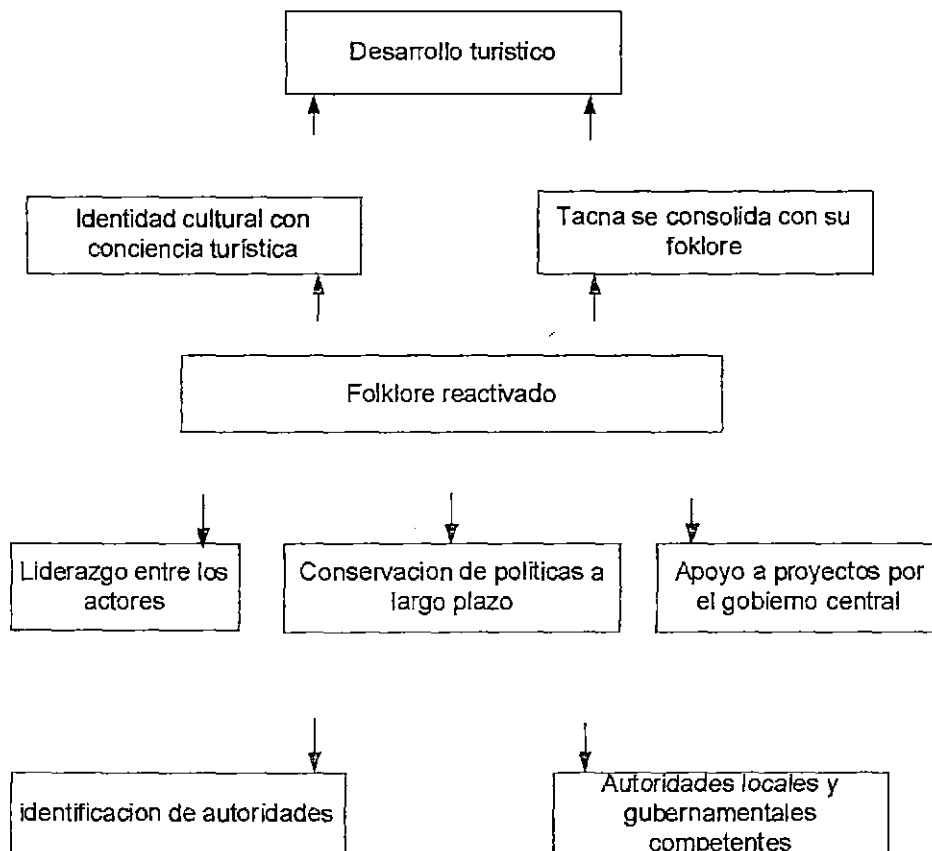
***Las causas secundarias serían:***

- ✓ La escasa identificación de nuestras autoridades; razón por la cual la mayoría no cuentan con iniciativa propia, vocación de servicio y sólo se limitan a cumplir sus horas de trabajo, siendo su desempeño nulo para remediar esta situación.
- ✓ Improvisación en autoridades locales y gubernamentales; se conoce de manera pública que algunos cargos son designados por favores políticos, no contamos con profesionales idóneos, salvo algunas excepciones.

Para tal caso se propone un Árbol de Objetivos, como se aprecia en el gráfico N° 10 considerando:

## GRÁFICO N° 10

### ÁRBOL DE OBJETIVOS



Restableciendo todas las condiciones negativas del problema en enunciados positivos, teniendo un folklore reactivado.

#### ***Tendríamos como efectos primarios:***

- ✓ Una identidad cultural con una conciencia turística.
- ✓ Nuestra Tacna se consolida con su folklore.

***Como efecto secundario:***

- ✓ Un desarrollo turístico nacional y regional, porque el turismo sería una de las principales actividades generadoras de fuentes de ingreso.

***Causas primarias:***

- ✓ Liderazgo entre los actores.
- ✓ Conservación de políticas a largo plazo.
- ✓ Apoyo e incentivos promocionados a proyectos mediante partidas presupuestales del gobierno central.

***Causas secundarias:***

- ✓ Identificación de nuestras autoridades
- ✓ Nuestras autoridades locales y gubernamentales competentes.

**B. Resultados de la encuesta.**

La población de estudio o universo, la constituyen los restaurantes, establecimientos de hospedaje, agencias de viaje y los clubes departamentales que radican en Tacna, haciendo un total de 790.

Se utilizó el muestreo aleatorio estratificado, considerando que la población está dividida en establecimientos de hospedaje, restaurantes, agencias de viaje y clubes departamentales.

(Subgrupos o subpoblaciones). Además, el tamaño de muestra requerido para alcanzar un nivel dado de precisión suele ser menor que en el caso del muestreo aleatorio simple, lo que reducirá los costos del muestreo.

$$n_0 = \frac{W_h P_h q_h}{V}$$

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

$n_0$  = Primera aproximadamente al tamaño de la muestra.

$n$  = Valor corregido del tamaño de la muestra, tomando en consideración el factor de corrección para poblaciones no muy grandes.

$n$  = Tamaño de la población con estudio

$n_h$  = Tamaño del estrato  $h$

$h$  =  $N_h/N$  = Tamaño relativo del estrato  $h$

$P_h$  = Proporción de personas del estrato  $h$  que poseen una determinada característica.

$q_h$  = Proporción de personas del estrato  $h$  que no poseen la característica antes mencionada.

t = Coeficiente de confianza, cuyo valor depende del nivel de confianza del 95%, la tabla de probabilidades normales da:

$$t = 1.96$$

Se demuestra aplicando calculo diferencial, que presenta los siguientes valores

$$P = 0.5 \text{ y}$$

$$q = 0.5$$

Determinan el valor máximo de la varianza

Si aceptamos que en cada estrato la varianza del muestreo es máxima, asumiremos que:

$$P_h = 0.5 \quad \text{y} \quad q_h = 0.5$$

Por otra parte

$$V = \frac{d}{t} = \frac{d}{t}$$

En donde "d" es la precisión del muestreo que en la práctica su valor oscila alrededor del 5%. En nuestro caso asumido, conservadoramente, el valor que haga algo menor el tamaño de la muestra, por tanto:

$$d = 6\% = 0.06$$

En razón de que al tomar varianzas máximas en los estratos, se favoreció el tamaño de la muestra.

También hemos visto que  $t = 1,96$  reemplazando en la fórmula se tiene:

$$V = \frac{(0,06)^2}{(1,96)^2} = 0,000937$$

$$n = \frac{Wh(0,5)(0,5)}{0,000937} = \frac{(0,5)(0,5)}{0,000937} * (1)h$$

Luego:  $n^{\circ} = 266,7$

$$n^{\circ} = 266,7$$

Aplicando la corrección por finitud usamos la fórmula y se tiene:

$$n = \frac{267}{1 + \frac{267}{188}} = 110 \text{ (muestra total)}$$

Determinación del tamaño de la muestra para cada estrato

Usamos la fórmula:

$$n_h = \frac{n * N_h}{N}$$

$$n_1 = \frac{110}{790} * 626 = 87,16 \text{ Restaurantes}$$

$$n_2 = \frac{110}{790} * 140 = 19,49 \text{ Establecimientos de hospedaje}$$

$$n_3 = \frac{110}{790} * 18 = 2,5 \text{ Agencias de viaje}$$

$$n_4 = \frac{110}{790} * 6 = 0,83 \text{ Clubes departamentales}$$

**Los resultados son los siguientes:**

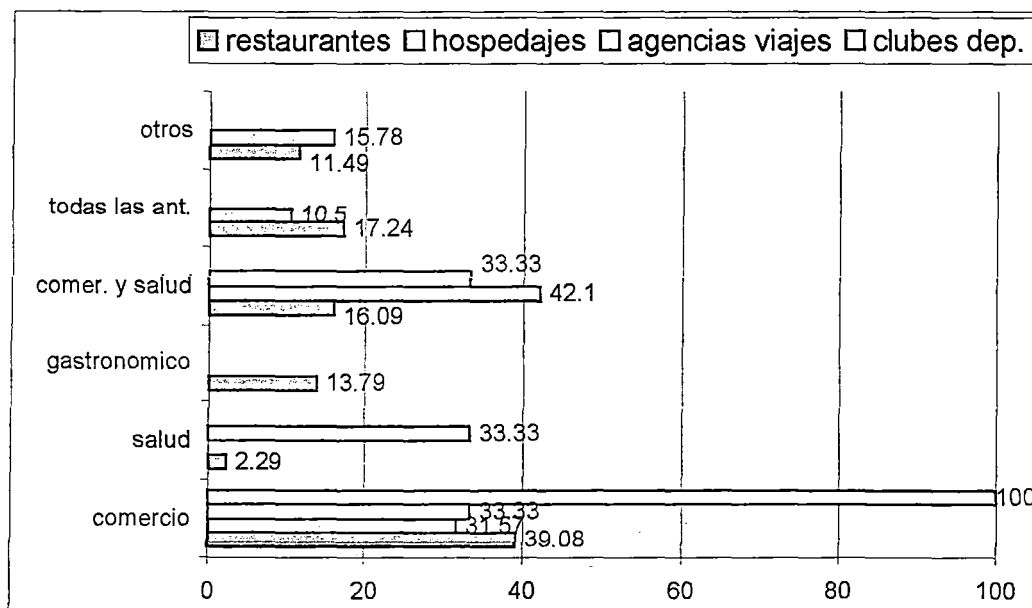
1. Tipo de turismo que se capta en nuestra ciudad.

**CUADRO N° 10**

	restaurantes		hospedajes		agencias		club.dep.	
	muestra	%	muestra	%	muestra	%	muestra	%
comercio	34	39.08	6	31.57	1	33.33	1	100
salud	2	2.29			1	33.33		
gastronómico	12	13.79						
comercio y salud	14	16.09	8	42.1	1	33.33		
todas las ant.	15	17.24	2	10.5				
otros	10	11.49	3	15.78				

Fuente: Encuesta estructurada

**GRÁFICO N° 11**



Fuente: Cuadro N° 10

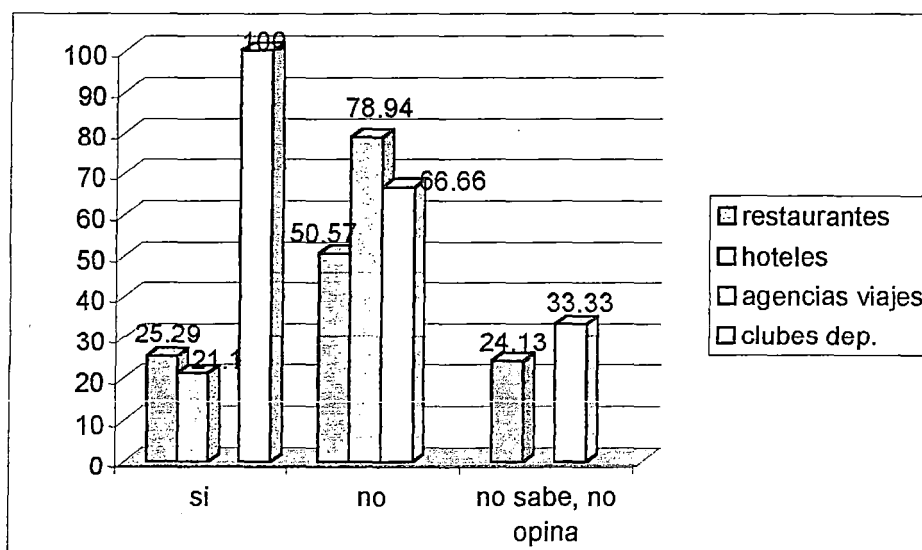
2. Autoridades toman esto en cuenta para que el turismo que capta Tacna se dirija a su folklore y lugares turísticos.

