

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN-TACNA

Facultad de Ingeniería Civil, Arquitectura y Geotecnia

Escuela Profesional de Arquitectura

TESIS

**COMPLEJO DE GESTIÓN, PROMOCIÓN Y CAPACITACIÓN
DE LA DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO
EXTERIOR Y TURISMO - DIRCETUR
EN LA REGIÓN TACNA**

TOMO I

Presentada por:

Bach. MAGALI VANESA RAMOS MAMANI

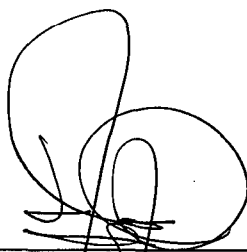
Para optar el Título de:

ARQUITECTA

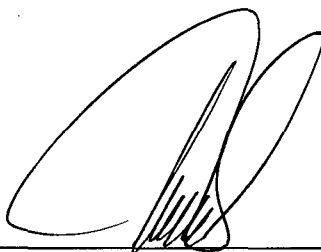
TACNA - PERÚ

2015

JURADOS



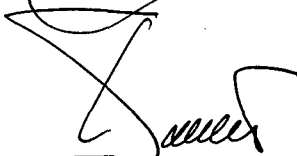
ARQ. INÉS JIMÉNEZ GARCÍA
Presidente



ARQ. CARLOS SALAMANCA OVIEDO
Secretario



ARQ. PEDRO DÁVALOS ZEBALLOS
Vocal



ARQ. EDUARDO RAMAL PESANTES
Director de Tesis

DEDICATORIA

*A Dios,
por estar conmigo en todo momento.
A mis padres y hermano,
por su apoyo incondicional.
A mi asesor Arq. Eduardo Ramal Pesantes,
por su paciencia y dedicación.
Y especialmente a mi querido tío Alex
Mamani, que está en el cielo.*

ÍNDICE

	PÁG.
DEDICATORIA	
RESUMEN	
ABSTRACT	
INTRODUCCIÓN.....	1
<u>CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</u>	3
1.1 Descripción del problema.....	3
1.2 Formulación del problema.....	5
1.3 Justificación.....	6
1.4 Alcances y limitaciones	7
1.4.1 Alcances.....	7
1.4.2 Limitaciones.....	8
1.5 Objetivos.....	9
1.5.1 General.....	9
1.5.2 Específicos.....	9
1.6 Formulación de la hipótesis.....	10
1.7 Selección de variables.....	10
1.7.1 Variable independiente.....	10
1.7.2 Variable dependiente.....	10

1.8 Matriz de consistencia	11
<u>CAPÍTULO II: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</u>	13
2.1 Tipo y diseño de la investigación.....	13
2.1.1 Tipo de investigación.....	13
2.1.2 Diseño de la investigación.....	13
2.2 Técnicas de la investigación.....	14
2.2.1 Técnica de recolección de datos	14
2.2.2 Técnica de procesamiento y presentación de datos	15
2.2.3 Técnica de análisis e interpretación de datos	16
2.3 Instrumentos de la investigación.....	16
2.4 Estructura metodológica.....	17
2.4.1 Descripción del esquema metodológico.....	17
2.4.2 Esquema metodológico.....	20
<u>CAPÍTULO III: MARCO TEÓRICO</u>	22
3.1 Marco referencial	22
3.1.1 Culinary Art School (Escuela de Arte Culinario), Tijuana, Bajo California, México.....	22
3.1.2 El Parque de la Industria (Parque Centroamérica) Centro de Ferias y Exposiciones de Guatemala.....	27
3.1.3 Centro de Convenciones en San José, California.....	30

3.1.4 CINTERMEX (Centro Internacional de Negocios Monterrey, A.C.).....	34
3.2 Bases teóricas	45
3.2.1 En Materia de Comercio Exterior.....	45
3.2.2 En materia de Turismo.....	48
3.3 Definición de términos	55
3.3.1 El comercio exterior.....	55
3.3.2 La actividad comercial	57
3.3.3 La exportación.....	58
3.3.4 El turismo	61
3.3.5 La actividad turística	70
3.3.6 La gestión	75
3.3.7 La promoción	79
3.3.8 La capacitación.....	85
3.4 Marco normativo.....	88
<u>CAPÍTULO IV: MARCO REAL</u>	89
4.1 Región Tacna.....	89
4.1.1 Antecedentes históricos.....	89
4.1.2 Características generales de la región.....	90
4.1.3 Categorización y jerarquización de los atractivos	

turísticos del componente primario y derivado.....	112
4.1.4 Análisis de las exportaciones de la región Tacna	172
4.2 Organizaciones de coordinación en materia de comercio	
exterior y turismo	189
4.2.1 Organizaciones vinculados al comercio exterior.....	189
4.2.2 Organizaciones vinculados con el turismo.....	193
<u>CAPÍTULO V: ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO SITUACIONAL</u>	197
5.1 Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – Tacna.....	197
5.1.1 Generalidades.....	197
5.1.2 Ubicación y ámbito de influencia.....	199
5.1.3 Visión y misión.....	201
5.1.4 Estructura orgánica.....	202
5.1.5 Órgano de línea – Dirección de Comercio Exterior.....	203
5.1.6 Órgano de línea – Dirección de Turismo y Artesanía.....	205
5.1.7 Diagnostico institucional (DIRCETUR – Tacna)	208
5.1.8 Problemática físico – espacial de la DIRCETUR	210
5.2 Análisis de determinantes contextuales	212
5.2.1 Construcción histórica del lugar	212
5.2.2 Análisis estadístico de la población a atender	214
5.2.3 Conclusión aplicativa	216

5.3 Selección del terreno	217
5.3.1 Antecedentes.....	217
5.3.2 Criterios para la selección del área específica	217
5.3.3 Calificación.....	222
5.3.4 Identificación de posibles zonas.....	222
5.3.5 Matriz de selección del terreno.....	225
5.3.6 Descripción del terreno elegido	226
5.3.7 Conclusiones.....	227
5.4 Análisis Urbano.....	228
5.4.1 Localización geográfica	228
5.4.2 Sector urbano	231
5.4.2.1 Análisis físico ambiental	231
5.4.2.2 Análisis por sistemas	232
5.4.3 Zona monumental	249
5.5 Revisión técnico normativa	252
<u>CAPÍTULO VI: DESARROLLO DE LA PROPUESTA</u>	253
6.1 Propuesta urbana.....	253
6.1.1 Premisas de diseño urbano	253
6.1.2 Ubicación de la zona de intervención	255
6.1.3 Conceptualización y partido.....	257

6.1.4 Descripción de la propuesta urbana	260
6.2 Propuesta arquitectónica.....	262
6.2.1 Premisas de diseño arquitectónico	262
6.2.2 Análisis del perfil del usuario	266
6.2.3 Programación arquitectónica	268
6.2.4 Diagramación.....	274
6.2.5 Conceptualización arquitectónica	282
6.2.6 Partido arquitectónico	283
6.2.7 Zonificación arquitectónica.....	285
6.2.8 Sistematización arquitectónica	288
<u>CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</u>	293
7.1 Conclusiones	293
7.2 Recomendaciones	296
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	297

RELACIÓN DE GRÁFICOS

Gráfico 01:	Esquema metodológico.....	21
Gráfico 02:	Esquema de circulación de la Escuela de Arte Culinario.....	24
Gráfico 03:	Aspecto formal de la Escuela de Arte Culinario.....	25
Gráfico 04:	Zonificación por ambientes de la Escuela de Arte Culinario	27
Gráfico 05:	Vista panorámica del Parque de la Industria.....	29
Gráfico 06:	Ingreso principal al Centro de Convenciones San José.....	31
Gráfico 07:	Expansión y renovación del Centro de Convenciones San José.....	33
Gráfico 08:	Esquema de distribución de ambientes CINTERMEX	37
Gráfico 09:	Sala de exhibiciones temporales – CINTERMEX	39
Gráfico 10:	Salón panorámico La Silla.....	40
Gráfico 11:	Salas de conferencias o sesiones de grupo CINTERMEX	41
Gráfico 12:	Esquema de distribución de ambientes CINTERMEX.....	42

Gráfico 13: Determinantes de la competitividad (conocido como el Diamante de Porter).....	51
Gráfico 14: Modelo de competitividad de Ritchie y Crouch	52
Gráfico 15: Modelo integrado de competitividad de un destino Turístico	53
Gráfico 16: Características del comercio exterior	56
Gráfico 17: Importancia de la actividad comercial	58
Gráfico 18: Oferta exportable.....	60
Gráfico 19: Principales motivaciones de viaje.....	62
Gráfico 20: Cadena de valor turístico.....	68
Gráfico 21: Estructura del sistema turístico.....	69
Gráfico 22: Actividades y oferta turística.....	72
Gráfico 23: Marco de la industria turística.....	74
Gráfico 24: Niveles de la gestión.....	75
Gráfico 25: Recursos de la gestión administrativa.....	77
Gráfico 26: Ámbitos de competencia - entidad local encargada.....	78
Gráfico 27: Ubicación geográfica de la Región Tacna.....	92
Gráfico 28: Mapa del departamento de Tacna.....	94
Gráfico 29: Departamento de Tacna: Tasa de crecimiento Promedio anual de la población total, 1940 – 2007.....	96
Gráfico 30: Población censada y tasa de crecimiento promedio	

	anual, 1940 – 2007.....	96
Gráfico 31:	Distribución de la población urbana y rural censada, 1940-2007 (%)......	98
Gráfico 32:	Departamento de Tacna: Distribución relativa de la población censada, según provincia, 1993 Y 2007 (Porcentaje)	100
Gráfico 33:	Población proyectada, Según provincia, 2012.....	101
Gráfico 34:	Población proyectada, 2011, 2012 y 2025 (Miles)	101
Gráfico 35:	Establecimientos censados, según actividad económica, 2008.....	102
Gráfico 36:	PEA ocupada, por tamaño de empresa, 2006 y 2011 (Porcentaje del total de la PEA ocupada).....	103
Gráfico 37:	PEA ocupada por rama de actividad, 2011 (Porcentaje del total de la PEA ocupada).....	103
Gráfico 38:	Circuito City Tour Tacna.....	139
Gráfico 39:	Circuito Valle Viejo - Miculla.....	141
Gráfico 40:	Circuito Litoral Tacna.....	143
Gráfico 41:	Circuito Andino Tarata - Candarave.....	146
Gráfico 42:	Conectividad básica del transporte departamental	165
Gráfico 43:	Agencia de transporte turístico.....	166
Gráfico 44:	Ámbito de acción de la DIRCETUR	198

Gráfico 45:	Dependencia funcional de la DIRCETUR	199
Gráfico 46:	Ubicación actual de la DIRCETUR.....	200
Gráfico 47:	Ámbito de influencia de la DIRCETUR.....	201
Gráfico 48:	Visión y misión de la DIRCETUR.....	201
Gráfico 49:	Estructura orgánica de la DIRCETUR	202
Gráfico 50:	Organigrama funcional de la DIRCETUR	203
Gráfico 51:	Actual infraestructura de la DIRCETUR	211
Gráfico 52:	Ubicación de posibles terrenos	223
Gráfico 53:	Fotografía aérea del terreno seleccionado.....	228
Gráfico 54:	Ubicación de la zona de intervención.....	256
Gráfico 55:	Esquema conceptual.....	257
Gráfico 56:	Modelo teórico.....	258
Gráfico 57:	Esquema teórico.....	259
Gráfico 58:	Esquema real	259
Gráfico 59:	Ubicación urbana.....	260
Gráfico 60:	Ubicación del área a intervenir.....	261
Gráfico 61:	Organigrama general por zonas.....	274
Gráfico 62:	Organigrama funcional en el terreno	274
Gráfico 63:	Conceptualización arquitectónica.....	282
Gráfico 64:	Partido arquitectónico.....	284
Gráfico 65:	Esquema de zonificación.....	286

Gráfico 66:	Esquema de zonificación con áreas.....	287
Gráfico 67:	Esquema de zonificación por niveles	287
Gráfico 68:	Sistema de actividades	289
Gráfico 69:	Sistema de movimientos	290
Gráfico 70:	Sistema edilicio	291
Gráfico 71:	Sistema de espacios abiertos	292

RELACIÓN DE CUADROS

Cuadro 01:	Matriz de consistencia	12
Cuadro 02:	Población censada, urbana y rural y tasa de crecimiento en los censos nacionales, 1940-2007	98
Gráfico 03:	Departamento de Tacna: población censada, según provincia, 2007 (Miles).....	99
Cuadro 04:	Empresas no manufactureras activas: Tacna 2011.....	104
Cuadro 05:	Empresas no Manufactureras activas: Tacna 2011.....	106
Cuadro 06:	Región Tacna: Flujo turístico nacional y extranjero en los establecimientos de hospedaje según modalidad, 2007– 2011	107
Cuadro 07:	Tacna: estructura industrial	110
Cuadro 08:	Categoría I: Sitios naturales	113
Cuadro 09:	Categoría II: Manifestaciones culturales.....	116
Cuadro 10:	Categoría III: Folklore	122
Cuadro 11:	Creencias populares.....	122
Cuadro 12:	Danzas de Tacna.....	124
Cuadro 13:	Líneas artesanales	126
Cuadro 14:	Artes visuales en Tacna	130

Cuadro 15:	Gastronomía Tacneña. Platos típicos	132
Cuadro 16:	Bebidas típicas.....	134
Cuadro 17:	Realizaciones técnicas, científicas, artísticas contemporáneas	135
Cuadro 18:	Acontecimientos programados	136
Cuadro 19:	Principales establecimientos de hospedaje. 2012.....	147
Cuadro 20:	Directorio de principales restaurantes, 2012.....	150
Cuadro 21:	Ciclismo de montaña.....	152
Cuadro 22:	Rutas para ciclismo de montaña.....	154
Cuadro 23:	Clubes nocturnos y discotecas en Tacna.....	157
Cuadro 24:	Casinos en la ciudad de Tacna.....	158
Cuadro 25:	Cines y teatros en la ciudad de Tacna.....	159
Cuadro 26:	Agencias de turismo y viajes en la ciudad de Tacna.....	160
Cuadro 27:	Características de aeropuertos y pistas de aterrizaje.....	162
Cuadro 28:	Red vial por tipo de red y superficie de rodadura.....	163
Cuadro 29:	Principales agencias de transporte terrestre, 2011	166
Cuadro 30:	Empresas de radio taxi, 2011.....	166
Cuadro 31:	Mercadillo y centros comerciales en Tacna.....	168
Cuadro 32:	Oferta de locales en materia de convenciones en la ciudad de Tacna.....	170

Cuadro 33:	Infraestructura de soporte para congresos y convenciones.....	171
Cuadro 34:	Producción de principales productos agrícolas	173
Cuadro 35:	Desembarque de productos hidrobiológicos.....	173
Cuadro 36:	Desembarque de productos hidrobiológicos. Por rubros.	174
Cuadro 37:	Estructura industrial manufacturera 2 011.....	175
Cuadro 38:	Principales productos de la Región Tacna.....	176
Cuadro 39:	Principales cultivos agroexportables de la región Tacna.....	177
Cuadro 40:	Principales cultivos de exportación.....	179
Cuadro 41:	Exportaciones de Tacna por partida arancelaria.....	180
Cuadro 42:	Principales países de destino de las exportaciones de Tacna – 2011.....	183
Cuadro 43:	Exportaciones al Mercado del Brasil– 2011	184
Cuadro 44:	Principales productos exportados a Chile 2011	185
Cuadro 45:	Principales productos exportados a España 2011	187
Cuadro 46:	Principales productos exportados a Japón – 2011	188
Cuadro 47:	Puntaje de las características para la selección de terreno	218
Cuadro 48:	Calificación de premisas	222
Cuadro 49:	Matriz de selección del terreno.....	225

RESUMEN

La presente tesis, se enfoca en solucionar un problema específico, como es la falta de infraestructura propia de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo en la región Tacna. Actualmente las funciones de gestión son desarrolladas en forma parcial, mientras que las actividades o eventos relacionados a la promoción y capacitación se llevan a cabo en lugares acondicionados e improvisados.

Es por ello, que se propone implementar un **"Complejo de Gestión, Promoción y Capacitación de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo"**, que integre a los sectores público y privado, logrando una gestión articulada, cohesionada e inclusiva que propicie las condiciones favorables para brindar un servicio de calidad al usuario, a través de la creación de espacios multifuncionales capaces de albergar las diferentes actividades de promoción y capacitación y de esta manera impulsar el comercio exterior y turismo en la región Tacna.

ABSTRACT

This thesis focuses on solving a specific problem, such as lack of infrastructure of the Regional Directorate of Foreign Trade and Tourism in the Tacna region. Currently the management functions are carried out partially, while activities or events related to the promotion and training are carried out in conditioners and improvised places.

It is therefore proposed to implement a "Complex Management, Promotion and Training of the Regional Directorate of Foreign Trade and Tourism", integrating the public and private sectors, achieving a coordinated, cohesive and inclusive management that promotes favorable conditions to provide quality service to the user through the creation of multifunctional spaces capable of hosting various promotional activities and training and thus promote foreign trade and tourism in the Tacna region.

INTRODUCCIÓN

En un país de gran herencia cultural con un patrimonio turístico reconocido a nivel mundial y con una importante apertura al comercio internacional, obliga a extender los límites y tomar en cuenta las grandes empresas e inversionistas extranjeros que ven en nuestro país condiciones favorables para extender sus negocios y como plataforma segura para proyectarse a toda la región, no dejando de lado atrás la posibilidad del intercambio cultural.

La ciudad de Tacna por sus características de frontera y su ubicación estratégica, está inmersa en las nuevas gestiones político - económicas que preparan a la ciudad como receptáculo de grandes mercados. La ciudad ha crecido, primordialmente en base a un proceso continuo y acelerado del desarrollo de la actividad terciaria (comercio, turismo y servicios), donde su localización constituye su principal fortaleza, además de contar con innumerables bellezas, naturales y culturales, que requieren de una ciudad equipada para responder a los desafíos y asegurar una mayor proyección internacional.

Es por ello que ante la demanda de la población por más y mejores espacios para el desarrollo físico, intelectual, cultural y económico, se requiere de la creación de una edificación que contribuya al mejoramiento y conservación de la capacidad productora de la población en general, propiciando la integración e interrelación social y cultural, además de ser sede en eventos donde se tiene mayor afluencia de turistas.

Por lo expuesto, la presente tesis buscará brindar una solución con una propuesta Urbana - Arquitectónica que solucione los requerimientos físico – espaciales de la **Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo**. A través del proyecto, buscamos la creación o reinterpretación de espacios para la estimulación empresarial, espacios alternativos con programas renovados para reuniones o congresos que pueden traer grandes beneficios, espacios para capacitación a los representantes público – privados y trabajadores dedicados al rubro turístico, además de promover el destino turístico Tacna y las riquezas culturales, gastronómicas y paisajistas de nuestra región.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En la actualidad el estado viene participando de manera activa en impulsar el desarrollo y fortalecimiento de la actividad comercial, aunque sigue existiendo una escasa información en materia de exportación a las pequeñas y medianas empresas; microempresarios que tienen el temor de invertir en nuevas negociaciones que les pueda generar mayores ingresos.

Por otro lado, está la escasa competitividad de la actividad turística en la región, generada por la oferta inadecuada e insuficiente de los diferentes servicios e infraestructura, además la falta de seguridad, ocasionando que no se definan las funciones y competencias de las diferentes instituciones que se atribuyen la conducción del sector.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, a través de las políticas de descentralización del estado, transfiere funciones a los Gobiernos Regionales, como órganos descentralizados. La región Tacna, no es ajena a estas políticas, por lo tanto las actividades en materia de comercio exterior y turismo es promovido y regulado por **la Dirección Regional Sectorial de Comercio Exterior y Turismo.**

Sin embargo, la DIRCETUR - Tacna, viene afrontando una serie de dificultades para el cumplimiento de sus funciones, como la carencia de una infraestructura óptima en la que se pueda desarrollar sus actuales funciones de gestión y a la vez implementar actividades de promoción, capacitación a las diferentes empresas y organizaciones y la realización de eventos y exposiciones temporales que contribuyan al desarrollo del comercio exterior y turismo.

Actualmente las funciones de gestión son desarrolladas en forma parcial; mientras que las actividades o eventos relacionados a la promoción y capacitación del comercio exterior y turismo y a la muestra de nuestra identidad cultural, se llevan a cabo en lugares inadecuados, los cuales son acondicionados e improvisados, que no satisfacen las exigencias y requerimientos establecidos para la realización de este tipo de actividades en la ciudad.

Contar con una nueva infraestructura permitirá el fortalecimiento de las capacidades de la DIRCETUR, creando y optimizando el uso de espacios para una interacción dinámica, el desarrollo físico; intelectual, cultural y económico, realizando actividades o eventos relacionados a la promoción, capacitación, y manejo de las actividades o eventos de carácter temporal, especialmente en las festividades donde se tiene mayor afluencia de usuarios, contribuyendo al mejoramiento y conservación de la capacidad productora de la población en general.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

A partir de la problemática planteada es posible formular la siguiente pregunta:

¿De qué manera con la implementación de un Complejo de Gestión, Promoción y Capacitación de la DIRCETUR permitirá elevar la calidad de los servicios en materia de comercio exterior y turismo en la región Tacna?

Igualmente deberíamos formularnos preguntas específicas:

- ¿Cuál es la problemática actual que atraviesan los sectores de comercio exterior y turismo en la Región Tacna?
- ¿Cómo mejorará el servicio a la población, el desempeño de autoridades y trabajadores del nuevo Complejo de Gestión, Promoción y Capacitación de la DIRCETUR - Tacna?

1.3 JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de las actividades en materia de comercio exterior y turismo en la ciudad de Tacna, viene surgiendo de manera considerable, pero al igual que en otras regiones del país atraviesa por problemas comunes como; la mala gestión, la falta de una infraestructura adecuada para el desarrollo de sus actividades festivas y complementarias, falta de capacitación al personal de la institución así como a las entidades involucradas, escasa implementación con las nuevas tecnologías para optimizar las funciones y falta de promoción de las actividades referidas al rubro.

Para poder cambiar estas debilidades, es necesario contar con una nueva infraestructura que permitirá el fortalecimiento de las

capacidades de la DIRCETUR, capaz de poder gestionar, articular y fortalecer el desarrollo de las actividades comerciales y turísticas.

Ante esta perspectiva, es de vital importancia la implementación de un **Complejo de Gestión, Promoción y Capacitación de la Dirección Regional Sectorial de Comercio Exterior y Turismo – Tacna**, en donde se desarrollen sus actividades en forma integral y sea contenedora de espacios óptimos para el desarrollo de las funciones que les fueron transferidas, en donde se pueda gestionar, promover y capacitar en temas de comercio exterior y turismo a los diferentes actores involucrados, llámese empresarios de pequeñas, medianas y grandes empresas, profesionales y técnicos del rubro, así como a la población en general además de propiciar la integración e interrelación social y cultural.

1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES

1.4.1 Alcances

El alcance de la propuesta urbano - arquitectónica es de un equipamiento Gestivo de carácter REGIONAL, a través de éste se implementará la promoción y capacitación de servicios

a través de talleres dirigidos, en materia comercio exterior y turismo en nuestra región. Además de innovar el desarrollo de actividades complementarias como la realización de eventos de carácter temporal para la exhibición y venta de productos turísticos y la muestra de la identidad cultural.

1.4.2 Limitaciones

En el desarrollo de la presente investigación se ha enfrentado las siguientes limitaciones:

- No se cuenta con referencias de sedes institucionales en las que se hayan ejecutado proyectos de inversión para la mejora de su infraestructura, siendo restringido solo al sistema administrativo y dejando de lado otras funciones complementarias.
- La DIRCETUR al no contar con planes actualizados como el PERX (Plan Estratégico de Exportación) y el PERTUR (Plan Estratégico Regional de Turismo), dificulta nuestra Investigación para tener una visión clara en cuanto al

desarrollo del intercambio comercial y la actividad turística de la región.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 General

“Con la implementación de un **Complejo de Gestión, Promoción y Capacitación de la DIRCETUR** se elevará la calidad de los servicios en materia de comercio exterior y turismo en la región Tacna”

1.5.2 Específicos

- Proponer espacios multifuncionales capaces de albergar las diferentes actividades de promoción y capacitación, que permita impulsar el comercio exterior y turismo en la región.
- Implementar una infraestructura adecuada que integre a los sectores público y privado, logrando una gestión articulada, cohesionada e inclusiva que propicie las condiciones favorables para brindar un servicio de calidad al usuario.

1.6 FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS

“La implementación de un **Complejo de Gestión, Promoción y Capacitación de la DIRCETUR** permite elevar la calidad de los servicios en materia de comercio exterior y turismo en la región Tacna”.

1.7 SELECCIÓN DE VARIABLES

1.7.1 Variable Independiente

Implementación de un Complejo de gestión, promoción y capacitación de la DIRCETUR.

Indicadores:

- Capacitación al personal administrativo, organizaciones, productores, exportadores y actores involucrados.
- Difusión y promoción del comercio exterior y turismo.
- Fortalecimiento interinstitucional.

1.7.2 Variable Dependiente

Elevar la calidad de los servicios en materia de comercio exterior y turismo.

Indicadores:

- Oferta turística
- Inventario de los recursos turísticos
- Oferta exportable
- Mercados para la exportación

1.8 MATRIZ DE CONSISTENCIA

Se elaboró este instrumento sumamente útil para estudiar la relación causa-efecto que debe existir; entre el propósito buscado por el proyecto y las actividades que anteceden al cumplimiento de los propósitos:

Cuadro 01: Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA				
TEMA	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES
"COMPLEJO DE GESTIÓN, PROMOCIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO EN LA REGIÓN TACNA"	<ul style="list-style-type: none"> - Carencia de una infraestructura óptima en la que se pueda implementar una adecuada gestión. - Falta de capacitación al personal de la institución, así como a las entidades involucradas, escasa implementación con las nuevas tecnologías para optimizar las funciones. - Implementación de espacios multifuncionales para: exposiciones temporales, muestra de la identidad cultural, entre otras. 	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> OBJETIVO PRINCIPAL </div> <p>"Con la implementación de un Complejo de Gestión, Promoción y Capacitación de la DIRCETUR se elevará la calidad de los servicios en materia de comercio exterior y turismo en la región Tacna"</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> OBJETIVOS ESPECÍFICOS </div> <ul style="list-style-type: none"> - Proponer espacios multifuncionales capaces de albergar las diferentes actividades de promoción y capacitación, que permita impulsar el comercio exterior y turismo en la región. - Implementar una infraestructura adecuada que integre a los sectores público y privado, logrando una gestión articulada, cohesionada é inclusiva que propicie las condiciones favorables para brindar un servicio de calidad al usuario. 	<p>"La implementación de un Complejo de Gestión, Promoción y Capacitación de la DIRCETUR permite elevar la calidad de los servicios en materia de comercio exterior y turismo en la región Tacna".</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> VARIABLE INDEPENDIENTE </div> <p>Implementación de un Complejo de gestión, promoción y capacitación de la DIRCETUR.</p> <p>INDICADORES:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacitación al personal administrativo, organizaciones, productores, exportadores y actores involucrados. - Difusión y promoción del comercio exterior y turismo. - Fortalecimiento interinstitucional <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> VARIABLE DEPENDENTE </div> <p>Elevar la calidad de los servicios en materia de comercio exterior y turismo.</p> <p>INDICADORES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Oferta turística - Inventario de los recursos turísticos - Oferta exportable - Mercados para la exportación

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1 Tipo de Investigación

La investigación es de tipo **DESCRIPTIVA**, pues ésta nos permite analizar como es y como se viene presentando un determinado fenómeno y sus componentes.

En nuestro caso se trabajará recopilando información de la realidad por la que viene atravesando la DIRCETUR a fin de analizar y establecer un diagnóstico situacional que nos permita establecer una propuesta arquitectónica adecuada.

2.1.2 Diseño de la Investigación

El Diseño de la Investigación a emplearse es:

"NO EXPERIMENTAL TRANSECCIONAL DESCRIPTIVO"

Este diseño se basa en observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos en un momento único en el tiempo midiendo las variables de manera individual.

En el **No Experimental Transeccional Descriptivo** se trabajará también recopilando información de otras organizaciones, donde se realicen actividades referidas a nuestro proyecto de tesis, para posteriormente analizarla y compararla con la situación actual de la DIRCETUR - TACNA. Esto servirá para recoger que variables se puedan aplicar a nuestro trabajo.

2.2 TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN

2.2.1 Técnica de recolección de datos

Los métodos de recolección de datos, se pueden definir como el medio a través del cual, el investigador se relaciona con el ámbito de estudio y los actores involucrados en la

problemática materia de estudio; y así obtener la información necesaria que le permita lograr los objetivos de la investigación. Dentro de los métodos para la recolección de datos que utilizaremos, están:

- **La observación**, será de manera minuciosa a través del contacto directo.
- **La encuesta**, para obtener información de los sujetos de estudio, proporcionada por ellos mismos, sobre opiniones, actitudes o sugerencias. Hay dos maneras de obtener información con este método: la entrevista y el cuestionario.
- **El registro fotográfico y visual**, por parte del investigador para obtener información referente a aspectos urbanos, arquitectónicos, imagen y paisaje.

2.2.2 Técnica de procesamiento y presentación de datos

Las técnicas estadísticas que se va emplear son representaciones gráficas, distribución de frecuencias, de acuerdo a las entrevistas realizadas a los sujetos involucrados.

2.2.3 Técnica de análisis e interpretación de datos

Los resultados a obtener se obtendrá a través de análisis de:

- ≡ Las contrastaciones de resultados con los objetivos
- Verificación de hipótesis
- Formulación de conclusiones y sugerencias

2.3 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Estos instrumentos servirán para verificar la validez de los datos de investigación, se realizaran a través de:

- Cuestionarios
- Video – grabaciones de la entrevista
- Planos y mapas satelitales
- Carpeta de apuntes

2.4 ESTRUCTURA METODOLÓGICA

En términos generales, el método es una estrategia, o bien, un procedimiento planeado que se diseña y estructura no de un modo arbitrario como si fuera un plan preconcebido, sino tomado en cuenta las condiciones objetivas en que se realiza una investigación y el problema, cuestión u objeto que se resolverá. El esquema, diseño o plan de investigación siempre tendrá que concretarse y quedar sujeto a condiciones, muchas veces inesperadas, que nos obligarán a modificar o corregir nuestro plan original.

2.4.1 Descripción del esquema metodológico

A continuación se presentan las principales etapas a emplear para el proceso de la investigación:

La propuesta metodológica que se plantea para el desarrollo de la investigación, se centra fundamentalmente en los **criterios funcionales, formales y espaciales**; de igual manera en tipologías de infraestructura similar de las que se pueden utilizar de entidades públicas y/o privadas a fines, sin

dejar de lado la realidad del entorno urbano donde se circunscribe el proyecto.

El Esquema metodológico que estructura la presente investigación se divide en 3 etapas:

ETAPA I: Planeación - Problemática:

En la primera etapa comprenden los capítulos I, II y III: planteamiento del problema, metodología y marco teórico.

⊕ **Planeamiento del problema;** se inicia con la concepción y planteamiento de la problemática, en donde se describe, formula y justifican las razones por las cuales se pretende realizar el proyecto, para luego identificar los alcances y limitaciones así como los objetivos trazados que son de vital importancia para determinar hasta donde se quiere alcanzar con la investigación. Luego se tiene la formulación de hipótesis y la selección de variables cuyos propósitos son establecer hechos y posibles soluciones al problema planteado. Y por último la metodología que se utilizará para el desarrollo de la investigación.

⊕ **Marco teórico;** donde se investiga los diferentes contextos en donde se desarrollara el proyecto arquitectónico, haciendo hincapié en la normatividad existente, además de definir la terminología que intervendrá e influirá directamente en el estudio.

ETAPA II: Ejecución - Diagnóstico:

En esta segunda etapa comprende los capítulos IV y V: el marco real, análisis y diagnóstico.

⊕ **Marco real:** donde se refiere a la situación física de la realidad, empezando desde un ámbito regional, para llegar a un estudio y planteamiento de una propuesta urbana respecto al entorno inmediato y finalmente a lo específico como es el análisis físico-situacional de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – Tacna y las organizaciones de coordinación.

⊕ **Análisis y Diagnóstico:** Esta etapa comprende la primera parte que es el análisis de determinantes así como la selección del terreno, construcción histórica y el análisis

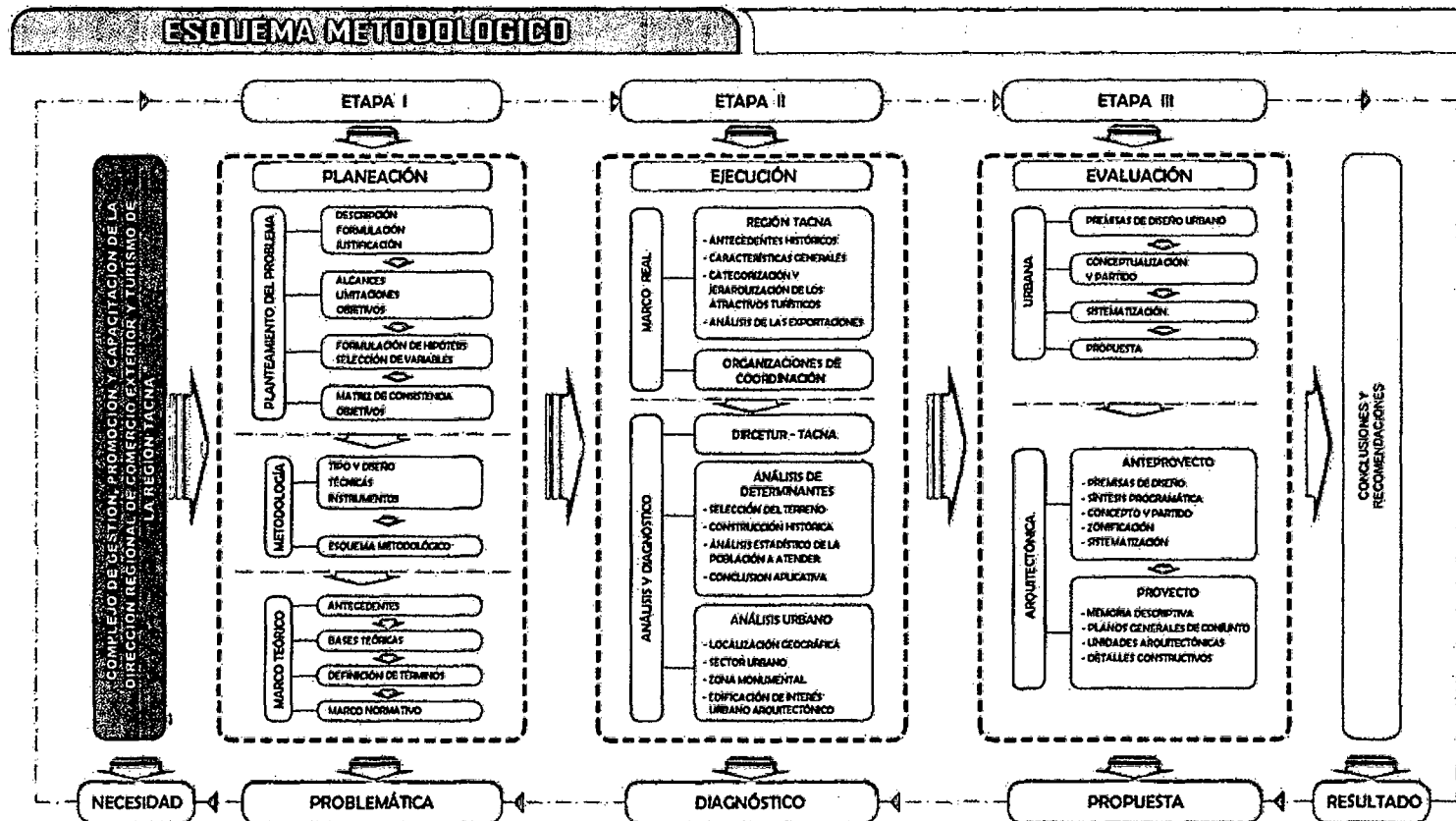
estadístico de la población a atender. En una segunda parte se tiene el análisis urbano, su localización y sistematización.