CUADRO Nº 11

	Restaurantes		Hospedajes		Agencias		Clubes dep.	
	muestra	%	muestra	%	muestra	%	muestra	%
Si	22	25.29	4	21.1			1	100
No	44	50.57	15	78.94	2	66.66		
no sabe, no opina	21	24.13			1	33.33		

Fuente: Encuesta estructurada

GRÁFICO Nº 12



Fuente: Cuadro Nº 11

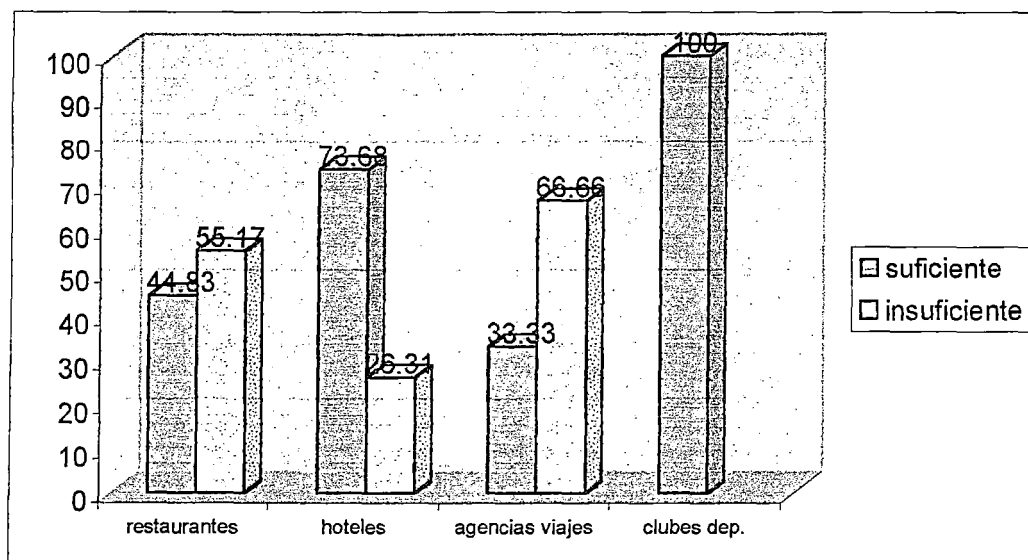
3. Infraestructura hotelera y capital invertido para mejorar el flujo turístico en Tacna.

CUADRO N° 12

	Restaurantes		Hospedajes		Agencias		Clubes depa.	
	muestra	%	muestra	%	muestra	%	muestra	%
suficiente	39	44.83	14	73.68	1	33.33	1	100
insuficiente	48	55.17	5	26.31	2	66.66		

Fuente: Encuesta estructurada

GRÁFICO N° 13



Fuente: Cuadro N° 12

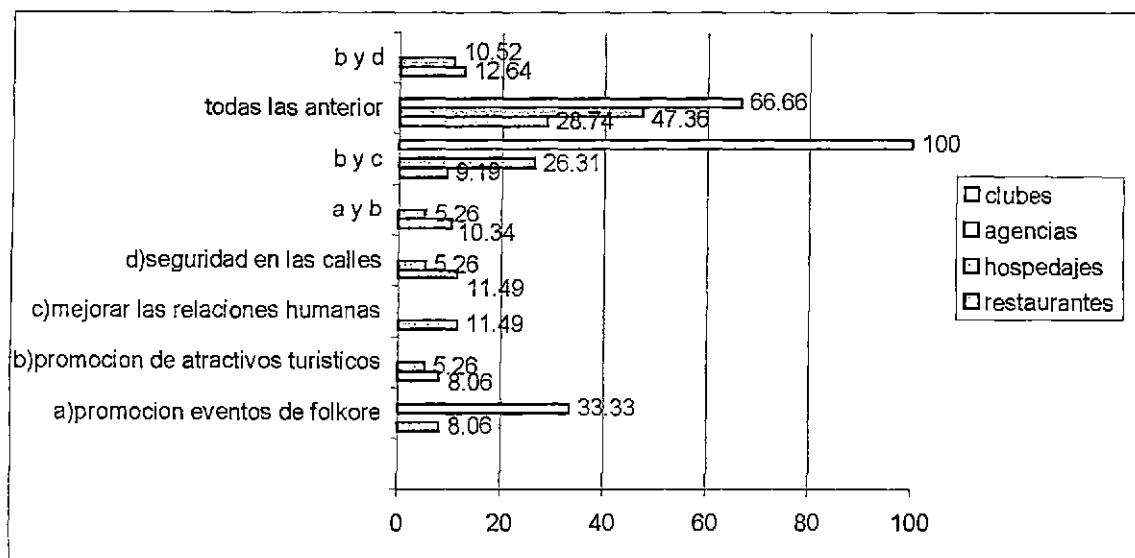
4. Aspectos que deben ser mejorados para lograr un mayor promedio de permanencia de turistas.

CUADRO N° 13

	Restaurantes		Hospedajes		Agencias		Clubes depa.	
	muestra	%	muestra	%	muestra	%	muestra	%
a) promoción eventos de folklore	7	8.06			1	33.33		
b) promoción de atractivos turísticos	7	8.06	1	5.26				
c) mejorar las relaciones humanas	10	11.49						
d) seguridad en las calles	10	11.49	1	5.26				
a y b	9	10.34	1	5.26				
b y c	8	9.19	5	26.31			1	100
b y d	11	12.64	2	10.52				
todas las anteriores	25	28.74	9	47.36	2	66.66		

Fuente: Encuesta estructurada

GRÁFICO N° 14



Fuente: Cuadro N° 13

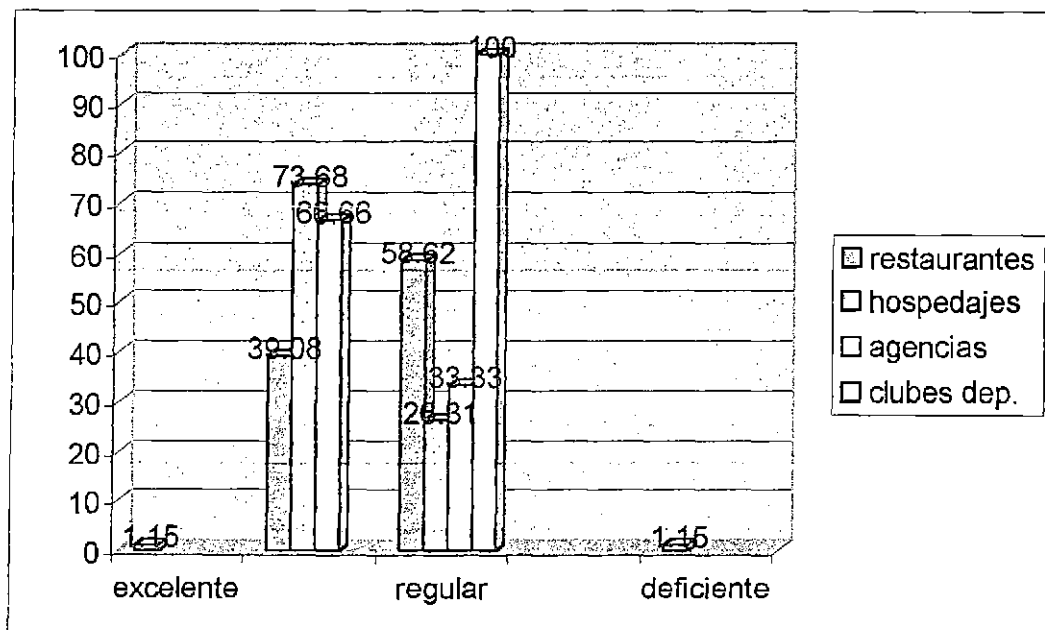
5. Capacidad instalada en atención hotelera para un adecuado servicio al turista.

CUADRO N° 14

	Restaurantes		Hospedajes		Agencias		Clubes depa.	
	muestra	%	muestra	%	muestra	%	muestra	%
excelente	1	1.15						
Buena	34	39.08	14	73.68	2	66.66		
Regular	51	58.62	5	26.31	1	33.33	1	100
Malta								
deficiente	1	1.15						

Fuente: Encuesta estructurada

GRÁFICO N° 15



Fuente: Cuadro N° 14

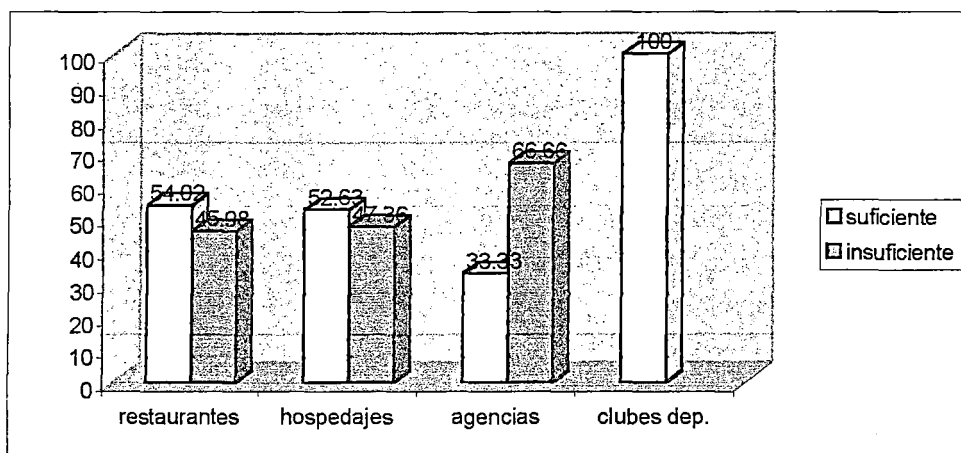
6. Establecimientos de servicios de restaurantes para atender al turista.