ETAPA III: Evaluación - Propuesta:

Esta etapa comprende el desarrollo de la Propuesta urbana en una primera parte y por último la propuesta Arquitectónica, que parte desde la necesidad, que involucra el proyecto arquitectónico

2.4.2 Esquema metodológico:

Gráfico 01: Esquema Metodológico



Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO

3.1 MARCO REFERENCIAL

La presente tesis constituye el primer antecedente de la temática investigativa de nivel regional, pues no se cuentan con estudios referidos a mejorar la infraestructura administrativa de la DIRCETUR u otra Sede Institucional Regional del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, sin embargo se encontraron antecedentes de relación cercana de proyectos similares al propuesto, que aportan en el diseño arquitectónico, como los siguientes:

3.1.1 Culinary Art School (Escuela de Arte Culinario), Tijuana, Baja California, México.

La Escuela de Arte Culinario en Tijuana, es la primera escuela especializada en Artes Culinarios y Hospitalidad, localizada en Tijuana, Baja California, México en medio del océano Pacífico y

el Mar de Cortés. Se trata de un lugar donde se enseña: cocina mexicana y latinoamericana.

Basado en un Sistema Modular de Inmersión Especializada que favorece el desarrollo de habilidades y destrezas, la formación de hábitos y organización en nuestros educandos a través de un proceso pedagógico de alto rendimiento y proyectado en un modelo de enseñanza "aprender-haciendo", mediante talleres con elevado contenido práctico.

Atrae más de 12 000 estudiantes al año.

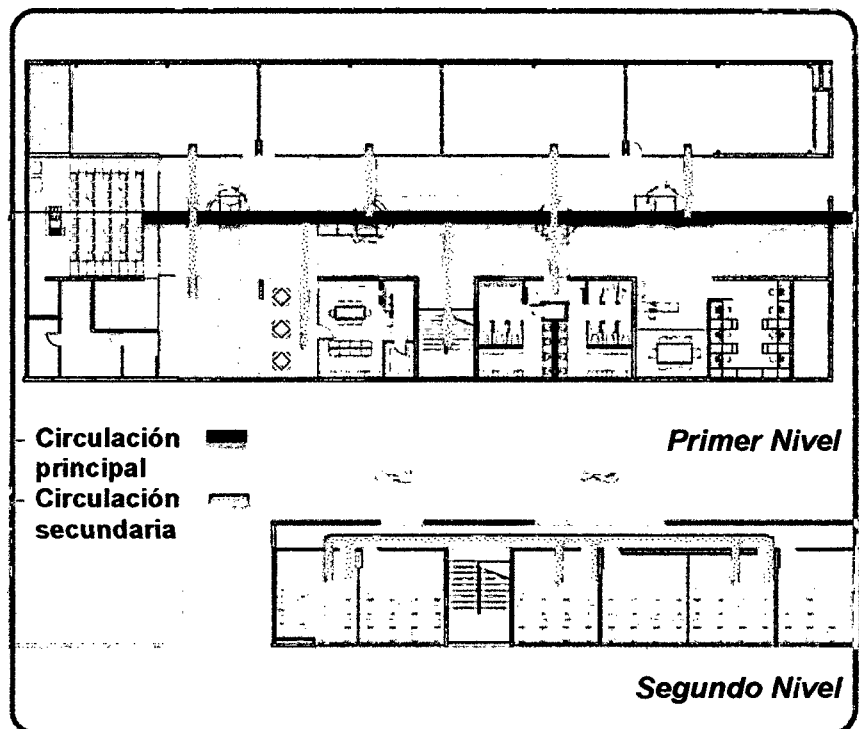
INFRAESTRUCTURA

A. Aspecto Funcional

Se encuentra ubicado en un terreno sin mucho alrededor, por lo cual ambos volúmenes voltean hacia adentro, creando como intersticio, una plaza. El de mayor altura conteniendo aulas, oficinas administrativas, biblioteca y de manera subterránea, la cava; el de menor, los talleres de práctica, con transparencia absoluta, tanto con la plaza como entre los talleres mismos.

Gráfico 02:

Esquema de circulación de la Escuela de Arte Culinario



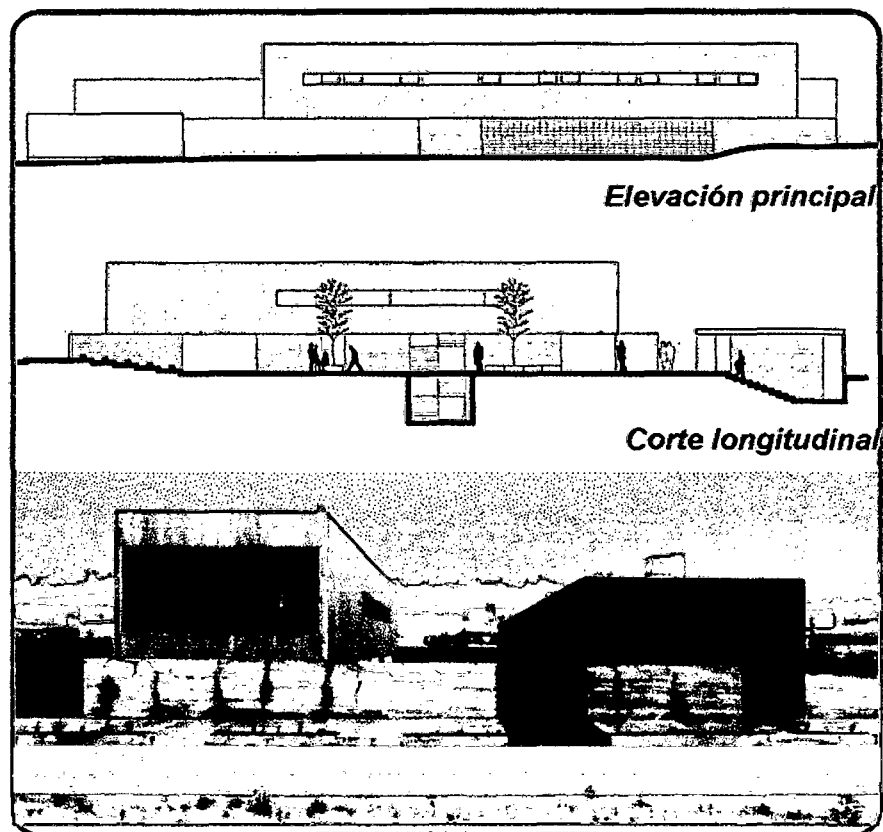
Fuente: Culinary Art School / Gracia Studio

B. Aspecto Formal

La escuela de gastronomía se encuentra albergada dentro de un espacio que contiene dos volúmenes rectangulares como protagonistas, donde se conjugan materiales como concreto aparente, acero, madera, vidrio y de esqueleto, estructura de acero.

Gráfico 03:

Aspecto Formal de la Escuela de Arte Culinario



Fuente: Culinary Art School / Gracia Studio

C. Aspecto Espacial

Crearon una plaza en el centro del complejo que incluye una fuente de agua y sirve como el punto focal principal de la escuela, donde cualquier usuario puede ver las cuatro

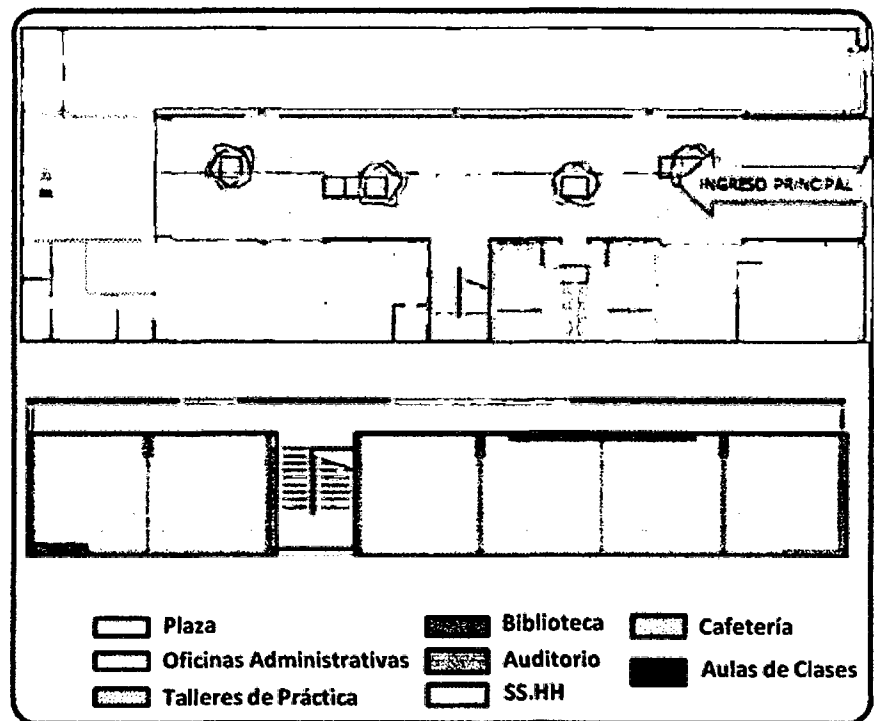
cocinas en todo momento, ya que cada uno está rodeado por paredes de cristal.

El uso extensivo del vidrio y la incorporación de espacios más íntimos fuera de las aulas de determinadas también se aprovechan de la naturaleza y el clima.

Programación del proyecto

- Plaza
- Oficinas Administrativas
- Talleres de Práctica
- Biblioteca
- Auditorio
- SS.HH
- Cafetería
- Aulas de Clases

Gráfico 04: Zonificación por ambientes de la Escuela de Arte Culinario



Fuente: Culinary Art School / Gracia Studio

3.1.2 El Parque de la Industria (Parque Centroamérica). Centro de Ferias y Exposiciones de Guatemala

En la ciudad de Guatemala, se encuentra ubicado el Parque Centroamérica. Por su función de parque para realizar ferias y

exposiciones también recibe el nombre de Parque de la Industria.

Cuenta con 23 000 m² para exposiciones en áreas techadas y 7 000 m² para exposiciones al aire libre; cuatro salones de exposiciones, una fuente central y el Monumento de la Industria, obras de Efraín Recinos, la concha acústica, Los Hongos y el Salón de Cristal.

El recorrido hacia los salones de exposiciones es a través de senderos y plazas. El concepto de parque público, se manifiesta en el diseño de los jardines, que son decorados con fuentes, estructuras y muchos espacios para el descanso.

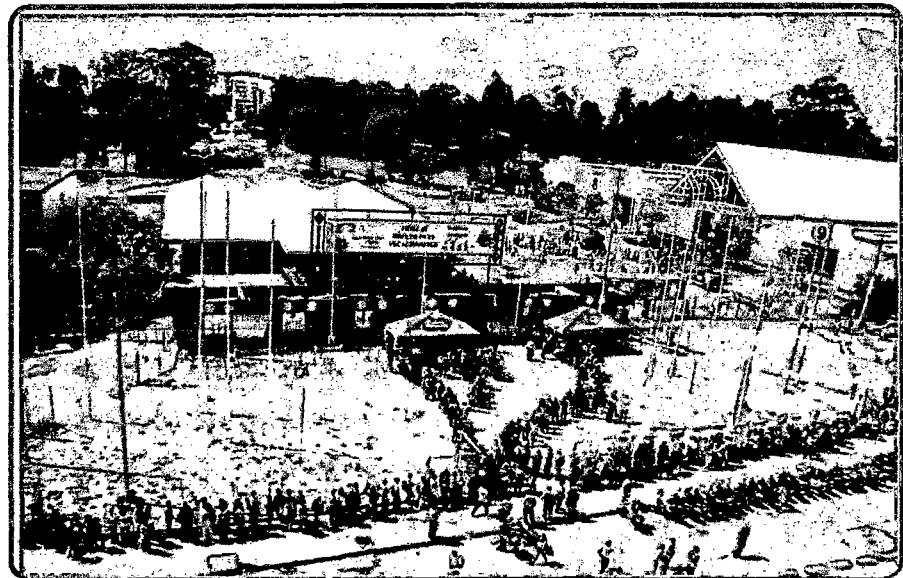
El monumento a la Industria, que se encuentra en el eje principal del terreno, es el símbolo que identifica el lugar "El Parque de la Industria".

Los salones de exposiciones forman espacios separados y la mayoría tiene un lenguaje arquitectónico diferente uno del otro.

La concha acústica fue diseñada por los ingenieros Luis Vásquez y Mauricio Castillo. El escenario está cubierto por una estructura de cáscara de concreto, y el graderío es totalmente al aire libre.

Gráfico 05:

Vista Panorámica del Parque de la Industria



*Fuente: Esteban Biba/Soy502
<http://www.soy502.com/articulo/feria-de-empleo-atrae-miles-de-vacacionistas>*

El Parque de la Industria es un recinto ferial creado especialmente para alojar y brindar soporte necesario a los participantes, brindando un ambiente familiar.

Los países participantes pueden exponer los atractivos turísticos, arquitectónicos, culturales, agropecuarios, industriales y otros atractivos que sean de interés para el público visitante.

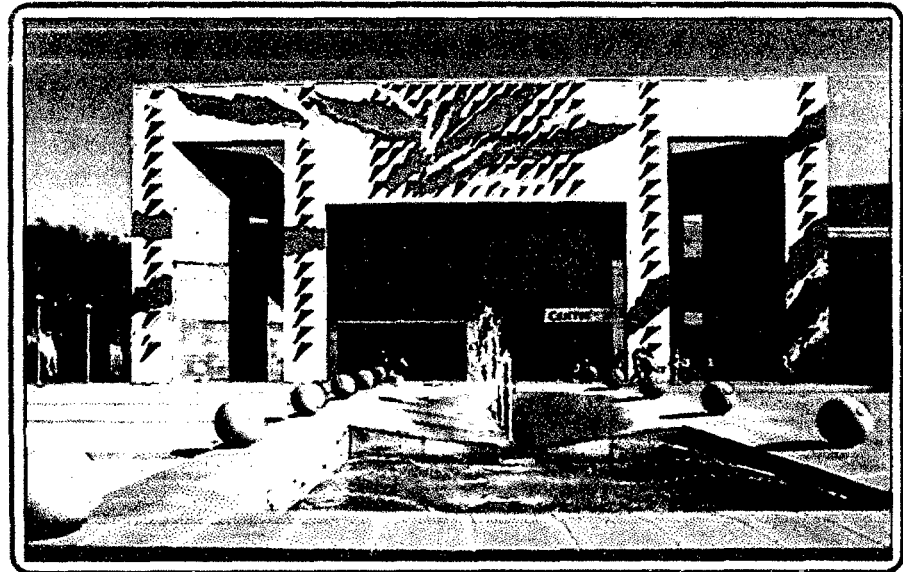
3.1.3 Centro de Convenciones en San José, California

Este complejo de 110 000 m² fue diseñado por la firma MGA Partners Architects, en la ciudad de San José California. En aspecto urbanístico de la ciudad, este centro de convenciones sirve como un puente simbólico entre la zona de negocios de la ciudad, y la zona de museos y teatros. El área de exhibiciones ocupa un espacio de 15 328 m².

El Centro de Convenciones ofrece un montón de espacios versátiles que puede ser configurado para adaptarse a una variedad de necesidades de eventos, desde ferias y lanzamientos corporativos, sesiones y banquetes generales y más allá.

Gráfico 06:

Ingreso principal al Centro de Convenciones San José



*Fuente: San José Convention Center
<http://www.ucira.ucsb.edu/san-jose-convention-center-public-art-opportunity/>*

El primer nivel del complejo cuenta con un parqueo, con un área de mantenimiento y servicios mecánicos, además de un espacio para bodegas. Sobre la fachada principal está una biblioteca, el salón de recepción, el portal público y salas de reuniones.

- Biblioteca existente
- Vestíbulo de ingreso principal
- Vestíbulo de ingreso secundario
- Salas de reuniones

- Bodegas
- Área de carga y descarga
- Portal
- Estacionamiento
- Instalaciones mecánicas

En el nivel superior se encuentra el salón principal de exposiciones y otras salas de conferencias.

- Biblioteca existente
- Vestíbulo de ingreso principal
- Doble altura
- Pasillo de exhibiciones
- Terraza
- Vestíbulo de ingreso secundario
- Salas de reuniones
- Sala principal de exhibiciones
- Bodegas
- Área de carga y descarga
- Portal

A continuación se muestra una galería de imágenes del Centro de Convenciones San José.

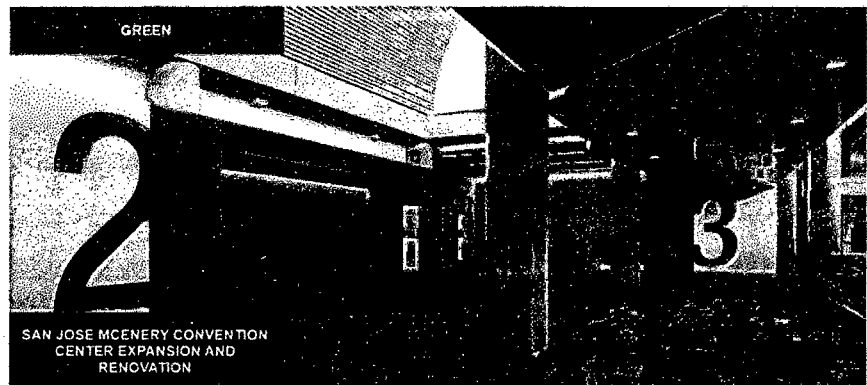
Gráfico 07: Expansión y renovación del Centro de Convenciones San José



Vista del ingreso principal, a través de una Plaza Monumental



Salas de exhibiciones



Fuente: San Jose Convention Center
<http://huntconstructiongroup.com/projects/green/san-jose-mcener-y-convention-center-expansion-and-renovation/>

3.1.4 CINTERMEX (Centro Internacional de Negocios Monterrey, A.C.)

CINTERMEX es el recinto de mayor importancia y trascendencia en el norte del país y sus 20 años de experiencia, lo sitúan como uno de los más importantes de México. Cuenta con una ubicación privilegiada, al encontrarse dentro de Parque Fundidora a escasos pasos de distancia de dos hoteles de cinco estrellas, además cuenta con una cercanía de menos de 5 minutos a la zona hotelera del centro de la Ciudad la cual ofrece más de 3 000 habitaciones.

En noviembre de 1 989 se coloca la primera piedra y se comenzó la construcción en febrero de 1 990 sin un modelo definitivo. El funcionamiento de las instalaciones se completó con tecnología en un sistema de control, convirtiéndolo en un "edificio inteligente".

El acceso principal al edificio se ubicó en una esquina, enfatizando por un gran marco escultural dispuesto a 45° con respecto a los parámetros del edificio que soporta la esquina

del techo. Un monumental vestíbulo recibe al usuario además de distribuir a las principales zonas.

El centro de convenciones tiene un salón de usos múltiples para efectuar banquetes o servir de auditorio.

Como eje de composición, elemento de unión y circulación principal. Interiormente se dotó al edificio de una calle interior, techada por una monumental bóveda, cuya estructura es de alarma abierta. La calle conecta a su vez las dos zonas de exhibición. Su estructuración contempló el reducir el número de apoyos al mínimo por lo que solo cuenta con seis apoyos centrales.

Exteriormente, la apariencia del inmueble recuerda las construcciones industriales, pero con una imagen contemporánea y diferenciada por los quiebres de su fachada. Se manejó el concepto de edificio inteligente al centralizar la información vía computadora.

PROGRAMA ARQUITECTÓNICO:

1. Áreas Exteriores

- Plaza de acceso
- Acceso principal
- Plaza central
- Patio de maniobras
- Terraza

2. Áreas Interiores

- Vestíbulo
- Estacionamiento subterráneo
- Cuarto de máquinas
- Sala de exhibiciones permanentes
- Sanitarios
- Comedores
- Centro de comunicaciones
- Sala de exhibiciones temporales
- Oficinas
- Centro de información
- Bodega
- Cocina

Convenciones 1

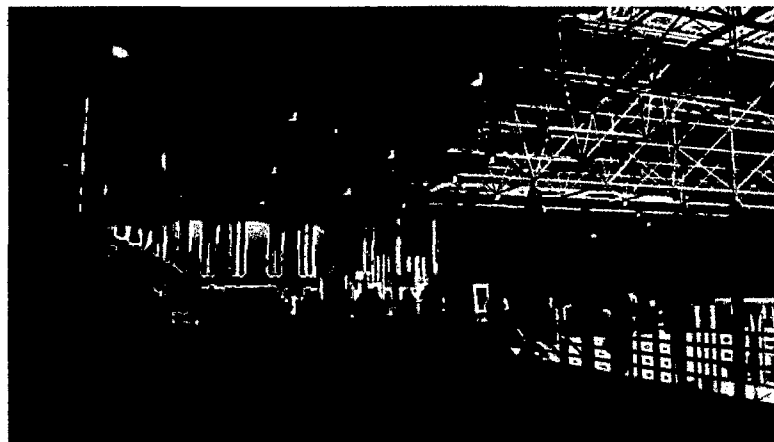
Área original de CINTERMEX con 12 salones que se ajustan a las necesidades de cada evento, como las juntas de trabajo, reuniones, convenciones, congresos, graduaciones. Capacidad hasta para 4 000 personas sesionando a la misma vez.

Se ubica alrededor de un amplio Vestíbulo de 1 950 m², en el cual se puede dar servicio de coctel, coffee break o bien acondicionar para acompañar el evento con stands de exposición. Tiene además cuatro áreas fijas destinadas al registro de los visitantes. Para aprovechar al máximo el vestíbulo, se diseñó el salón TLC, el cual es el principal del Centro de Convenciones y tiene la facilidad de dividirse en 3 salones independientes: México, Estados Unidos y Canadá.

En este mismo espacio se encuentran ubicados salones que cuentan con la flexibilidad de poder convertirse en un Gran Salón de acuerdo a las necesidades de los clientes, con capacidad para 1 100 personas en montaje auditorio y 880 personas en montaje banquete.

Gráfico 09:

Sala de exhibiciones temporales - CINTERMEX



Fuente: CINTERMEX (Centro Internacional de Negocios Monterrey, A.C.)
<http://www.cintermex.com.mx/CINTERMEXWeb/convenciones?idm=3&ids=36>

Convenciones 2

Conectado con Convenciones 1 por un puente, ésta nueva área cuenta con salones divisibles entre sí y que, también,

pueden formar un Magno Salón de 4 042 m² de superficie total.

También se encuentra el salón panorámico La Silla con vista al Cerro de la Silla. Tiene capacidad de 350 personas en auditorio y 260 en cena-baile. La terraza La Silla tiene la mejor vista de Monterrey y puede albergar eventos de 350 personas en auditorio y 250 en cena-baile. Ambos espacios, son la mejor opción para eventos sociales, desayunos o comidas y cenas.

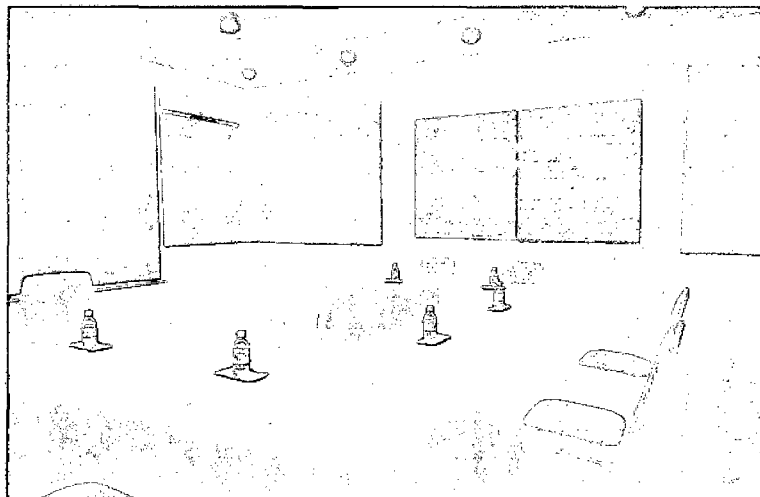
Gráfico 10: Salón panorámico La Silla



*Fuente: CINTERMEX (Centro Internacional de Negocios Monterrey, A.C.)
<http://www.cintermex.com.mx/CINTERMEXWeb/convenciones?idm=3&ids=36>*

Así mismo, CINTERMEX cuenta con salones que se localizan en el Primer Nivel del edificio, junto a las Oficinas Generales de CINTERMEX y cuentan con vista al piso de exposición, lo que los hace ideales para eventos que buscan combinar una exposición con conferencias o sesiones de grupo. Además, cuenta con salas de exposiciones que complementan los espacios para realizar reuniones de trabajo.

**Gráfico 11: Salas de conferencias o sesiones de grupo-
CINTERMEX**



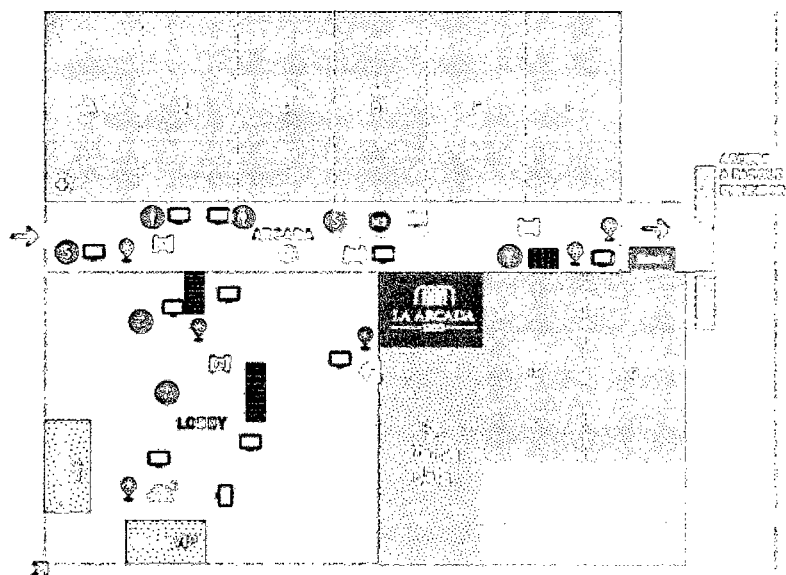
*Fuente: CINTERMEX (Centro Internacional de Negocios Monterrey, A.C.)
<http://www.cintermex.com.mx/CINTERMEXWeb/conferencias?idm=3&ids=36>*

CENTRO DE EXPOSICIONES

El Centro de Exposiciones de CINTERMEX cuenta con 24 512 m² de espacio con 8 salas disponibles, pueden ser exposiciones de consumo, industriales o de especialidad; así como grandes congresos y convenciones. Esta peculiaridad le permite tener en un mismo piso conferencias y exposición.

Gráfico 12:

Esquema de distribución de ambientes - CINTERMEX



Fuente: CINTERMEX (Centro Internacional de Negocios Monterrey, A.C.)
<http://www.cintermex.com.mx/CINTERMEXWeb/convenciones?idm=3&ids=36>

CONDÓMINOS

CINTERMEX cuenta con un diseño arquitectónico que propicia un ambiente de mayor seguridad a sus inquilinos y visitantes y sus más de 14 000 m² destinados para oficinas de Condóminos (negocios permanentes), alberga a más de 150 locales donde se encuentran oficinas representantes de empresas e instituciones de gran importancia nacional e internacional, localizadas estratégicamente dentro de la capital industrial de México.

Entre los diversos segmentos de las empresas aquí reunidas, se encuentran:

- Agencias aduanales.
- Oficinas gubernamentales.
- Organizadores y proveedores de eventos.
- Sucursales bancarias.
- Tiendas de conveniencia.
- Oficinas representativas de hoteles.
- Asociaciones nacionales de diversas industrias.

Todas ellas, realizan negocios diariamente, aprovechando la afluencia de cerca de 3 millones de visitantes al año en las instalaciones.

ESTACIONAMIENTO

CINTERMEX cuenta con un estacionamiento subterráneo, con capacidad hasta para 1 200 cajones. El acceso para visitantes y proveedores se hace a través de ticket de estacionamiento.

En la periferia de CINTERMEX se pueden encontrar casi 5 000 cajones de estacionamiento con fácil acceso al recinto, lo que beneficia a los miles de visitantes que están presentes en los eventos.

3.2 BASES TEÓRICAS

3.2.1 En Materia de Comercio Exterior

A. Teoría de la ventaja comparativa.

Originalmente a Adam Smith se le atribuye la noción de ventaja absoluta (Porter, 1 982) en la que explica y plantea que una nación exportará un artículo si es el productor de más bajo costo del mundo, pero David Ricardo llega a refinar esta teoría, hasta llegar a plantear lo que conocemos como la teoría de la ventaja comparativa, por medio de la cual reconoce que las fuerzas del mercado asignarán los recursos de una nación a aquellos sectores donde sea relativamente más productivo. Es decir que una nación puede importar un bien que podría ser el producto de más bajo costo, si todavía es más productiva en la producción de otros bienes.

B. Teoría de las proporciones factoriales.

Esta teoría plantea que las naciones tienen toda una tecnología equivalente pero que difieren en sus dotaciones

de factores de producción, se llama factores de producción a elementos como la tierra, el trabajo, recursos naturales y capital, que son los insumos básicos para la producción. De esta manera las naciones consiguen ventaja comparativa basada en los factores en aquellos sectores de los cuales se hace un uso intensivo, de aquello que tienen en abundancia, permitiendo exportar los bienes que producen e importando productos en los que se tiene una desventaja comparativa en cuanto a estos factores.

Esta teoría es insuficiente para empresas cuyos supuestos tienen muy poco parecido con la competencia real. Se puede decir que una teoría que pasa por alto el papel de la estrategia de la empresa, como mejorar la tecnología o diferenciar los productos; deja pocas salidas a las empresas, ya que a mayor tecnología mayores pueden ser los productos sustitutos y mayores los diferentes bienes que se pueden ofrecer en el mercado.

C. Teoría de la ventaja competitiva

El factor esencial del éxito de la empresa tanto en el ámbito nacional como en el internacional, reside en su

posicionamiento estratégico, el cual es una función del sector industrial en el que opera (Porter, 1982).

En los sectores existen unos más rentables que otros, lo cual no es accidental sino el resultado de 5 factores que determinan la intensidad de la competencia y el nivel de beneficios.

1. Rivalidad entre competidores existentes.
2. Poder de negociación de proveedores.
3. Poder de negociación de compradores.
4. Amenaza de nuevos participantes.
5. Amenaza de productos o servicios sustitutos.

En los años 80 surgieron muchos interrogantes sobre el comercio internacional que ponían en ineficiencia las teorías existentes para explicar los nuevos flujos comerciales.

No se podía explicar el comercio Intraindustrial (ni siquiera con la proporción de factores), para dar respuesta a estos y otros interrogantes surgió la teoría de la ventaja competitiva, la cual examinaba la competitividad sobre una base global en lugar de considerar factores específicos de los países

para determinar su competitividad. Se considera también, los determinantes de la ventaja nacional (diamante):

1. Las condiciones de los factores
2. Las condiciones de demanda
3. Las industrias relacionadas y de apoyado
4. Rivalidad, estrategia y estructura de la empresa.

3.2.2 En Materia de Turismo

A. Teoría de la ventaja comparativa y de la ventaja competitiva de los destinos turísticos.

Según los autores Crouch y Ritchie (1999), la ventaja comparativa hace referencia a los factores de los que está dotado el destino turístico, incluyendo tanto a los que ocurren de forma natural como a aquellos que han sido creados. En este sentido, Porter (1998) agrupa estos factores en cinco grandes categorías: recursos humanos, recursos físicos, recursos de conocimiento (científicos), recursos de capital e infraestructura. Sin embargo, Crouch y Ritchie (1999) apuntan que además de estos cinco grupos

(que son válidos para cualquier subsector del sector servicios), habría que tomar en cuenta también los recursos históricos y culturales. Además hay que considerar que los recursos de un destino turístico pueden cambiar a lo largo del tiempo, lo que puede alterar su ventaja competitiva.

Las ventajas comparativas de un destino turístico están representadas por el paisaje, la flora, la fauna, el clima y el patrimonio histórico-cultural. Los recursos turísticos, a diferencia de los de una industria, no suelen experimentar agotamiento como resultado de su uso, de allí que la competitividad debe tener un tratamiento diferente.

La ventaja competitiva en el turismo concierne a la habilidad de un destino para emplear de forma efectiva sus recursos en el largo plazo.

B. Modelos de competitividad turística: similitudes y diferencias

Se han desarrollado varios modelos para analizar los factores que determinan que un destino turístico sea más

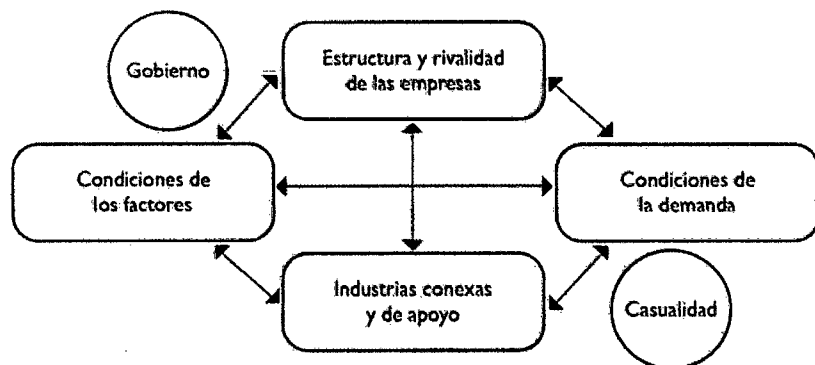
competitivo con respecto a otro, entre ellos podemos citar el modelo de competitividad del Diamante de Porter, y los modelos de competitividad de destinos turísticos de Crouch y Ritchie y de Dwyer y Kim, respectivamente.

El modelo de competitividad del Diamante de Porter es una metodología para diagnosticar y establecer estrategias desde la visión de la empresa, para ser competitivos en un mundo globalizado. Al respecto, Porter ha señalado que la actual economía global, la competitividad ya no está limitada a aquellos países con legados favorables, sino que cada país elige su propia prosperidad al organizar sus políticas, leyes e instituciones con base en la productividad.

Según lo planteado por el autor; la fuente de la competitividad económica está sustentada en los determinantes de la ventaja competitiva: cuatro grandes atributos principales y dos secundarios (ver *Gráfico 13*). Los atributos principales son: 1) condiciones de los factores de producción, 2) condiciones de la demanda, 3) industrias relacionadas y de apoyo, y 4) estrategias de la empresa,

estructura del sector y rivalidad local entre las empresas. Los factores secundarios son los hechos fortuitos y el gobierno.

**Gráfico 13: Determinantes de la competitividad
(conocido como el Diamante de Porter)**



Fuente: Michael Porter. La Ventaja Competitiva de las Naciones.

A Crouch y Ritchie corresponde el mérito de haber sido los pioneros en el desarrollo del primer modelo para evaluar la competitividad de los destinos turísticos de larga distancia. Para estos investigadores, la competitividad de los destinos turísticos está asociada a la prosperidad de los residentes, por ser los principales beneficiarios; competitividad y sostenibilidad están estrechamente relacionados, son interdependientes.

El modelo conceptual de Crouch y Ritchie (1999) no es predictivo ni causal, sino explicativo; se asienta fundamentalmente sobre dos factores que pudiéramos considerar constituyen su base: los recursos y atractivos medulares y los recursos y factores de apoyo (ver *Gráfico 14*). Estos factores se complementan con la gerencia del destino, los calificadores o determinantes condicionantes y amplificadores, el entorno competitivo local y global, y la política de planificación y desarrollo del turismo.

Gráfico 14:

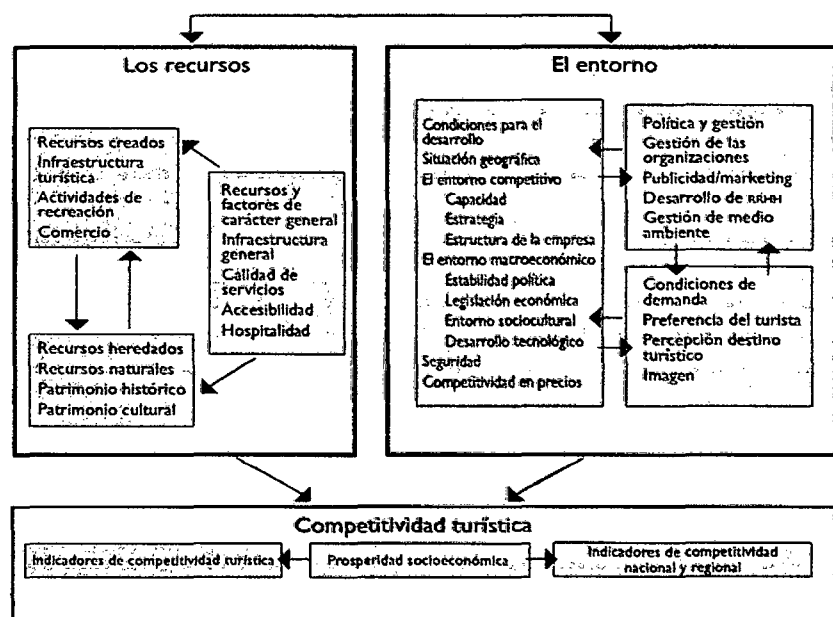
Modelo de Competitividad de Ritchie y Crouch



Fuente: Ritchie y Crouch, 2000:3; Ritchie y Crouch, 2003:63.

Frente a este modelo, Dwyer y Kim (2003) proponen un modelo integrado, que básicamente sigue al anterior; pero introducen aspectos como los recursos heredados y, además, los recursos creados tienen su propia identidad, al igual que los factores y recursos complementarios (ver *Gráfico 15*). La gestión del destino y las condiciones de la demanda forman, en opinión de Dwyer y Kim, las condiciones locales, que pueden ejercer una influencia positiva o negativa sobre la competitividad.

Gráfico 15: Modelo Integrado de Competitividad de un destino turístico



Fuente: Dwyer y Kim, 2003 citado por Bravo Cabria, 2004.

El concepto de competitividad, por tanto, puede decirse que ha ido evolucionando desde un enfoque tradicional, asociado a la consecución de unos buenos resultados comerciales como consecuencia de una buena dotación de recursos — ventaja comparativa—, hacia un enfoque estratégico fundamentado en la ventaja competitiva asociado a la capacidad de añadir valor a esos recursos. En este sentido, el concepto de competitividad aparece vinculado al de productividad y depende de un amplio conjunto de factores radicados tanto en los niveles micro como macroeconómicos (Bravo, 2004: 4).

Por lo tanto, en este nuevo paradigma, según afirman Sánchez y Fajardo (2004), la competitividad pasa a entenderse como un fenómeno complejo, dinámico, comparativo, multidimensional y difícil de medir, el cual no puede ser observable directamente y, por tanto, para ello deberá utilizarse diferentes indicadores, tanto objetivos como subjetivos.

Los indicadores objetivos serían aquellos que cuantitativamente son medibles —reservas naturales, infraestructuras, etc.— mientras que los subjetivos serían los que se relacionan con la percepción del cliente —belleza y estética de un paisaje, valoración de sus recursos naturales, de los servicios prestados, etc.—.

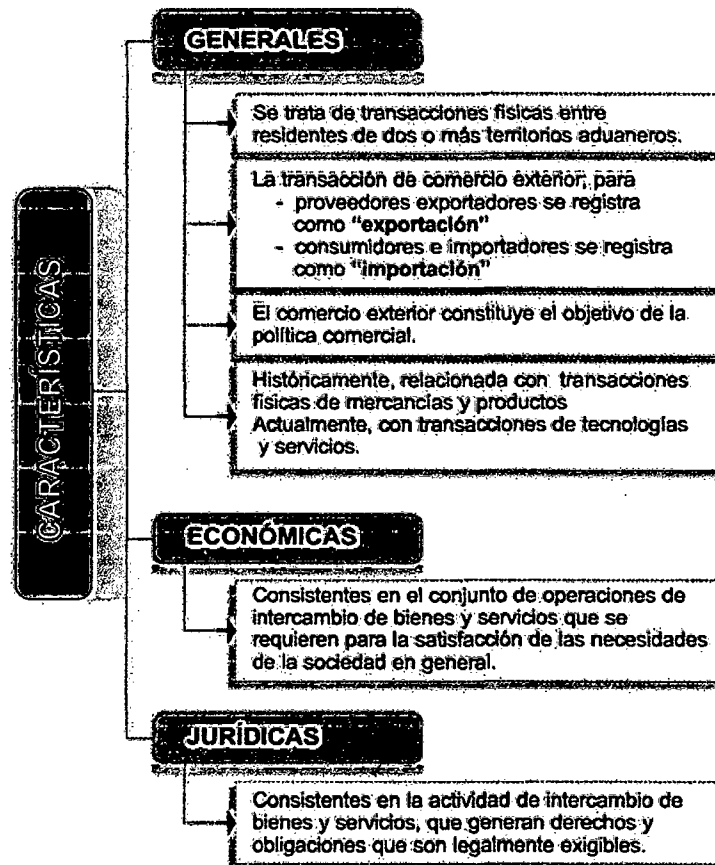
3.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

3.3.1 El Comercio Exterior

Cada país fabrica sus propios bienes y servicios, pero también escasea de algunos insumos y activos (humanos, naturales, financieros e industriales). Precisamente el intercambio que existe entre dos naciones al exportar (vender), e importar (comprar) sus productos es lo que llamamos "comercio exterior". Ni los países más ricos son autosuficientes por sí mismos, por ende, la idea es que cada uno de ellos pueda ofrecerle al otro lo que no posee o aquello de lo que carece, y viceversa, generando a su vez el bienestar y supervivencia de la población.

El comercio exterior de un país es un importante sector de su actividad económica, debido a la naturaleza de sus funciones. Debe responder a los intereses nacionales de dicho Estado, que en manos de sus gobiernos, modulan su inserción con los principios del comercio multilateral o internacional.

Gráfico 16: Características del comercio exterior



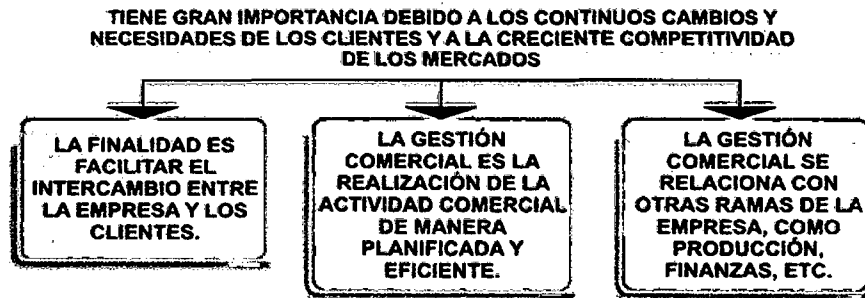
Fuente: Elaboración propia

3.3.2 La Actividad Comercial

La actividad comercial en los términos expresados por la ley, se corresponde con la comercialización, entendida ésta como el proceso cuyo objetivo es hacer llegar los bienes desde el productor al consumidor. La comercialización involucra actividades como compra-venta al por mayor y al por menor, publicidad, pruebas de ventas, información de mercado, transporte, almacenaje y financiamiento, entre otras.

El objetivo fundamental del gobierno es promover el bienestar humano en el sentido más amplio de la palabra, y la política comercial es únicamente uno de muchos instrumentos que los gobiernos utilizan para alcanzar esta meta. Más la política comercial es, no obstante, sumamente importante, tanto en la promoción del crecimiento como en la prevención de los conflictos.

Gráfico 17: Importancia de la Actividad Comercial



Fuente: Elaboración Propia

3.3.3 La Exportación

Es el régimen aduanero que permite la salida de mercancías de un país para su uso o consumo definitivo en el otro país.

La institución encargada de autorizar la salida de las mercancías del país es la Superintendencia Nacional de Aduanas, y la salida de los productos sólo podrá efectuarse por los puertos marítimos, fluviales o lacustres, aeropuertos y fronteras aduaneras habilitadas.

¿Por qué y para qué debería exportar?

- El mercado local no es suficientemente rentable.
- Reducir el riesgo de vender en un solo mercado.

- Atender desde nuestra ciudad la demanda de otros países, que brindan una mayor posibilidad en volúmenes de venta y producción.
- Aprovechar beneficios ofrecidos por otros países.
- Ganar experiencia compitiendo con empresas de otros países.

¿Quién puede exportar?

De preferencia, aquellas personas jurídicas (empresas) que se encuentren debidamente constituidas y que puedan emitir facturas (RUC).

¿Qué se puede exportar?

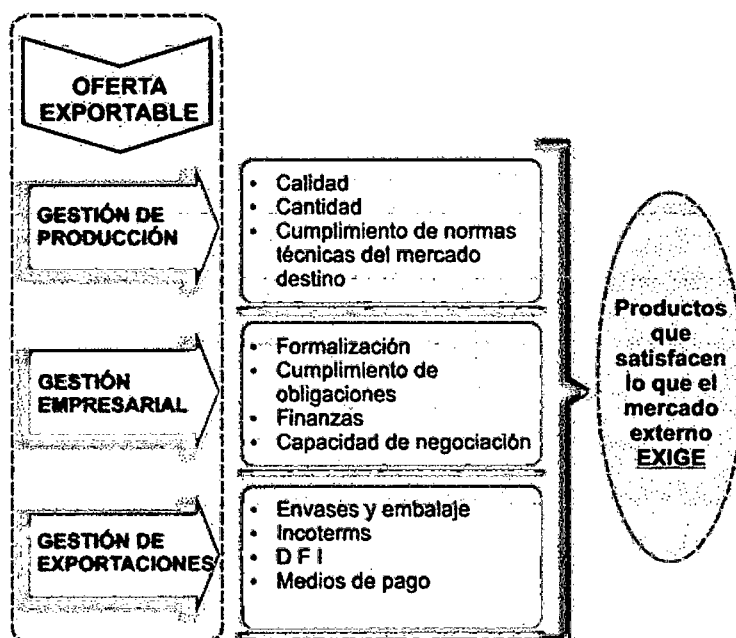
Cualquier producto que no se encuentre restringido (Ej.: armas, químicos tóxicos, algunas especies animales) o prohibido (Ej.: patrimonio nacional, drogas).

¿Qué implica exportar?

- Vender productos al exterior.
- Comprometerse en vender productos de calidad.
- Comprometerse en cumplir plazos y obligaciones.

- Tener en cuenta que se debe producir lo que se demanda.
- Contar con **oferta exportable** (ver Gráfico 18).

Gráfico 18: Oferta exportable



Fuente: Elaboración Propia

A. Exportación de servicios

La exportación de servicios es el suministro de un servicio de cualquier sector, a través de cualquiera de las siguientes modalidades de prestación:

1. Comercio transfronterizo: Es el servicio que se suministra desde el territorio nacional hacia el territorio de otro país.

2. Consumo extranjero: Cuando el consumidor del servicio se desplaza y lo adquiere en el territorio nacional.
3. Presencia comercial: Cuando el proveedor domiciliado en el territorio nacional establece una sucursal o establecimiento permanente en el territorio de otro país para suministrar un servicio.
4. Presencia de personas físicas: Consiste en el desplazamiento de personas físicas domiciliadas en el territorio nacional a otro país para suministrar un servicio, incluso cuando dichas personas físicas llevan a cabo el servicio por encargo de otra persona natural o jurídica.

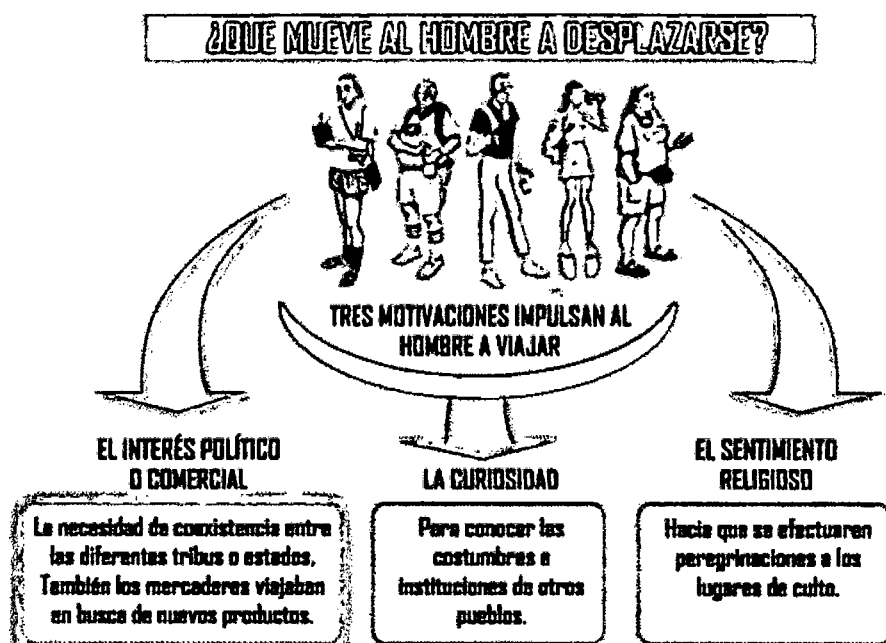
3.3.4 El Turismo

El turismo es una actividad socio – económica, psico – biológica que motivado por el tiempo libre, la voluntad de viajar y poseer dinero, se crea en el hombre la necesidad de desplazarse desde su lugar de origen a otro de destino con fines de realizar actividades de recreación, adquirir nuevas experiencias con la interrelación de nuevas sociedades de un mercado receptor, en

donde intervienen los componentes, primario y derivado de la oferta turística.

Según la OMT (Organización Mundial del Turismo), comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

Gráfico 19: Principales motivaciones de viaje



Fuente: Elaboración Propia

A. Tipos de Turismo:

1. Turismo Cultural.- Puede entenderse en un sentido amplio como un viaje a lugares diferentes de la residencia habitual de un público interesado por conocer otras culturas contemplando recursos culturales, principalmente relacionados con la historia y el arte. Puede clasificarse en función de la actividad cultural preferente a la hora de realizar un viaje turístico en:

- Manifestaciones artísticas (danza, música y teatro).
- Arte (monumentos, pintura, cultura y museos).
- Costumbres, folklore y artesanía, enología y compras.
- Lugares históricos o relacionados con personajes famosos.

2. Turismo Educativo.- Es aquel turismo donde la motivación principal del turista es la de aprender, siendo una de las corrientes más novedosas en Europa, aunque los viajes de estudios son también un clásico de la historia del turismo.

3. Turismo Gastronómico.- El turismo gastronómico por sí es difícil de encontrar, pues los viajes combinan otros intereses culturales, aunque el factor gastronómico es complemento fundamental en todo viaje, ya sea cultural o de ocio.

4. Turismo Rural.- Se define como una actividad turística desarrollada en áreas rurales, motivadas por el deseo de conocer su forma de vida y el contacto con la naturaleza, por lo tanto, para que un destino turístico pueda ser catalogado como rural ha de ofrecer a los turistas un alojamiento en explotaciones agrarias y una alimentación basada en la cocina tradicional del lugar y elaborada con productos propios de la localidad.

5. Turismo de Eventos.- El mercado de eventos es segmentado en dos grupos atendiendo a la clasificación de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones ICCA:

a) El **mercado corporativo**, que a su vez, puede ser subdividido en dos categorías:

- Reuniones internas: organizadas con los empleados de la propia compañía.
 - Reuniones externas: Son organizadas de cara al mercado en que opera la compañía y pueden ser reuniones de distribuidores, de accionistas, simposios y seminarios, presentaciones de productos, exhibiciones, incentivos y reuniones de prensa, entre otras tipologías de eventos.
- b) El **mercado de las asociaciones** que a su vez, puede ser subdividido en tres categorías: reuniones científicas, comerciales, reuniones de las asociaciones no lucrativas.

6. Turismo Urbano.- Es el que se da en las ciudades, abarca varios aspectos: Monumentos, Museos, Gastronomía y Ocio.

Conviene estar informado, al llegar a la ciudad que queremos visitar, de las opciones que nos ofrece.

7. Turismo comercial.- Desplazamiento en búsqueda de compras en tiendas especializadas o productos tradicionales de una ciudad o comarca.

8. Turismo religioso.- El desplazamiento de turistas se realiza impulsado por motivos religiosos.

B. Actores del Turismo:

Hay tres tipos de interventores en el turismo: los turistas (y los anfitriones), las empresas de la industria del turismo, entidades públicas y privadas que contribuyen a su desarrollo.

1) Turistas.- La definición en causa tiene tres partes: el visitante, el turista y el excursionista.

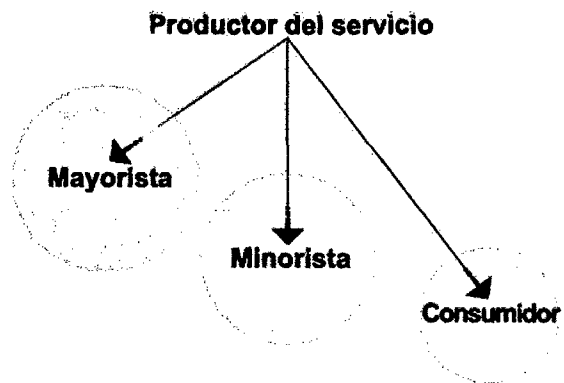
- **El visitante**, es aquel que se desplaza a un lugar situado fuera de su entorno habitual por menos de doce meses y para quien el motivo principal de la visita no es ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado;

- **El turista**, es el visitante que pasa al menos una noche en el local visitado y cuyo propósito de viaje puede ser clasificado en: tiempo libre (recreación, vacaciones, salud, estudio, religión, deportes), negocios, familia, misiones o reuniones; y
- **El excursionista** es el visitante que no es turista, es el visitante temporal que permanece menos de 24 horas en el país visitado.

2) Empresas de turismo.- El análisis de las empresas del sector turístico se hará a través del estudio de la estructura y de la organización de esta industria.

Para eso, se empezará por presentar la cadena de valor del turismo (la ausencia de actividades que permiten la entrega del producto al consumidor) para después extender el análisis a los actores que apoyan la producción de los servicios turísticos.

Gráfico 20: Cadena de Valor Turístico

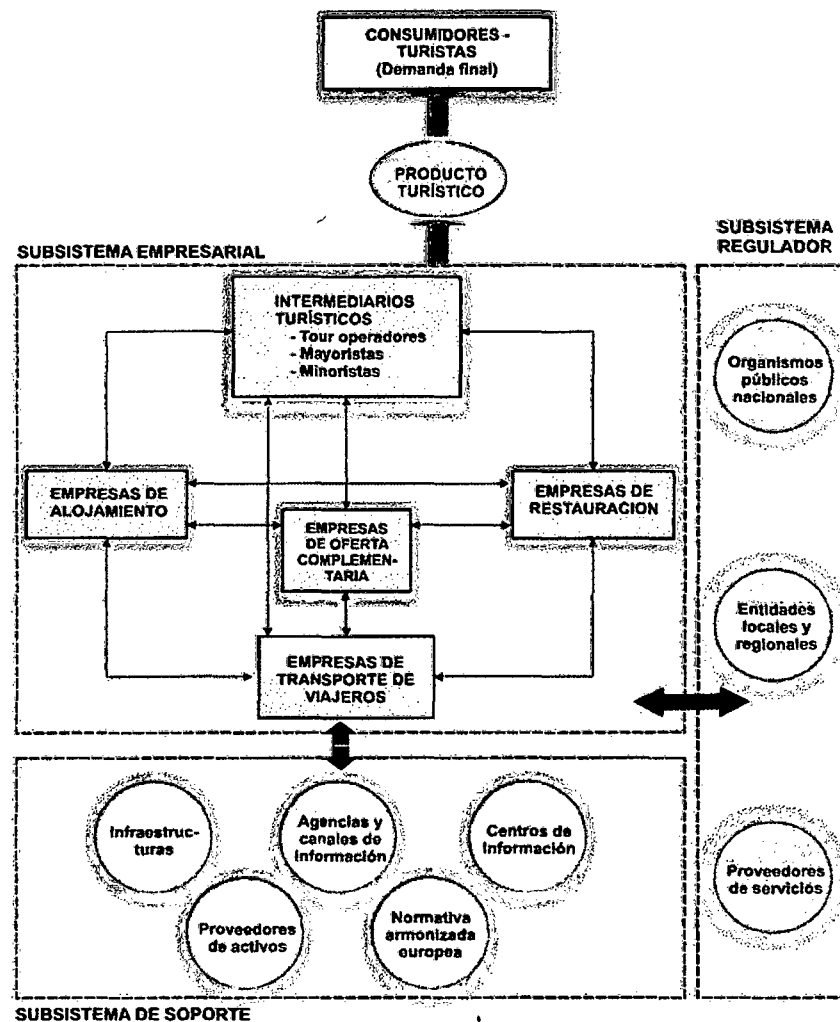


Fuente: Tesis Doctoral. Turismo Fundamentos Conceptuales, Realidad y Perspectivas. Pamplona. 2010

Este esquema solo considera los componentes del proceso de compra/venta de un conjunto de productos turísticos.

Para entender cuáles son las empresas de turismo y cuál es su papel, no es suficiente saber cuál es la cadena de valor del turismo, porque la industria tiene un conjunto de actores relevantes que influyen en el proceso de producción de valor para el turista. Los componentes del turismo son muchos, y cada autor los relaciona de acuerdo a su modelo.

Gráfico 21: Estructura del sistema turístico



Fuente: Tesis Doctoral. Turismo Fundamentos Conceptuales, Realidad y Perspectivas. Pamplona. 2010

3) Las entidades públicas y privadas.- dedicadas al desarrollo turístico y que contribuyen al desarrollo económico de un determinado lugar y/o espacio.

3.3.5 La Actividad Turística

La naturaleza de la actividad turística es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente. Concretamente, se distinguen cuatro elementos básicos en el concepto de actividad turística:

A. La Demanda Turística: es la búsqueda permanente de bienestar que tiene el hombre con el objetivo de utilizar su tiempo libre a la recreación para fortalecer su desarrollo mental, personal y social.

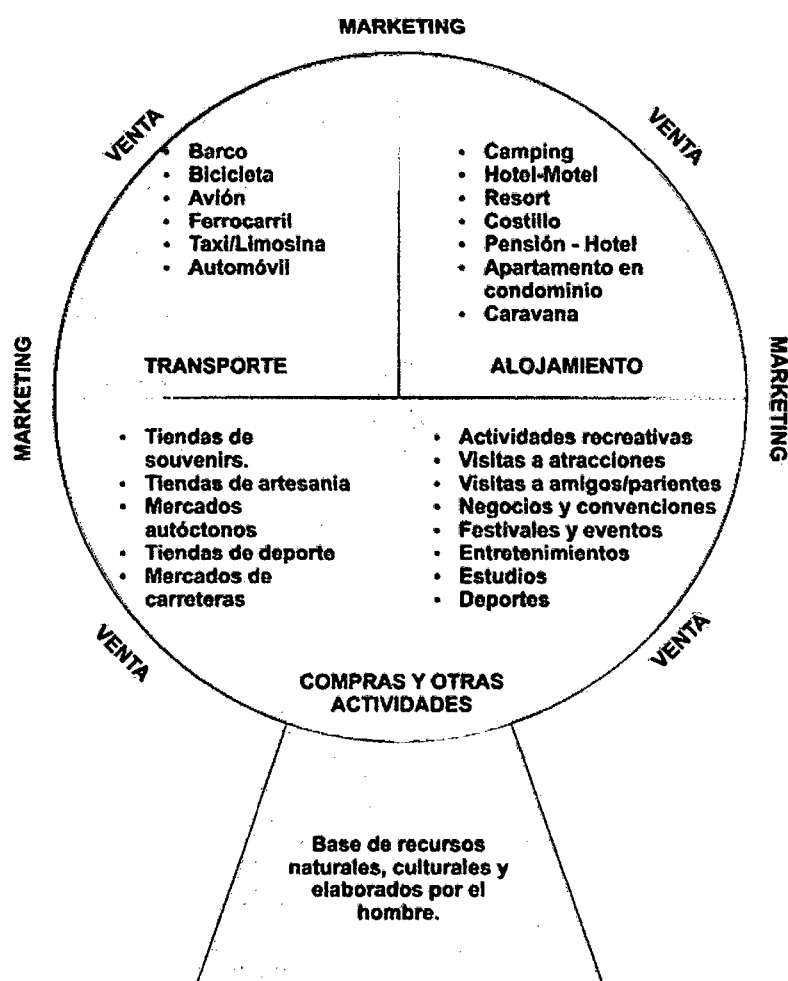
Turistas, viajeros y visitantes forman la demanda turística y, tras este término, se encuentra un grupo heterogéneo de personas un agregado de personalidades e intereses con diferentes características socios demográficos, motivaciones y experiencias.

B. La Oferta Turística: compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística.

Así, la O.M.T. (1996) se apoya en el concepto de *gastos turísticos* para identificar diferentes categorías de oferta turística según donde se realice este gasto. De esta forma toma en consideración: *“todo gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante, durante su desplazamiento y su estancia en el lugar de destino”*. En este sentido, resulta ilustrativo el Gráfico 22 en el que aparecen agrupadas diferentes **categorías de oferta turística**.

Ahora bien, si se clasifica por apartados los conceptos principales del gasto turístico, se obtendrán las siguientes combinaciones: Alojamiento, alimentación, transporte, ocio, cultura, actividades deportivas, compras, otros. Todas estas actividades son realizadas predominantemente en el lugar de **destino turístico**, puesto que es en éste donde se asienta la **oferta turística**.

Gráfico 22: Actividades y Oferta Turística



Fuente: McInthos y Goeldner, 1990.

B.1 Componentes de la oferta turística.

- **Recursos Turísticos.**- elemento natural o cultural, capaz de motivar desplazamientos, el mismo que se transforma en producto turístico mediante inversiones.

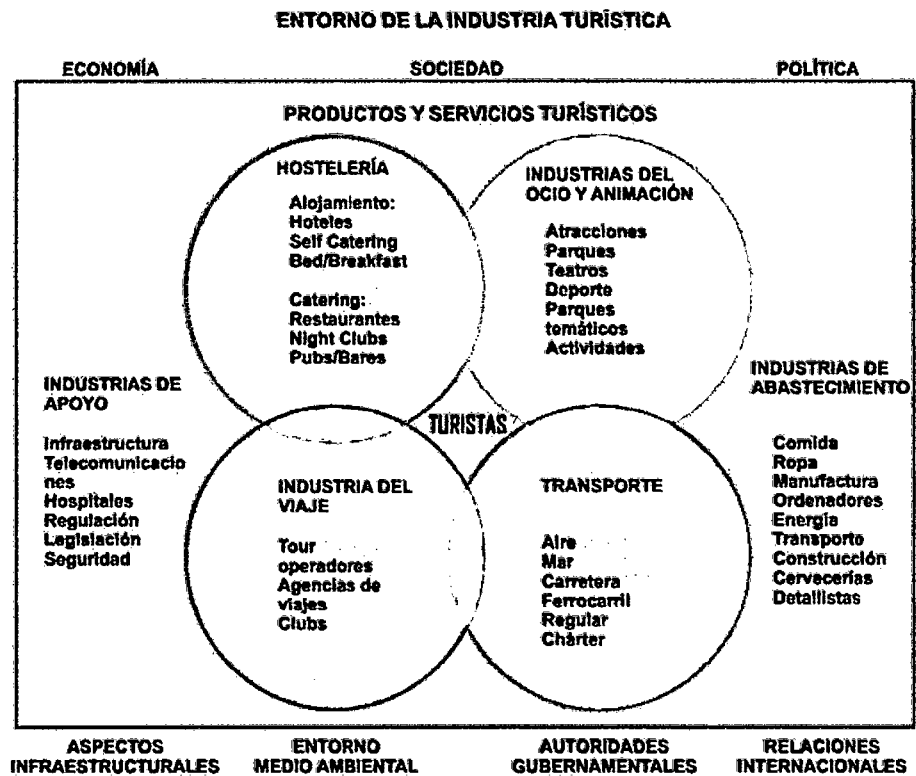
- **Infraestructura.-** conjunto de obras y servicios generales de acción estatal que sirven de base para promover el desarrollo socio económico en general.
- **Transportación y equipo de transporte.-** Para fomentar el turismo deberá tomarse en cuenta todos los factores que se refieren al transporte.
- **Superestructura.-** implica la construcción de hoteles, moteles, restaurantes, centros comerciales, lugares de entretenimiento, museos, tiendas y similares.

C. **El espacio geográfico:** base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente, que si bien no es en sí misma un elemento turístico, se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se la haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística.

D. **Los operadores turísticos:** son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación

entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo.

Gráfico 23: Marco de la Industria Turística

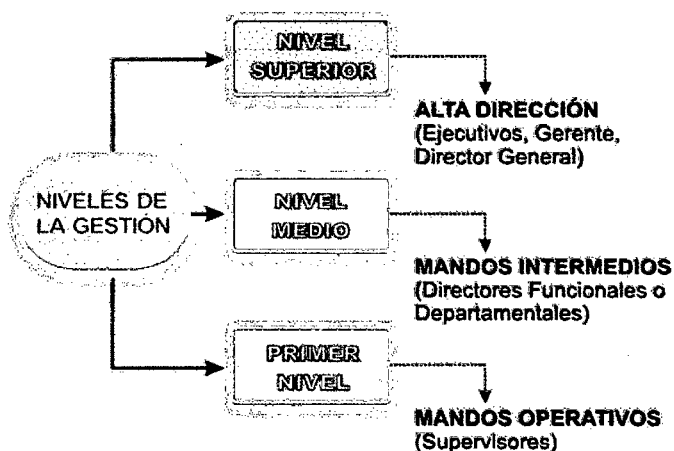


Fuente: Organización Mundial de Turismo, 2008

3.3.6 La Gestión

El concepto de gestión hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, hay que decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera. Administrar, por otra parte, abarca las ideas de gobernar, disponer, dirigir, ordenar u organizar una determinada cosa o situación.

Gráfico 24: Niveles de la Gestión



Fuente: Elaboración propia.

a) Objetivo de la Gestión.

El objetivo de la gestión es identificar y ponderar los factores que contribuyen negativa y positivamente al logro de los

objetivos de la empresa, constituyéndose en base para el control técnico económico, el planeamiento y la toma de decisiones.

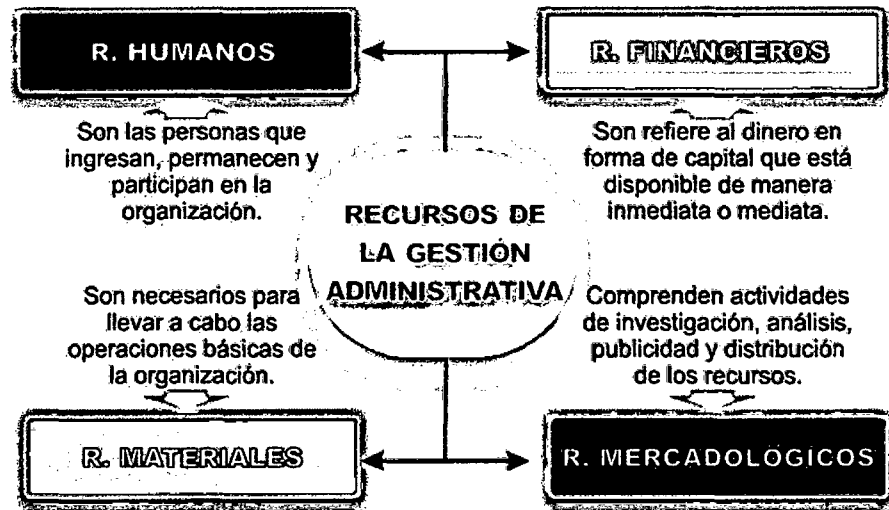
b) Importancia de la gestión

El progreso de las organizaciones depende, cada vez en mayor medida, de las personas que las integran. En un entorno cambiante y competitivo, la adaptabilidad y el aprovechamiento de las mejores oportunidades por parte de las empresas y de las instituciones, la racionalización de sus actividades y el incremento de su productividad derivan de la capacidad de sus empleados y de su actuación cooperativa.

c) Recursos de la Gestión

Por recursos debemos entender todos aquellos elementos que se requieren para llevar a cabo la acción en el proceso administrativo; para fines de nuestro estudio clasificamos los recursos en:

Gráfico 25: Recursos de la Gestión Administrativa



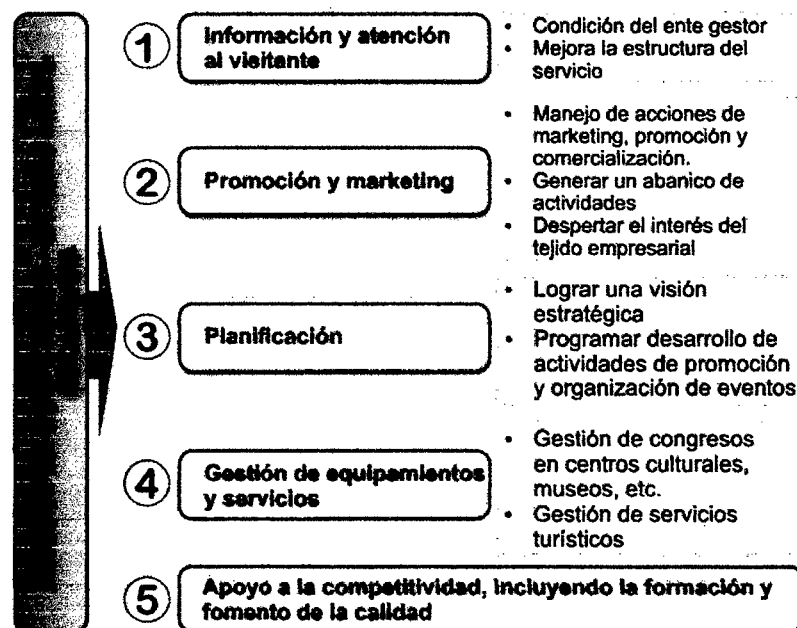
Fuente: *Elaboración Propia*

La gestión del comercio exterior y turismo en la DIRCETUR

Competencias y funciones del ente de gestión: La definición de las funciones y competencias es un aspecto clave a tener en cuenta en el momento de establecer su estructura, ya que la condicionará a nivel de presupuesto, perfil de los recursos humanos a incorporar, dimensión, grado de implicación del sector privado, etc.

En estos últimos años podemos observar, sobre todo a nivel internacional y en destinos de una cierta dimensión (grandes ciudades), una nueva tendencia hacia la especialización de estos Entes a través de la creación de organismos que se responsabilizan con carácter exclusivo de algunas de las *funciones esenciales de la gestión del comercio exterior y turismo, tales como la promoción y comercialización, observatorios, etc.*

Gráfico 26: Ámbitos de competencia - entidad local encargada



Fuente: Elaboración Propia.

3.3.7 La Promoción

En términos generales, para que un potencial cliente o comprador (persona, empresa, organización, gobierno) adquiera o compre un producto que necesita o desea (sea un bien, servicio, idea, lugar, persona o combinaciones de éstas), necesita antes: Saber de su existencia, sentirse persuadido para comprar ese producto y recordar que existe.

A. Tipos de promociones

– **Promoción de Ventas:** son Planes Integrales de Marketing destinados a lograr rápidamente un incremento en ventas.

Esto se da en el caso de los productos en los cuales se puede consumir mayores cantidades de las usuales, lo que llevaría a un incremento en ventas.

– **Promociones estratégicas:** no buscan necesariamente incrementar de inmediato las ventas, sino que buscan motivar otro tipo de comportamiento futuro o presente.

La Promoción en Materia de Comercio Exterior y Turismo en la DIRCETUR:

En términos generales la promoción busca apoyar y potenciar al sector exportador con el fin de alcanzar un mejoramiento de su competitividad, su inserción efectiva en los mercados internacionales, el aumento de los valores y volúmenes exportados, la diversificación de los mercados y el mejoramiento de los canales de comercialización. En tal sentido, los instrumentos como las ferias internacionales y misiones comerciales de exportadores y compradores, los estudios de mercado, las agendas de negocios, y el material promocional en general, promueven en forma directa la oferta exportable de un país.

Se debe fortalecer la coordinación y articulación de las entidades públicas y privadas para desarrollar los programas de promoción en beneficio del desarrollo empresarial. Para ello se considera las siguientes actividades:

- Fortalecimiento de las Instituciones vinculadas con la actividad turística. (Organización de Gestión de Destino, fortalecer organizaciones gremiales, fortalecer gobiernos locales).