CUADRO N° 15

	Restaurantes		Hospedajes		Agencias		Clubes depa.	
	muestra	%	muestra	%	muestra	%	muestra	%
Suficiente	47	54.02	10	52.63	1	33.33	1	100
Insuficiente	40	45.98	9	47.36	2	66.66		

Fuente: Encuesta estructurada

GRÁFICO N° 16



Fuente: Cuadro N° 15

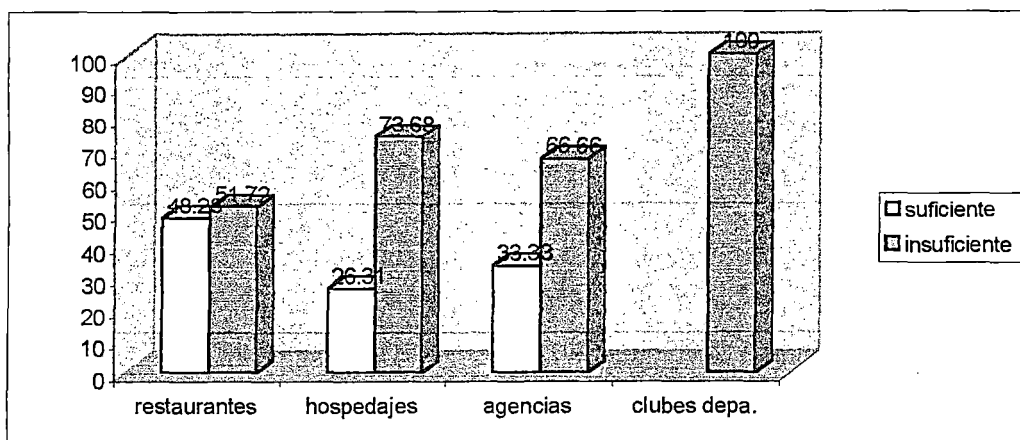
7. Atractivos turísticos, históricos para atraer al turista.

CUADRO N° 16

	Restaurantes		Hoteles		Agencias		Clubes depa.	
	muestra	%	muestra	%	muestra	%	muestra	%
suficiente	42	48.28	5	26.31	1	33.33		
insuficiente	45	51.72	14	73.68	2	66.66	1	100

Fuente: Encuesta estructurada

GRÁFICO N° 17



Fuente: Cuadro N° 16

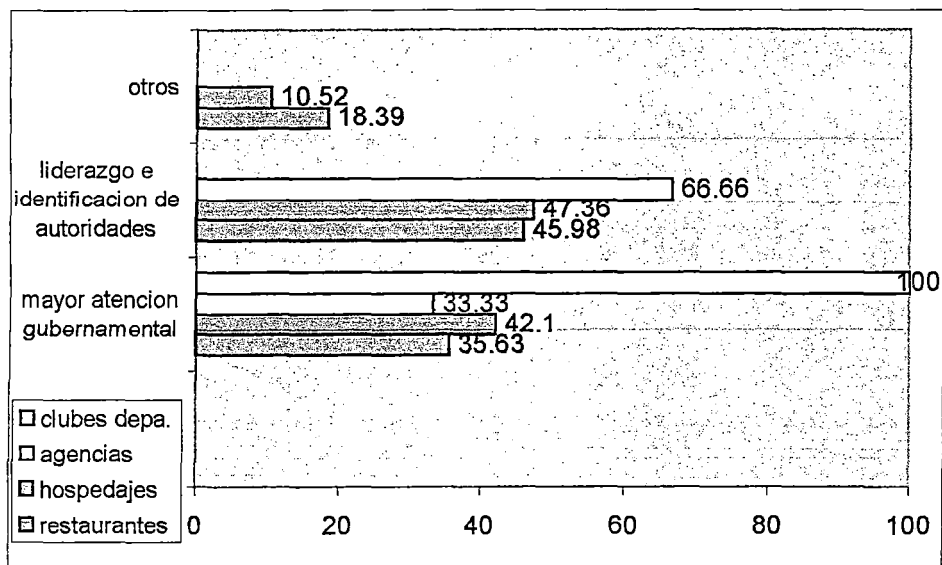
8. Aspectos para lograr un mayor desarrollo turístico en Tacna.

CUADRO N° 17

	Restaurantes		Hospedajes		Agencias		Clubes de depa.	
	muestra	%	muestra	%	muestra	%	muestra	%
mayor atención gubernamental	31	35.63	8	42.1	1	33.33	1	100
liderazgo e identificación de autoridades	40	45.98	9	47.36	2	66.66		
OTROS	16	18.39	2	10.52				

Fuente: Encuesta estructurada

GRÁFICO N° 18



Fuente: Cuadro N° 17

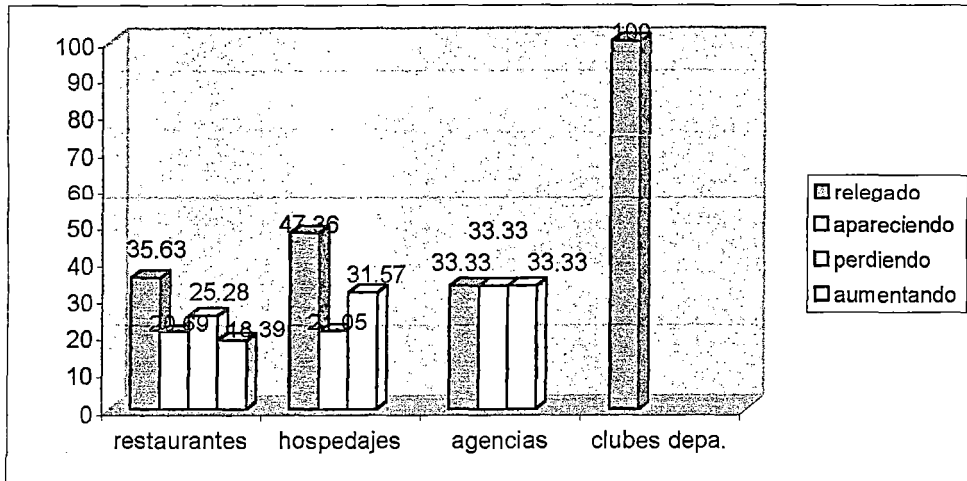
9. Situación actual del folklore en Tacna.

CUADRO N° 18

	Restaurantes		Hospedajes		Agencias		Clubes de depa.	
	muestra	%	muestra	%	muestra	%	muestra	%
relegado	31	35.63	9	47.36	1	33.33	1	100
apareciendo	18	20.69	4	21.05	1	33.33		
perdiendo	22	25.28	6	31.57	1	33.33		
aumentando	16	18.39						

Fuente: Encuesta estructurada

GRÁFICO N° 19



Fuente: Cuadro N° 18

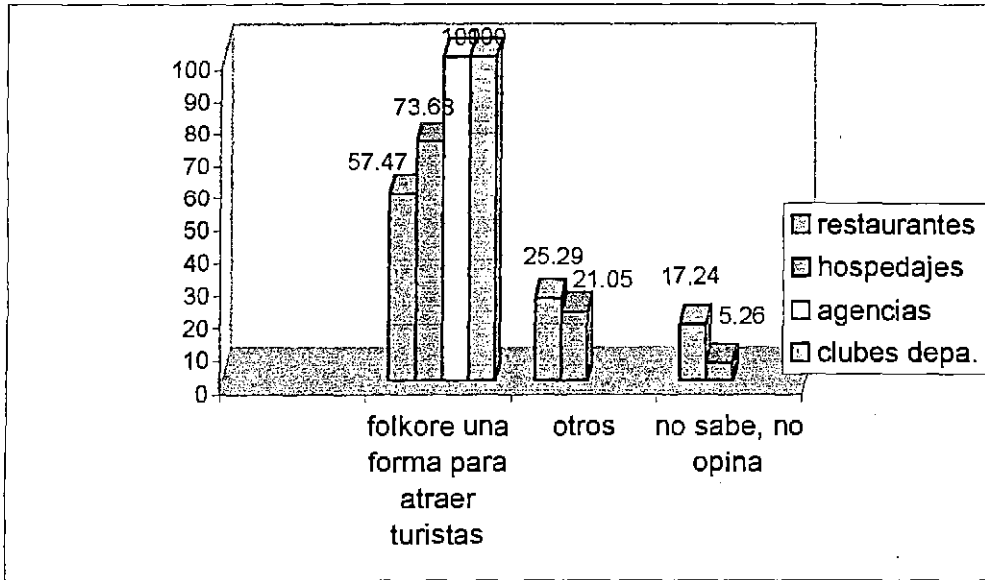
10. Porque Arica, no escatima en gastos al incentivar y promover eventos en cuanto al folklore.

CUADRO N° 19

	Restaurantes		Hospedajes		Agencias		Clubes depa.	
	muestra	%	muestra	%	muestra	%	muestra	%
folklore una forma para atraer turistas	50	57.47	14	73.68	3	100	1	100
otros	22	25.29	4	21.05				
no sabe, no opina	15	17.24	1	5.26				

Fuente: Encuesta estructurada

GRÁFICO N° 20



Fuente: Cuadro N° 19

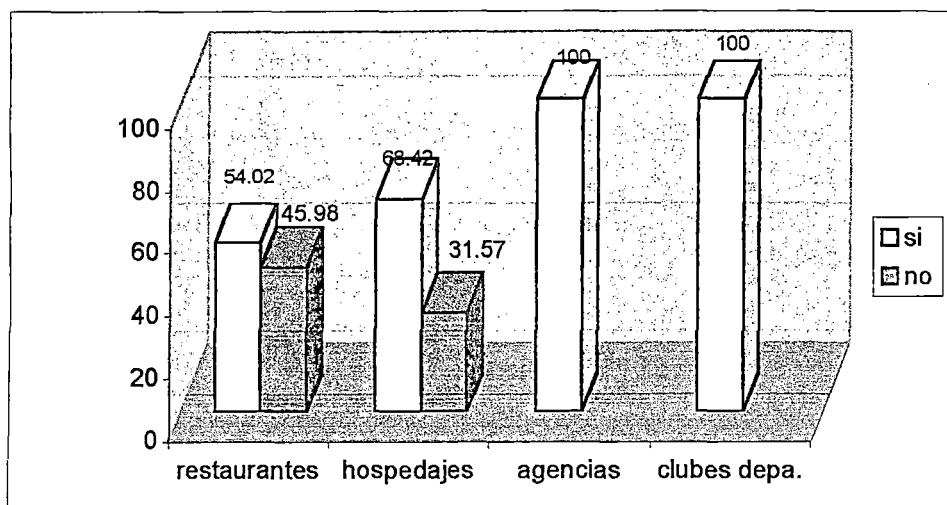
11. Conocimiento sobre el Planeamiento Estratégico.

CUADRO N° 20

	Restaurantes		Hoteles		Agencias		Clubes depea.	
	muestra	%	muestra	%	muestra	%	muestra	%
si	47	54.02	13	68.42	3	100	1	100
no	40	45.98	6	31.57				

Fuente: Encuesta estructurada

GRÁFICO N° 21



Fuente: Cuadro N° 20

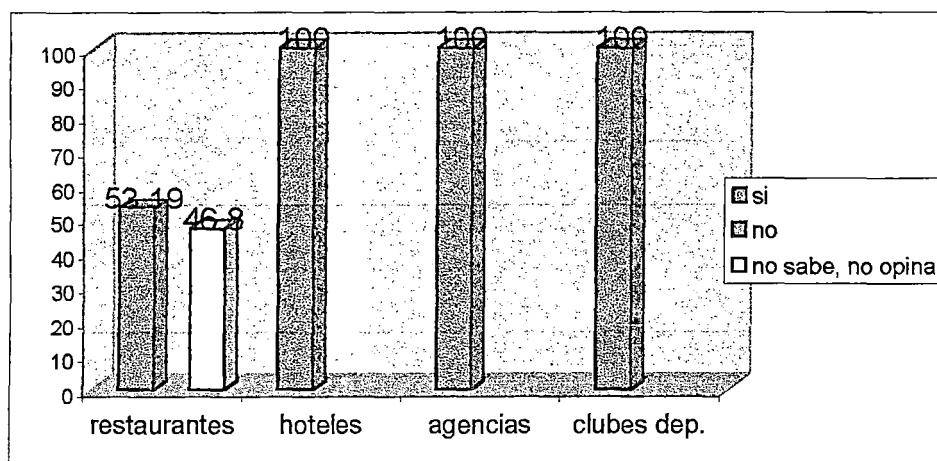
12. Tacna necesita del Planeamiento estratégico para reactivar nuestro folklore y así atraer más turistas.

CUADRO N° 21

	Restaurantes		Hospedajes		Agencias		Clubes depea.	
	muestra	%	muestra	%	muestra	%	muestra	%
si	25	53.19	13	100	3	100	1	100
no								
no sabe, no opina	22	46.80						

Fuente: Encuesta estructurada

GRÁFICO N° 22



Fuente: Cuadro N° 21

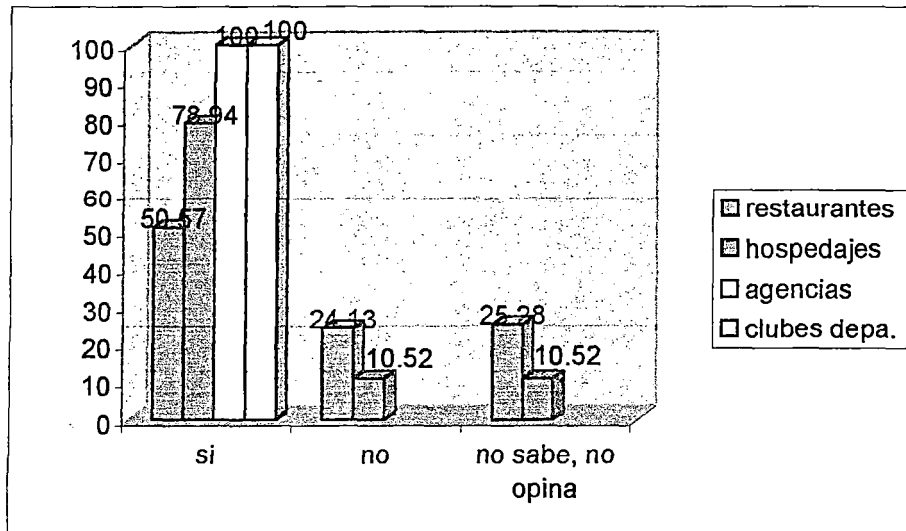
13. Las autoridades y/o funcionarios están improvisados.

CUADRO N° 22

	Restaurantes		Hoteles		Agencias		Clubes depa.	
	muestra	%	muestra	%	muestra	%	muestra	%
si	44	50.57	15	78.94	3	100	1	100
no	21	24.13	2	10.52				
no sabe, no opina	22	25.28	2	10.52				

Fuente: Encuesta estructurada

GRÁFICO N° 23



Fuente: Cuadro N° 22

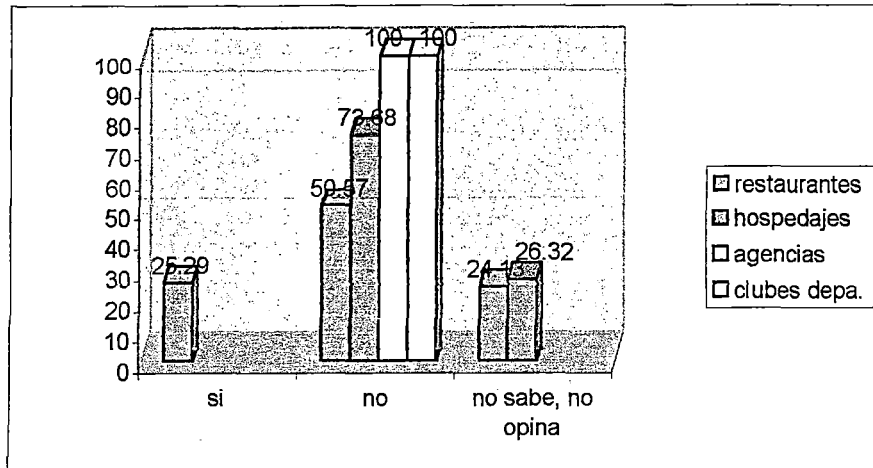
14. Las autoridades y/o funcionarios se identifican con nuestro folklore.

CUADRO N° 23

	Restaurantes		Hospedajes		Agencias		Clubes depa.	
	muestra	%	muestra	%	muestra	%	muestra	%
si	22	25.29						
no	44	50.57	14	73.68	3	100	1	100
no sabe, no opina	21	24.13	5	26.32				

Fuente: Encuesta estructurada

GRÁFICO N° 24



Fuente: Cuadro N° 23

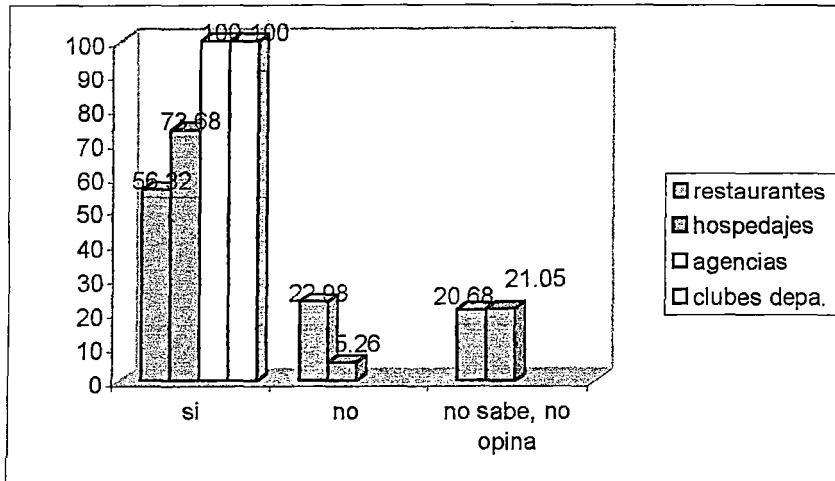
15. Existe desunión entre las organizaciones públicas y privadas (Dircetur, Municipalidad Provincial, Gobierno Regional, INC y empresa privada).

CUADRO N° 24

	Restaurantes		Hospedajes		Agencias		Clubes depa.	
	muestra	%	muestra	%	muestra	%	muestra	%
si	49	56.32	14	73.68	3	100	1	100
no	20	22.98	1	5.26				
no sabe, no opina	18	20.68	4	21.05				

Fuente: Encuesta estructurada

GRÁFICO N° 25



Fuente: Cuadro N° 24

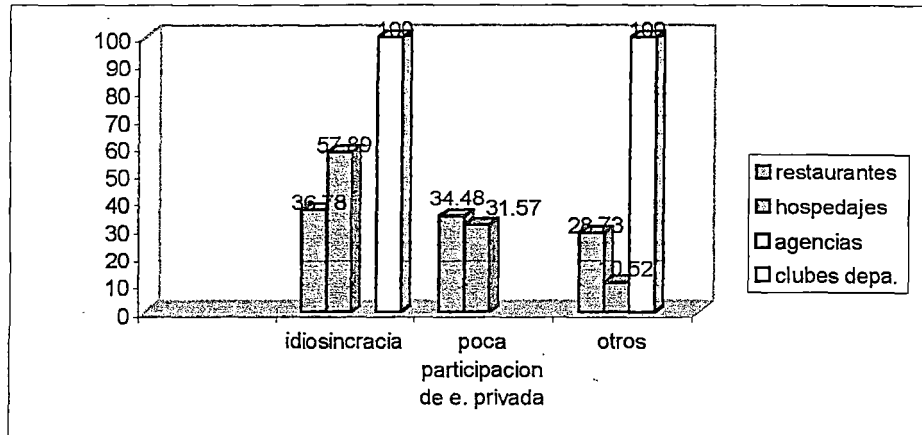
16. Por qué no elaboramos un buen proyecto relacionado a reactivar nuestro folklore.

CUADRO N° 25

	Restaurantes		Hospedajes		Agencias		Clubes depa.	
	muestra	%	muestra	%	muestra	%	muestra	%
idiosincrasia	32	36.78	11	57.89			1	100
poca participación de e. privada	30	34.48	6	31.57				
Otros	25	28.73	2	10.52	3	100		

Fuente: Encuesta estructurada

GRÁFICO N° 26



Fuente: Cuadro N° 25

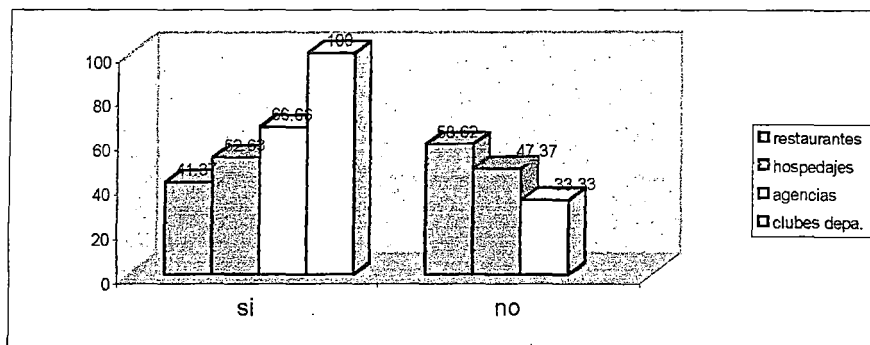
17. Sabía que arica se esta adueñando de nuestro folklore.

CUADRO N° 26

	Restaurantes		Hospedajes		Agencias		Clubes depa.	
	muestra	%	muestra	%	muestra	%	muestra	%
si	36	41.37	10	52.63	2	66.66	1	100
no	51	58.62	9	47.37	1	33.33		

Fuente: Encuesta estructurada.