También se debe desarrollar la oferta de productos y servicios, en función a la mejora de la calidad y de las buenas prácticas de los prestadores de servicios, artesanos, exportadores y otros actores involucrados. A través de:

- Promoción de la competitividad y productividad artesanal (Fomentar la innovación y la transferencia de tecnología, Generación de oportunidades de inversión)
- Identificación de circuitos rutas y/o productos turísticos.
- Capacitación y formación de prestadores de servicios turísticos, artesanos y exportadores.
- Calificar, Categorizar y Certificar a Empresas de Servicios Turísticos.

- Estudios y Proyectos para mejorar la oferta turística de la Región.

Se debe desarrollar el mercado de forma inclusiva y responsable, donde el cliente respete la identidad regional.

Considerando lo siguiente:

- Identificar oportunidades y segmentos de mercado para productos regionales.
- Promover el posicionamiento de productos y servicios de artesanía, comercio exterior y turismo, con los principales segmentos de mercado a nivel regional, nacional e internacional. (Promover el desarrollo de productos artesanales orientados a la exportación y al mercado turístico.
- Fomentar la participación en ferias, exposiciones y concursos de artesanía, comercio exterior y turismo.
- Impulsar el desarrollo de la cultura turística, artesanal y exportadora a través de actividades de capacitación.

a) **Promoción del Comercio Exterior**

- **Desarrollar Oferta Exportable:** Para contar con un crecimiento sostenido de la Oferta Exportable, debe considerarse un análisis continuo y detallado de la variedad de productos exportables, considerando la rentabilidad, la capacidad de respuesta a la demanda exterior, la magnitud y evolución del intercambio mundial y la adaptabilidad a las normas.
- **Facilitar el Comercio Exterior:** Se busca contar con un marco legal que permita la aplicación de mecanismos eficaces de facilitación del comercio exterior, fomente el desarrollo de la infraestructura y permita el acceso y la prestación de servicios de distribución física y financieros en mejores condiciones de calidad y precio.
- **Desarrollar Mercados Internacionales:** A través de exposiciones internacionales y el desarrollo de investigaciones en conjunto. Asimismo, diversificar y consolidar la presencia de las empresas en el mercado internacional, productos y servicios peruanos en los mercados de destinos priorizados.

- **Desarrollar Cultura Exportadora:** Trasladar nuestros valores, forma de vida, costumbres, conocimientos y prácticas empresariales para lograr una actitud y comportamiento favorables a la competitividad que propicie una interacción natural con los mercados externos.

b) Promoción Turística

- **Desarrollar una oferta turística competitiva y sostenible:** Mediante la Innovación, desarrollo y consolidación de productos turísticos competitivos, además del fortalecimiento de los recursos humanos.
- **Promover la cultura turística y la seguridad para el visitante:** a través de la incorporación de contenidos turísticos sostenibles en el sistema curricular de la educación peruana; el fortalecimiento de la conciencia turística; la difusión de las Buenas Prácticas en turismo para que sean adoptadas por las instituciones públicas y empresas privadas del sector.

- **Fortalecer las capacidades de las instituciones vinculadas con la actividad turística:** a fin que impulsen la competitividad y sostenibilidad turística entre sus miembros; asimismo, la consolidación de los gobiernos locales y regionales. Crear alianzas estratégicas y mejora de los canales de comunicación entre gremios y sector público, para el intercambio de información oportuna y confiable.

- **Promover una demanda sostenida del turismo:** Para incrementar la demanda del Turismo tenemos la focalización de la promoción turística en los mercados prioritarios y potenciales; a través de acciones de promoción de los diversos canales de distribución: ferias, workshops, seminarios, festivales gastronómicos, entre otros..

3.3.8 La Capacitación

A mayor desarrollo tecnológico en la sociedad, mayor necesidad de talento, es decir, de personas competentes técnica y emocionalmente, con capacidad para crear, innovar, generar valor, afrontar retos en los negocios, elaborar bienes y servicios

de calidad y con interés en aportar para que la empresa se mantenga en un mercado, cada vez más globalizado.

En la actualidad la capacitación del componente humano “es la respuesta a la necesidad que tienen las empresas o instituciones de contar con un personal calificado y productivo, es el desarrollo de tareas con el fin de mejorar el rendimiento productivo, al elevar la capacidad de los trabajadores mediante la mejora de las habilidades, actitudes y conocimientos”

La Capacitación en Materia de Comercio Exterior y Turismo en la DIRCETUR.

La capacitación de personas conlleva una cantidad importante de responsabilidades que se deben cumplir, para alcanzar los objetivos propuestos de capacitación, y por consiguiente se dará solución a las carencias de conocimientos y habilidades de los participantes.

El objetivo de la educación en una sociedad en vías de desarrollo, es formar agentes para que se encarguen del mismo,

esto significa que las personas deben haber adquirido capacidad técnica, nivel de competitividad en un determinado campo específico y que reflexionen sobre los objetivos y métodos para el desarrollo.

El aprendizaje, el adiestramiento, la formación profesional y el perfeccionamiento de los recursos humanos, son requerimientos primordiales para el desarrollo de las actividades agropecuarias, industriales, comerciales de servicios y de cualquier otro ámbito de la actividad económica de la manera que dichos procesos de capacitación laboral deben de realizarse a través de una acción conjunta y coordinada por el sector público y el sector privado.

a) Capacitación Comercial: La Capacitación busca convertirse en una herramienta en la cual se pueda sustentar la estrategia comercial de la compañía, una vía de soporte para el desarrollo de negocios, con lo cual, cualquier monto de dinero aplicado a este tipo de Capacitación será visto como una inversión con un retorno mensurable, ajustado en el tiempo y por sobre todas las cosas mucho más “interesante” a los ojos de quién maneja los números de la compañía.

b) Actividades de capacitación

1. Charlas
2. Talleres
3. Programas de especialización
4. Programas de asistencia

3.4 MARCO NORMATIVO

- Ley N° 26 922 - Ley Marco de Descentralización.
- Ley N° 27 867 - Ley Orgánica de Gobiernos Regionales.
- Ley N° 29 646 - Ley de Fomento al Comercio Exterior de Servicios.
- Ley N° 29 408 - Ley General de Turismo.
- Ley N° 26 961 - Ley para la Actividad Turística.

CAPÍTULO IV

MARCO REAL

4.1 REGIÓN TACNA

4.1.1 Antecedentes Históricos

El departamento de Tacna, en la región de los valles occidentales del área centrosur andina, evidencia una continuidad cultural bastante temprana que se remonta a 1 000 años de antigüedad. Las investigaciones arqueológicas realizadas en la zona han comprobado la presencia de civilizaciones en el período lítico.

Los primeros grupos de españoles llegaron en 1 535, conformados por miembros de la expedición de Diego de Almagro, organizada para la conquista de Chile. Durante esta época recibió la denominación de Villa de San Pedro de Tacna.

Después de haber sido elevada a la categoría de Villa en 1 823 y una vez obtenida la independencia del Perú, el presidente José de la Mar promulgó, el 26 de mayo de 1 828, la ley otorgada por el Congreso que le confería el título de "Heroica Ciudad", reconociendo su patriotismo en las luchas independentistas.

El 26 de mayo de 1 880, luego de la batalla del "Alto de la Alianza", el ejército chileno ocupó la ciudad, para permanecer casi cinco décadas. Pese al tiempo transcurrido, su población mantuvo en alto el espíritu nacional y logró reincorporarse al Perú en 1 929.

4.1.2 Características Generales de la Región Tacna

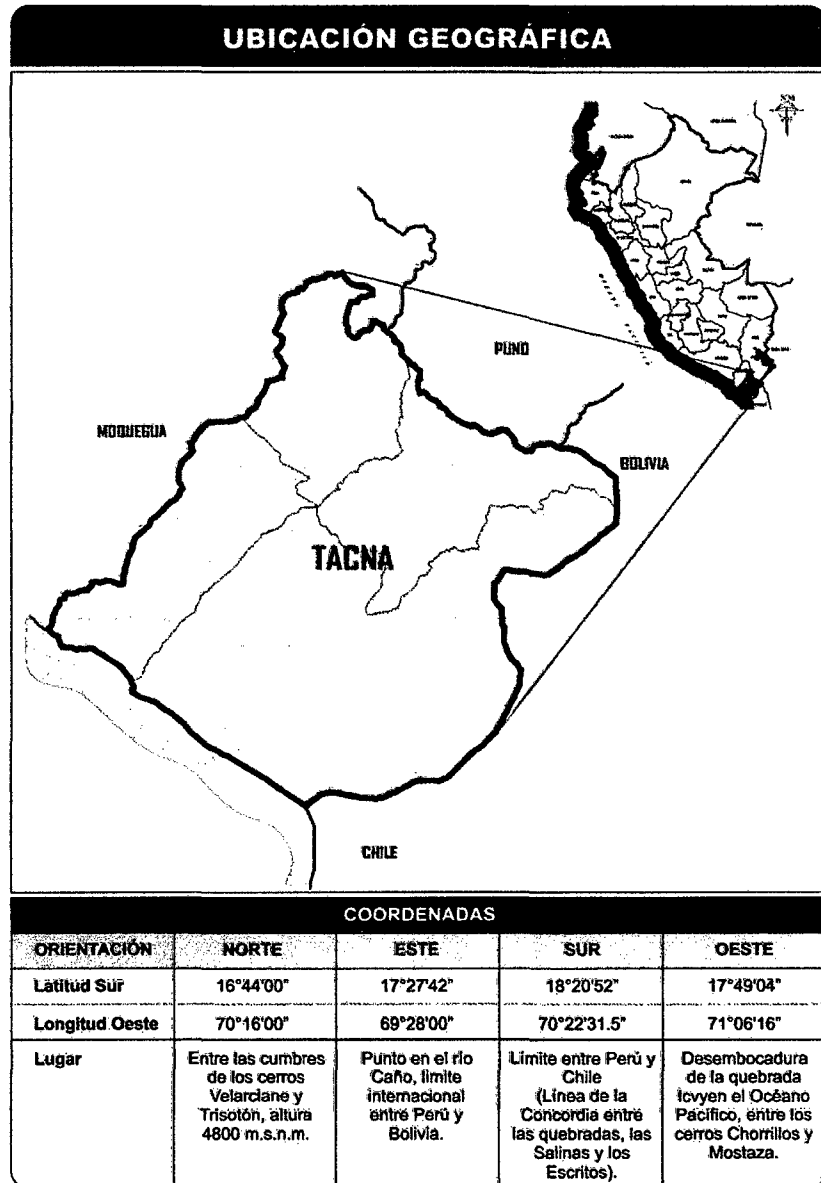
A. Ubicación Geográfica

La Región Tacna está situada en la costa sur occidental del Perú siendo la región más austral a 12 903 Km de la capital Lima, sus coordenadas geográficas se sitúan entre 16° 58' y 18°20' de la latitud sur; y 69°28' y 71°02' de longitud oeste de

Greenwich. Limita por el noroeste con la Región Moquegua, por el norte con la Región Puno, por el este con la República de Bolivia, por el sur con la República de Chile y por el oeste con el Océano Pacífico. La Región Tacna cuenta con una superficie total de 16 062,62 Km²

La región Tacna es atravesado por la Cordillera Occidental, este accidente geográfico la divide en costa y sierra; en la costa está ubicado en la cabecera del segundo desierto más grande del mundo (Atacama) cuya característica esencial es la hiperaridez, que resulta una limitación grave en recursos hídricos para uso agropecuario y consumo humano; sus tierras son arenosas interrumpidas por valles, en la sierra se elevan cerros y volcanes apagados cubiertos de hielo.

Gráfico 27: Ubicación Geográfica de la Región Tacna



Fuente: *Elaboración Propia*

B. Clima y Temperatura

El clima del valle de Tacna no es uniforme debido a que sus dos terceras partes de su territorio corresponden a la faja de costa y la tercera parte se halla situada en las alturas de la cordillera. La temperatura de Tacna tiene variaciones de temperaturas de 12° a 30°C, el promedio en 23 años de observaciones, es de 16,54°C.

C. Hidrografía

La ciudad de Tacna se encuentra ubicada al pie de la meseta del Titicaca, que se eleva a 4 000 m.s.n.m. por los flancos norte y este, abarcando territorios del Perú y Bolivia, en una zona volcánica, donde se levantan altos picos como el Tacora a 5 942 m.s.n.m. y el sistema andino llamado Cordillera del Barroso donde se alzan los elevados picos: Achacollos, Coruña, Casirini, Inuicha y el Antajave.

Los principales ríos que dan origen a los valles del mismo nombre son: Caplina, Uchusuma, Sama y Locumba.

D. División Política

Grafico 28: Mapa del Departamento de Tacna



Fuente: Elaboración Propia

E. Población

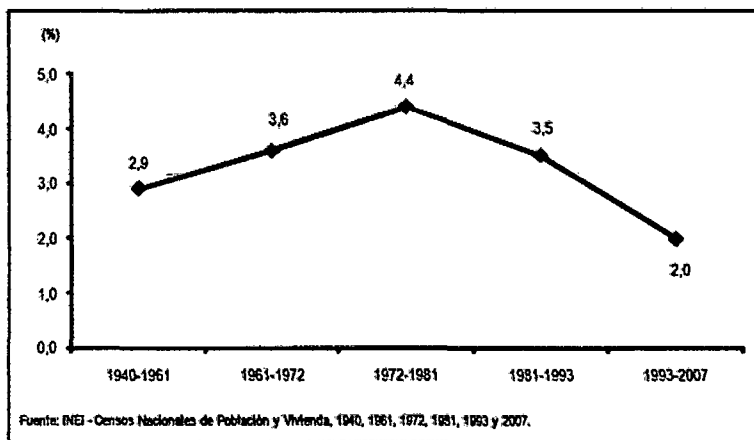
En el periodo intercensal 1 993 – 2 007 (14 años), la población total del departamento de Tacna, se incrementó en 71 mil 197 habitantes, equivalente a 5 mil 86 habitantes

por año, respecto a la población total de 1 993, que fue 223 mil 768 habitantes.

a) Crecimiento de la población

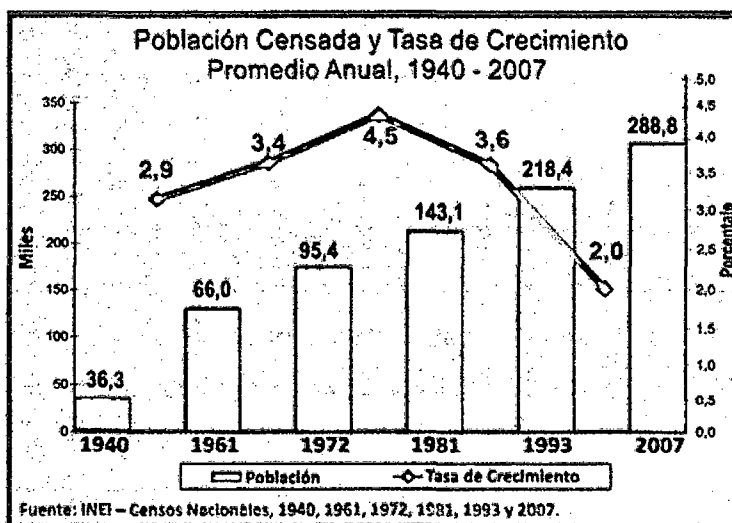
El incremento de la población medido por la tasa de crecimiento promedio anual, indica que la población del departamento de Tacna ha presentado un crecimiento promedio anual para el periodo 1 993–2 007 de 2,0%, lo cual confirma la tendencia decreciente observada en los últimos 46 años. Entre los Censos de 1 981 y 1 993, el crecimiento poblacional fue de 3,5% por año; este nivel fue mayor en el periodo intercensal 1 972–1 981 (4,4% anual).

Gráfico 29: Departamento de Tacna: Tasa de Crecimiento Promedio Anual de la Población Total, 1940 – 2007



Fuente: INEI – Censos Nacionales de Población y Vivienda, 1940, 1961, 1972, 1981, 1993 y 2007.

Gráfico 30: Población Censada y Tasa de Crecimiento Promedio Anual, 1940 - 2007



Fuente: INEI – Censos Nacionales, 1940, 1961, 1972, 1981, 1993 y 2007.

Esta tendencia declinante del ritmo de crecimiento poblacional, se explica fundamentalmente por la reducción de los niveles de fecundidad, comportamiento que se confirma con los resultados de las encuestas demográficas y de salud familiar realizadas por el INEI.

b) Población urbana y rural

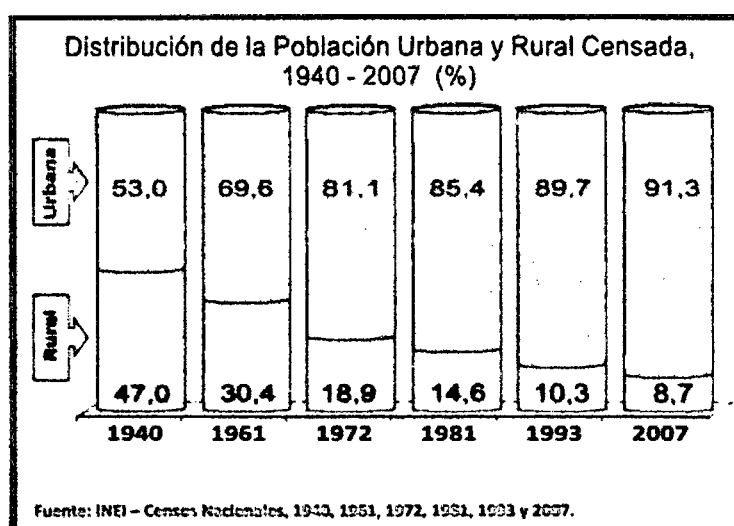
De acuerdo con el Censo 2 007, la población urbana del departamento se incrementó en 34,5%, respecto al año 1993, es decir, un promedio de 4 mil 835 personas por año, equivalente a una tasa promedio anual de 2,1%. En cambio, la población rural censada aumentó en 12,2% en el período intercensal, a un promedio de 195 personas por año, que representa una tasa promedio anual de 0,8%.

Cuadro 02: Población Censada, Urbana y Rural y Tasa de Crecimiento en los Censos Nacionales, 1 940-2 007

Año	Total	Población		Incremento intercensal		Tasa de crecimiento promedio anual (%)	
		Urbana	Rural	Urbana	Rural	Urbana	Rural
1940	36 349	19 283	17 066				
1961	66 024	45 980	20 044	26 697	2 978	4,2	0,8
1972	95 444	77 358	18 086	31 378	-1 958	4,9	-0,9
1981	143 035	122 187	20 838	44 829	2 812	5,1	1,6
1993	218 353	195 949	22 404	73 762	1 506	4,0	0,6
2007	288 781	263 641	25 140	87 692	2 736	2,1	0,8

Fuente: INEI – Censos Nacionales de Población y Vivienda, 1 940, 1 961, 1 972, 1 981, 1 993 y 2 007.

Gráfico 31: Distribución de la Población Urbana y Rural Censada, 1940 - 2007 (%)



Fuente: INEI – Censos Nacionales, 1 940, 1 961, 1 972, 1 981, 1 993 y 2 007.

c) Población por provincia

Desde el punto de vista político administrativo, el departamento de Tacna está conformado por 4 provincias y 27 distritos: la provincia de Tacna cuenta con 10 distritos, Candarave con 6 distritos, Jorge Basadre 3, y Tarata con 8 distritos.

**Cuadro 03: Departamento de Tacna: Población
Censada, según provincia, 2007 (Miles)**

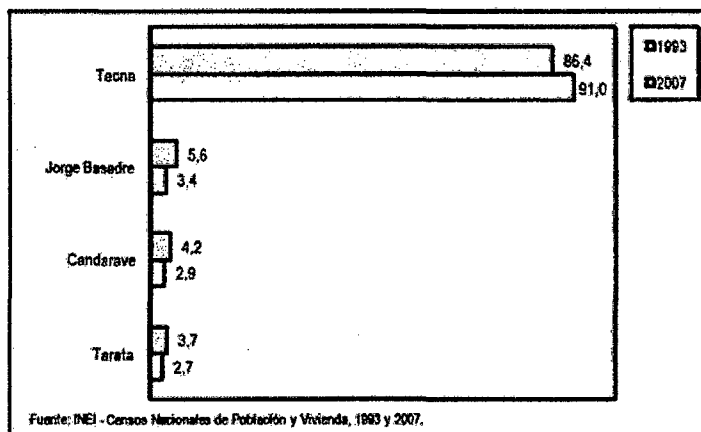
Provincia	1981	1993	2007
Total	143 085	218 353	288 781
Tacna	110 572	188 759	262 731
Candarave	8 919	9 238	8 373
Jorge Basadre	15 551	12 175	9 872
Tarata	8 043	8 181	7 805

Fuente: INEI – Censos Nacionales, 1 940, 1 961, 1 972, 1 981, 1 993 y 2007.

La población de la provincia de Tacna es superior en 26,6 veces a la de Jorge Basadre, que es la segunda provincia más poblada con el 3,4%.

Por otro lado, las provincias que se ubican en la Sierra del departamento como Candarave y Tarata, son las que tienen menores niveles de participación poblacional, con porcentajes que van desde 2,9% y 2,7%.

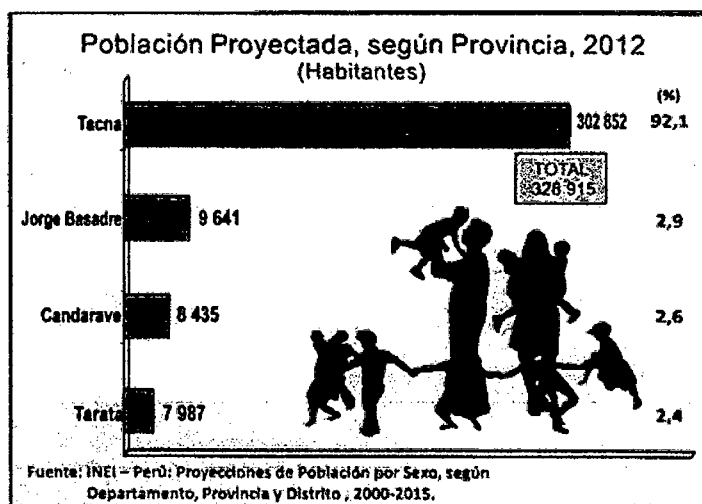
Gráfico 32: Departamento de Tacna: Distribución Relativa de la Población Censada, según Provincia, 1 993 Y 2 007 (Porcentaje)



Fuente: INEI = Censos Nacionales de Población y Vivienda, 1993 y 2007.

Gráfico 33: Población Proyectada, Según Provincia,

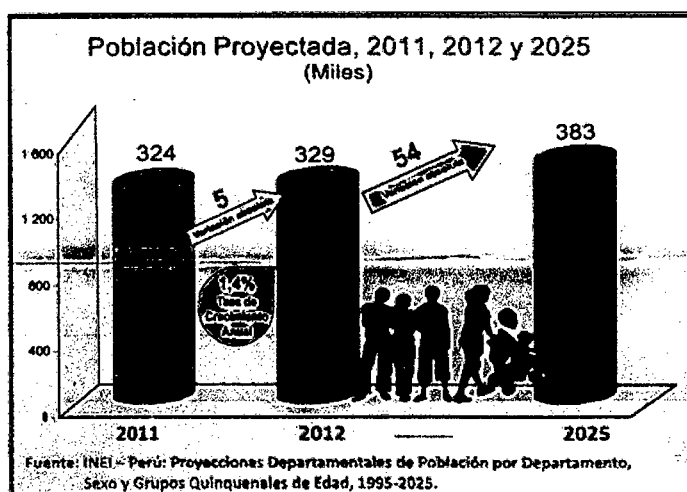
2 012



Fuente: INEI – Perú: Proyecciones de Población por Sexo, según Departamento, Provincia y Distrito, 2000-2015

Gráfico 34: Población Proyectada, 2011, 2012 Y 2025

(Miles)

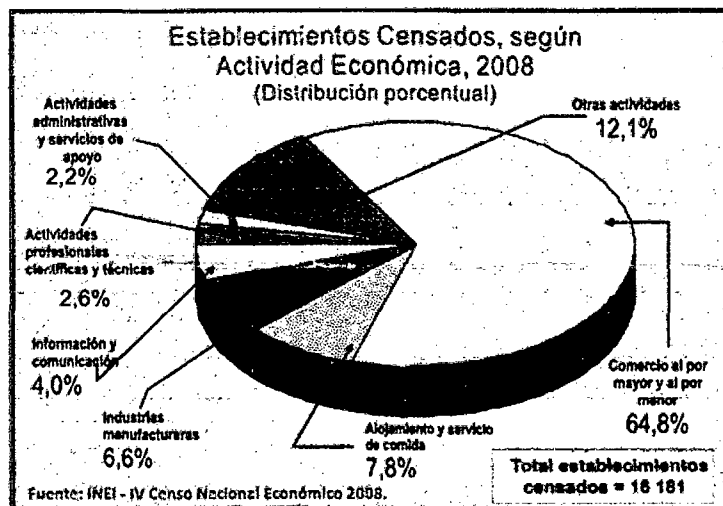


Fuente: INEI – Perú: Proyecciones de Departamentales de Población por Departamento, Sexo y Grupos Quinquenales de Edad, 1 995-2 025.

F. Actividades Económicas

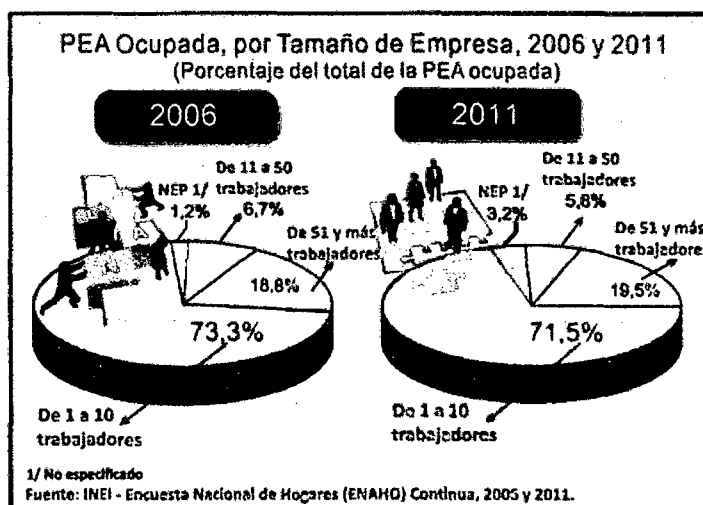
El PBI de la región Tacna aporta el 1,6% del total nacional, considerando su estructura, encontramos que el mayor porcentaje corresponde a Servicios (48%)

Gráfico 35: Establecimientos censados, según actividad económica, 2 008



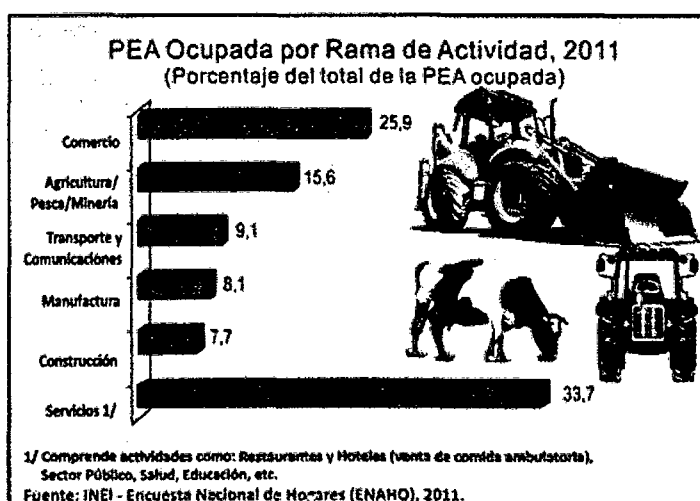
Fuente: INEI – IV Censo Nacional Económico 2 008.

Gráfico 36: PEA Ocupada, por Tamaño de Empresa, 2 006 y 2 011 (Porcentaje del total de la PEA ocupada)



Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO) Continua, 2 006 y 2 011

Gráfico 37: PEA Ocupada por Rama de Actividad, 2 011 (Porcentaje del total de la PEA ocupada)



Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO)

– **Actividad Comercial.-** En el desarrollo de esta actividad coexisten empresas modernas, de mayor tamaño relativo y productividad (por ejemplo, entidades del sistema financiero o empresas de transporte y comunicaciones formales), y unidades de menor tamaño relativo que principalmente desarrollan sus actividades en un marco de informalidad, y por ende baja productividad (por ejemplo, comercio al por menor y ambulatorio).

De acuerdo a PRODUCE, en Tacna existe un total de 21,3 mil empresas no manufactureras, de las cuales el 97 por ciento son microempresas, mientras que 647 son pequeñas empresas y sólo 62 medianas y grandes empresas. Todas estas unidades productivas se concentran principalmente en la provincia de Tacna.

Cuadro 04: Empresas no Manufactureras Activas:

Tacna 2 011

	Tacna	Jorge Basadre Candarave	Tarata	TOTAL
Microempresas	19 928	269	162	20 463
Pequeñas empresas	642	4	1	647
Medianas y grandes empresas	62	--	--	62
TOTAL EMPRESAS	20 632	273	162	21 172

Fuente: Ministerio de la Producción

La mayoría de firmas se dedica al comercio al por menor, comercio al por mayor y el rubro de hoteles y restaurantes, que en conjunto explican alrededor del 64 por ciento de las empresas no manufactureras en la región. Ello se refleja en las participaciones relativas de las actividades comercio y hoteles y restaurantes en el producto regional, 16 y 4 por ciento, respectivamente, similares a las registradas a nivel nacional (17 y 4 por ciento, respectivamente).

Por su parte, en los últimos años se han construido centros comerciales y tiendas para el hogar, como Solari Plaza (2 011) y Tacna Maestro Home Center (2 012), esta última con una inversión aproximada de US\$ 10 millones, lo cual ha contribuido a consolidar el sector comercial, tanto para los habitantes de Tacna como para los turistas procedentes del norte de Chile.

En el rubro de supermercados, los principales establecimientos son Plaza Vea y La Genovesa, que además distribuye y produce embutidos.

Cuadro 05: Empresas No Manufactureras Activas:

Tacna 2 011

	Microempresas	Pequeñas empresas	Medianas y grandes empresas	TOTAL	
				Empresas	Participación
Comercio al por menor	9 741	206	7	9 954	47,0
Comercio al por mayor y en comisión	1 687	162	23	1 872	8,8
Otras actividades de servicios	1 798	9	0	1 807	8,5
Hoteles y restaurantes	1 750	18	0	1 768	8,4
Transporte terrestre	1 055	47	7	1 109	5,2
Otras actividades empresariales	798	16	1	815	3,8
Venta, mantenimiento autos y motos	691	85	13	789	3,7
Aquiler de maquinaria y equipos	589	6	0	595	2,8
Correo y telecomunicaciones	358	4	1	363	1,7
Construcción	298	40	4	342	1,6
Informática y actividades conexas	258	6	0	264	1,2
Actividades de asociaciones	233	3	0	236	1,1
Enseñanza	204	10	0	214	1,0
Otras	1 003	35	6	1 044	4,9
TOTAL	20 463	647	62	21 172	100

Fuente: Ministerio de la Producción

– **Actividad turística.**- En el año 2 011 arribaron al Perú 2,6 millones de turistas, registrando el arribo de turistas un incremento promedio anual de 10 por ciento en el período 2 002-2 011. El ingreso de divisas por concepto de turismo ascendió a US\$ 2,9 mil millones en el 2 011, exhibiendo una tendencia creciente en este período.

En este resultado influyó la estabilidad macroeconómica de nuestro país, las tendencias del turismo mundial y la formulación e implementación del Plan Estratégico Nacional de Turismo y de los Planes Estratégicos

Regionales de Turismo (PERTUR). Estos factores han contribuido a consolidar esta actividad.

Cuadro 06: Región Tacna: Flujo Turístico Nacional y Extranjero en los establecimientos de Hospedaje según Modalidad, 2 007 – 2 011

Modalidad	Flujo Turístico				
	2007	2008	2009	2010	2011 a/
Aribo					
Total	303 911	329 021	329 237	362 370	294 965
Nacional	241 701	259 780	268 866	275 432	209 842
Extranjero	62 210	69 241	60 371	86 938	85 123
Pernoctación					
Total	426 217	463 359	444 242	503 432	409 398
Nacional	333 752	359 007	356 270	376 913	281 915
Extranjero	92 465	104 352	87 972	126 519	127 483

a/ Al mes de Setiembre

Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - Tacna

Tacna cuenta con una cartera de atractivos turísticos que le permitiría explotar el turismo de naturaleza, de cultura (arqueológico-histórico), especializado (observación de especies), playa y deportes de aventura, aguas termales, entre otros. Para que el potencial turístico se desarrolle debe ponerse en valor dichos atractivos turísticos, de forma de captar parte del flujo de turistas procedente principalmente de Chile.

En Tacna, la infraestructura hotelera ha aumentado en los últimos años de un total de 174 establecimientos en el 2 003 a 261 en el 2 011, aunque el porcentaje de establecimientos hoteleros no clasificados representa el 77 por ciento del total, lo que permite sostener que se registra un alto grado de informalidad e inadecuada calidad del servicio hotelero, cabe relevar que Tacna aún no cuenta con establecimientos hoteleros de categoría superior a un hotel de tres estrellas.

No obstante, la región capta un importante flujo de turistas, nacionales como extranjeros, los cuales, sin embargo, sólo pernoctan –en promedio- 1,4 días. En el 2 011, arribaron a Tacna cerca de 400 mil turistas, de los cuales poco más de 280 mil fueron nacionales y la diferencia fueron extranjeros, principalmente provenientes de Chile. Este flujo de turistas ha aumentado consistentemente en los últimos años a una tasa promedio anual del orden de 8%, principalmente extranjeros, cuya participación relativa ha aumentado de 11 a 18 por ciento entre los años 2 003 y 2 011.

En cuanto a restaurantes se dispone de 465 empresas. Además se cuenta con 26 agencias de viajes y turismo. En el sector artesanal la oferta productiva está enmarcada en la confección de tejidos de punto (chompas, colchas, frazadas, llicllas, chalecos y otros); confecciones de esteras de carrizo, tejidos de fibra de alpaca y carpintería de madera.

– **Actividad Industrial.-** orientada básicamente a la producción de bienes de consumo directo, caracterizada por el uso restringido de tecnología y aprovisionamiento de insumos extra regionales.

El Parque Industrial cuenta con un área de 137,80 ha dividido en tres zonas: Zona Industrial, Zona Auxiliar y Zona de Vivienda y Comercio. Funcionan 149 empresas, el 20% desarrolla actividades industriales (Molinera, Fideta, Pletasa, Ladrillera, agroindustrias y procesamiento de hidrobiológicos), 11% realiza actividades comerciales y el 69% son servicios (talleres, servicios aduaneros y otros).

Según la estructura industrial se tiene registrado 929 empresas de las cuales el 99% son PYMES: 14% dedicados a la panificación; 12% a actividades de impresión; 11% a la fabricación de muebles de madera y metal; 10% a confecciones de vestido; y 5% a elaboración de vinos, piscos y macerados.

Cuadro 07: Tacna: Estructura Industrial

Nº	Razón Social	Nº Emp.	%
1	Elaboración de productos de panadería	134	14,42
2	Actividades de impresión	115	12,38
3	Fabricación de muebles	104	11,19
4	Fabricación de prendas de vestir; excepto prendas de piel	96	10,33
5	Elaboración de vinos	43	4,63
6	Elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas	38	4,09
7	Elaboración de otros productos alimenticios n.c.p.	38	4,09
8	Fabricación de productos metálicos para uso estructural	35	3,77
9	Fabricación otros productos elaborados de metal n.c.p.	31	3,34
10	Fabricación de otros productos textiles n.c.p	14	1,51
11	Fabricación de artículos confeccionados de materias textiles	14	1,51
12	Aserrado y acepilladura de madera	14	1,51
13	Fabricación carrocerías para vehículos automotores, fabr. de remolques	13	1,40
14	Fabricación de artículos de hormigón, cemento y yeso	12	1,29
15	Elaboración de productos lácteos	12	1,29
16	Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	12	1,29
17	Fab. otros productos de madera, Art. de corcho, paja y mat. trenzable	11	1,18
18	Fabricación partes y piezas de carpintería para edificios y construcción	10	1,08
19	Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	9	0,97
20	Fabricación de calzado	8	0,86
21	Elaboración y conservación de pescado y productos de pescado	8	0,86
22	Otras	158	17,00
Total Empresas		929	100,00

Fuente: Dirección Regional de Producción

– **Actividad Minera.-** Tacna constituye la región con las mayores reservas de cobre y molibdeno a nivel nacional, al poseer el 34,4 y 54,8 por ciento del total de reservas de estos minerales, respectivamente.