GRÁFICO N° 27



Fuente: Cuadro N° 26

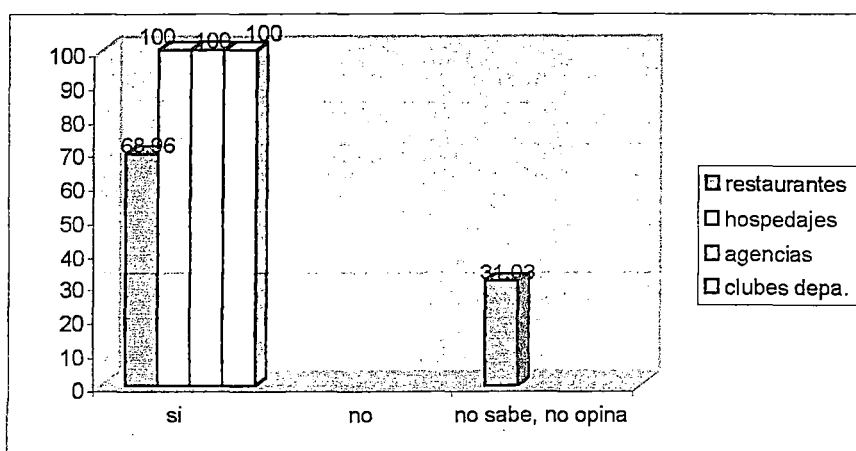
18. Si trabajan en forma conjunta Dircetur, Municipalidad Provincial, Gobierno Regional, INC, se elaboraría un buen proyecto para reactivar nuestro folklore.

CUADRO N° 27

	Restaurantes		Hospedajes		Agencias		Clubes depa.	
	muestra	%	muestra	%	muestra	%	muestra	%
si	60	68.96	19	100	3	100	1	100
no								
no sabe, no opina	27	31.03						

Fuente: Encuesta estructurada

GRÁFICO N° 28



Fuente: Cuadro N° 27

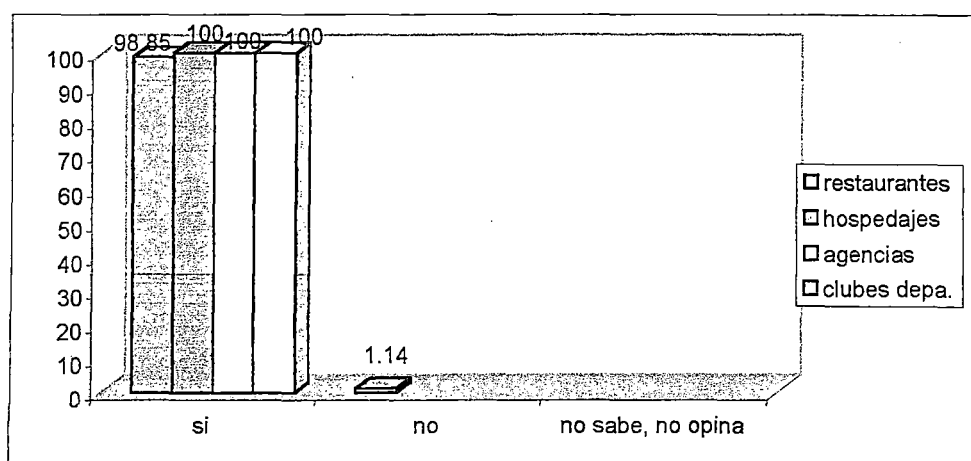
19. Reactivando nuestro folklore sería una de las maneras para atraer más turistas.

CUADRO N° 28

	Restaurantes		Hospedajes		Agencias		Clubes depa.	
	muestra	%	muestra	%	muestra	%	muestra	%
si	86	98.85	19	100	3	100	1	100
no	1	1.14						
no sabe, no opina								

Fuente: Encuesta estructurada

GRÁFICO N° 29



Fuente: Cuadro N° 28

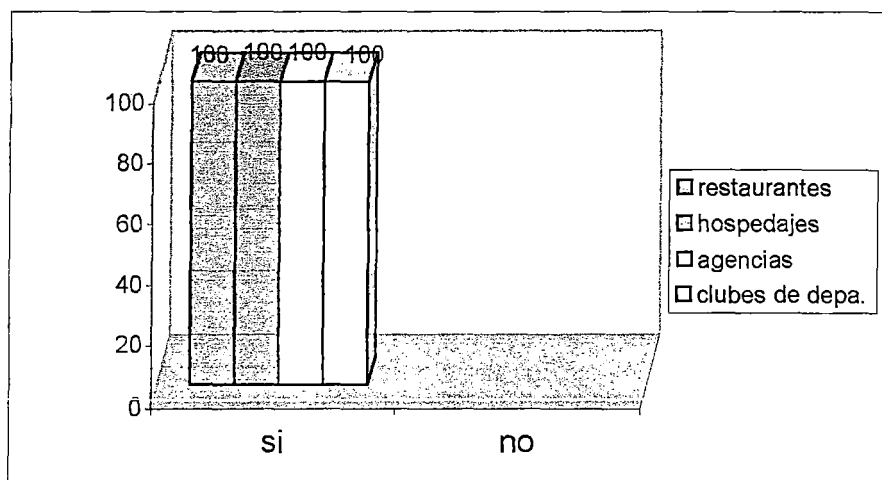
20. Dinamizando y promoviendo el turismo, posibilitaría el desarrollo de la Región Tacna.

CUADRO N° 29

	Restaurantes		Hospedajes		Agencias		Clubes depa.	
	muestra	%	muestra	%	muestra	%	muestra	%
si	87	100	19	100	3	100	1	100
no								

Fuente: Encuesta estructurada

GRÁFICO N° 30



Fuente: Cuadro N° 29

## **C. Propuesta del Planeamiento Estratégico 2005 - 2015.**

### **1. Diagnóstico situacional.**

#### *a) Información preliminar:*

El árbol de problemas fue utilizado para identificar los problemas urgentes acerca del folklore en relación al turismo, con la finalidad de dar una propuesta que logre desarrollar el sector y determinar probables soluciones.

También se empezó a trabajar recopilando información estadística, del turismo y folklore (antecedentes y situación actual), como también información acerca de cuánto recauda el estado peruano por concepto de turismo (ingreso de divisas). Finalmente se utilizó las encuestas que fue realizada por el suscrito de manera directa, obviamente con algunas dificultades.

#### *b) Especificación de la problemática:*

- ❖ Los resultados del árbol de problemas nos demuestra, que nuestro folklore se encuentra actualmente relegado, y que se debe específicamente a la existencia de una desunión de órganos públicos y privados (Dircetur, Gobierno Regional, Municipalidad Provincial de Tacna, INC y empresa privada), a

la no existencia de una política a largo plazo, como también al poco apoyo a proyectos del gobierno central y como causas secundarias, la escasa identificación de nuestras autoridades y/o funcionarios y la improvisación de tales. Además como consecuencias del problema tenemos la ausencia de una identidad cultural con conciencia turística, Arica-Chile, siguiendo su política de copiar y apropiarse de lo nuestro, se está adueñando de nuestro folklore (Con la fuerza del Sol, cabe resaltar que este evento va creciendo considerablemente), y como consecuencia a largo plazo la postergación de un desarrollo turístico nacional y regional.

- ❖ El folklore en la ciudad de Tacna. La información estadística nos detalla que en la actualidad contamos con 6 clubes departamentales que exhiben su acervo folklórico, por otro lado en el INC se encuentran registrados; conjuntos, agrupaciones, artistas y promotores culturales. Tomando como referencia los años 2002 y 2003 notamos que se ha ido incrementando paulatinamente. De aquí se desprende que tenemos un potencial que no ha sido debidamente aprovechado ni promocionado por los responsables del sector.

- ❖ El folklore en los últimos eventos organizados por la Municipalidad Provincial de Tacna (Remate de carnaval). Se observa, que la magnitud de tales eventos ha ido disminuyendo en importancia por la indiferencia en cuanto a organización, apoyo y promoción en comparación con años atrás.
- ❖ La información estadística nos detalla que en los últimos años, el turismo ha tenido una participación de 8% al 10% en el ingreso de divisas. En el 2003 se registra 933,299 llegadas internacionales, para ser la 2da fuente de divisas, las llegadas internacionales deben alcanzar 1'500,000 llegadas. En Tacna, tomando como referencia el año 2000 hasta el 2003, diríamos que el turismo interno es mayor al receptivo. También acotaría que el turista chileno es el que más visita a la ciudad de Tacna en comparación con otras nacionalidades.
- ❖ En el año 2002 los extranjeros que arribaron a la ciudad de Tacna fueron en su mayoría (72%) "Visitantes del día", es decir; no pernoctaron en la ciudad, sino que permanecieron sólo unas horas. Esto se debe a que los visitantes son principalmente residentes chilenos que visitaron Tacna para realizar algunas compras o para atenderse con un odontólogo u oftalmólogo, luego de lo cual retornaron a su lugar de residencia. Asimismo

un (28%) de los visitantes extranjeros son “turistas”; es decir permanecieron por lo menos una noche en la ciudad.

- ❖ En cuanto a los lugares más visitados; el estudio señala que los atractivos turísticos de Tacna se centran, además de la Plaza de Armas (Arco de los Héroes, Pileta Ornamental y Catedral), en sus campos feriales (Caplina, 28 de Julio, Polvos rosados, etc.), siendo prácticamente mínima la visita a otros lugares de la ciudad.
- ❖ Según las estadísticas del DIRCETUR acerca de las pernoctaciones y arribos, apuntaban que somos una ciudad de tránsito por sólo un día y medio.
- ❖ Por otro lado de acuerdo a políticas del gobierno chileno, en lo que se refiere a los visitantes del día, una proporción de la misma, se acogen a programas para personas de la tercera edad, en el caso de sus vacaciones, por lo cual se hace cargo del 50% de los gastos de viaje mediante SERNATUR. Esas mismas personas, que en su mayoría son de Santiago y otras ciudades al Sur de Arica, eligen el destino que deseen que en su gran mayoría apuntan hacia Arica, el paquete incluye hospedaje y movilidad. Tienen toda una semana para disfrutar del viaje, incluido seguro de vida y del total de la semana lo

subdividen en 6 días de visitas turísticas y el 7 mo día vendría a ser un día libre, en el cual ellos pueden hacer lo que más les parezcan. Y precisamente ese día lo utilizan para viajar a la ciudad de Tacna. El mismo hotel de la ciudad de Arica en donde están alojados realiza las coordinaciones con una empresa de transporte turístico. En el viaje están acompañados de un guía turístico, el recorrido consta de visitar primeramente la catedral, que está ubicada en el paseo cívico, para después dirigirse a efectuar sus compras en las ferias o mercadillos, luego dirigirse al campo de la Alianza y seguidamente almorzar en los restaurantes, para después retornar a su país.

- ❖ Es conveniente mencionar que no contamos con una debida promoción de nuestros circuitos turísticos, de nuestro folklore, y es preciso reactivar el sector para beneficio de la población.
- ❖ En cuanto al trabajo realizado por las encuestas, se dedujo lo siguiente: En cuanto al tipo de turismo que capta nuestra ciudad, de acuerdo al muestreo aleatorio estratificado, señala que para los restaurantes es comercio, para los establecimientos de hospedaje; comercio y salud, para las agencias de viaje; comercio, salud y gastronómico, para los clubes departamentales; sólo comercio. Es evidente precisar y

confirmar que somos una zona netamente comercial y que nuestras clínicas son muy concurridas, nos faltaría explotar un poco más el aspecto gastronómico. La investigación nos indica que la mayoría de los estratos encuestados señala que las autoridades, sabiendo la razón de la visita de nuestros turistas, no se preocupa en que el turismo se dirija al folklore y lugares turísticos, es deber y obligación de ellos de buscar alternativas para dinamizar el turismo. En cuanto a la infraestructura hotelera y el capital invertido en esta ciudad fronteriza, los estratos de E. hospedajes y clubes departamentales señalan que sí es suficiente, mientras que los restaurantes y las agencias de viaje opinan que es insuficiente; de allí precisamos que en la actualidad la infraestructura hotelera y el capital invertido para los turistas que nos visitan es más que suficiente, pero si queremos compararnos con otras ciudades turísticas, observaremos que no es suficiente. Los aspectos que deben ser mejorados para lograr una mayor permanencia de turistas en esta ciudad se refieren la mayoría de los estratos en promocionar los eventos relativos al folklore, promocionar nuestros atractivos turísticos, mejorar las relaciones humanas en la atención y la seguridad en las calles. Esos cuatro

aspectos se deberían mejorar en forma conjunta. Tratando el tema de la capacidad instalada en atención hotelera para un adecuado servicio al turista, los estratos señalan que es regular y buena, evidentemente es un factor importante que tenemos que tomar en cuenta. En cuanto a los Restaurantes que operan en esta ciudad, la mayoría de los estratos encuestados señalan que son suficientes. La investigación menciona que los atractivos turísticos e históricos en esta ciudad son insuficientes para atraer al turista, no cabe duda que se desconoce los 91 recursos turísticos que existe en Tacna. En lo que se refiere a los aspectos que debes ser mejorados para lograr un mayor desarrollo turístico en Tacna, sería el más trascendental, el liderazgo e identificación de nuestras autoridades, tal ausencia nos hace carecer de una dirección. El folklore en Tacna se encuentra relegado, debido al poco interés de parte de nuestras autoridades. Tocando el tema de los chilenos que no escatiman en gastos al realizar y promover eventos relativos al folklore, la alternativa "porque es una de las formas de atraer turistas" fue una de las respuestas mas gravitantes. La mayoría de los estratos conoce de que trata el planeamiento estratégico.

El trabajo de campo señala que Tacna necesita del planeamiento estratégico para reactivar su folklore y así atraer más turistas. Se hace evidente que la mayoría de los encuestados opina que nuestras autoridades y/o funcionarios son improvisados. También que nuestras autoridades no se identifican con nuestro folklore. Además existe una desunión entre los órganos públicos y privados. La idiosincrasia sería el principal problema por el cual no podemos elaborar un buen proyecto destinado a reactivar nuestro folklore. La mayoría de los estratos conoce que nuestra vecina ciudad Arica está copiando y adueñando nuestro folklore. Si trabajan en forma conjunta Dircetur, Gobierno Regional, Municipalidad Provincial de Tacna, INC se elaboraría un buen proyecto para reactivar nuestro folklore. Reactivando nuestro folklore sería una de las maneras para atraer turistas. También están de acuerdo los estratos de la muestra representativa en que dinamizando y promocionando el turismo, posibilitaría el desarrollo de Tacna.

## **2. Visión.**

Tacna competitiva, basada en una economía turística, y segura con una población que cuenta con una identidad cultural con conciencia turística.

## **3. Misión.**

Las organizaciones publicas, privadas, gremios privados, organizan, promueven al folklore como una alternativa para dinamizar al sector y dirigen el desarrollo competitivo de la actividad turística de Tacna. Los beneficios que se generen producto de la intervención, participación conjunta y coordinada permitirá beneficiar a la población.

## **4. Análisis FODA.**

a) Fortalezas:

- ✓ Cuenta con una ubicación estratégica en la cuenca del pacífico con un radio de acción y posible acceso a mas de 50 países de la cuenca del pacífico.
- ✓ Ciudad básicamente ordenada y relativamente implementada con servicios básicos: Aspectos que se deben afianzar, mejorar y solucionar.

- ✓ Tacna posee 91 recursos turísticos, subdivididos en manifestaciones culturales y sitios naturales con posibilidad de convertirse en producto turístico.
- ✓ Sincretismo cultural.
- ✓ Sentido de identidad por el cautiverio.

b) Debilidades:

- ✓ Escasa ética y compromiso de funcionarios.
- ✓ La falta de una infraestructura turística regional.
- ✓ La no definición de los roles (público y privado).
- ✓ Ausencia de una política regional destinada a la promoción del folklore y el turismo.
- ✓ Escasa visión, misión y liderazgo.
- ✓ La idiosincrasia del tacneño.
- ✓ Desunión entre las organizaciones públicas y privadas.
- ✓ Falta de un plan de desarrollo turístico nacional y regional.
- ✓ Escasa identificación de nuestras autoridades con el folklore.
- ✓ Autoridades improvisadas, salvo excepciones.

c) Oportunidades:

- ✓ Ser zona de frontera.

- ✓ Existe actitud de cambio y progreso.
- ✓ País pacificado con expectativas de inversión.
- ✓ Ubicación estratégica de la ciudad en el contexto binacional, regional y sudamericano.
- ✓ Diversidad cultural.

d) Amenazas:

- ✓ Hiper centralismo que concentra el poder y que impide hacer más y mejor.
- ✓ La no existencia de un proyecto nacional que genere y solidifique identidad nacional.
- ✓ Crecimiento migratorio.
- ✓ La inseguridad en las calles.
- ✓ Mayor desarrollo relativo del norte chileno (festividades en la vecina ciudad de Arica- Chile, que ya se esta consolidando).
- ✓ Arica se esta adueñando de nuestro folklore.

## 5. Objetivos.

### **OBJETIVO GENERAL:**

- ❖ Reactivar nuestro folklore para dinamizar al turismo.

### **OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:**

- ❖ Desarrollar y promover el liderazgo entre los actores.
- ❖ Desarrollar y fortalecer políticas a largo plazo, de cada gestión.
- ❖ Incentivar y promocionar la participación de proyectos diferentes, factibles de llevarlos a cabo, novedosos que rompan esquemas.
- ❖ Desarrollar un compromiso permanente de nuestras autoridades con el sector.
- ❖ Fortalecer las instituciones vinculadas con la actividad turística.

EN BASE AL DIAGNOSTICO. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS SE PROPUSO LO SIGUIENTE:

**CUADRO N°30**

<b>1. ACTIVIDADES</b>	<b>PLAZOS</b>	<b>LOGROS ESPERADOS</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>RESPONSABLE</b>
Diseñar una Web Site	Corto plazo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mostrar en la Web nuestro folklore a todo el mundo en el idioma español e ingles, como también nuestros circuitos</li> <li>- Marketear nuestras actividades mas resaltantes</li> <li>- Captar la atención de millones de cibernautas que Tacna existe en el mundo</li> </ul>	- 1000 soles los ingresos pueden provenir de la autogestión	- INC y Dircetur
<b>2. ACTIVIDADES</b>	<b>PLAZOS</b>	<b>LOGROS ESPERADOS</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>RESPONSABLE</b>
Revista turística	Corto plazo	- Difundir y promocionar nuestros atractivos turísticos; así como nuestro folklore incluido como un atractivo	- 1000 soles	- INC y DIRCETUR
<b>3. ACTIVIDADES</b>	<b>PLAZOS</b>	<b>LOGROS ESPERADOS</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>RESPONSABLE</b>
Filmaciones de las fiestas y nuestros atractivos presentarlos en los terminales de la vecina ciudad de Arica y de Tacna	Corto plazo	- Difundir y promocionar nuestras fiestas como los carnavales, la fiesta de las cruces, la noche de San Juan, como también nuestras fiestas religiosas cívicas, ferias y festivales y otros eventos programados. Y los circuitos turísticos	- 3000 soles	- INC, DIRCETUR, Empresa privada, MPTACNA y Gobierno Regional
<b>4. ACTIVIDADES</b>	<b>PLAZOS</b>	<b>LOGROS ESPERADOS</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>RESPONSABLE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brindar asesoramiento técnico a gobiernos locales y regionales en la formulación y ejecución de proyectos vinculados a la actividad turística.</li> <li>- Impulsar alianzas estratégicas entre el gobierno central, los gobiernos regionales y locales a fin de la ejecución conjunta de proyectos de desarrollo turístico.</li> </ul>	Mediano plazo	- Incentivar y desarrollar la participación de proyectos	8000 soles	- MpTacna, Gobierno Regional, DIRCETUR Y INC

- Realizar concursos de proyectos novedosos				
<b>5. ACTIVIDADES</b>	<b>PLAZOS</b>	<b>LOGROS ESPERADOS</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>RESPONSABLE</b>
Contar con un mapa de delitos y tomar medidas para brindar seguridad, coordinando con la PNP, la Asociación de radio taxis y Participación Ciudadana y El gobierno local y regional.	Largo Plazo	- disminución de robos y asaltos y así tener el índice más bajo a nivel nacional	2000 soles	- Empresa privada, MPTACNA
<b>6. ACTIVIDADES</b>	<b>PLAZOS</b>	<b>LOGROS ESPERADOS</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>RESPONSABLE</b>
Curso de actualización constante en gestión empresarial y marketing turístico a los actores de turismo.	Corto Plazo	- Liderazgo entre los actores	1500 soles	- DIRCETUR, UNJBG FACA
<b>7. ACTIVIDADES</b>	<b>PLAZOS</b>	<b>LOGROS ESPERADOS</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>RESPONSABLE</b>
Concienciar a las I.E. en cuanto a los temas de turismo y folklore	Corto Plazo	- Identidad nacional - Conciencia turística	2000 soles	- DIRCETUR UPT(escuela de turismo)
<b>8. ACTIVIDADES</b>	<b>PLAZOS</b>	<b>LOGROS ESPERADOS</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>RESPONSABLE</b>
Propiciar eventos folklóricos de gran envergadura	Corto plazo	- atractivo turístico.	- 80000 soles	- Gobierno Regional, MPTACNA, DIRCETUR, INC.
<b>9. ACTIVIDADES</b>	<b>PLAZOS</b>	<b>LOGROS ESPERADOS</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>RESPONSABLE</b>
Formación de líderes en turismo en las universidades y convocar la participación a nivel del sector privado.	Largo plazo	- Contribuir a la preparación dirigencial de nuevos cuadros de líderes para la actividad. - Fomentar en el empresariado, la convicción y el compromiso para potenciar su accionar como líderes promotores de la actividad ante las autoridades e instituciones.	- 10000 soles	- DIRCETUR, UNJBG-UPT
<b>10. ACTIVIDADES</b>	<b>PLAZOS</b>	<b>LOGROS ESPERADOS</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>RESPONSABLE</b>
Implementar un programa de asistencia técnica a gobiernos locales y regionales en materia vinculadas a turismo.	Largo plazo	- Autoridades locales y gubernamentales competentes	5000 soles	- DIRCETUR, UPT, UNJBG y INC

#### **D. Verificación de las Hipótesis.**

##### **1) Hipótesis General.**

El desarrollo de un planeamiento estratégico, permitirá reactivar nuestro folklore, para dinamizar al turismo lo cual beneficiará al desarrollo de la Región Tacna.