Esta riqueza ha determinado también que la minería sea una de las principales actividades económicas en la región. Así el 18 por ciento del valor total de la producción de la última década es explicado por la actividad minera, cifra que representa el triple del peso que tiene la minería a nivel nacional. Los principales metales en explotación actualmente son el cobre, la plata y el molibdeno.

La principal empresa minera de la región es Southern Perú Copper Corporation (SPCC), cuya mayor producción es la de cobre. La empresa opera desde 1956 en Tacna con la unidad de Toquepala sobre una superficie de 30,9 mil hectáreas, la cual cuenta también con una planta concentradora y otra de lixiviación con capacidad de procesar 60 mil y 18,7 mil toneladas métricas diarias, respectivamente.

– **Actividad pesquera.**– es netamente artesanal dispone de uso de mano de obra de 980 pescadores y una flota de 170 embarcaciones. Existe una escasa infraestructura productiva y pesquera (desembarcaderos, embarcaciones,

áreas de manipuleo, comercialización y aparejos de pesca), la acuicultura (maricultura) se viene desarrollando levemente con proyectos de promoción de cultivo de productos bentónicos como la macha, abalón, concha de abanico y caracol; así como la trucha y camarón (pesca continental).

Se cuenta con un área marítima de 44,448 km² que abarca desde la costa hasta las 200 millas mar adentro. Existe 02 desembarcaderos pesqueros artesanales: Morro Sama, y Vila Vila (este último inoperativo). Además presenta áreas de pesca potenciales: Santa Rosa, Los Palos, Kulauta, La Yarada, Llostay Boca del Río y Punta Picata.

4.1.3 Categorización y Jerarquización de los Atractivos Turísticos del Componente Primario y Derivado

De acuerdo a sus cualidades y cantidad de atractivos turísticos que posee, es necesario identificar el patrimonio de los atractivos de la Región Tacna y su correspondiente facilitación turística. La categorización es la clasificación de los atractivos de acuerdo a su naturaleza y morfología.

A. COMPONENTE PRIMARIO

La clasificación del componente primario permite la identificación precisa de cada atractivo o elemento en su respectiva categoría, sub. Categoría, tipo, sub. Tipo, variedad, sub. variedad etc. Con la finalidad de conocer su verdadera estructura y establecer la naturaleza de mayor impacto para el viajero turista. En consecuencia las categorías son:

CATEGORÍA I: SITIOS NATURALES

Se refiere a los lugares geográficos que, por sus atributos propios tiene suficiente importancia para la actividad turística, toda vez; que en esta categoría se puede ofertar una serie de atractivos con tipos y subtipos. En consecuencia su estructura es como sigue:

Cuadro 08: Categoría I: Sitios Naturales

Nro	NOMBRE DEL RECURSO	CATEG.	TIPO	SUB TIPO	DISTRITO	PROV.
1	Aguas termales de Tacalaya	Sitios Naturales	Aguas Minero Medicinales	Aguas termales	Camilaca	Candarave
2	Bosque de Quenuas		Lugares Pintorescos	Bosques	Candarave	
3	Catarata Condoriquña		Caídas de Agua	Cascada	Huanuara	
4	Catarata la Pondera		Caídas de Agua	Catarata	Huanuara	
5	Fuentes Termales de		Aguas Minero	Aguas termales	Candarave	

	Calientes		Medicinales			
6	Fuentes Termales de Marjani		Aguas Minero Medicinales	Aguas termales	Marjani	
7	Fuentes termales de Tacalaya		Aguas Minero Medicinales	Aguas termales	Camilaca	
8	Fuentes Termales del Rio Azufre Grande y Chicos		Aguas Minero Medicinales	Aguas termales	Candarave	
9	Laguna de Aricota		Cuerpos de Agua	Laguna	Quilahuani	
10	Laguna de Suches-Huaytire		Cuerpos de Agua	Laguna	Candarave	
11	Volcán Tutupaca		Montañas	Volcán	Candarave	
12	Volcán Tutupaca		Montañas	Volcán	Camilaca	
13	Volcán Yucamani		Montañas	Volcán	Candarave	
14	Camino de Panina	Sitios Naturales	Lugares Pintorescos	Caminos Pintorescos	Ilabaya	Jorge Basadre
15	Catarata de Purumbraya		Caídas de Agua	Cataratas o Cascadas	Ilabaya	
16	Cataratas de Panina		Caídas de Agua	Cataratas o Cascadas	Ilabaya	
17	Gigantes Dormidos		Montañas	Bosques de Piedras	Ilabaya	
18	Humedales de Ite		Cuerpos de Agua	Humedales	Ite	
19	La Piedra de Mirave		Montañas	Bosques de piedras	Ilabaya	
20	Lomas de Tacahuay		Costa	Lomas	Ite	
21	Los Gigantes de Mirave		Montañas	Bosques de Piedras	Ilabaya	
22	Pirámides de Turufaca		Montañas	Bosques de Piedras	Ilabaya	
23	Playa Ite-Inglesa		Costa	Playas	Ite	
24	Playa Meca		Costa	Playas	Ite	
25	Rio Cambaya		Cuerpos de Agua	Ríos	Ilabaya	
26	Rio Ilabaya		Ríos	Ríos	Ilabaya	
27	Rio Locumba		Ríos	Ríos	Locumba	
28	Sudamérica		Montañas	bosque de piedras	Ilabaya	
29	Tanta Wawa		Montañas	bosque de piedras	Ilabaya	
30	Valle de la Luna		Formaciones Geológicas Externas	Erosiones Externas	Ilabaya	
31	Valle de Locumba	Valles	Valles	Locumba		
32	Aguas Minerales de Chuschuco	Sitios Naturales	Aguas Minero Medicinales	Aguas no Termales	Pachia	Tacna
33	Baños Termales de Calientes		Aguas Minero Medicinales	Aguas Termales	Pachia	
34	Camino Inca de Palca		Lugares Pintorescos	Caminos Pintorescos	Palca	
35	Cordillera de Paralocos		Montañas	Cordillera	Palca	
36	Fuentes Termales de Jarumas		Aguas Minero Medicinales	Aguas Termales	Palca	
37	Fuentes Termales de Paucarani		Aguas Minero Medicinales	Aguas Termales	Palca	
38	Laguna de Condorpico		Cuerpos de Agua	Laguna	Palca	

39	Lomas de Sama		Costa	Lomas	Sama	
40	Morro Sama		Montañas	Cerro	Sama	
41	Playa Boca del Río		Costa	Playas	Sama	
42	Playa el Planchón		Costa	playas	Tacna	
43	Playa el Toro		Costa	Playas	Sama	
44	Playa la Anita		Costa	Playas	Sama	
45	Playa la Licera		Costa	Playas	Sama	
46	Playa la Lobita		Costa	Playas	Sama	
47	Playa las Conchitas		Costa	Playas	Sama	
48	Playa Llostay		Costa	Playas	Tacna	
49	Playa los Arenales		Costa	playas	Sama	
50	Playa los Palos		Costa	playas	Tacna	
51	Playa Pozo Redondo		Costa	Playas	Sama	
52	Playa Santa Rosa		Costa	Playas	Tacna	
53	Playa Tomoyo Beach		Costa	playas	Tacna	
54	Playa Tres Cuevas		Costa	Playas	Tacna	
55	Playa Vila Vila		Costa	Playas	sama	
56	Playita Brava		Costa	playas	sama	
57	Punta Mesa		Costa	Puntas	Tacna	
58	Punta San Pablo		Costa	Puntas	Sama	
59	Quebrada de los Burros		Quebradas		Sama	
60	Río Caplina		Ríos	Ríos	Tacna	
61	Río Sama		Ríos	Ríos	Sama	
62	Valle de Sama		Valles	Valles	Sama	
63	Aguas Termales de Putina-Chucatamani	Sitios Naturales	Aguas Minero Medicinales	Aguas Termales	Heroes Albarracin	Tarata
64	Baños Termales de Calachaca		Aguas Minero Medicinales	Aguas Termales	Tarata	
65	Baños Termales de Putina		Aguas Minero Medicinales	Aguas Termales	ticaco	
66	Baños Termales de Ticaco		Aguas Minero Medicinales	Aguas Termales	ticaco	
67	Baños Termales de Yabroco		Aguas Minero Medicinales	Aguas Termales	Susapaya	
68	Cataratas de Conchachiri		Caidas de Agua	Cataratas - Cascadas	Tarata	
69	Cordillera del Barroso		Montañas	Áreas Nevadas	Tarata	
70	Cueva de Cala Cala		Grutas, Cavernas y Cuevas	Grutas, Cavernas y Cuevas	Tarata	
71	Fuentes Termales de Chaspaya		Aguas Minero Medicinales	Aguas Termales	Sitajara	
72	Fuentes Termales de Chillicillpa		Aguas Minero Medicinales	Aguas Termales	Tarata	
73	Fuentes Termales de Chucatamani		Aguas Minero Medicinales	Aguas Termales	Tarata	
74	Laguna de Vilacota		Cuerpos de Agua	Laguna	Susapaya	
75	Matrimonio de Piedra		Lugares Pintorescos	Lugar Pintoresco de Flora	Estique Pampa	
76	Mirador la Apacheta		Lugares Pintorescos	Mirador Natural	Estique pampa	

77	Pampas de Mamuta-Coracorani	Planicies	Pampas	Tarata	
78	Piedra del Rayo	Lugares Pintorescos	Camino Pintoresco	Ticaco	
79	Pueblo de Sitajara	Lugares Pintorescos	Lugar Pintoresco de Flora	Sitajara	
80	Quebrada de Saucini	Quebradas	Quebradas	Tarata	

Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo

CATEGORÍA II: MANIFESTACIONES CULTURALES

Se refiere a las distintas expresiones culturales de un país, desde épocas ancestrales, en el que se evidencian vestigios arqueológicos, monumentales, históricos especialmente aquellos que pertenecen al pasado, en consecuencia su estructura es como sigue:

Cuadro 09: Categoría II: Manifestaciones Culturales

Nro	NOMBRE DEL RECURSO	CATEG.	TIPO	SUB TIPO	DISTRITO	PROV.
1	Apacheta de Tambillo	Manifestaciones Culturales	Sitios Arqueológicos	Otros (Apacheta)	Huánuara	Candarave
2	Apacheta Tutupaca		Sitios Arqueológicos	Otros (Apacheta)	Camilaca	
3	Camino Inca de Candarave		Sitios Arqueológicos	Otros (Camino)	Candarave	
4	Cerro Calvario		Lugares Históricos	Edificaciones (Cuartos)	Camilaca	
5	Ciudad de Cairani		Pueblos	Pueblos Tradicionales	Cairani	
6	El Aftar Rupestre del Tambillo		Sitios Arqueológicos	Pintura Rupestre	Huanuara	
7	Iglesia de Candarave		Arquitectura y Espacios Urbanos	Iglesia (templo, catedral, etc.)	Candarave	
8	Maqueta de Huata Molle		Sitios Arqueológicos	Otros (Maqueta)	Camilaca	
9	Maqueta de		Sitios	Otros	Cairani	

	Yarabamba	Arqueológicos	(Maqueta)	
10	Miradores de Candarave	Arquitectura y Espacios Urbanos	Miradores	Candarave
11	Pinturas Rupestres de Gentilar	Sitios Arqueológicos	Pintura Rupestre	Candarave
12	Pinturas Rupestres de Jirata	Sitios Arqueológicos	Pintura Rupestre	Quilahuani
13	Pinturas Rupestres de Quillqatani	Sitios Arqueológicos	Pintura Rupestre	Camilaca
14	Pinturas Rupestres de Tambillo o la Muralla	Sitios Arqueológicos	Pintura Rupestre	Huanuara
15	Pinturas Rupestres El Pozo	Sitios Arqueológicos	Pintura Rupestre	Candarave
16	Ruinas de Cerro Colorado	Sitios Arqueológicos	Edificaciones	Quilahuani
17	Ruinas de Cerro Gordo	Sitios Arqueológicos	Edificaciones	Candarave
18	Ruinas el Gentilar	Sitios Arqueológicos	Edificaciones	Candarave
19	Tambo Tacalaya	Sitios Arqueológicos	Edificaciones	Camilaca
20	Canteras de Punta Picata	Sitios Arqueológicos	petroglifos, Geoglifos, otros, Canteras	Ite
21	Capilla Católica de Cambaya	Arquitectura y Espacios Urbanos	Iglesia (templo, catedral, etc)	Ilabaya
22	Cerro Mirave-Cementerio Hispanico	lugares históricos	edificaciones (casas, balcones, cuartos)	Ilabaya
23	Ciudadela de Campaycata	Sitios Arqueológicos	edificaciones (templos, fortalezas)	Ilabaya
24	Ciudadela de Moqui	Arquitectura y Espacios Urbanos	Edificación (fortaleza, escuela, cuartel, colegio)	Ilabaya
25	Conjunto Arquitectónico Inka Moqui	Sitios Arqueológicos	edificaciones	Ilabaya
26	Geoglifos los Ciculos	Sitios Arqueológicos	Geoglifos	Ilabaya
27	Iglesia de Toco Grande	Arquitectura y Espacios Urbanos	Iglesia (templo, catedral, etc.)	Ilabaya
28	Iglesia Señor de Locumba	Arquitectura y Espacios Urbanos	Iglesia (templo, catedral, etc.)	Locumba
29	Iglesia San José	Arquitectura y Espacios Urbanos	Iglesia (templo, catedral, etc.)	Ite
30	Iglesia San Pedro de Ilabaya	Arquitectura y Espacios Urbanos	Iglesia (templo, catedral, etc.)	Ilabaya
31	Mirador del Distrito de Ite	Lugares Históricas	Miradores	Ite
32	Mirave Lugar	Lugares Históricas	Campo de	Ilabaya

Manifestaciones Culturales

Jorge Basadre

	Histórico				
33	Museo de Ite	Manifestaciones Culturales	Museos	Batalla	Ite
34	Petroglifos de El Corral o El Cairo		Sitios Arqueológicos	Petroglifos (grabados en piedra)	Ilabaya
35	Petroglifos de Ilabaya-Colocaya		Sitios Arqueológicos	Petroglifos (grabados en piedra)	Ilabaya
36	Petroglifos de Pacataque o Paca Paca		Sitios Arqueológicos	Petroglifos (grabados en piedra)	Ilabaya
37	Petroglifos de Turulaca		Sitios Arqueológicos	Petroglifos	Ilabaya
38	Petroglifos el Cementerio		Sitios Arqueológicos	Petroglifos	Ilabaya
39	Petroglifos Quebrada del Diablo		Sitios Arqueológicos	Petroglifos	Ilabaya
40	Pinturas Rupestres de Ilabaya		Sitios Arqueológicos	Pintura Rupestres	Ilabaya
41	Pinturas Rupestres de Toquepala		Sitios Arqueológicos	pintura rupéstrés	Ilabaya
42	Plaza Francisco Bolognesi		Manifestaciones Culturales	Lugares Históricos	Plazas
43	Plaza Haya de la Torre	Lugares Históricos		Plazas	Ilabaya
44	Plaza Homenaje a los Combatientes de la Batalla de Mirave	Lugares Históricos		Plazas	Ilabaya
45	Pueblo de Cábmbaya	Pueblos		Pueblos Tradicionales	Ilabaya
46	Pueblo de Ilabaya	Pueblos		Pueblos Tradicionales	Ilabaya
47	Pueblo de Ite	Pueblos		Pueblos Históricos	ite
48	Sitio Arqueológico San Antonio	Sitios Arqueológicos		Petroglifos	Locumba
49	Telar de Cuatro Estacas	Artesanía y arte		Tejidos	Ilabaya
50	Villa Locumba	Pueblos		Pueblos Tradicionales	Locumba
51	Arco Parabólico	Manifestaciones Culturales		Arquitectura y Espacios Urbanos	Otros (monumentos, pileta, etc.)
52	Caleta de Vila Vila		Lugares Históricos	Puertos, Embarcaciones, Muelles y Caletas	Sama
53	Camino Inca Tres Cruces		Sitios Arqueológicos	Otros	Palca
54	Camino Inka Morro de Sama		Sitios Arqueológicos	Camino Inka	Sama
55	Casa Basadre		Arquitectura y Espacios Urbanos	Casa de Valor Arquitectónico	Tacna
56	Casa de la Jurídica		lugares históricos	Edificaciones (casas,	Tacna

57	Casa Zela
58	Casa Inclán
59	Catedral
60	Complejo Arqueológico de Miculla
61	Complejo Monumental del Campo del Alto de la Alianza
62	Cristo Boca del Río
63	El Paso de Huayillas Norte
64	Estación del Ferrocarril Tacna-Arica
65	Iglesia Virgen del Rosario
66	Las Apachetas de Hayllillas Sur
67	Las Chullpas de Peña Azul
68	Las Ruinas Chacollo de Ataspaca
69	Locomotora Histórica
70	Los Petroglifos de Chulpapalca
71	Los Tambos de el Fango
72	Museo de Sitio las Peñas
73	Museo Histórico
74	Paseo Cívico
75	Petroglifos delluta
76	Petroglifos el Olivar
77	Pila Ornamental
78	Pintura Rupestre de Canaston
79	Pinturas Rupestres de Charipujo
80	Pinturas

Manifestaciones Culturales

lugares históricos	balcones, cuartos, ventanas, patios, murallas	Tacna
lugares históricos		Tacna
Arquitectura y Espacios Urbanos	Iglesia (templo, catedral, etc.)	Tacna
Sitios Arqueológicos	Petroglifos	Pachia
lugares históricos	Complejo Histórico	Tacna
lugares históricos	Miradores	Tacna
Sitios Arqueológicos	Otros	Palca
Arquitectura y Espacios Urbanos	edificaciones	Tacna
Arquitectura y Espacios Urbanos	Iglesia (templo, catedral, etc.)	Calana
Sitios Arqueológicos	Otros	Palca
Sitios Arqueológicos	Edificaciones (templos, fortalezas)	Palca
Sitios Arqueológicos	Edificaciones (templos, fortalezas)	Palca
Lugar Histórico	Otros	Tacna
Sitios Arqueológicos	Petroglifos (grabados en piedra)	Palca
Arquitectura y Espacios Urbanos	Edificación (fortaleza, escuela, cuartel, colegio)	Palca
Museos	Otros	Pocoilay
Museos y Otros	Museos y Otros	Tacna
Arquitectura y Espacios Urbanos	Paseos	Tacna
Sitios Arqueológicos	Petroglifos (grabados en piedra)	Palca
Sitios Arqueológicos	Petroglifos (grabados en piedra)	Palca
Arquitectura y Espacios Urbanos	Otros (monumentos, pileta, etc.)	Tacna
Sitios Arqueológicos	Pintura Rupestre	Palca
Sitios Arqueológicos	Pinturas Rupestres	Palca
Sitios	Pinturas	Palca

	Rupestres de Cueva	Arqueológicos	Rupestres		
81	Pinturas Ruppestre de Llanto	Sitios Arqueológicos	Pinturas Rupestres	Palca	
82	pinturas rupestres de Soraya	Sitios Arqueológicos	Pinturas Rupestres	Palca	
83	Pinturas Rupestres de Titine	Sitios Arqueológicos	Pinturas Rupestres	Palca	
84	Pinturas Rupestres de Vilavilani	Sitios Arqueológicos	Pinturas Rupestres	Palca	
85	Pueblo de Palca	Pueblos	Pueblos Históricos	Palca	
86	Pueblo Tradicional Ingenio	Pueblos	Pueblos Tradicionales	Palca	
87	Puerto Grau	Arquitectura y Espacios Urbanos	Puertos, Embarcaciones, Muelles y Caletas	Sama	
88	Reloj Solar	Sitios Arqueológicos	Geoglifos	Sama	
89	San Pedro de Causuri	Pueblos	Pueblos Tradicionales	Palca	
90	Sillón del Inca o Roca Corazón	Sitios Arqueológicos	Cuevas y Grutas	Tacna	
91	Tambo Bellavista	Arquitectura y Espacios Urbanos	Otros (monumentos, pileta, etc.)	Palca	
92	Tambo Coparuquio	Arquitectura y Espacios Urbanos		Palca	
93	Tambo Cure	Arquitectura y Espacios Urbanos		Palca	
94	Tambo de Chachacumane	Arquitectura y Espacios Urbanos		Palca	
95	Tambo la Libertad	Arquitectura y Espacios Urbanos	Otros (monumentos, pileta, etc.)	Palca	
96	Tambo la Portada	Arquitectura y Espacios Urbanos		Palca	
97	Tambo la Unión	Arquitectura y Espacios Urbanos		Palca	
98	Tambo San Manuel I	Arquitectura y Espacios Urbanos		Palca	
99	Tambo San Manuel II	Arquitectura y Espacios Urbanos		Palca	
100	Tambo Sicinara	Arquitectura y Espacios Urbanos		Palca	
101	Tambo Yarapampa	Arquitectura y Espacios Urbanos	Palca		
102	Teatro municipal	Arquitectura y Espacios Urbanos	teatro	Tacna	
103	Vilavilani	Sitios Arqueológicos	Pinturas Rupestres	Palca	
104	Andenería de Tarata	Lugares históricos	Obras de Ingeniería (andenes, canales de riego, puentes)	Tarata	Tarata

Manifestaciones Culturales

105	Asentamiento Pre Inca de Paramarka	Manifestaciones Culturales	Pueblos	Pueblos Tradicionales	Ticaco
106	Camino Inca Tarata'Ticaco		Sitios Arqueológicos	Otros	Tarata
107	Chullpas de Causuri		Sitios Arqueológicos	edificaciones (templos, fortalezas)	Palca
108	Chullpas de Paucara		Sitios Arqueológicos	edificaciones (templos, fortalezas)	Susapaya
109	Iglesia de Estique		Arquitectura y Espacios Urbanos	Iglesia (templo, catedral, etc.)	Estique
110	Iglesia de Tarucachi		Arquitectura y Espacios Urbanos	Iglesia (templo, catedral, etc.)	Tarucachi
111	Iglesia San Benedicto		Arquitectura y Espacios Urbanos	Iglesia (templo, catedral, etc.)	Tarata
112	Petroglifos de Anajari		Sitios Arqueológicos	Petroglifos	Tarata
113	Petroglifos de Takapine			Petroglifos	Tarucachi
114	Pinturas Rupestres del Caru			Pinturas Rupestres	Tarata
115	Pinturas Rupestres de Chivatuni			Pinturas Rupestres	Susapaya
116	Restos Arqueológicos Villa Gentile			edificaciones (templos, fortalezas)	Susapaya
117	Reten de Palquilla			Edificaciones	Estique Pampa
118	Reten de Tikalaco			Edificaciones	Tarata
119	Santa María			Edificaciones	Tarata

Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo

CATEGORÍA III: FLOKLORE

Esta categoría está relacionada al conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, poemas, artes populares; que por lo general son anónimos de un país región o localidad, en consecuencia su estructura es como sigue:

A continuación un listado según tipos y subtipos.

Cuadro 10: Categoría III: Folklore

Nro	NOMBRE DEL RECURSO	CATEG.	TIPO	SUB TIPO	DISTRITO	PROV.
1	Anaco	Folklore	Artesanía y Arte	Indumentaria	Cairani	Candarave
2	Cabeza de Res Asada		Gastronomía	Platos Típicos	Candarave	
3	Parrillada de Cordero		Gastronomía	Platos Típicos	Candarave	
4	Galletas de Canela	Folklore	Gastronomía	Dulces Típicos	Locumba	Jorge Basadre
5	Tripartito	Folklore	Ferias y Mercados	Ferias Artesanales	Palca	Tacna

Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo.

a. Creencias Populares

Tacna conserva un gran legado de leyendas y episodios anecdóticos de sus periodos de guerra y de paz-indígenas, virreinales y republicanos, así como sus costumbres devotas y festivas, y sus raíces aymaras, quechuas y españolas. Presentamos a continuación algunas de ellas.

Cuadro 11: Creencias Populares

MITOS Y LEYENDAS
El anexo de Callerao, en Candarave, es fuertemente indígena, las comparsas, acompañadas por zampoñas, bombo y redoblantes alegran todas sus fiestas particulares y comunales en carnavales forman pandillas que bailan huaynos tocados en tarca y pito, que recorren las casas de los vecinos invitando a unirse a su entusiasmo y algarabía.
El anexo de Callerao, en Candarave, es fuertemente indígena, las comparsas, acompañadas por zampoñas, bombo y redoblantes alegran todas sus fiestas particulares y comunales en carnavales forman pandillas que bailan huaynos tocados en tarca y pito, que recorren las casas de los vecinos invitando a unirse a su entusiasmo y algarabía.

Cada generación fue transmitiendo este mensaje hasta que un grupo de osados tacneños inició la búsqueda. Hallaron la llama, luego la canasta con el lorito y poco después sobrevino el horrendo terremoto de agosto de 1868.

En cuanto a la música, los tristes y despedidas alternan con los valeses y las polkas en todo el departamento. El cacharpari, que en aymara significa "despedida", es entonado en los entierros campesinos, especialmente tratándose de niños.

Los conjuntos de zampoñas o antaras andinas, denominados sicuris, realizan las fiestas patronales en la mayoría de los distritos de las provincias de Tarata y Candarave.

El pueblo celebra asimismo con gran fervor religioso los actos litúrgicos de Semana Santa, que se inicia con el domingo de Ramos. EL lunes sale la procesión del Señor de la Huerta y el martes la del Señor de la Columna, el miércoles es el encuentro de Jesús con la Virgen María, el jueves se rinde culto en la iglesia, el viernes sale la procesión del Santo Sepulcro, el sábado se festeja la Resurrección y el domingo la Pascua.

LA PROCESIÓN DE LA BANDERA



Con ella se conmemora la Reincorporación de Tacna al Perú, efectuada el 28 de agosto de 1929, después de más de 45 años de cautiverio iniciando el 20 de octubre de 1883 con el Tratado de Ancón; su ceremonia principal es una marcha multitudinaria con caracteres

apoteósicos, y a lo largo de una semana se desarrollaran diversos actos celebratorios.

Fuente: OGD TUR Tacna

b. Ferias y Mercados


A iniciativa de un Grupo de Artesanos se logra constituir legalmente un 12 de Setiembre del 2 012 la Asociación

de Artesanos Productores del Arte y la Cultura – Tacna;
con sus siglas AAPRAC – TACNA.

Actualmente cuentan con un local ubicado en la esquina entre la calle Callao y la calle Arequipa, en donde venden productos artesanales (madera de Olivo, Pintura Decorativa, Joyería, Bisutería, Tejidos en Lana y fibra de Alpaca, Peletería, Modelismo Artesanal, Manualidades, cerámica en arcilla y cerámica al frío, cuero labrado, bordados, artesanía en piedra).

c. Música y Danza

Cuadro 12: Danzas de Tacna

DANZAS DE TACNA	
“JALAJALA”, ZAMPOÑADA o ZIKURIS	
	<p>La zampoña es una danza que se baila en los aniversarios de los pueblos, techamiento de casas, alterados de cruces, pago a la tierra, fiestas patronales, etc. En realidad esta danza siempre está presente en los momentos en donde el pueblo celebra algún acontecimiento importante.</p> <p>Esta danza es una de las más antiguas que existen en la región de Tacna.</p> <p>Están presentes en casi todos los pueblos de la región. Quizás no haya lugar en donde no se baile este baile.</p>

DANZA ANATA



Otra de las pocas danzas naturales de la región de Tacna es la Anata, que se baila solo en la Provincia de Candarave. La anata es símbolo de culminación de los tan hermosos y coloridos carnavales que se iniciaron el día Domingo con la Comparsa/Orquesta pasando luego en algunos pueblos con la Tarkada y

finalmente la Anata hace el cierre de los carnavales.

Esta danza se practica en los pueblos de la Provincia de Candarave especialmente en el distrito de Quilahuani, Huanuara, Cairani.

DANZA TINKIÑACANA



Danza autóctona de la región de Tacna en la Provincia de Candarave, es una de las pocas danzas que se mantienen.

Esta se danza se realiza en las fiestas patronales, en los Huafusis en los días de riego, en el pastoreo en los días de laqueo o días de riego en los escabos de

los canales.

POLKA TACNEÑA



Una polka en homenaje a la Ciudad Heroica de Tacna, bastión peruano durante la guerra con Chile. Sus autores expresan su sentimiento hacia su tierra natal. La letra pertenece a Omar Salas y la música a Eduardo Pérez Gamboa.

La polka no es una danza de Tacna, es solo una estampa. Es un baile de salón resultado de la influencia del vals vienes, pero con matices peruanos.

HUAYÑUSI

Es una danza que llevada al escenario representa el folclor costumbrista del distrito de Cairani, Huanuara, de la provincia de Candarave; se baila en los meses de octubre y diciembre, época en que se siembra la papa, actividad agrícola realizada bajo el sistema del ayni (pago con trabajo), luego de la siembra se realiza la fiesta y jolgorio en la casa del dueño de la parcela, al son de zampofiana y sicuri.

LOS LLAMEROS

Danza de carácter pastoril que se desarrolla en la vida cotidiana del arriero andino del departamento de Tacna. Es de origen altiplánico que se arraiga en nuestro folklore con un nuevo estilo de baile y forma de manifestación. Los llameros como danza participan y rinden homenaje en fiestas de Santas Cruces y fiestas patronales de los pueblos, actualmente lo bailan en pueblos de la zona alto andina.

PANDILLA DE CANDARAVE

Danza de carácter carnavalesca que se ejecuta en forma tradicional y mestiza en la provincia de Candarave y sus anexos, entre los meses de febrero y

marzo, es una época llena de alegría y confraternidad, los danzantes en grupos entonan coplas melodiosas propias de la fiesta del carnaval. Esta fiesta del carnaval dura toda una semana, y al culminar se acostumbra quemar un muñeco que representa la despedida en domingo de Tentación, es la despedida del Ño carnavalón.

TARKADA

La tarkada es una danza en parejas de origen aymara. Toma el nombre de tarkada, por la tarka, que es el instrumento con el cual se musicaliza la danza. En la ciudad de Tacna, existen dos estilos, uno que proviene de la provincia de Candarave, con la característica y permanente ondeada en alto de los pañuelos en alto, ritmo rápido y haciendo requiebres, danza popular mayormente para los jóvenes, se ve reflejado en los vestuarios donde la pollera de la mujer es más corta y los cánticos alegres.

COMPARSAS

Las comparsas son un baile típico y tradicional de Tarata llegando a expandirse a las provincias de Candarave y Tacna, se caracteriza por el constante zapateo, a pesar que las mujeres llevan zapatos-taco, y la marca rápida de paso y desplazamiento y por los cánticos constantes con voz aguda. Cabe mencionar que existen dos tipos de vestimenta: La típica y de luces, debido a que cada pueblo es diferente, sin embargo la más común es el traje de luces, esta vestimenta es colorida y de tonos llamativos y encendidos.

El acompañamiento musical son quenas, guitarras, acordeones y hueros.

Fuente: OGD TUR Tacna

d. Artesanías y Arte

La artesanía tacneña se caracteriza por el uso del mate burilado, que retrata acciones diarias de sus ciudadanos.

También destacan los trabajos hechos en madera.

Cuadro 13: Líneas Artesanales

LÍNEAS ARTESANALES	
Línea Artesanal de Trabajos en Textiles	
1. TEXTILES	<p>Tejidos de punto</p> <p>Comprende los artículos tejidos a mano o máquina manual de hilados la lana, alpaca, algodón o fibra sintética como: chompas, pulóver, chalecos, vestidos, faldas, ponchos, escarpines, chullos, bufandas, bolsas de mano y monederos</p>

		de varios tamaños, ruanas capas chales.
	Tejidos planos	Tejidos en telares manuales de pelo fino de animal, algodón y otras fibras naturales tales como: telas, frazadas, fajas o chumpis, cintas, mantas o mantones, colchas.
	Bordados	Tela decorada a mano bordada o arpillera, ropa de mesa que incluye manteles, servilletas, tapetes e individuales tejidos a mano o hecho con aguja de crochet generalmente bordados, insignias, condecoraciones o emblemas bordados a mano.
	Galería fotográfica	
		

2. FIBRA Y VEGETALES	Línea Artesanal de Trabajos en Fibra Vegetal	
	Cestería	Esteras, pisos, cestos, canastos, paneras.
	Decorativos y Utilitarios	Cuadros, flores, porta lapiceros, móviles, fruteros, individuales.


3. CERÁMICA	Línea Artesanal de Trabajos en Cerámica	
	Decorativos y utilitarios	Reproducciones precolombinas, móviles, pitos, vasijas, iglesias, juguetes, platos matrimoniales, sellos, floreros, alpacas, huacos, recipientes, tinajas, maceteros, candeleros, candelabros, lamparines, cuadros, esculturas, artículos para uso doméstico, vajillas, platos, tazas, casitas de Tacna.
	Galería fotográfica	
		


4. ARTÍCULOS DE	Línea Artesanal de Artículos de Piedra	
	Figuras, polveras cruces, ceniceros, piedras tallas para joyas, cofres, escultura, adornos, llaveros, animalitos, mesas.	

5. ORFEBRERÍA Y JOYERÍA, ORO Y PLATA	Línea Artesanal de Orfebrería y Joyería, Oro y Plata	
	Trabajos en oro, plata, broches, dijes, sortijas, pulseras, anillos, semanarios, esclavas, medallas, medallones, prendedores, cadenas, gargantillas, collares, cruces, llaveros, gemelos, guardapelos, solaperos, alfileres, aretes.	

6. BISUTERÍA	Línea Artesanal de Bisutería	
	Comprende artículos elaborados con metales no preciosos, en cerámica, fibra vegetal, madera, cuero y otros como: ídolos, amuletos, dijes, animales, ceniceros, pulseras, brazaletes, puñeras, semanarios, anillos, sortijas, prendedores, broches, gargantillas, aretes, gemelos, cruces, llaveros.	

7. DESECHOS MARINOS	Línea Artesanal de Desechos Marinos	
	Adornos de escama de pescado, collares, cinturones de conchas, cortinas de escamas, lámparas, llaveros, flores.	

8. CUEROS Y PIELES	Línea Artesanal de Trabajos en Cueros y Pielés	
	Cuero Repujado	Muebles, azafates, cofres, portavasos, reposteros, papeleras. Cuero Pirograbado: Billeteras, monederos, bolsos, portavasos, maletas.
	Talabartería	Muebles: Muebles tallados tales como: sofá, bancas, bares rodantes, biombos, mesás, revisteros, repisas (muebles envejecidos)
	Galería fotográfica	
		

Línea Artesanal de Trabajos en Madera	
Tallados	Marcos, bases de lámparas, portarretratos, cuadros espejos, papeleras, cofres, tallados floreados, figuras decorativas, vírgenes, imágenes, nacimientos, animales tallados, baúles, retablos, masca muebles.
Galería fotográfica	
9. MADERA	

Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo

– Las artes visuales en Tacna

El hecho de que Tacna se encuentre en la cabecera del desierto de Atacama hace que lo convierta en un lugar poco atractivo para asentarse, por ello es que sirvió de tránsito para regiones más meridionales como Argentina. Hay que tener en cuenta que para que se desarrolle una cultura debe haber geográficamente una fuente de agua dulce como ríos o lagos, en este caso ni uno ni lo otro, solo encontramos el río Caplina, río de caudal humilde y escueto que se pierde antes de llegar al mar, asimismo está el río Sama y Locumba.

Las primeras poblaciones han sido estacionarias que usaban cavernas y refugios (abrigos), lo que motivó un arte elemental como el rupestre: pintura en cavernas, y mobiliario: piedras talladas a manera de puntas de lanza o cuchillos y otras figurillas menores.