##### **2) Hipótesis Operativas.**

- I. Reactivando nuestro folklore en el departamento de Tacna, posibilita dinamizar el turismo.
- II. Dinamizar el turismo en el departamento de Tacna, posibilita el desarrollo de esta Región.
- III. Reactivando nuestro folklore atraeríamos al turismo, se puede lograr utilizando el planeamiento estratégico.

Según la comprobación de las hipótesis:

- i. Reactivando nuestro folklore en el departamento de Tacna, posibilita dinamizar el turismo, ver cuadro N° 28 y gráfico N° 29.
- ii. Dinamizar el turismo en el departamento de Tacna, posibilita el desarrollo de esta región, ver cuadro N° 29 y gráfico N° 30.

- iii. Reactivando nuestro folklore atraeríamos al turismo, se puede lograr utilizando el planeamiento estratégico, ver Cuadro N° 21 y gráfico N° 22.

Se concluye que la elaboración de un planeamiento estratégico reactivaría al folklore y así dinamizaría el turismo en Tacna.

**POR TANTO LAS HIPÓTESIS HAN QUEDADO DEMOSTRADAS**

#### **E. Verificación de Objetivos.**

##### **1) Objetivo General.**

Determinar que un Planeamiento Estratégico, permitirá reactivar nuestro folklore para dinamizar al turismo, lo cual beneficiará al desarrollo de la Región Tacna.

##### **2) Objetivos específicos.**

- I. Identificar los actores y factores que deben ser considerados para reactivar nuestro folklore.
- II. Identificar los actores y factores que deben ser considerados para dinamizar la actividad turística.
- III. Plantear y proponer un Planeamiento estratégico que reactive nuestro folklore y así dinamizar al turismo.

En referencia a lo mencionado anteriormente diríamos:

1) De acuerdo a la información proporcionada por los responsables del sector, los actores que deben ser considerados para reactivar nuestro folklore y dinamizar la actividad turística para el desarrollo del Planeamiento Estratégico 2005 – 2015 son:

- La población en general.
- Los gremios de asociados vinculados al sector y/o clubes departamentales.
- Los organismos privados, llámese hoteles, establecimientos de hospedaje, restaurantes, agencias de viaje y turismo.
- Los organismos públicos: Dircetur, Gobierno Regional, Municipalidad Provincial, INC.

2) De acuerdo a la información proporcionada por los responsables del sector, los factores que deben ser considerados para reactivar nuestro folklore y dinamizar la actividad Turística, para el desarrollo del Planeamiento Estratégico 2005 – 2015 son:

- Factor promoción; se requiere de una iniciativa intersectorial entre los organismos públicos y privados que están involucrados en el sector, para concienciar a la población, y

difundir nuestros atractivos turísticos y circuitos, mediante las tecnologías de información.

- Factor liderazgo; importante pero no lo tenemos.
- Factor seguridad; contamos con una policía de turismo, pero es muy limitado para atender a toda la ciudad.
- Factor humano y psicosocial; falta de una atención de calidad al turista, idiosincrasia del tacneño, indiferencia del Gobierno Regional al no considerar al turismo como un factor de desarrollo.
- Factor demanda; decremento paulatino del receptivo sobre el interno, el segundo se mantiene inestable.
- Factor producto turístico; todavía no tenemos un producto, existe un desinterés en cuanto a promover eventos de envergadura relativos al folklore, además existe poca información turística.
- Factor legal; en la constitución política del Perú capítulo II de los derechos sociales y económicos, Art.17 comenta acerca de la preservación de diversas manifestaciones culturales, pero no existe una ley acerca de la promoción del folklore. La otra contraparte es el turismo que no figura en la constitución política del Perú.

- Factor político; no existen metas, tampoco identificación de autoridades como elemento importante dentro de la Región.
- Factor infraestructura; nuestra capacidad instalada es suficiente, pero nuestra infraestructura no puede competir con la de otras ciudades.
- Factor geográfico; tenemos una buena posición estratégica.

3) De acuerdo a la información proporcionada por los responsables del sector, se planteó y propuso un Planeamiento Estratégico con la finalidad de reactivar nuestro folklore para dinamizar al turismo, 2005 – 2015.

SE CONCLUYE QUE tanto el OBJETIVO GENERAL como los OBJETIVOS ESPECÍFICOS, han sido logrados.

## **CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.**

### **A. Conclusiones.**

1. El presente trabajo de investigación, señala que Tacna posee un gran potencial tanto en el folklore como en el turismo, que pueden ser desarrollado ambos, ya que contamos con un sincretismo cultural y con 91 recursos turísticos subdivididos en manifestaciones culturales y sitios naturales. Por ello que se propuso un Planeamiento Estratégico para reactivar su folklore y así dinamizar al turismo, teniendo como consecuencia un elevado nivel de vida y generación de empleos que beneficiaría a nuestra colectividad, desde el lustrabotas hasta el empresario. La investigación también indica que el factor promoción y liderazgo es omitido, ya que notamos la ausencia del mismo.
2. Los actores que se deberían tomar en cuenta para reactivar nuestro folklore y dinamizar el turismo, serían; La población en general, los gremios de asociados vinculados al sector y/o clubes departamentales, los organismos privados, y los organismos públicos (Dircetur, Gobierno Regional, Municipalidad, y INC).
3. Los factores que se deberían tomar en cuenta para dinamizar el sector turismo y reactivar el folklore, serían; Promoción, liderazgo,

seguridad, humano y psicosocial, demanda, producto turístico, legal, político, infraestructura y geográfico.

4. La gran mayoría de nuestros encuestados señalan que nuestros turistas nos visitan para realizar sus compras como también para visitar nuestras clínicas, nos faltaría explotar un poco más el aspecto gastronómico. Existe un desinterés por no mostrar nuestro folklore y nuestros atractivos turísticos por parte de nuestras autoridades, precisamos que en la actualidad la infraestructura hotelera y el capital invertido para los turistas que nos visitan es más que suficiente, pero si queremos compararnos con otras ciudades turísticas, debemos afirmar que aún nos falta mejorar. Los aspectos que deben ser optimizados para lograr una mayor permanencia de turistas en esta ciudad, se refieren la mayoría de los estratos, en promocionar los eventos relativos al folklore, promocionar nuestros atractivos turísticos, mejorar las relaciones humanas en la atención y la seguridad en las calles. Esos cuatro aspectos se deberían mejorar en forma conjunta.
5. Tratando el tema de la capacidad instalada en atención hotelera para un adecuado servicio al turista, los estratos señalan que es regular y buena, evidentemente es un factor importante que tenemos que tomar en cuenta, sin embargo el índice de

ocupabilidad de habitaciones y camas, demuestran que Tacna esta poco considerada como un destino turístico, mas bien, una vía de tránsito, en que la mayoría de turistas pernoctan un día y medio como tiempo máximo, situación que genera una preocupación en los principales gremios privados llámese; la asociación de establecimientos de hospedaje, restaurantes y agencias de viaje y turismo, acreditados ante la Dirección de Turismo. En cuanto a los restaurantes que operan en esta ciudad, la mayoría de los estratos encuestados señalan que son suficientes. La investigación señala que los atractivos turísticos e históricos en esta ciudad son insuficientes para atraer al turista, sin embargo en Tacna existen 91 recursos turísticos, los cuales son de completo desconocimiento de la población en general.

6. En cuanto a los aspectos que deben ser mejorados para lograr un mayor desarrollo turístico en Tacna, sería el más trascendental, el liderazgo e identificación de nuestras autoridades, tal ausencia nos hace carecer de una dirección. El folklore en Tacna se encuentra relegado, debido al poco interés de parte de nuestras autoridades. Tomando como referencia años atrás, partiendo del año 2000 hasta el 2004, diríamos que el año pico en organización, importancia y trascendencia en realizar eventos de gran relevancia

fue el año 2002, estando en camino a alcanzar la denominación de un atractivo nacional, que fomentaría el turismo en nuestra Región, pero si lo comparamos con los dos últimos eventos, nos daríamos cuenta de la falta de importancia que le dan los actuales organizadores. Pese a que tenemos un potencial en nuestros clubes departamentales y en los grupos promovidos por el INC.

7. Tocando el tema de los chilenos que no escatiman en gastos al realizar y promover eventos relativos al folklore, la alternativa "porque es una de las formas de atraer turistas" fue una de las respuestas más gravitantes. La mayoría de los estratos conoce de qué trata el planeamiento estratégico
8. Se sabe también que la mayoría de los encuestados opina que nuestras autoridades y/o funcionarios son improvisados. También que nuestras autoridades no se identifican con nuestro folklore. Además existe una desunión entre los órganos públicos y privados. La idiosincrasia sería el principal problema por el cual no podemos elaborar un buen proyecto destinado a reactivar nuestro folklore. La mayoría de los estratos conoce que nuestra vecina ciudad Arica esta copiando y adueñando nuestro folklore. Si trabajan en forma conjunta Dircetur, Gobierno Regional, Municipalidad Provincial de Tacna, y el INC, se elaboraría un buen proyecto para reactivar

nuestro folklore. Es propicio comentar que los encuestados están totalmente de acuerdo en que el folklore sería una de las maneras para atraer turistas y que promoviendo el turismo, posibilitaría el desarrollo de Tacna.

9. Es de conocimiento generalizado que el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importante de todo el mundo, influye en un aumento de la calidad de vida (generación de empleos). En nuestra Región tomando como referencia a partir del año 2000 hasta el año 2003, no ha alcanzado los niveles esperados, tenemos un turismo interno que muestra un crecimiento poco significativo, fluctuante con altas y bajas en pequeñas cantidades; el turismo receptivo demuestra un decrecimiento paulatino que se afianza dentro de los años indicados en referencia.

## **B. Sugerencias.**

1. Urge de manera inmediata la aplicación de un marketing turístico para empezar a vender una buena imagen, exhibiendo nuestro folklore con nuestros circuitos turísticos, ello se realizaría mediante el uso de las tecnologías de información, como también en films documentales y revistas. Para comenzar se podría hacer coordinaciones con la vecina ciudad de Arica más exactamente con sus terminales, es decir hacer un intercambio, los ariqueños exhiben sus films en nuestros terminales y nosotros en los de ellos.
2. Desarrollar entrenamiento turístico a los actores, creando alianzas con los miembros sectoriales para soluciones de problemas no previstos, como también convocar a empresas regionales, nacionales y extranjeras en un objetivo en común, la de promocionar inversiones en la Región.
3. En lo que se refiere a folklore y turismo, tratarlo a ambos como un tema político, mediante el cual se les podría abordar de una manera más contundente, ya que no existe una voluntad política para promocionarlos ni incentivarlos.
4. Incentivar la identidad cultural con conciencia turística en las instituciones educativas, porque sabemos que el turismo no se hace de la noche a la mañana; es una labor a largo plazo y el

primer peldaño a escalar sería tener una identidad cultural con conciencia turística y ello se inculca desde muy jóvenes creando una cultura de amabilidad, respeto y trato con el forastero. Es de conocimiento que los turistas extranjeros pueden ser los mejores embajadores o los peores enemigos de un destino, sería conveniente verlo como una prioridad regional.