Cuadro 14: Artes Visuales en Tacna

PINTURAS RUPESTRÉS DE TOQUEPALA	
	<p>Lo más antiguo que conocemos sobre el arte en Tacna son las pinturas rupestres de Toquepala (imagen superior) y otras repartidas en zonas andinas de nuestra región. En las cuevas de Toquepala se han encontrado imágenes de cazadores acorralando auquénidos y matándolos. Los colores usados son el rojo, amarillo, verde y negro, pigmentos de origen mineral mayormente. La antigüedad de las pinturas de Toquepala está entre los 8000 a 10000 años AC.</p>
LOS GRAFFITIS	
<p>Tampoco podemos dejar de lado el arte urbano que con los graffitis (grafitis) han colocado ante el juicio del transeúnte el pensamiento de los jóvenes entusiastas de rebeldía social, moral, ética con el fin de concientizar al público sobre determinado tema o simplemente el afán estético de plasmar y compartir sus sentimientos.</p>	

LOS MURALES

El arte mural es la pintura aplicada sobre los muros con diversas técnicas en la que se plasma un tema usando como recursos compositivos que por lo general son figurativos, la tendencia es realizar una composición descriptiva de un tema según la ubicación o intereses. En el Terminal Terrestre Manuel A. Odría de Tacna se encuentra un mural



artístico de unos siete metros de largo por cinco de alto y se extiende hacia el frente unos cinco metros más, es una fusión entre pintura, escultura y grabado, la finalidad acá meramente turística y describe algunos atractivos de Tacna.

Fuente: OGD TUR Tacna

e. Gastronomía

En Tacna se ha desarrollado en los últimos cinco años una nueva oferta gastronómica a un nivel de exquisitez y excelencia en la atención, posicionando a Tacna en el arte culinario dentro del Perú y el Mundo.

La gastronomía peruana es resultado de la fusión de varias culturas (china, árabe, africana, italiana, etc.) y sumada a la gran variedad de productos y especias nativas, dan como resultado la satisfacción de nuestros sentidos: desde nuestros ojos al hacer contacto con la presentación de los más suculentos platos, donde el olfato no resiste a sus

aromas, haciendo despertar una frenética reacción en nuestra boca.

Este placer culinario se disfruta degustando la exquisitez de la Comida Peruana en Tacna, el recuento de las mejores recetas de cada una de las Regiones del Perú; que representan para muchos: la capital gastronómica de Sudamérica y una de las cinco mejores del Mundo.

Cuadro 15: Gastronomía Tacneña. Platos Típicos

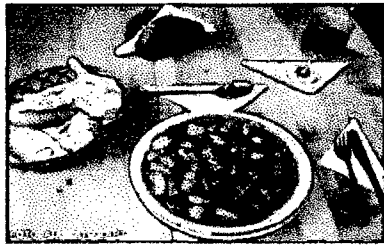
GASTRONOMIA TACNEÑA	
<p>La Gastronomía Tacneña data de la época de la colonia y se enlaza constantemente con la admirable historia de la ciudad sureña del Caplina. Los platos típicos heredados de la más pura tradición de esta región son exquisitos al paladar de los comensales de distintos lugares, dándole un prestigio y renombre culinario por las distintas zonas del Perú y del mundo. Parte de los deliciosos platos, tienen su arraigo milenario procedente de una gastronomía autóctona, con productos originarios de la zona como: la papa, el ají pañca, el maíz, el cuy, entre otros variados productos y esta demás decirlo, la gastronomía tacneña tiene al Perú en los ojos del mundo.</p>	
PLATOS TÍPICOS	
PICANTE A LA TACNEÑA: símbolo de Tacna	<p>Descripción: Comida típica de la gastronomía de Tacna, cuyo origen data posiblemente al inicio de la República. Se cocina a leña, para preservar su esencia. Se acompaña del pan marraqueta, y se "asienta" con un vino de chacra tacneño.</p>
	
ARROZ CON PATO	
<p>Descripción: El Arroz con Pato se inspira de las paellas españolas que vinieron con las damas europeas y que fueron mestizando las comidas con los recursos de estas tierras y la nostalgia de su patria lejana.</p>	



FOTO: AUGUSTO CARTY

En esta preparación se combinan el delicioso pato con las especias y hierbas españolas, así como con el ají de estas tierras, para lograr uno de nuestros mejores platos.

CORDERO A LA PARRILLA



FOTO: AUGUSTO CARTY

Descripción: A través de la historia de la humanidad las ovejas han participado en la vida del hombre, ofreciendo su vida en sacrificios religiosos y su carne y lana para el subsistir diario. Se le atribuye el origen del queso a la leche ordeñada de una oveja y almacenada en el estómago de un cordero, y el consumo de su carne se fue

incrementando en la medida en que el pastoreo de los rebaños no exigía tierras muy fértiles.

ADOBO TACNEÑO



FOTO: AUGUSTO CARTY

Descripción: Los adobos aparecen con el fin de poder conservar la carne durante más tiempo, algo que en la antigüedad era bastante complicado. Esto influye mucho en la productividad de la carne, al poder conservarse durante más tiempo se puede producir más cantidad.

Plato típico de nuestra región sur, especialmente de Arequipa y Tacna para que salga bien hay que poner cuidado en la maceración de la carne, que debe durar varias horas. Carne de chancho sancochada y frita en paila de barro y utilizando leña. Se sirve acompañado con papas, camotes.

CHICHARRÓN DE CERDO



FOTO: AUGUSTO CARTY


Descripción: Es un manjar que se obtiene del cerdo después de derretir la manteca. La palabra chicharrón se ha extendido a lo largo de todos los países hispanohablantes, para dar un significado a las diferentes formas de condimentarlo o de cocinarlo al rojo vivo.

CAZUELA DE AVE

Descripción: Es un plato típico de Tacna, cuya elaboración es con una presa de carne o de pollo, gallina más verduras variadas: zapallo, choclo, papa. A veces se le añade arroz.

Fuente: OGD TUR Tacna

Cuadro 16: Bebidas Típicas

EL VINO TACNEÑO	
	<p>Allá por el siglo XVI, desde ese tiempo nadie puede negar que en Tacna se produzcan una variedad de excelentes vinos. Como escribe Fredy Gambetta: "No se bebe vino en las cantinas, es una mala costumbre de extranjeros. La cantina se hizo para el infernal pisco o la turbia cerveza. El vino en Tacna se bebe a la luz del día o bajo el fulgor de estrellas. El vino es un personaje que en las chacras puede uno palmotearle cariñosamente el hombro".</p> <p>En la provincia de Tacna, los mejores productores están en Pachía, Calana, Pocollay, Magollo y Cinto Locumba.</p>

Fuente: OGD TUR Tacna

CATEGORÍA IV: REALIZACIONES TÉCNICAS, CIENTÍFICAS, ARTÍSTICA CONTEMPORÁNEAS

En esta categoría se consideran aspectos relacionados a manifestaciones que conforman obras de carácter actual y que demuestran el proceso de su cultura, civilización y tecnología, presentando características singulares y relevantes de interés turístico, en consecuencia su estructura es como sigue:

Cuadro 17: Realizaciones Técnicas, Científicas, Artística Contemporáneas

N°	NOMBRE DEL RECURSO	CATEG.	TIPO	SUB TIPO	DISTRITO	PROV.
1	Andenería de Pampaoco	Realizaciones Técnicas Científicas o artísticas Contemporáneas	Explotaciones Agropecuarias y Pesqueras	Agricultura	Camilaca	Candarave
2	Centrales Hidroeléctricas o artísticas o Contemporáneas		Centros Científicos y técnicos	Centrales Hidroeléctricas	Curibaya	
3	Tacalaya Cocha		Explotaciones Agropecuarias y Pesqueras	Piscigranjas	Camilaca	
4	Bodega San Antonio	Realizaciones Técnicas Científicas o artísticas Contemporáneas	Explotación Industrial	Bodegas	Locumba	Jorge Basadre
5	la Bodeguilla		Explotación Industrial	Bodegas	Ilabaya	
6	La Hacienda Grande		Explotación Industrial	Bodegas	Locumba	
7	Bosque Municipal	Realizaciones Técnicas Científicas o artísticas Contemporáneas	Centros Científicos y técnicos	Zoológicos, Viveros, y Jardines botánicos	Tacna	Tacna
8	El Faro Boca del Rio			Otros Faro	Tacna	
9	Represa Paucarani			Represas	Palca	
10	Túnel del Rio Uchusuma			Túneles	Palca	

Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo

CATEGORÍA V: ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS

Esta categoría comprende a todos los eventos organizados, por las empresas o instituciones, los mismos que se desarrollan en eventos actuales de características tradicionales que

puedan atraer a los turistas en calidad de espectadores o participantes, en consecuencia es como sigue:

Cuadro 18: Acontecimientos Programados

Nº	NOMBRE DEL RECURSO	CATEG.	TIPO	SUB TIPO	DISTRITO	PROV.
1	Fiesta Patronal de la Virgen de la Asunción de Curibaya	Acontecimientos Programados	Fiestas	Fiestas Patronales	Curibaya	Candarave
2	Santísima Cruz de la Victoria		Fiestas	Fiestas Patronales	Candarave	
3	Festividad de la Virgen de las Mercedes		Fiestas	Fiestas Patronales	Candarave	
4	Virgen de la Natividad de Quilahuani		Fiestas	Fiestas Patronales	Quilahuani	
5	Festividad del Señor de Locumba	Acontecimientos Programados	fiestas Patronales	Fiestas Tradicionales	Locumba	Jorge Basadre
6	Año Nuevo en Boca del Río	Acontecimientos Programados	Otro	Fiestas Tradicionales	Tacna	Tacna
7	Carnaval de Antaño		fiestas	Carnavales	Tacna	

Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo

– Destinos Turísticos de Tacna

Un destino turístico lugar o área geográfica que tiene como objetivo el turista. Cuenta por lo menos con un centro turístico, atractivos de distintas jerarquías, una planta turística que la soporta, accesibilidad y servicios, con límites de naturaleza física, política y de percepción por parte del mercado.

Requisitos que debe tener **un Destino Turístico Exitoso**.

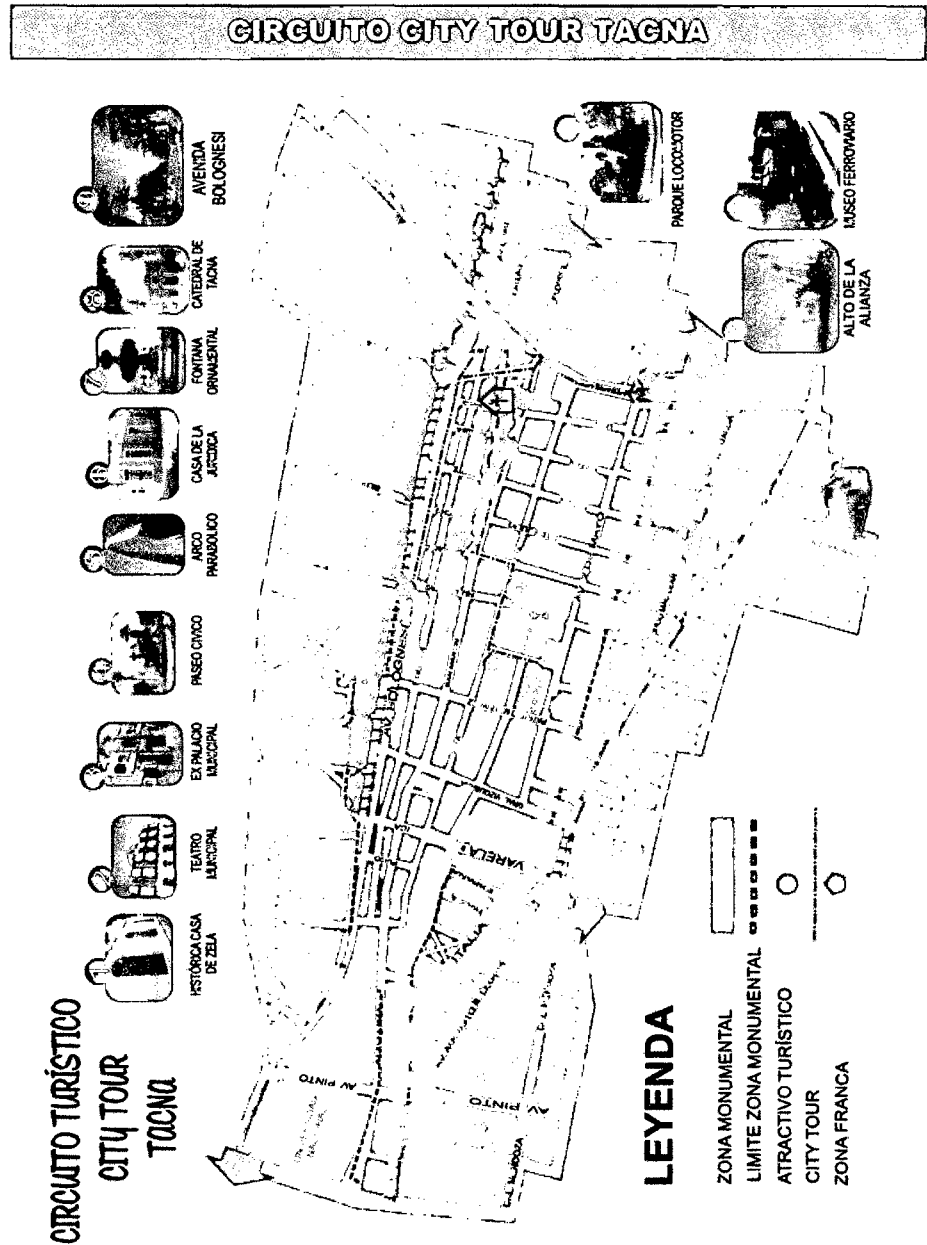
- ✓ Medio ambiente agradable
- ✓ Buenas comunicaciones
- ✓ Atractivos naturales, arquitectónicos o culturales
- ✓ Amabilidad exquisita
- ✓ Promoción conjunta
- ✓ Buen clima
- ✓ Seguridad
- ✓ Oferta extra hotelera, equilibrada y coherente
- ✓ Arquitectura adaptada al entorno
- ✓ Información accesible y atractiva a eventos que se celebran
- ✓ Conocimiento básico de idiomas de los visitantes
- ✓ Buena relación entre calidad, atractivos y precio competitivo.
- ✓ Atractivos turísticos de distinta jerarquía
- ✓ Planta turística
- ✓ Accesibilidad
- ✓ Creatividad (propuestas)

1. CIRCUITO CITY TOUR TACNA

La heroica y encantadora ciudad de Tacna ofrece una variedad de atractivos históricos culturales que lo introducirán al Perú a través de su riqueza cultural y de su amor e identificación con la patria.

- 1) Histórica Casa Zela
- 2) Teatro Municipal
- 3) Ex Palacio Municipal
- 4) Paseo Cívico
- 5) Arco Parabólico
- 6) Casa Jurídica
- 7) Fontana Ornamental
- 8) Catedral de Tacna
- 9) Avenida Bolognesi
- 10) Parque Locomotor
- 11) Museo Ferroviario
- 12) Alto de la Alianza

Gráfico 38: Circuito City Tour Tacna



Fuente: OGD TUR Tacna

2. CIRCUITO VALLE VIEJO - MICULLA

El campo de petroglifos de Miculla, tiene un área aprox. de 20 km². Se ubican en la zona de la quebrada seca de Palca, que llega desde la cordillera para abrirse en dirección a los cálidos parajes ribereños del río Caplina y del imponente cerro Wawapas, que domina Miculla.

- 1) Iglesia Virgen de las Mercedes
- 2) Plaza de Pocollay
- 3) Museo de Sitio Las Peñas
- 4) Campiña de Pocollay
- 5) Producción Vitivinícola
- 6) Iglesia Virgen del Rosario - Calana
- 7) Iglesia de Pachía
- 8) Complejo Arqueológico de Miculla
- 9) Petroglifos de Miculla
- 10) Puente colgante Miculla
- 11) Baños Termomedicinales de Calientes

3. CIRCUITO LITORAL TACNA

El **litoral tacneño** ofrece al intrépido visitante, una alternativa de experiencias inolvidables a lo largo de un recorrido que engloba las maravillas naturales de un complejo ecosistema marino de playas, quebradas, islotes, roquedales y montañas y por supuesto la presencia de la flora y fauna existente en toda la **zona costera**.

- 1) Playa LLostay
- 2) Playa Boca del Río
- 3) Vila Vila
- 4) Punta Colorada
- 5) Loberas de Sama
- 6) Camino Inka
- 7) Islas Guaneras
- 8) Reloj Solar
- 9) Puerto Grau
- 10) Playa Meca
- 11) Humedales de Ite
- 12) Punta Picata

4. CIRCUITO ANDINO TACNA

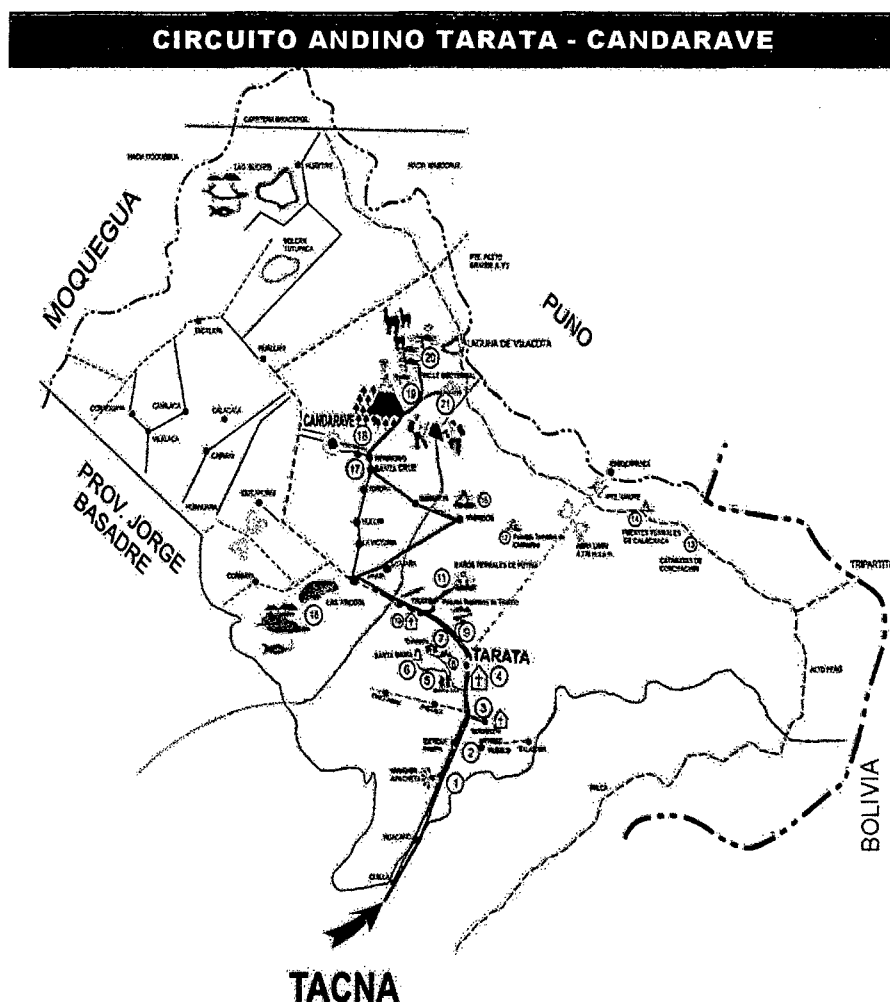
Tarata es un corredor turístico que cuenta con variados atractivos de interés. Entre ellos destaca el camino Inca Tarata - Ticaco, a lo largo del cual se hallan sitios arqueológicos de interés y bellos paisajes constituidos por las quebradas Chakawira y Ticalaco.

Es de notar en el circuito, el increíble paisaje cultural formado por la construcción, a lo largo de miles de años, de innumerables andenes pre-inkas.

- 1) Mirador de la apacheta
- 2) Estike pampa
- 3) Iglesia de Tarukachi
- 4) Tata Cura
- 5) Iglesia de Tarata
- 6) Camino Inka Tarata - Ticaco
- 7) Sitio arqueológico santa maría
- 8) Andenería del paisaje cultural de Tarata
- 9) Pinturas rupestres en reten de Tikalaco
- 10) Iglesia de Ticaco

- 11) Baños termales de Putina (en Ticaco)
- 12) Aguas termales de Chillikollpa
- 13) Caídas de agua e Iglesia Colonial de konchanchiri
- 14) Aguas termales de kalachaka
- 15) Aguas termales de Yabroko
- 16) Laguna de Ariqota
- 17) Centro poblado Santa Cruz
- 18) Bosque de Queñuales
- 19) Volcán Yukamani
- 20) Valle geotermal de aguas calientes
- 21) Aguas termales calientes

Gráfico 41: Circuito Andino Tarata - Candarave



Fuente: OGD TUR Tacna

B. COMPONENTE DERIVADO

La evolución de las necesidades y las aspiraciones del cliente en cuanto al componente derivado (servicio) demuestran que,

en ese campo, el cliente es cada vez más exigente. Sin embargo, dicha constatación es insuficiente en sí.

La percepción del servicio se da en la calidad, hecho que varía de uno a otro cliente y no es la misma para el comprador que para el proveedor. De modo general el servicio se ha convertido en un factor fundamental en la decisión de compra. Para ello hay varias razones. En todos los campos que a continuación serán citados.

CATEGORÍA I: ALOJAMIENTO

Es una institución de carácter público que ofrece al viajero turista alojamiento, alimentos y bebidas, así como entretenimiento, la cual opera con la finalidad de obtener utilidades.

Cuadro 19: Principales Establecimientos de Hospedaje,
2012

Clase	Categoría	Nombre comercial	Dirección	Dist.	Prov.
Hotel	Tres Estrellas	Camino Real Hotel	Av. San Martín 855	Tacna	Tacna
Hotel	Tres Estrellas	El Emperador	Av. San Martín 558	Tacna	Tacna
Hotel	Tres Estrellas	El Mesón	Calle Hipólito Unánue 175	Tacna	Tacna
Hotel	Tres Estrellas	Gran Hotel Tacna	Av. Bolognesi 300	Tacna	Tacna
Hotel	Tres Estrellas	Holiday Suites	Calle Alto de Lima 1472	Tacna	Tacna
Hotel	Tres Estrellas	Dorado Hotel	Calle Arias Araguez 153	Tacna	Tacna

Hotel	Dos Estrellas	Avenida	Av. Bolognesi 699	Tacna	Tacna
Hotel	Dos Estrellas	Gran Hotel Central	Av. San Martín 561	Tacna	Tacna
Hotel	Dos Estrellas	Copacabana	Calle Arias Araguez 370	Tacna	Tacna
Hotel	Dos Estrellas	Fortaleza	Calle Carlos Armando Laura 349	Tacna	Tacna
Hotel	Dos Estrellas	Jerusalén	Calle General Suarez 264	Tacna	Tacna
Hotel	Dos Estrellas	Maximo's	Calle Arias Araguez 281	Tacna	Tacna
Hotel	Dos Estrellas	Plaza Hotel	Av. San Martín 421	Tacna	Tacna
Hotel	Dos Estrellas	Premier	Av. Bolognesi 804	Tacna	Tacna
Hotel	Dos Estrellas	Royal Inn	Calle Patricio Melendez 574	Tacna	Tacna
Hotel	Dos Estrellas	Taurus	Calle J. Olaya 386- CPM Fco. Bolognesi	Tacna	Tacna
Hotel	Dos Estrellas	Fontes	Av. San Martín 957	Tacna	Tacna
Hotel	Dos Estrellas	Tacna Heroica	Av. Coronel Mendoza 1425 C	Tacna	Tacna
Hotel	Dos Estrellas	Corona Real	Av. Leguía 1065	Tacna	Tacna
Hotel	Dos Estrellas	Canova	Av. Vigil 237 - P.J. Miguel Grau	Tacna	Tacna
Hotel	Dos Estrellas	Super Star	Av. Pinto Mz. K Lte. 7 y 8 - Parque Industrial	Tacna	Tacna
Hotel	Dos Estrellas	Primavera Plaza	Psje. Carlos Armando Laura Mz. A Lte. 3 y 4 - Urb. Viacava	Tacna	Tacna
Hotel	Dos Estrellas	Takana Inn	Av. Coronel Mendoza 1337	Tacna	Tacna
Hotel	Dos Estrellas	Imperial	Urb. Los Viñedos De Grace Mz. A Lte. 5-B	Tacna	Tacna
Hotel	Dos Estrellas	Villa Coral	Calle Arias Araguez 324	Tacna	Tacna
Hotel	Una Estrella	Tony	Calle Hipólito Unanue 293	Tacna	Tacna
Hostal	Tres Estrellas	Santa María	Av. Leguía 455	Tacna	Tacna
Hostal	Tres Estrellas	La Posada del Cacique	Calle Arias Araguez 300 - 304	Tacna	Tacna
Hostal	Tres Estrellas	Confort	Av. Pinto 385	Tacna	Tacna
Hostal	Tres Estrellas	Hostal 21	Av. Leguía 340	Tacna	Tacna
Hostal	Tres Estrellas	Montana Suites	Calle Carlos Armando Laura 1190 - P.J. Vigil	Tacna	Tacna
Hostal	Tres Estrellas	Princess	Av. Albarracín 205	Tacna	Tacna

Clase	Categoría	Nombre comercial	Dirección	Dist.	Prov.
Hostal	Tres Estrellas	Risso	Av. Ejército 100	Tacna	Tacna
Hostal	Dos Estrellas	Hogar	Calle 28 de Julio 146	Tacna	Tacna
Hostal	Dos Estrellas	Los Limoneros	Calle Moquegua 242 - P.J. Fco. Bolognesi	Pocollay	Tacna
Hostal	Dos Estrellas	Tokyo	Av. Circunvalación Sur Oeste MZ. F - LT. 5 - P.J. Para Chico	Tacna	Tacna
Hostal	Dos Estrellas	Virrey	Calle Ayacucho 88	Tacna	Tacna
Hostal	Dos Estrellas	Sudamericana	Calle Hipólito Unánue Mz. C Lts. 41 - 43 - 45 - Centro Comercial el Triángulo	Tacna	Tacna
Hostal	Dos Estrellas	Excelso	Av. G. Pinto 222	Tacna	Tacna
Hostal	Dos Estrellas	El Tablón	Calle Principal Parcela 7 - CPM Augusto B. Leguía	Tacna	Tacna

Hostal	Dos Estrellas	Anturio	Calle 28 de Julio 194	Tacna	Tacna
Hostal	Dos Estrellas	Las Casuarinas	Av. Coronel Mendoza 1371	Tacna	Tacna
Hostal	Dos Estrellas	Pallardelli	Calle Pallardelli 105	Tacna	Tacna
Hostal	Dos Estrellas	J H	Av. Jorge Basadre G. N° 840 - Mza. N° Lte. 17 - Asoc. De Vivienda Ramón Copaja	Alto de la Alianza	Tacna
Hostal	Dos Estrellas	Aramis	Av. Leguía 1124	Tacna	Tacna
Hostal	Dos Estrellas	Don Reymundo	Calle Presbítero Andía 78 - A	Tacna	Tacna
Hostal	Dos Estrellas	Los Olivos	Av. Jorge Basadre 21	Tacna	Tacna
Hostal	Dos Estrellas	Terrazas	Av. Cuzco 58	Tacna	Tacna
Hostal	Dos Estrellas	Las Américas	28 de Julio 282	Tacna	Tacna
Hostal	Dos Estrellas	Gran Hostal Victoria	CC. El Triángulo Lt. 15 al 19 - 22 al 27 y 54	Tacna	Tacna
Hostal	Dos Estrellas	B & B	Calle Junin 36	Tacna	Tacna
Hostal	Dos Estrellas	Estrellita Dorada	Centro Comercial El Triángulo Mz. B Lte. 21-A	Tacna	Tacna
Hostal	Dos Estrellas	William's	Av. Jorge Basadre 1245	Tacna	Tacna
Hostal	Dos Estrellas	De Su Merced	Av. San Martín 864	Tacna	Tacna
Hostal	Una Estrella	Alcázar	Calle Bolívar 295	Tacna	Tacna
Hostal	Una Estrella	Inclán	Calle Inclán 171	Tacna	Tacna
Hostal	Una Estrella	Mister	Calle 15 de Agosto 1451 P.J La Esperanza	Alto de la Alianza	Tacna
Hostal	Una Estrella	Universo	Calle Zela 724	Tacna	Tacna
Hostal	Una Estrella	París	Av. Litoral Mz. A Lt. 4 - Para Chico	Tacna	Tacna
Hostal	Una Estrella	Copacabana	Asoc. Viv. Héroes del Cenepa Mz. 1 Lte. 36	Cml. Gregorio Albarracín	Tacna
Hostal	Una Estrella	La Colmena	Calle 5 de Enero 160 Mz. 14 Lt. 01 - P.J. La Esperanza	Alto de la Alianza	Tacna
Hostal	Una Estrella	El Parque	Asoc. Viv. Hijos de la Ciudad Heroica Mz. 50 Lte. 02	Cml. Gregorio Albarracín	Tacna

Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo

CATEGORÍA II: ALIMENTACIÓN

Complemento necesario y fundamental para la prestación de los servicios requeridos por el usuario turista, es si quiere, el cordón umbilical de la hotelería.

El aspecto alimentario no se puede dejar de lado, la necesidad biológica del hombre está basada en la satisfacción de la sed y el hambre.

Cuadro 20: Directorio de Principales Restaurantes, 2 012

Tipo de comida	Nombre comercial	Dirección	Categoría
Nacional - Internacional	Say Wa	Av. Pinto 1580	3 Tenedores
Internacional - Nacional	La Fonda del Cazador	Av. San Martín 855 - 7º Piso	3 Tenedores
Internacional - Nacional	Los Olivos	Av. Bolognesi 300	3 Tenedores
Internacional - Nacional	Dorado Tacna	Calle Arias Araguez 145 - 153 - 175	3 Tenedores
Internacional - Nacional	José Antonio	Calle Hipólito Unanue 175	3 Tenedores
Nacional Internacional	Tradiciones Peruanas	Villa Universitaria Mz. A-L -20 - Pocollay	3 Tenedores
Pescados y Mariscos	A Todo Vapor	Calle Alfonso Ugarte 419 - P.J. Vigil	2 Tenedores
Nacional - Tipica	Rancho San Antonio	Av. Crnl. Bustíos 298-A	2 Tenedores
Nacional - Tipica	El Cacique	Calle Rosa Ara 1903	2 Tenedores
Nacional - Internacional	Da Vinci	Av. San Martín 596 - Esq./ Arias Araguez 122	2 Tenedores
Nacional	Los Limoneros	Calle Moquegua 242 - Urb. Bolognesi - Pocollay	2 Tenedores
Nacional - Tipica	Tía María	Av. Industrial N° 1278 C.P. La Esperanza	1 Tenedor
Parrilla	A las Brasas	Calle Francisco Cornejo 912	No Categorizado
Costa	Bocadelli	Pasaje Vigil 68	No Categorizado
Cebichería	Camarón	Calle Arica 105	No Categorizado
Pollería	Chave	Av. Leguía 1095	No Categorizado
Costa	Comedor El Nuevo Libertador	Av. San Martín 705	No Categorizado
Cebichería	D' Leo	Calle Francisco Cornejo 815	No Categorizado
Pizzeria	Don Caruso	Av. San Martín 967	No Categorizado
Cebichería Norteña	El Manglar de Fidel	Calle Alto Lima 1385	No Categorizado
Costa Sierra	El Alamo	Km. 6.5 Santa Rita	No Categorizado
Cebichería	El Cebillano	Calle Frco. Cornejo 911 esq. Gil de Herrera	No Categorizado
Costa Sierra	El Conquistador	Av. San Martín 884	No Categorizado
Costa Sierra	El Fundo del	Av. Gregorio Albarracín	No Categorizado


	Abuelo	407	
Costa	El Huerto de Amelia	Km. 10 Piedra Blanca	No Categorizado
Costa Parrilla	El Patroncito	Km. 8.5 Piedra Blanca	No Categorizado
Pollería	El Pollo Real	Av. San Martín 983	No Categorizado
Pollería	El Pollón	Calle General Varela 475	No Categorizado
Cebichería	El Sabor Churre	Calle Gral. Suárez 120	No Categorizado
Pizzería	Il Vero Carusso	Av. San Martín 953	No Categorizado
Costa	Koyuki	Calle Bolívar 718	No Categorizado
Costa	La Casa del Picante	Av. San Martín 1001 /Esq. Calle Ica	No Categorizado
Parrilla	La Cava del Parrillero	Av. Pinto 40	No Categorizado
Serrana	La Escondida	Miller 1385 PJ La Esperanza	No Categorizado
Cebichería - Pollería	La Frontera	Calle Gral. Suárez Urb. Los Viñedos de Grace M-A Lte.5 B	No Categorizado
Parrilla	La Glorieta	Av. Circunvalación Sur 905	No Categorizado
Costa Parrilla	La Huerta	Av. Francisco A. De Zela 1327	No Categorizado
Costa	La Olla de Barro	Calle Billingurth 951	No Categorizado
Costa	La Terraza	Calle Federico Barreto 265	No Categorizado
Cebichería Pizzería	Mar Adentro	Av. Pinto 28	No Categorizado
Pizzería	Pizzería Quick Presto	Av. Bolognesi 462 esquina con Calle Apurímac	No Categorizado
Costa Sierra	Pocollay de Antaño	Av. Circunvalación Lte A-2 Capanique	No Categorizado
Pollería	Pollo Pechugón	Av. Bolognesi 372	No Categorizado
Cebichería	Puerto Viejo	Av. Vigil 1638 P.J. Miguel Grau	No Categorizado
Costa Sierra	Saber Sabor	Av. Bolognesi 2088	No Categorizado
Costa	Sabor y Pasión	Calle Tacna 288	No Categorizado
Nacional	San Vicente	Av. Bolognesi 1721	No Categorizado
China	Say Wa	Av. Pinto 1580	No Categorizado
Nacional Internacional	Syrah	Calle Billingurth 1081	No Categorizado
Costa Sierra	Tacna Mía	Calle General Varela 343	No Categorizado
Cebichería	Un Limón	Av. San Martín 843	No Categorizado
Costa Sierra	Uros	Av. San Martín 608	No Categorizado
Nacional	Uros	Av. Leguía 1105	No Categorizado
Nacional Internacional	Zeit	Calle Deustua 150	No Categorizado

Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo

CATEGORÍA III: ESPARCIMIENTO



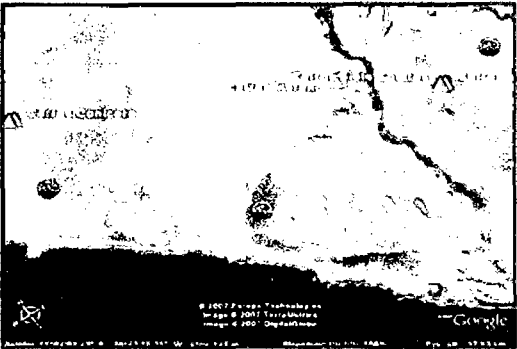
Es la acción y efecto que se produce en el trato que reciben los turistas al buscar diversión, recreo y desahogo, por las actividades activas que realizan a causa del tiempo que las ocupaciones dejan libre en el turista, ya sea en el medio ambiente natural, urbano, o rural, actividades que se traducen en caminatas excursiones, deportes y diversión.

Cuadro 21: Ciclismo de montaña

MOUNTAIN BIKE CICLISMO DE MONTAÑA
<p>Conocido mundialmente por el nombre de Mountain Biking, es el deporte de aventura de mayor crecimiento en el país. Sus miles de adeptos recorren hoy en día con sus ligeras bicicletas cuanta quebrada y camino de herradura existe a lo largo de nuestra geografía.</p> <p>Casi cualquier rincón del territorio peruano, con excepción del desierto costero y la llanura amazónica, es apto para la práctica de la bicicleta de montaña. Sin embargo, en función de su dificultad y requerimientos logísticos, los circuitos pueden ser agrupados en tres grandes categorías:</p> <p>(A) considerada apta para principiantes, comprende rutas de suave pendiente y terreno duro y compacto;</p> <p>(B) para ciclistas con cierta experiencia, incluye circuitos que se desarrollan sobre zonas de pendiente moderada y conllevan un nivel de riesgo para quienes los practican; y, (C) reservada para los expertos, caracterizada por terrenos de gran pendiente y suelos sumamente "deleznables o de consistencia blanda (conlleva un alto nivel de riesgo y, a menudo, supone alcanzar grandes altitudes).</p>
 <p>FOTO: AUGUSTO CARTY</p>

	<p>Cicloturismo</p> <p>Es la práctica del ciclismo sin ánimo competitivo (aunque suele haber una parte denominada "tramo libre" en la que se compite por la victoria, suelen ser pocos Km de competición), usando la bicicleta como medio de ejercicio físico, diversión, transporte o turístico.</p>
	<p>Cross Country(XC), (Campo a través)</p> <p>Modalidad usual del ciclismo de montaña. Dependiendo de la forma de la competición podemos tener marathon, cuando se trata de realizar una etapa desde un punto hasta otro; o bien rally, cuando la carrera se disputa en un circuito cerrado. Las bicicletas suelen llevar suspensión delantera solamente. Es un manejo relajado, no implica mayores riesgos, no se realizan bajadas que necesitan de una técnica avanzada de manejo.</p>
	<p>All Mountain (Toda Montaña)</p> <p>Modalidad en la cual se recorre todo tipo de terreno, tanto subidas y bajadas con bastante grado de dificultad, también se realizan pequeños saltos. Se utilizan suspensiones de 120 mm de recorrido preferentemente.</p>
	<p>Downhill, (Descenso)</p> <p>Modalidad en la cual se compite en una pista totalmente en bajada. Las bicicletas llevan suspensión delantera y trasera además de frenos de disco, neumáticos de mayor anchura y protectores de platos. Además de esto, destacan por ser más pesadas que las corrientes, por lo que es posible adquirir mayor velocidad en los descensos. Los ciclistas llevan además casco y protecciones especiales en caso de caídas.</p>
<p>Fuente: OGD TUR Tacna</p>	

Cuadro 22: Rutas para ciclismo de montaña

RUTAS EN TACNA PARA CICLISMO DE MONTAÑA	
LITORAL	
La Mina:	
	<p>Boca del Río – Mina – Trocha a Tomasiri – Boca del Río. Distancia: 25 Km, aproximadamente. Categoría: C Modalidad: All Mountain.</p>
Desert Foxes:	
	<p>Boca del Río – Mina – Trocha a Sama – Boca del Río. Distancia: 30 Km, aproximadamente. Categoría: C Modalidad: All Mountain.</p>
La Sufridora:	
	<p>Boca del Río – Mina – Trocha a Sama – Playa Mesa – Boca del Río. Distancia: 50 Km, aproximadamente. Categoría: C, buen físico indispensable. Modalidad: All Mountain.</p>
Sama Challenge:	
<p>Boca del Río – Trocha a Tomasiri – Panamericana Sur – Sama - Control Aduana – Boca del Río.</p>	



Distancia: 95 Km,
aproximadamente. Excelente
estado Físico
Categoría: C
Modalidad: All Mountain.

VALLE VIEJO

Tacna – Pachia:



Tacna – Calana – Pachia –
Calana – Tacna.
Distancia: 30 Km,
aproximadamente.
Categoría: A
Modalidad: All Mountain.

Tacna – Calientes:



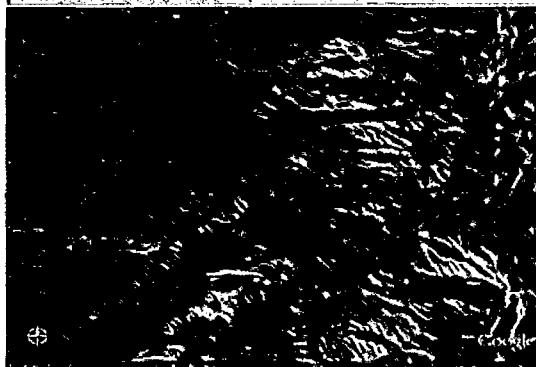
Tacna – Calana – Pachia –
Calientes – Tacna.
Distancia: 50 Km,
aproximadamente.
Categoría: B
Modalidad: All Mountain.

Pachia – Chuschuco:



Pachia – Calientes –
Chuschuco - Pachia.
Distancia: 35 Km,
aproximadamente.
Categoría: C
Modalidad: All Mountain.

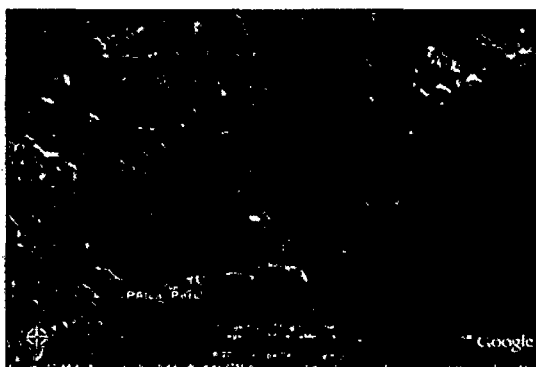
Calientes – Higerani:



Calientes – Chuscuco –
Higerani - Calientes.
Distancia: 38 Km,
aproximadamente.
Categoría: C
Modalidad: All Mountain.

ZONA ALTO ANDINA

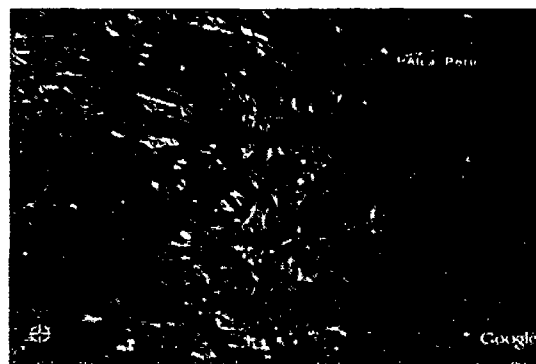
Palca – Caplina:



Palca – Ataspaca – Caplina -
Palca.
Distancia: 56 Km,
aproximadamente.
Categoría: B, Buen físico
indispensable.
Modalidad: Cross Country.
Palca: 2,953 m.s.n.m
Ataspaca: 3,700 m.s.n.m
Caplina: 3,452 m.s.n.m
La parte más alta es de 3,900

m.s.n.m antes del descenso a Caplina.

Palca – Desvio de Vila Vilani – Calientes:



Palca – Desvio de Vila Vilani
– Higerani – Chuscuco -
Calientes.
Distancia: 56 Km,
aproximadamente.
Categoría: C, Buen físico
indispensable.
Modalidad: All Mountain.

CIRCUITOS DE DOWNHILL

Intiorko:



Cripta de los Héroes –
Asociación Ramón Copaja.
Distancia: 1.2 km,
aproximadamente.
Categoría: C, Buen físico y
alto nivel Técnico
indispensable.
Modalidad: Down Hill.

Z de Calana:



Calana (detrás del
cementerio)
Distancia: 1.0 km,
aproximadamente.
Categoría: C, Buen físico y
alto nivel Técnico
indispensable.
Modalidad: Down Hill.

Fuente: OGD TUR Tacna

A. Clubes nocturnos y/o discotecas en la ciudad de Tacna

Cuadro 23: Clubes nocturnos y discotecas en Tacna

Nº	NOMBRE COMERCIAL	DIRECCIÓN
1	Discoteca Perla Negra	Avenida Jorge Basadre Grohmann Nro. 153
2	Discoteca Korekenke	Avenida San Martín Nro. 841
3	Discoteca Red & Black	Avenida Leguía Nro. 1407
4	Damasco Pub	Pasaje Libertad Nro. 54
5	Jethro pub	Calle Arias y Aragüez Nro. 129
6	Karaoke Disco Pub "Obsesión"	Esq. Deustua con Zela
7	Karaoke Disco Pub "Tentaciones"	Avenida Bolognesi Nro. 629
8	Barba Roja	Calle Zela Nro 515, al frente del museo Zela

9	Bar Cerveza Artesanal "Münchner"	Calle Arias Aragües Nro. 142
10	Bocatto Da Cardinale (Show Bar Café)	Avenida San Martín Nro. 637
11	Cats Disco	Avenida Basadre y Forero Nro 41B
12	Daju Boulevard Disco	Avenida Manuel A. Odría Nro 500
13	Delirios	Avenida Leguía Nro 1124
14	Días Felices (Bar)	Avenida Zela Nro. 812
15	Discoteca "Habana"	Avenida Leguía Nro. 1407
16	Euro Bar	Calle arias Aragües Nro. 219
17	Ibiza	Calle Hipólito Unanse Nro. 1020 (frente a radio Nacional)
18	Jazu	Calle Arias Aragües Nro. 156.
19	Jethro's Pup	Calle Arias Aragües Nro. 129.
20	Karu Discotec	Avenida Leguía Nro. 1513.
21	Km. 0	Calle Arias Aragües Nro. 124.
22	Leonardo's Bar	Avenida San Martín Nro. 596 2do piso.
23	Mandarina Lounge	Avenida San Martín Nro. 654 2do piso.
24	Point	Avenida Leguía Nro. 1531.
25	Pub Taberna "El Jijuna"	Calle Bolívar Nro. 289.
26	Pup El Tablon	Pasaje Libertad Nro. 83.
27	Pup Karaoke "Latino's"	Avenida Bolognesi Nro. 629.
28	RestoBar "Alfilo"	Calle Arias Aragües Nro. 135.
29	Rock and Roll	Avenida San Martín Nro. 556. / Calle Patricio Meléndez

Fuente: Dirección de Comercio Exterior y Turismo

A. Casinos

Cuadro 24: Casinos en la ciudad de Tacna

N°	NOMBRE COMERCIAL	EMPRESA	DIRECCION	N° APROX. DE MAQUINAS
1	CASINO LUXOR	INTERSTATE GAMING DEL PERU S.A	AV. SAN MARTIN 568	140
2	CASINO DAMASCO	MAXUS S.A.C	AV. SAN MARTIN 597	358
3	CASINO SALA TACNA	ALPAMAYO INVERSIONES S.A.C	CALLE SAN MARTIN 549 - 557	268
4	CASINO ISLA DEL TESORO	ANDEAN SLOTS S.A.C	AV. SAN MARTIN N° 680	171

5	CASINO VILLA FORTUNA	NEGOCIACIONES E INVERSIONES DORAL S.A.C	CL. SAN MARTIN 736 Y ZELA 741	129
6	CASINO PALACIO ROYAL		Av. SAN MARTÍN 773	127

Fuente: Dirección de Comercio Exterior y Turismo

B. Cines y Teatros en Tacna

Cuadro 25: Cines y Teatros en la ciudad de Tacna

TEATRO MUNICIPAL DE TACNA	
	<p>Construido en 1870, el Teatro Municipal de Tacna es considerado como uno de los mejores de la costa del Pacífico en su momento. Consta de dos pisos y tiene una fachada hecha íntegramente de piedra de cantería.</p> <p>En este recinto se podrá apreciar lienzos con estilo barroco en el techo y una gran cantidad de pinturas hechas a</p>
<p>ilustres ciudadanos tacneños. El teatro cuenta con un elenco de jóvenes actores que realizan diversos eventos culturales dirigidos al público.</p>	
CINEPLANET TACNA	
	

Fuente: Dirección de Comercio Exterior y Turismo – Tacna.

CATEGORÍA IV: OTROS SERVICIOS

Tomándose en cuenta que la actividad turística por su característica y peculiaridad está comprendido como otros servicios: las empresas intermediarias y productoras de servicios que demanda el usuario turista.

A. Agencia de Turismo y Viajes

Cuadro 26: Agencias de Turismo y viajes en Tacna

N°	Nombre Comercial	Dirección	Clasificación
1	Grupo Caminos del Sol	Calle Bolívar N° 422 - B	Operador de Turismo
2	Tacna Travel Internacional	Av. San Martín N° 746, Ofic. 4 y 5	Operador de Turismo
3	Viajes Lafayette	Calle Apurímac N° 107	Operador de Turismo
4	American Adventures	Calle Zela N° 657- Oficina 111	Operador de Turismo
5	Pegasus Travel	Av. Bolognesi N° 1006	Operador de Turismo
6	Geranio Tours	Av. San Martín N° 421 - Oficina "G"	Operador de Turismo
7	Inka's Travel	Av. San Martín N° 259 - Oficina 301 B, 3er. Piso	Operador de Turismo
8	Business Travel	Calle Alto de Lima N°1480	Minorista
9	Toursecore	Av. San Martín 654-Int. 102	Minorista
10	Zesal Internacional	Av. Hipólito Unánue S/N, C-4, 2do. piso Terminal Terrestre Internacional.	Operador de Turismo
11	Caminos del Sur	Av. Hipólito Unánue S/N D-1, 2do piso Terminal Terrestre Internacional.	Minorista
12	Samatours	Av. San Martín N° 824 - Oficina 2, 2do. Piso	Operador de Turismo
13	Vivitour	Av. Hipólito Unanue S/N Terminal Terrestre Internacional Cabina A-2	Operador de Turismo
14	Latín América Travels	Av. San Martín 649- Int. 210-2do.piso.	Operador de Turismo

15	Suri Travels	Av. Bolognesi N° 739 Galerías "El Rey", Int. 202.	Operador de Turismo
16	Viajes y Vacaciones	Av. San Martín N° 606	Operador de Turismo
17	Megavacaciones	Calle Apurímac N° 277	Operador de Turismo
18	LAN Perú	Calle Apurímac N° 101	Operador de Turismo
19	Cusco Tours	Calle Zela 747 - Oficina 107	Operador de Turismo
20	Sky Tour Perú	Av. Bolognesi N° 238	Minorista

Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo

B. Transporte Turístico

El medio de transporte que cuenta actualmente con mayor demanda es el terrestre, demanda tanto intra departamental como extra departamental, mientras que el transporte aéreo, que es el segundo en demanda permite sólo una interconexión extra departamental con las ciudades de Lima y Arequipa en orden de importancia.

El transporte férreo entre Tacna y Arica, tal como se mencionó anteriormente, tuvo un gran auge durante la época republicana, pero lamentablemente se vio estancado por la destrucción del Puente Chacalluta y reducciones en los gastos de mantenimiento hasta la paralización de la estación ferroviaria, volviendo a operar a partir del segundo trimestre del año 2005.

⊕ **Transporte Aéreo:** Actualmente se cuenta con un promedio de 10 vuelos semanales de Tacna-Arequipa-Lima, viceversa, a través de dos líneas aéreas. Se espera que a mediano plazo se incremente la frecuencia de vuelos de carga y pasajeros con el desarrollo de la actividad comercial y económica.

Cuadro 27: Características de los aeropuertos y pistas de aterrizaje

Nombre y localización	Dimensión de Pista	Tipo De Pista	Tipo de Avión Máximo Permisible	Frecuencia de Vuelos	Otras Características
A. Aeropuerto Internacional "Coronel FAP Carlos Odría Santa Rosa" Carretera Tacna Arica (Panamericana)	2,500 m x 45 m	Asfaltada 2100 m.	Boing 727 DC - 8	03 vuelos comerciales por día	Mantenimiento Preventivo Anual.

Fuente: CORPAC S.A.

⊕ **Transporte Carretero:** El Departamento de Tacna cuenta con una Red Vial de 1 994,4 Km de los cuales 603,2 km (30,2%) pertenecen a la Red Nacional, 465,0 km. (23,3%) a la Red Departamental y 926,3 km (46,5%) a la Red Vecinal.

Cuadro 28: Red Vial por tipo de red y superficie de rodadura

Tipo de red	Total Km	Tipo de superficie de rodadura			
		Asfaltado	Afirmado	Sin afirmar	Trocha carrozable
Nacional	603,18	343,20	112,70	100,50	46,70
Departamental	465,00	10,60	90,80	262,40	101,20
Vecinal	926,30	44,00	88,50	172,00	621,80
Total	1 994,39	397,80	292,00	534,90	769,70

Fuente: Plan Vial Departamental de Tacna – Gobierno Regional de Tacna. 2005

La infraestructura vial es el medio más importante en la actividad económica del departamento, especialmente a través de la Carretera Panamericana como el eje de integración regional, articulando longitudinalmente los departamentos de Tacna, Moquegua y Arequipa con los principales mercados costeros y resto del país.

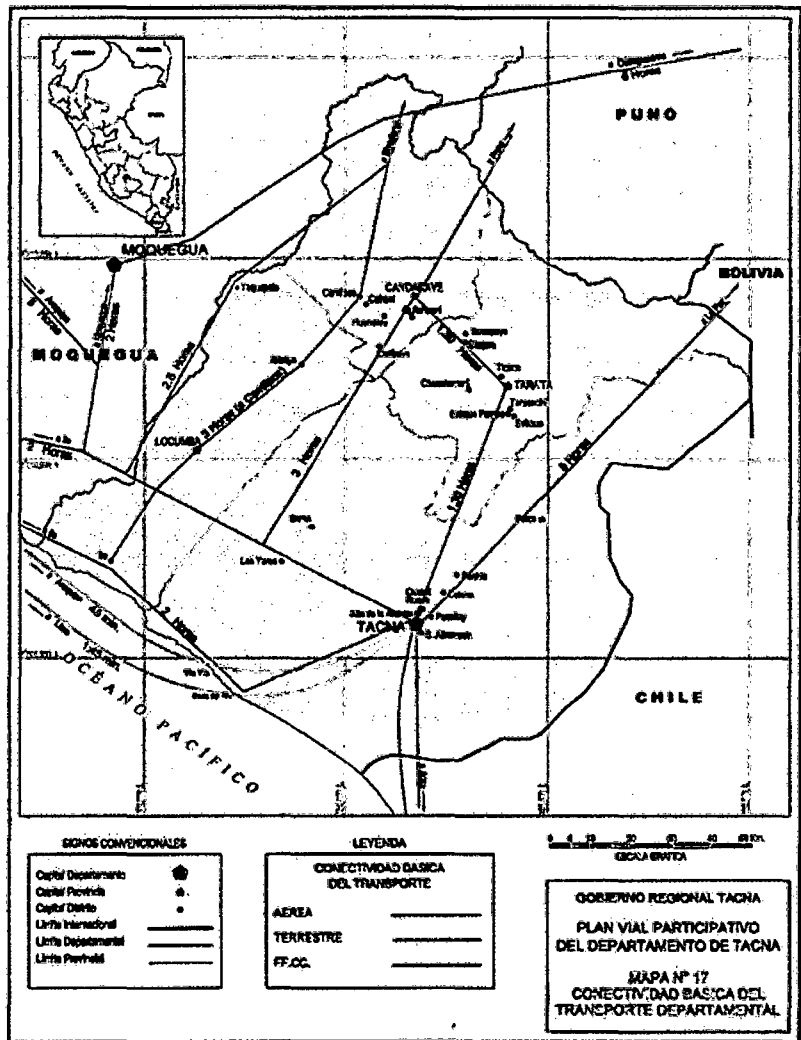
La red vial del departamento cuenta con cuatro rutas nacionales de las cuales tenemos la ruta 01S (Panamericana) y la ruta 01SA (Costanera) que articulan al eje costero de la región y las rutas de penetración 036 (Tacna – Tarata – Mazocruz) 0 40 (Tacna – Collpa) con el espacio andino.

La carretera Tacna – Tarata – Mazocruz permite acceder a la carretera Binacional Ilo – Desaguadero – La Paz. La Carretera Costanera permite articular directamente la ciudad y puerto de Ilo con las ciudades de Camaná y Matarani por el norte y la ciudad de Tacna por el sur.

⊕ **Transporte Marítimo:** Tacna, no cuenta con puertos destinados para el transporte de carga o pasajeros. En el litoral costero se tienen principalmente caletas destinadas a la explotación de recursos destinados al consumo doméstico, siendo estos: la Caleta de Vila Vila y la Caleta de Puerto Grau.

⊕ **Transporte Ferroviario:** La vía ferroviaria Tacna – Arica, del 60,0 Km, es la segunda más antigua del Perú. La infraestructura y el servicio de esta vía fue transferida al Gobierno Regional de Tacna. Este servicio ha permitido el intercambio comercial y turístico entre las ciudades fronterizas de Tacna y Arica. Este medio de transporte ha tenido períodos de paralización toda vez que el transporte terrestre presentaba mejores condiciones de uso y por la falta de mantenimiento de la línea férrea, este servicio fue decayendo paulatinamente.

Gráfico 42: Conectividad Básica del transporte departamental



Fuente: Gobierno Regional de Tacna

**Cuadro 29: Principales Agencias de Transporte
Terrestre, 2 011**

Nombre comercial	Domicilio
Expreso Cruz del Sur S.A.	Terminal Terrestre Manuel A. Odría - Módulo 16 - 17
Empresa de Transportes Flores Hermanos	Avenida Saucini - Lt. 6 y 7. Terminal Privado
Transportes Civa S.A.	Terminal Terrestre Manuel A. Odría - Módulo 8 - 9 - 18
Expreso Internacional Ormeño S.A.	Terminal Terrestre Manuel A. Odría - Módulo 22 - 23
Tepsa S.A.	Terminal Terrestre Manuel A. Odría

Fuente: ODEI - Tacna

Cuadro 30: Empresas de Radio Taxi, 2 011

Nombre comercial	Domicilio
Radio Taxi Pavill	Calle los Libertadores N° 112-Q Lte-S P.J. Jose de San Martin
Radio Taxi Torval	Calle General Varela N° 397
Radio Taxi El Bosque	Carretera Tacna - Pichia km 8,5 Piedra Blanca
Radio Taxi El Terminal	Av. Hipólito Unzué SN
Radio Taxi El Patroncito	Calle km 8,5 Anexo Piedra Blanca
Radio Taxi 114	Calle Macagras N° 242 Int. 401 C.P.M. Bolognesi

Fuente: ODEI - Tacna

Gráfico 43: Agencia de Transporte Turístico

BUSTOUR TACNA



BUSTOUR
The best way to see TACNA

La mejor forma de conocer Tacna !!

A través de este vehículo, turistas visitantes y la población en general puede visitar los diferentes lugares del valle viejo de Tacna y la zona monumental del centro de la ciudad.

Permitirá diversificar la oferta turística en Tacna y sobre todo mostrar a Tacna desde otra perspectiva ya que cuenta con guía bilingüe y además permite hacer un recorrido distinto a lo que hace un taxi.

El BUSTOUR se adecua a los precios permitidos en el mercado local y planea convertirse en una buena alternativa de turismo en la temporada de verano.

Durante las dos horas de viaje, por el corredor del valle viejo, se podrá conocer la campiña y los distritos de Pachía Calana y Pocollay

El bus fue iniciativa coordinada entre la DIRCETUR y la empresa privada que apostaron de alguna manera en fortalecer el turismo que es necesaria en la región y nos va permitir diversificar la oferta y también posicionar a Tacna a nivel de otras ciudades que cuentan con estos servicios de buses panorámicos.

Fuente: OGD TUR Tacna

C. Información Turística

El Perú cuenta con un sistema de información y asistencia para viajeros brindado por PromPerú. El servicio se llama iPerú.

¿Qué es iPerú?

iPerú: Información y Asistencia al Turista, es un servicio gratuito que ofrece:

- Información turística oficial sobre atractivos, rutas, destinos y empresas que brindan servicios turísticos.
- Orientación y asesoramiento cuando los servicios turísticos contratados no fueron brindados de acuerdo a lo ofrecido por los operadores, brindando a los usuarios el canal idóneo para hacer llegar sus consultas e insatisfacciones.

Oficinas de iPerú en Tacna

- Plaza Principal

Dirección: Av. San Martín N° 491 (Ex Palacio Municipal)

- Aeropuerto Carlos Ciriani Santa Rosa

Lugar: Sala de llegadas y Hall Principal

- Complejo Fronterizo Santa Rosa - Hito la Concordia

Lugar: Al costado de la Oficina de Migraciones

- Terminal Terrestre Manuel A. Odría – Servicio Inter.

Lugar: Calle Prolongación Hipólito Unanue s/n

D. Comercio Turístico

Cuadro 31: Mercadillo y centros comerciales en Tacna

MERCADILLOS Y CENTROS COMERCIALES
<p>Hacer turismo de compras es una buena razón para visitar Tacna, goza de las ventajas de una zona franca y oferta una gran cantidad de productos importados a bajo precio. Asimismo, como la ciudad es lugar de tránsito de muchos turistas, hay diversos centros comerciales con productos peruanos, como artesanías, ropa de vestir, calzados y joyería de oro y plata. Se encuentran principalmente en el centro de la ciudad y la avenida Coronel Mendoza.</p>
<ul style="list-style-type: none">○ CENTRO COMERCIAL CAJAMARCA Ubicado en la Avenida Coronel Mendoza comprendida entre la Av. Pinto y la Calle 2 de diciembre.○ CENTRO COMERCIAL CORONEL MENDOZA Ubicado en la Avenida Coronel Mendoza N° 1105.○ CENTRO COMERCIAL EL MORRO Ubicado en la Avenida Coronel Mendoza, Cuadra comprendida entre la Av. Pinto y la Calle 2 de diciembre○ CENTRO COMERCIAL FEDERICO BARRETO Ubicado en la Avenida Coronel Mendoza, comprendida entre la Av. Pinto y la

- Calle 2de diciembre.
- CENTRO COMERCIAL LUIS BANCHERO/PEREZ GAMBOA
Situado en la Avenida coronel Mendoza, comprendida en la Av. Pinto y la Calle 2 de diciembre.
 - CENTRO COMERCIAL MANUEL A. ODRIA/CRISTINA VILDOSO/MICAELA BASTIDAS
Ubicado en la intersección de Prolongación Patricio Meléndez y la Av. Circunvalación Norte.
 - CENTRO COMERCIAL POLVOS ROSADOS
Ubicado en la Av. Gustavo Pinto, intersección con la Av. Industrial y la Av. Circunvalación Norte
 - CENTRO COMERCIAL TUPAC AMARU I
Ubicado en la Av. Coronel Mendoza N° 1275
 - GALERIA COMERCIAL "PACIFICO"
Av. Coronel Mendoza Nro. 1221
 - GALERIAS CORONEL MENDOZA
Ubicado en la esquina de Av. Coronel Mendoza con la calle 2 de diciembre.
 - MERCADILLO 28 DE JULIO
Ubicado en la Av. Gustavo Pinto N° 2123
 - MERCADILLO BOLOGNESI
Ubicado en la Avenida Coronel Mendoza
Ofrece: Computadoras, Partes y Piezas de Computadoras, Ropa, Licor, Juguetes, Electrodomésticos, Artículos Deportivos, Zapatos, Zapatillas
 - FERIA COMERCIAL CAPLINA
Ubicado en la Av. Bolognesi (altura del Mercado Central)

Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo

E. Dotación para congresos y convenciones

Por su ubicación estratégica, Tacna mantiene la atracción de los países fronterizos (Chile, Bolivia y Argentina), debido a su proximidad inmediata y su calidad de valle pequeño pero fértil; que le ha llevado a consolidar dos tipos de eventos culturales: Los eventos de Congregación y lo Eventos FERIALES.

Por otro lado, estos, no cuentan con la capacidad ni equipamiento necesario para realizar un evento de gran envergadura.

Cuadro 32: Oferta de locales en materia de convenciones en la ciudad de Tacna

Oferta de locales en materia de convenciones a nivel ciudad	
Auditorio Municipal	Su capacidad es de 400 participantes; regentado por empresa municipal, ubicado en el casco central de la ciudad; pero, no tiene buena acústica.
Auditorio de los Colegios Profesionales	Con capacidad promedio de 180 participantes; regentados por cada colegiatura, según donde se ubique; pero estos son demasiado pequeños y en algunos casos, son espacios adaptados.
Auditorios de la Instituciones Públicas.	Los de Registros Públicos, CTAR y Ministerio de Agricultura cuya capacidad es de 250 participantes; no brindan calidad acústica, ni capacidad para consolidarse como auditorios propiamente dichos.
Auditorios Universitarios	Su capacidad es de 350 participantes son los que mejor conservan su acústica y funcionalidad debido al buen estado en que se mantienen.



Fuente: Huashualdo Huanacuni Freddy Javier. Tesis "Centro de Convenciones Multifuncional en la Ciudad Tacna"

También tenemos el Buró de Convenciones de Tacna, el mismo que fue creado por iniciativa de la OGD TUR Tacna, ya que nuestra ubicación geográfica en frontera nos permite tener acceso a los países de Chile, Bolivia y norte de Argentina, además el gran movimiento Comercial y Turístico de Tacna, ha permitido el crecimiento y modernización de la ciudad, el mismo que ha sido

impulsado por la Zona Franca de Tacna, esta plataforma comercial y turística ofrece inmejorables beneficios tributarios, aduaneros y logísticos, que favorecen la distribución y producción de mercancías, lo que posiciona a Tacna como una ciudad atractiva para hacer Convenciones y Eventos de carácter Nacionales e Internacionales.

Cuadro 33: Infraestructura de soporte para congresos y convenciones

INFRAESTRUCTURA DE SOPORTE	
PARQUE PERÚ	
Con más de 20 hectáreas, estacionamiento para más de 600 vehículos, Salón de convenciones para 1200 personas con lo último en tecnología, patio de comidas con 32 stands para restaurantes y 600 comensales, donde se podrá disfrutar lo mejor de la gastronomía Peruana, Zona espectáculos con una capacidad de 20000 personas, etc.	
	
ZOFRA TACNA	
Estacionamiento para más de 250 vehículos, Salón de convenciones para 500 personas, patio de comidas donde se podrá disfrutar lo mejor de la gastronomía Peruana.	
	

MUSEO MUNICIPAL DE ITE	
Salón de convenciones para 200 personas, patio de comidas.	
	
Es importante nombrar también los auditorios de las Universidad Privada (300 pax), Colegio Médico (500 pax) y Miculla (600 pax), entre otros.	
	

CENTRO DE CONVENCIONES JORGE BASADRE GROHMANN	
	Es el Centro de Convenciones más grande y de mejor ubicación de la Ciudad de Tacna, puesto que se encuentra a tan sólo una cuadra del Centro Cívico de la Ciudad, frente a la "Plaza Juan Pablo II, el Papa de las Américas".

Fuente: OGD TUR Tacna

4.1.4 Análisis de las Exportaciones en la Región Tacna

a) Análisis de los Sectores Económicos

- **Sector Agrícola.**- La base productiva agrícola, donde se encuentran los principales productos de exportación no tradicional de Tacna se concentra en pocos productos. La

producción 2 008/2 011 de los diez principales productos ha sido la siguiente:

Cuadro 34: Producción de Principales Productos Agrícolas

Producción de principales productos agrícolas				
Producto	2008	2009	2010	2011
Aji	11263	13202	11333	8143
Ajo	552	342	213	487
Cebolla	27151	21689	29574	22809
Aceltuna	73602	4619	44670	54748
Orégano	5223	5674	5534	5508
Papa	9934	8361	8036	6504
Pimiento Párika	1286	1089	1015	953
Tomate	4287	3958	3169	4971
Uva	5237	5914	5952	6591
Zapallo	2394	2575	2123	3567

Fuente: Dirección Regional de Agricultura - Tacna

– **Producción Pesquera.-** Los productos hidrobiológicos de mayor importancia son el perico, jurel, caballa, diamante, tiburón, liza, lorna, pejerrey, choros, jaivas, tolina y pulpo. En promedio, el 80% se destina al consumo interno en estado fresco/refrigerado.

Cuadro 35: Desembarque de Productos Hidrobiológicos

Desembarque de Productos Hidrobiológicos (tm)				
Producto	2008	2009	2010	2011
FRESCO	5617.3	5749.8	6041.8	5349.66
-Pescado	4916.5	5443.2	5537	2633.03
-Mariscos	700.8	306.5	504.77	2715.21
CONGELADO	549	---	138	---
ENLATADO	---	---	---	---
CURADO	---	2	3.9	27.58
TOTAL(TM)	6166.6	5751.8	6183.7	5377.24

Fuente: Dirección Regional de Producción Tacna

La transformación o procesamiento de los recursos pesqueros en los rubros: enlatado, congelado y seco-salado (curado), está destinada casi en su totalidad al mercado externo.

Cuadro 36: Desembarque de Productos Hidrobiológicos.

Por rubros

Desembarque de Productos Hidrobiológicos (tm)		
RUBROS / AÑO	2010	2011
Enlatado	1325.79	204.65
Congelado	5096.63	6476.77
Refrigerado	0.86	10.33
Curado	520.55	167.8
TOTAL (TM)	6943.83	6859.55

Fuente: Dirección Regional de Producción Tacna

Tacna, actualmente cuenta con siete establecimientos industriales pesqueros dedicados principalmente al procesamiento de mariscos en los rubros de: enlatado, congelado, y curado, cuya producción en un 90% es destinada a los mercados de Japón, China, España, EEUU, entre otros.

– **Industria Manufacturera.**- La producción industrial es incipiente y está orientada básicamente a la fabricación de Bienes de Consumo (62,44%), Bienes Intermedios (8,13%) y

Bienes de Capital (18,46%), los que se destinan principalmente al mercado interno.

El sector industrial para el año 2 011 registró 1 880 empresas, que son básicamente MYPES, mostrando un incremento de 92% con relación al año 2 003.