5. Es nuestro deber como administradores estar comprometidos con el desarrollo de Tacna, como también, propiciar y elaborar proyectos factibles para llevarlos a cabo. Asimismo instar la participación de las universidades en las problemáticas que aquejan a nuestra Tacna.
6. En coordinación con la Dirección de Turismo se debería propiciar una participación gremial de todos los asociados que tengan que ver con turismo y folklore en coordinación con las universidades, para formar líderes en turismo, con visión en todas las áreas comprometidos por el desarrollo de la región Tacna. Asimismo la Dirección de Turismo para estimular al turismo interno, debería plantear que el turista nacional pueda acceder a créditos de tasa preferencial para conocer su país.
7. El folklore nos descubre y nos identifica en nuestro origen cultural. Nuestro folklore es interesante, debemos mostrarlo y promocionarlo

al visitante. Debemos propiciar y estimular eventos de gran envergadura, convertirlo en un atractivo turístico o porqué no en un producto, ya que tenemos un sincretismo cultural que todavía no lo aprovechamos como debiera.

## BIBLIOGRAFIA CONSULTADA.

1. ARTHUR A. THOMPSON, J.R, A.J. Strickland III (1995), Dirección y Administración Estratégica. Sexta edición. Editorial Times Mirror de España S.A.
2. CHIAVENATO, Idalberto; IV edición (1995) Introducción a la Teoría General de la Administración. Editorial Mc. Graw – Hill Interamericana S.A. Colombia.
3. DORADO, José Antonio, (1996) Organización y Control de Empresas en Hostelería y Turismo. Editorial Síntesis.
4. HUAYLLON DALL'ORTO, José Luis, (1998), Perú Proyecto Nacional de Turismo. Miraflores, Lima – Perú.
5. IVANCEVICH, Jhon M., METER Lorenzi, Steven J. Skinner, Philip b. Crosby (1996). Gestión Calidad y Competitividad. Editorial Diorki, Servicios Integrales de Edición. Madrid.
6. KETS DE VRIES, Manfred (1998), Lideres que Marcan la Diferencia. Harvard Business Review; N° 85; Julio – Agosto.
7. KOONTZ, Harold y WEIRICH, Heinz (1998), Administración – “Una Perspectiva Global”. Editorial Mc Graw Hill, 11ª Edición, México.
8. LAMBIN, Jean – Jaques – MK Estrategia.

9. MENGUZZATO Y RENU (1991), Transformaciones Estratégicas para el Desarrollo. Editorial Adeas, Barcelona.
10. PROYECTO DE DESARROLLO (1985), Planificación, Implementación y control / BID, EIAP, FGV Brasil, México DF Editorial Limusa.
11. REAL ACADEMIA DE LA LENGUA ESPAÑOLA (1984), Diccionario de la Lengua Española. XIX Edición Madrid.
12. STONER, James A.F.; FREEMAN R. Edward y GILBERT, J.r.: (1996), Administración. Editorial Hispanoamericana, sexta edición, Guadalajara - México.
13. VILLAJUANA, Carlos, Gestión Estratégica Integral.

OTROS:

EL PERUANO: Diario Oficial del Perú. Pagina Editorial del 22 de octubre del 2002. Pág.8.

"DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DE TACNA" Lic. Reynaldo Wirillos Ortiz 2002, Centro de Investigación, Facultad de Ciencias Administrativas.

PROMPERU "Perfil del Turista Extranjero 2003 que Visita el Perú".

TESIS – ESCUELA NORMAL DE TACNA – Año 1974 "El Folklore del Departamento de Tacna".

DIRECCIÓN REGIONAL VI – A Industria y Turismo Tacna

“Actualización del Inventario y Evaluación del Patrimonio Turístico de la Sub. Región Tacna”.

MINCETUR Web site [www.mincetur.gob.pe](http://www.mincetur.gob.pe).

# **ANEXOS.**

**ANEXO Nº 01**

**CUADRO ESTADÍSTICO DEL MOVIMIENTO MIGRATORIO DE LOS PUESTOS DE CONTROL DE TACNA CON PASAPORTE, SALVOCONDUCTO FRONTERIZOS, DNI Y D.S. 002 – 99 – IN AÑOS 1995 – 2003**

AÑOS	PERUANOS						CHILENOS				PASAPORTES EXTRANJEROS	
	PASAPORTES		SALV. FRONT.		DNI		D.S. 002		SALV. FRONT.		ING.	SAL.
	ING.	SAL.	ING.	SAL.	ING.	SAL.	ING.	SAL.	ING.	SAL.		
1995	146 902	143 731	391 491	385 551	-	-	-	-	231 178	225 143	65 244	63 673
1996	119 846	128 348	411 289	413 584	-	-	-	-	255 210	245 946	88 942	88 080
1997	127 423	146 545	513 852	526 810	-	-	-	-	337 894	321 640	115 996	113 176
1998	126 016	139 788	432 098	454 801	-	-	-	-	360 840	333 315	126 373	129 133
1999	115 703	129 893	414 688	424 133	-	-	161 707	159 204	235 507	233 722	130 907	129 585
2000	116 871	107 415	366 785	370 657	97 246	96 716	325 157	325 765	171 799	144 768	120 906	123 171
2001	119 783	101 784	255 678	263 104	263 158	270 634	283 970	277 551	239 769	133 916	100 323	97 833
2002	138 242	111 811	234 417	236 894	273 714	283 254	280 735	276 921	99 423	101 989	85 107	81 840
2003	137 916	139 662	161 289	170 729	474 022	511 268	324 660	315 256	66 319	59 864	75 336	74 407
<b>TOTAL</b>	<b>1 148 702</b>	<b>1 148 977</b>	<b>3 181 587</b>	<b>3 246 263</b>	<b>1 108 140</b>	<b>1 161 872</b>	<b>1 376 229</b>	<b>1 354 697</b>	<b>1 997 939</b>	<b>1 800 303</b>	<b>909 134</b>	<b>900 898</b>

FUENTE: Dirección General de Migraciones y Naturalización de Tacna

ELAB.: Dirección de Turismo – Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - Tacna

## ANEXO N° 02

Movimiento Migratorio hacia la provincia de Tacna

(Año 1993 – Migrantes 40% respecto a la población total)

MIGRANTES	PORCENTAJES (%)
<b>MIGRANTES INTERNOS</b>	
1. Puno.	60.2
2. Arequipa.	10.7
3. Lima.	9.4
4. Callao.	5.8
5. Otros departamentos.	13.10
<b>MIGRANTES EXTRANJEROS</b>	0.8
Total	100

FUENTE: PDC-MPT

## ANEXO N° 03

### GUIA DE ENCUESTA

#### ENCUESTA

##### UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN – FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

La finalidad de esta encuesta es obtener información sustentable acerca de reactivar el folklore para atraer más turistas, y así reunir información para elaborar la propuesta del Planeamiento Estratégico. Lea bien cada pregunta, y seleccione la alternativa o alternativas que se ajusten a su criterio.

Agradecemos vuestra colaboración

1. ¿Cuál es el tipo de turismo que se capta en nuestra ciudad,?(puede marcar varias alternativas)
  - a) Comercio
  - b) Salud
  - c) Gastronómico
  - d) Comercio y salud
  - e) Todas las anteriores
  - f) Otros.....
  
2. ¿Las autoridades están tomando esto en cuenta para que el turismo; que capta Tacna se dirija a su folklore y lugares turísticos?
  - a) Sí
  - b) No
  - c) No sabe, no opina
  
3. ¿Son suficientes la infraestructura hotelera y el capital invertido para mejorar el flujo turístico de Tacna?
  - a) Suficiente
  - b) Insuficiente
  
4. ¿Qué aspectos considera que deben ser mejorados para lograr un mayor promedio de permanencia del turista en Tacna? (puede marcar varias alternativas)
  - a) Promoción de eventos relativos al folklore
  - b) Promoción de nuestros atractivos turísticos
  - c) Mejorar las relaciones humanas en la atención
  - d) Seguridad en las calles
  - e) A y b
  - f) B y c

- g) B y d
- h) Todos las anteriores
- i) Otros.....

5. ¿Cómo calificaría la capacidad instalada en atención hotelera para un adecuado servicio al turista?
- a) Excelente
  - b) Buena
  - c) Regular
  - d) Mala
  - e) Deficiente
6. ¿Cree usted que en Tacna existen suficientes establecimientos de servicio de restaurantes para atender al turista?
- a) Suficiente
  - b) Insuficiente
7. ¿Para usted, en Tacna existen suficientes atractivos turísticos e históricos para atraer al turista?
- a) Suficiente
  - b) Insuficiente
8. ¿Qué aspectos consideraría que deben ser mejorados para lograr un mayor desarrollo turístico en Tacna?
- a) Mayor atención gubernamental
  - b) Liderazgo e identificación en nuestras autoridades
  - c) Otros.....
9. ¿El Folklore de Tacna cómo se encuentra actualmente?
- a) Relegado
  - b) Apareciendo
  - c) Perdiendo
  - d) Aumentando
10. ¿Por qué cree que nuestro vecino país (Arica-Chile) no escatima en gastos al incentivar y promover eventos en cuanto al folklore?
- a) Porque el folklore es una forma de atraer el turismo
  - b) Otros.....
  - c) No sabe, no opina
11. ¿Usted sabe de qué trata el planeamiento estratégico?
- a) Sí
  - b) No

12. ¿Considera que Tacna necesita del planeamiento estratégico para reactivar nuestro folklore y así atraer más turistas? (Sólo responder los que eligieron la alternativa "si" de la pregunta n° 11)
- a) Sí
  - b) No
  - c) No sabe, no opina
13. ¿Usted cree que las autoridades y/o funcionarios que nos gobiernan están improvisadas?
- a) Sí
  - b) No
  - c) No sabe, no opina
14. ¿Usted cree que nuestras autoridades y/o funcionarios se identifican con nuestro folklore?
- a) Sí
  - b) No
  - c) No sabe, no opina
15. ¿Usted cree que existe una desunión entre las organizaciones publicas y privadas (Dircetur, Municipalidad Provincial, Gobierno Regional, INC, empresa privada)?
- a) Sí
  - b) No
  - c) No sabe, no opina
16. ¿Por qué cree usted que no elaboramos un buen proyecto relacionado a reactivar nuestro folklore?
- a) Por la idiosincrasia
  - b) Poca participación de la empresa privada
  - c) Otros.....
17. ¿Usted sabía que Arica se esta adueñando de nuestro folklore?
- a) Sí
  - b) No
18. ¿Usted cree que si trabajan en forma conjunta Dircetur, Municipalidad Provincial, Gobierno Regional y INC se elaboraría un buen proyecto para reactivar nuestro folklore?
- a) Sí
  - b) No
  - c) No sabe, no opina
19. ¿Reactivando nuestro folklore sería una de las maneras para atraer más turistas?
- a) Si
  - b) No
  - c) No sabe, no opina

20. ¿Dinamizando y promocionando el turismo, posibilitaría el desarrollo de Tacna?

a) Sí

b) No

GRACIAS.....