Cuadro 37: Estructura Industrial Manufacturera 2 011


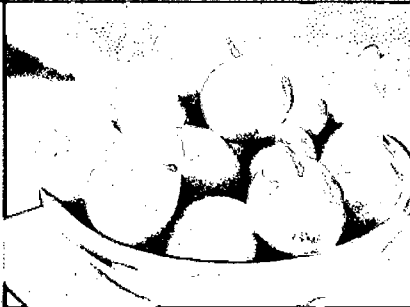
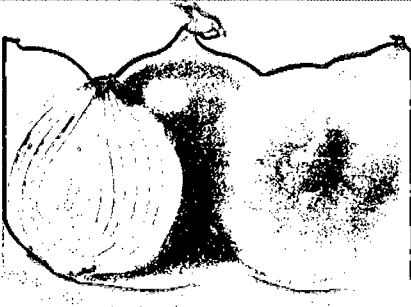



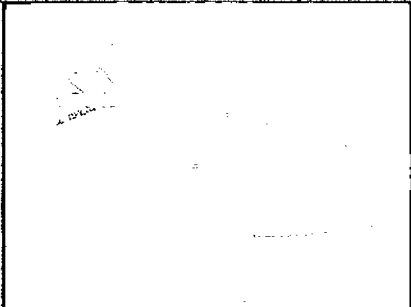

Estructura Industrial Manufacturera 2011						
Nº	SECTOR	MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA	MEDIANA Y GRANDE EMPRESAS	TOTAL EMPRESAS	%
		M.P.E.	P.E.P.E.	M.G.E.		
1	Manufactura de Madera y papeles	540	0	0	540	28.72
2	Agroindustria	336	13	2	351	18.67
3	Textil	310	0	0	310	16.49
4	Metal-Mecánica	277	2	0	279	14.84
5	Edición e impresión	212	0	0	212	11.26
6	Otras Industrias manufactureras	68	0	0	68	3.62
7	Minería no metálica	46	1	1	48	2.55
8	Pesca	25	2	1	28	1.49
9	Químicos	20	0	0	20	1.06
10	Piel y cueros	15	2	0	17	0.9
11	Joyas y artículos conexos	7	0	0	7	0.37
	Total empresas	1856	20	4	1880	100


Fuente: Dirección Regional de Producción Tacna

b) Principales productos de la Región de Tacna

Los principales productos más comercializados de la región son:

Cuadro 38: Principales Productos de la Región Tacna


PRINCIPALES PRODUCTOS DE LA REGIÓN TACNA	
Hongos secos 	Aceitunas Rellenas 
Cebolla roja 	Pota 
Aji Paprika 	Orégano 
Huevera de pescado 	Sandía 

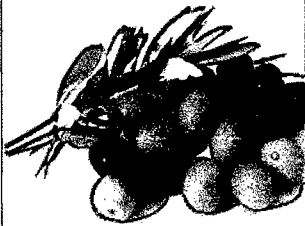


Uva	
	

Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo

c) Principales cultivos Agroexportables

Cuadro 39: Principales Cultivos Agroexportables de la Región Tacna



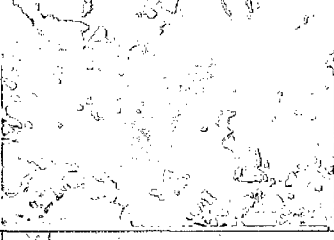
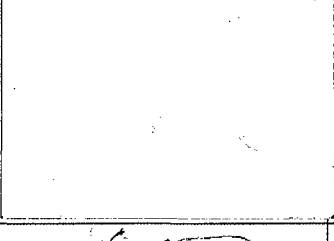

PRINCIPALES CULTIVOS AGROEXPORTABLES	
	<p style="text-align: center;">Orégano</p> <p>El término orégano significa "alegría de la montaña". Vegetal de intenso sabor y aroma, de color verde pardusco y hojas ovaladas e inflorescencias densas. Con una longitud de 0.5 a 1.5 cm. Sus plantaciones están en los valles interandinos de las provincias de Tarata y Candarave, produciendo un volumen promedio equivalente al 62% de la oferta nacional.</p> <p>El aceite esencial es un derivado del orégano, utilizado como constituyente de especialidades farmacéuticas para desinfección de locales públicos, aplicación tópica y aromatizante de alimentos y perfumería. En el 2010 se exportaron más de 4,600 TM de orégano seco.</p>

	<p style="text-align: center;">Aceituna</p> <p>El fruto del olivo es la aceituna que se ha usado de forma tradicional como aceituna de mesa para su consumo directo o también para la obtención de aceite.</p> <p>En el Perú, la región Tacna produce el 70% de aceitunas del total nacional, debido a sus selectas condiciones geológicas, teniendo grandes perspectivas para el desarrollo en agroindustria. Durante el año 2010 se logró exportar más de 22,800 TM de aceituna en salmuera.</p> <p>La aceituna de mesa es un alimento con alto valor nutricional por su equilibrado contenido graso, su consumo aporta ácidos grasos esenciales, fibra, vitaminas y minerales. Se constituye como un ingrediente más de nuestra gastronomía que la convierte en uno de los alimentos más populares de nuestro Perú. Se recomienda a los adultos sanos, consumir unos 25 gr. De aceituna de mesa al día (7 aceitunas).</p>
	<p style="text-align: center;">Aceite de oliva</p> <p>Nuestro aceite de olivo se puede distinguir de otras regiones del mundo por su alta calidad. Su contenido se encuentra principalmente en la pulpa, y el porcentaje de aceite en el fruto oscila entre 20% a 30%; poseyendo propiedades medicinales y nutritivas.</p>
	<p style="text-align: center;">Vid</p> <p>La vid (uva) es un fruto de magnificas propiedad, este fruto se ha industrializado para la obtención del famoso "pisco".</p> <p>El Pisco es el aguardiente de uva peruana, obtenido de la destilación de los caldos frescos de la fermentación exclusiva del mosto de una (jugo de uva), siguiendo las prácticas tradicionales establecidas en las zonas productoras de pisco como Tacna y los Valles de Locumba, Sama y Caplina. Tuvo su origen en la época de la colonia en el Virreynato del Perú. Tacna presenta un clima muy adecuado para la producción de vid.</p>

Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – Tacna.

d) Principales Cultivos de Exportación

Cuadro 40: Principales Cultivos de Exportación

PRINCIPALES CULTIVOS DE EXPORTACIÓN	
Crémano	 <p>Zona de producción: Palca, Tarata, Candarave y Jorge Basadre. Volumen de Producción: 5,534 TM. Área Cultivada: 1,305 Ha. Época de Cosecha: Abril-Mayo/Octubre- Noviembre (02 Cortes al Año). Rendimiento: 4,241 Kg./Ha./Año. Presentación: Deshidratado, Flor y Molido.</p>
Acchituna	 <p>Zona de producción: Magollo, Yarada, Los Palos, Sama e Inclán. Volumen de Producción: 44,670 TM Área Cultivada: 6,602 Ha. Época de Cosecha: Marzo-Abril Rendimiento: 6,766 Kg./Ha. Presentación: Salmuera, Rellenas y Rodajas.</p>
Uva	 <p>Zona de producción: Magollo, Tacna, Pocollay y Calana. Volumen de Producción: 5,952 TM Área Cultivada: 531 Ha. Época de Cosecha: Diciembre-Abril Rendimiento: 11,200 Kg./Ha. Presentación: Cajas de Madera y Cartón</p>
Aji Amarillo	 <p>Zona de producción: Yarada, Los Palos, Sama, Inclán, Ite, Locumba e Ilabaya. Volumen de Producción: 11,333 TM Área Cultivada: 1,261 Ha. Época de Cosecha: Enero-Junio Rendimiento: 9,000 Kg./Ha. Presentación: Deshidratado y Molido.</p>
Cebolla Roja	 <p>Zona de producción: Sama, Inclán, Ite, Locumba e Ilabaya. Volumen de Producción: 28,574 TM Área Cultivada: 948 Ha. Época de Cosecha: Enero-Agosto Rendimiento: 30,141 Kg./Ha. Presentación: Mallas, Cajas de Cartón</p>

Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – Tacna.

e) Exportaciones de Tacna por Partida Arancelaria

Las exportaciones de Tacna superaron los 32 millones de dólares en valor FOB el 2 011.

Cuadro 41: Exportaciones de Tacna por partida arancelaria

EXPORTACIONES DE TACNA POR PARTIDA ARANCELARIA						
Partida A.	Descripción	P. Neto Tr.	Valor FOB US\$ - Tacna	Porcentaje Valor FOB Tacna	Valor FOB Nacional (US\$)	Porcentaje Valor FOB Nacional
2005700000	ACEITUNAS PREPARADAS O CONSERVADAS	6810,71	10 544 356,70	32,52%	22 763 347,00	46,32%
1211903000	ORÉGANO (ORIGANUM VULGARE)	3065,29	7 490 196,69	23,10%	11 406 863,00	65,66%
0711200000	ACEITUNAS CONSERVADAS PROVISIONALMENTE	6792,19	4 588 734,35	14,15%	5 023 347,00	91,35%
0307490000	JIBIAS (SEPIA OFFICINALIS, ROSSIA, POTA)	2252,94	3 650 213,65	11,26%	230 647 892,00	1,58%
0303800000	HIGADOS, HUEVAS Y LECHAS, CONGELADOS	208,90	1 710 447,00	5,27%	11 587 071,00	14,43%
0305630000	ANCHOAS (ENGRAULIS SPP), SALADO SIN SECAR	110,17	696 673,63	2,15%	6 712 640,00	10,38%
6108210000	BRAGAS DE PUNTO DE ALGODÓN PARA MUJER	0	687 895,89	2,12%	4 260 714,00	16,15%
0307590000	PULPOS (OCTOPUS SPP) CONGELADOS	79,20	432 238,00	1,33%	8 752 267,00	4,94%
0807110000	SANDÍAS FRESCAS	2329,42	221 542,95	0,68%	2 254 840,00	9,83%
6217100000	DEMÁS COMPLEMENTOS DE VESTIR	0	202 438,05	0,62%	790 584,00	25,61%
0712310000	HONGOS DEL GÉNERO AGARICUS SECOS	20,80	193 660,00	0,60%	247 260,00	78,32%
1509100000	ACEITE DE OLIVA VIRGEN	47,96	166 083,00	0,51%	329 466,00	50,41%
2603000000	MINERALES DE COBRE Y SUS CONCENTRADOS	5013,18	128 246,25	0,40%	7 796 655 140,00	27,00%
0302110000	TRUCHAS (SALMO TRUTTA, ONCORHYNCHUS)	10,90	120,46	0,18%	120 741,00	10,00%
0307911000	ERIZOS DE MAR VIVOS, FRESCOS O REFRIG.	8,78	109,14	0,16%	109 141,00	10,00%
0305690000	DEMÁS PESCADO SALADO SIN SECAR NI AHU	23,20	115 663,60	0,36%	186 476,00	62,03%
0904201030	PÁPRIKA (CAPSICUM ANNUUM, L.) TRITURADA	58,60	107 982,86	0,33%	24 025 360,00	0,45%
1902190000	DEMÁS PASTAS ALIMENTICIAS SIN COCER	154,63	98 355,92	0,30%	48 465 866,00	0,20%
1008901900	QUINUA (CHENOPODIUM QUINOA)	33,64	89 273,50	0,28%	23 913 663,00	0,37%
1605901000	PREPARACIONES Y CONSERVAS DE ALMEJAS	6,00	82 200,00	0,25%	4 681 918,00	1,76%
0708200000	FRIJOLES (FREJOLES, POROTOS, ALUBIAS)	875,27	79 928,00	0,25%	1 308 192,00	6,11%
0703100000	CEBOLLAS Y CHALOTES, FRESCO O REFRIG.	555,26	68 025,90	0,21%	42 886 317,00	0,16%
	OTROS		572 187,37	2,97%		
TOTAL			32 428 739,60	100%		

Fuente: SUNAT – Tacna.

Las aceitunas preparadas o conservadas lideraron las exportaciones el 2011 superando con US\$ 10,5 millones de dólares FOB que representa el 32,5% de las exportaciones regionales, que sumadas a las aceitunas conservadas provisionalmente se alcanzó los 15,1 millones, representando el 46% y 91% de las exportaciones nacionales respectivamente.

El orégano alcanzó los US\$ 7,5 millones que significa el 23,1% de las exportaciones de la región y el 66% de las exportaciones nacionales. Las jibias (*sepia officinalis*, *rossia*), han pasado a ser el cuarto producto de exportación de Tacna con más de 3,6 millones de dólares FOB el 2011. Es importante el crecimiento de las exportaciones de hígados, huevas y lechas congelados tuvo un acumulado de 1 710 447 dólares; y anchoas saladas el acumulado de 696 673.63 dólares que representó el 14,43% y 10,38% de las exportaciones nacionales respectivamente.

f) Principales Mercados de Destino de las Exportaciones de Tacna.

Brasil fue el principal comprador con 14 millones de dólares americanos lo que representa el 43,54% del total de exportaciones de la región Tacna, seguido por Chile con el 26%, España con el 10,95% y Japón con el 6,07%; es decir, el 86,6% de las exportaciones no tradicionales de Tacna se concentran en los cuatro primeros países; que algunos son de América Latina, Oriente y Comunidad Europea. Lo que nos plantea la necesidad de diversificar, ampliar nuevos mercados destino.

Por lo tanto, las exportaciones de la Región de Tacna estarían representadas por el 75% de mercados Latinos y sólo el 25% del mercado Europeo y Oriente del mercado mundial.

**Cuadro 42: Principales Países de Destino de las
Exportaciones de Tacna – 2 011**

PAIS	VALOR EN US\$	PORCENTAJE DEL TOTAL
Brasil	14 076 206,88	43,54%
Chile	8 423 831,33	26,06%
España	3 540 411,08	10,95%
Japón	1 963 633,29	6,07%
Italia	1 097 833,60	3,40%
Venezuela	853 991,70	2,64%
Francia	474 110,00	1,47%
Uruguay	449 408,00	1,39%
China	447 210,00	1,38%
Rep. de Korea	397 560,00	1,23%
Colombia	201 468,00	0,62%
Singapur	82 200,00	0,25%
Ecuador	78 815,00	0,24%
Alemania	76 838,40	0,24%
Argentina	64 600,00	0,20%
Bolivia	61 260,92	0,19%
Australia	37 346,40	0,12%
	32 326 724,60	100,00%

Fuente: SUNAT

– **Análisis de las Exportaciones al mercado Brasileiro**

Brasil es el gran comprador de las aceitunas de Tacna, que representó más de 8 millones de dólares americanos en el 2 011, con el 63% del total de las exportaciones que se destinan al Brasil.

**Cuadro 43: Exportaciones al Mercado del Brasil–
2011**

Partida	Producto	Valor US\$	Porcentaje
2005700000	Aceitunas preparadas o conservadas	88 700,24	63,01%
1211903000	Orégano (origanumvulgare)	4 802 337,90	34,12%
7112000000	Aceituna conservada provisionalmente	873,18	0,62%
7123100000	Hongos del género agaricus, secos	790,50	0,56%
3074900000	Jibias (sepia officinalis, rossia, pota)	585,75	0,42%
	OTROS	1 789,02	1,27%
	TOTAL	14 076 206,88	100,00%



Fuente: SUNAT

El orégano es el segundo producto en orden de importancia exportado hacia Brasil con el 34%. También existe demanda de hongos del género agáricus seco y jibias.

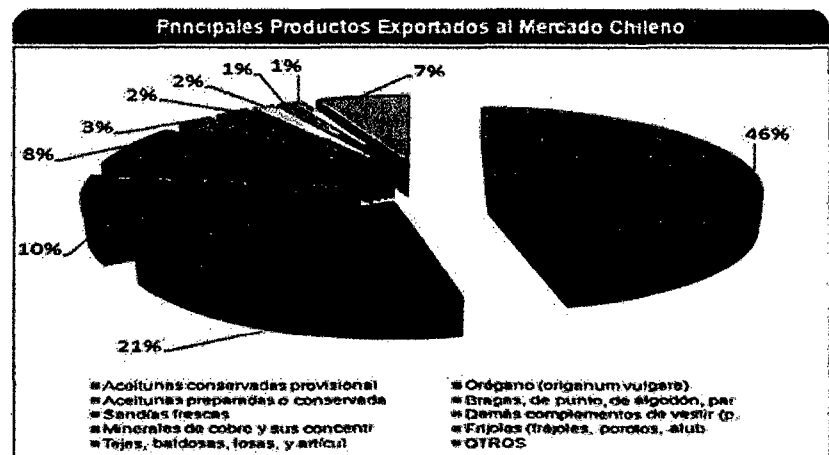
– **Análisis de las Exportaciones al mercado Chileno**

La demanda chilena es variada, el principal producto demandado es la aceituna conservada “provisionalmente” con 46,30% (cuya estrategia sería la reexportación con valor agregado) y aceitunas preparadas (10,20%), seguido del orégano con 20,57% y bragas de algodón (8,17%). Sin embargo, existe demanda de otros productos agrícolas que han comenzado a ingresar al mercado chileno los últimos años como cebollas, sandías, frijoles, entre otros.

Cuadro 44: Principales Productos Exportados a Chile

2 011

Partida	Producto	Valor US\$	Porcentaje
7112000000	Aceitunas conservadas provisionalmente	3 900 646,90	46,30%
1211903000	Orégano (origanumvulagre)	1 732 444,30	20,57%
2005700000	Aceitunas preparadas o conservadas	859 133,52	10,20%
6108210000	Bragas de punto de algodón (fem).	687 895,89	8,17%
8071100000	Sandías frescas	221 542,95	2,63%
6217100000	Complementos (accesorios) de vestir	202 438,05	2,40%
2603000000	Minerales de cobre y sus concentrados	128 246,25	1,52%
7082000000	Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías)	49 928,00	0,95%
6810190000	Tejas, baldosas, losas y similares	63 312,00	0,75%
	OTROS	548 243,57	6,51%
	TOTAL	8 423 831,3	100,00%



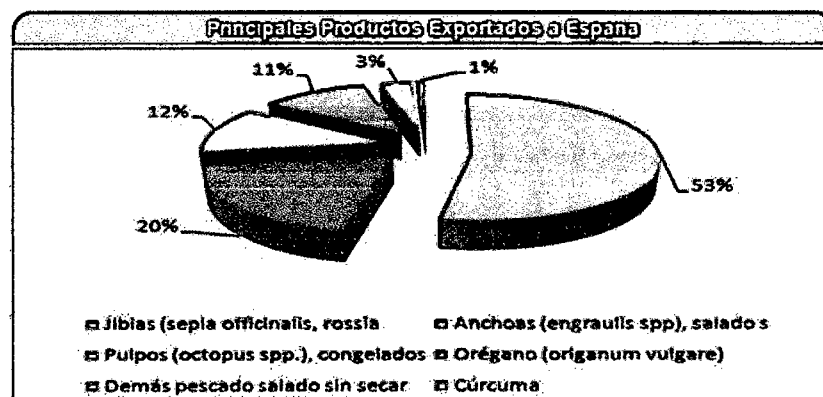
Fuente: SUNAT – Tacna.

Asimismo, en la cartera de productos exportados a Chile ha comenzado a aparecer una variedad de productos de confecciones tales como shorts, sostenes, suéteres, pantalones, entre otros.

- **Análisis de las Exportaciones al mercado de España**
 España, es el tercer país más importante de las exportaciones de Tacna, que en el año 2 011 adquirió productos por más de 3,5 millones de dólares americanos que representó el 10,95% de Tacna. Las Jibias con el 53,14% seguido de las anchoas con el 19,51%; pulpos y orégano con 11,94% y 11,23% respectivamente.

Cuadro 45: Principales Productos Exportados a España 2 011

Partida	Producto	Valor US\$	Porcentaje
3074900000	Jibias (<i>sepia officinalis</i> , <i>rossia</i>)	1 881 460,65	53,14%
3056300000	Anchoas (<i>engraulisspp</i>), salados sin secar	690 828,83	19,51%
3075900000	Pulpos (<i>octopuspp.</i>) congelados	422 838,00	11,94%
1211903000	Orégano (<i>origanumvulgare</i>)	397 720,00	11,23%
3056900000	Demás pescado salado sin secar	115 663,60	3,275%
9103000000	Cúrcuma	31 900,00	0,90%
	TOTAL	3 540 411,08	100,00%



Fuente: SUNAT – Tacna.

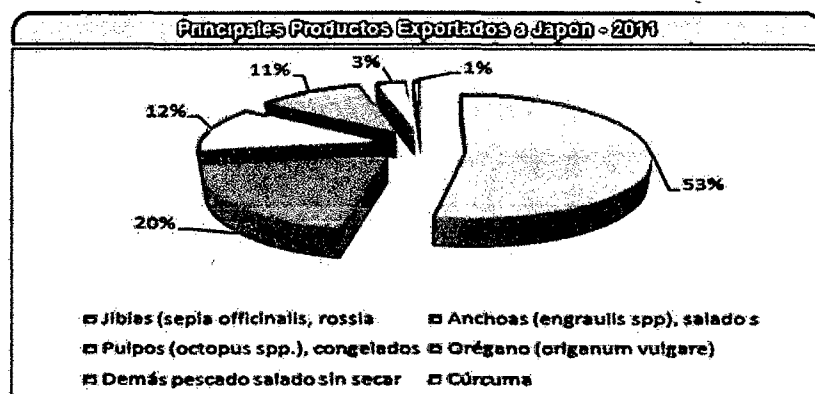
– **Análisis de las Exportaciones a Japón**

Japón se ha convertido en el cuarto mercado más importante de las exportaciones de Tacna con el 6,1% en el 2 011, siendo el principal producto exportado las Aceitunas preparadas o conservadas y Aceituna conservada provisional, ambas suman el 76,5% seguido

de orégano con el 19,4% y Hongos del género agaricus secos con el 2,81%.

Cuadro 46: Principales Productos Exportados a Japón – 2 011

Partida	Producto	Valor US\$	Porcentaje
3038000000	Aceitunas preparadas o conservadas	1 382 847,00	70,42%
3079110000	Orégano (origanumvulgare)	381 515,29	19,43%
3021100000	Aceituna conservada provisional	120 881,00	6,16%
3074900000	Hongos del género agaricus, secos	55 200,00	2,81%
1509100000	Jibias (sepia officinalis, rossia)	23 190,00	1,18%
	TOTAL	1 963 633,29	100,00%



Fuente: SUNAT – Tacna.

4.2 ORGANIZACIONES DE COORDINACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO.

4.2.1 Organizaciones Vinculadas al Comercio Exterior:

A. Cámara de Comercio, Industria y Producción:

Es una asociación gremial sin fines de lucro, fundada en 1884, reúne a grandes, medianas y pequeñas empresas, las cuales son representativas de los más relevantes sectores económicos de la región. En la actualidad la asociación gremial ha seguido muy de cerca la evolución de la región siendo testigos de las innumerables oportunidades que hoy tiene Tacna.

Visión: “Ser la institución representativa de la actividad comercial, productiva y de servicios de la Macro Región Sur, ofreciendo servicios oportunos y de alta calidad a sus asociados orientado a la globalización de los negocios, contribuyendo con el desarrollo del país”.

Misión: “La Cámara es el gremio representativo de la región con un gran número de asociados, desarrolla tareas de apoyo

constante para ellos, cualquiera que sea su actividad empresarial. Está íntimamente ligada con la problemática socio económica de la comunidad y contribuye con aportes para el desarrollo integral de la región Tacna”.

B. ADEX - Asociación de Exportadores

La Asociación de Exportadores ADEX, tiene como pilar fundamental, a través de sus Centros Académicos y de la propia labor gremial, el fomentar y difundir la cultura exportadora en todos sus aspectos, a nivel nacional, desde hace más de 32 años.

Visión: Ser el gremio empresarial líder de las exportaciones peruanas, principal referente técnico y político en la formulación de propuestas de desarrollo innovador y formador de especialistas de excelencia, contribuyendo al desarrollo nacional.

Misión: Contribuir a generar el desarrollo descentralizado y sostenible de las exportaciones peruanas, impulsando la innovación, competitividad e internacionalización de las empresas asociadas; promoviendo con especial énfasis la

generación de valor agregado, el desarrollo de competencias y capacidades profesionales y empresariales con responsabilidad social y ambiental.

C. PROMPYME - Centro de Promoción de la Pequeña y Micro Empresa

PROMPYME es la Comisión para la Promoción de la Pequeña y la Micro Empresa dependiente del Ministerio de Trabajo, y cuya labor consiste en promover a estas empresas, que cubren un 90% de la actividad empresarial que hay en nuestro país.

MISION

Servir de enlace para facilitar el encuentro comercial entre la demanda y la oferta de bienes y servicios de la Pequeña y Micro Empresa, a fin de contribuir a la ampliación y dinamización de sus mercados

D. PROINVERSION - Agencia de Promoción de la Inversión Privada para el Desarrollo de Inversiones del Perú

La Agencia de Promoción de la Inversión Privada - PROINVERSIÓN, ha sido creada con la finalidad de promover la inversión privada, nacional y extranjera, requerida para

impulsar la competitividad del país, su desarrollo sostenible y mejorar el bienestar de la población.

Asimismo, promueve la incorporación de la inversión privada en servicios y obras públicas de infraestructura, así como en activos, proyectos y empresas del Estado. De igual forma, preside la comisión para la negociación de los convenios internacionales de inversión.

Misión: Promover la inversión no dependiente del Estado Peruano a cargo de agentes bajo régimen privado, con el fin de impulsar la competitividad del Perú y su desarrollo sostenible para mejorar el bienestar de la población.

Visión: Ser una agencia reconocida por los inversionistas y por la población como un eficaz aliado estratégico para el desarrollo de inversiones en el Perú.

E. ZOFRATACNA

La Zona Franca de Tacna es la parte del territorio nacional perfectamente delimitada, en la que las mercancías que en ella se internen, se consideran como si no estuviesen en el territorio aduanero para efectos de los derechos e impuestos de

importación, bajo la presunción de extraterritorialidad aduanera, gozando de un régimen especial en materia tributaria y aduanera.

Visión: “Desarrollar una plataforma de servicios competitivos, que generen valor a los negocios de nuestros usuarios”.

Misión: “Ser el centro de oportunidades de negocios líder en América Latina generando ventajas competitivas a sus usuarios”.

4.2.2 Organizaciones Vinculados con el Turismo

A. PROMPERU - Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo

Es una entidad dependiente del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú. Tiene su sede en la ciudad de Lima. Es la entidad que integra a la Ex Comisión para la Promoción de Exportaciones (PROMPEX) y a la Ex Comisión de Promoción del Perú (PROMPERÚ) - previamente encargada de la promoción del turismo - de acuerdo al D.S. N° 003-2007-MINCETUR.

B. CENFOTUR - Centro de Formación en Turismo

Es un Organismo Público Técnico Especializado adscrito al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR, destinado a la formación, capacitación, especialización y certificación de los recursos humanos en el campo de la actividad turística.

C. CARETUR – Cámara Regional de Turismo

La CARETUR agrupa y representa al sector empresarial privado de la región vinculado con la actividad turística, hecho que la convierte en una de las organizaciones de la sociedad civil con mayor protagonismo en el acontecer regional.

Misión: Promover, mediante la gestión gremial, el desarrollo sostenible de la actividad turística en la región, a través, del desarrollo de nuestros asociados; apoyándolos, defendiendo sus interés y orientándolos hacia la obtención de las herramientas necesarias para mejorar su emprendimiento, mejoramiento que es indispensable para el desarrollo social, económico y cultural de la Región Tacna.

Visión: Afianzar su posición como gremio de gremios en la Región Tacna, siendo reconocida como la organización más

influyente y representativa de la actividad turística de la región, consolidada, respetable, confiable, transparente y con valores morales y éticos dignos de ser seguidos.

D. OGD TUR Tacna – Organización de Gestión de Destino Turístico

Es una entidad de desarrollo, sin fines de lucro, constituida por los actores públicos y privados, que cooperan como miembros y aliados, buscando el posicionamiento de la Región Tacna como destino turístico

Misión: Generar la participación activa de las poblaciones, instituciones y agentes públicos y privados en acciones regionales del sector turismo, fomentando la sostenibilidad, inclusión, participación, equidad y capacitación de sus asociados.

Visión: Ser un eficiente promotor de la gestión de destinos turísticos, que bajo la premisa del turismo sostenible, beneficie social, cultural y económicamente a la población del entorno y empresas del sector incrementando el flujo turístico, mejorando los servicios y satisfaciendo las demandas del turista.

E. IPERÚ

Información turística oficial sobre atractivos, rutas, destinos y empresas que brindan servicios turísticos.

Orientación y asesoramiento cuando los servicios turísticos no fueron brindados de acuerdo a lo ofrecido por los operadores, brindando a los usuarios el canal idóneo para hacer llegar sus consultas e insatisfacciones.

F. ASPEC

ASPEC es una institución civil sin fines de lucro, creada por los propios consumidores y usuarios en 1994 con la finalidad de defender sus derechos. Desde su nacimiento ASPEC ha ejercitado una permanente labor de vigilancia ciudadana exigiendo el cumplimiento de las normas de protección al consumidor defendiéndolas masivamente. ASPEC actúa en diversos temas, tales como alimentación, salud, servicios públicos, transporte, educación, productos y servicios en general, entre otros.

CAPÍTULO V

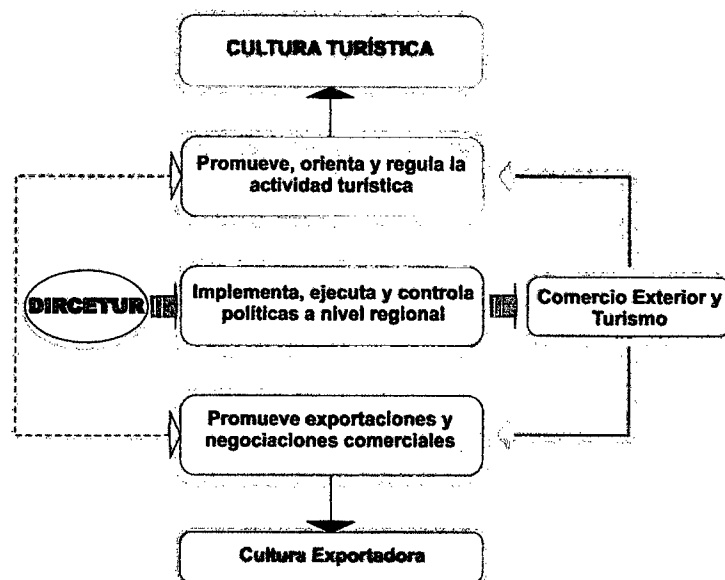
ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

5.1 DIRECCIÓN REGIONAL SECTORIAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO – TACNA:

5.1.1 Generalidades

La Dirección Regional Sectorial de Comercio Exterior y Turismo de Tacna - DIRCETUR, es responsable de la implementación y ejecución de las políticas en el ámbito regional en materia de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía; así como la promoción de las exportaciones y las negociaciones comerciales internacionales en coordinación con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. En materia de turismo promueve, orienta y regula la actividad turística, con el fin de impulsar su desarrollo sostenible, incluyendo la promoción, orientación y regulación de la artesanía, en el ámbito regional.

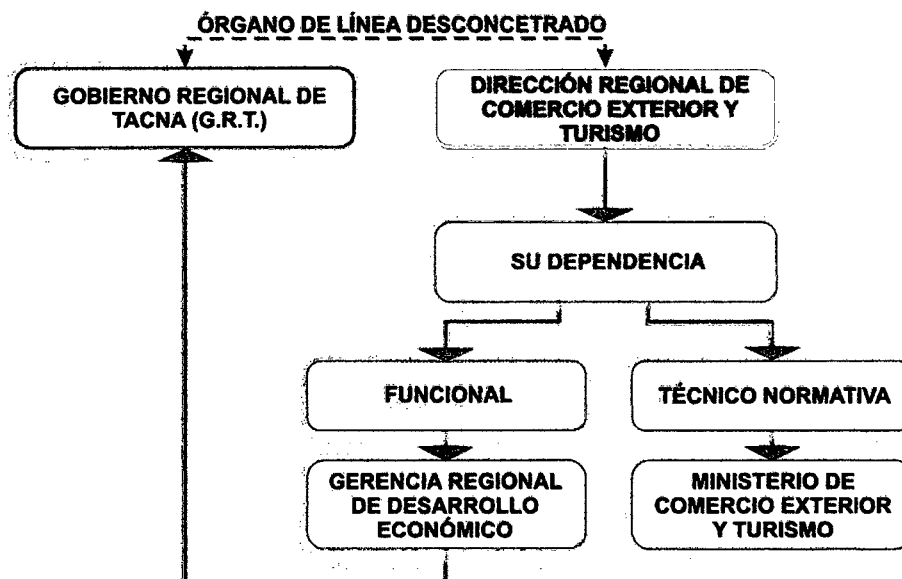
Gráfico 44: Ámbito de Acción de la DIRCETUR



Fuente: Elaboración Propia

La Dirección Regional Sectorial de Comercio Exterior y Turismo constituye un órgano de línea desconcentrado del Gobierno Regional de Tacna, con dependencia funcional de la Gerencia Regional de Desarrollo Económico y con dependencia técnico - normativo del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).

Gráfico 45: Dependencia Funcional de la DIRCETUR

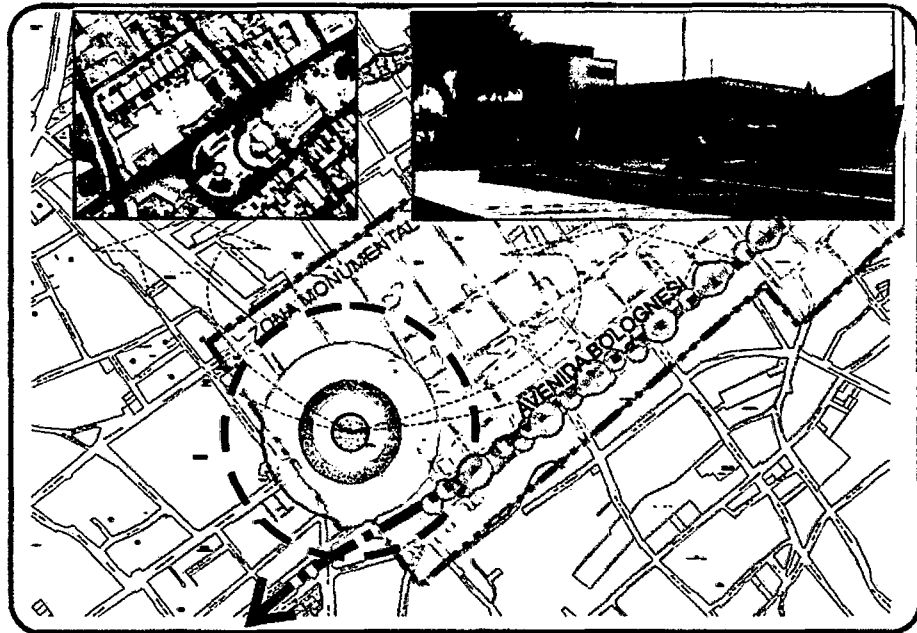


Fuente Elaboración Propia

5.1.2 Ubicación y Ámbito de Influencia:

En la actualidad la Dirección Regional Sectorial de Comercio Exterior y Turismo – Tacna, está ubicada en el Centro Cívico de la ciudad (Calle Blondell N°103), a espaldas de la catedral, utilizando y compartiendo infraestructura con otras Direcciones del Gobierno Regional de Tacna.

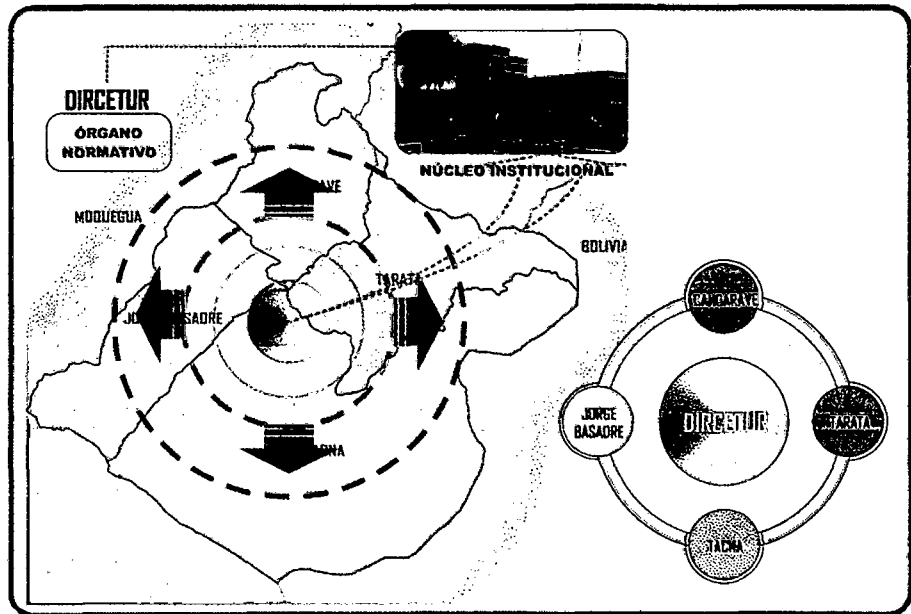
Gráfico 46: Ubicación Actual de la DIRCETUR



Fuente: Elaboración Propia

La DIRCETUR como responsable de la implementación y ejecución de las políticas en el ámbito regional, en materia de Comercio Exterior y Turismo, tiene su ámbito de influencia en las cuatro provincias de la región Tacna (Tacna, Tarata, Jorge Basadre y Candarave).

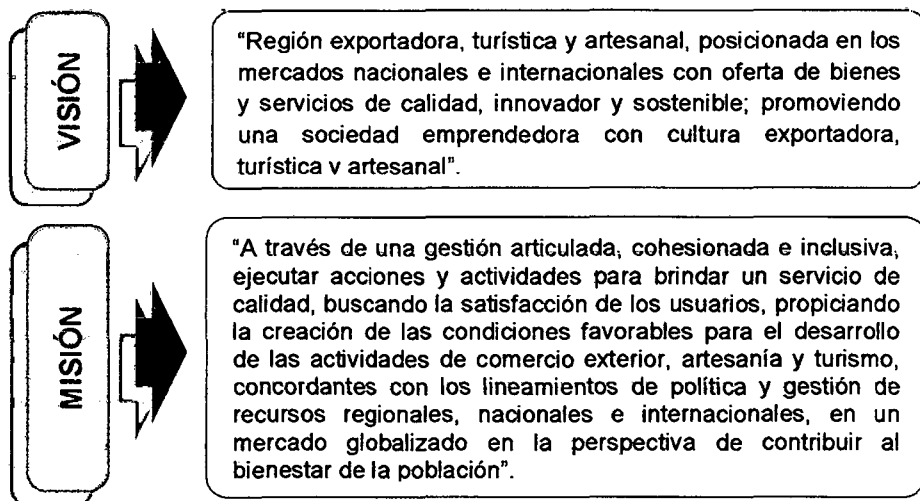
Gráfico 47: Ámbito de Influencia de la DIRCETUR



Fuente: Elaboración propia

5.1.3 Visión y Misión

Gráfico 48: Visión y misión de la DIRCETUR

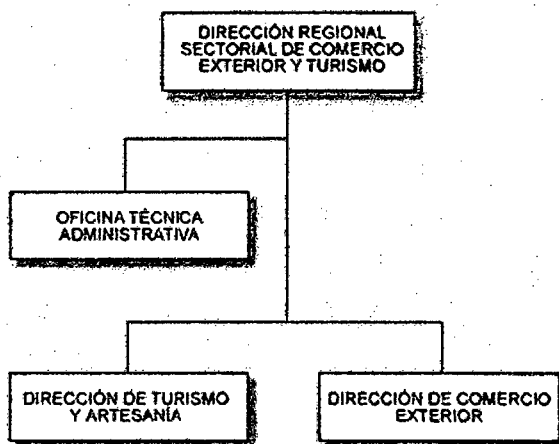


5.1.4 Estructura Orgánica:

La estructura orgánica básica de la Dirección Regional Sectorial de Comercio Exterior y Turismo es la siguiente:

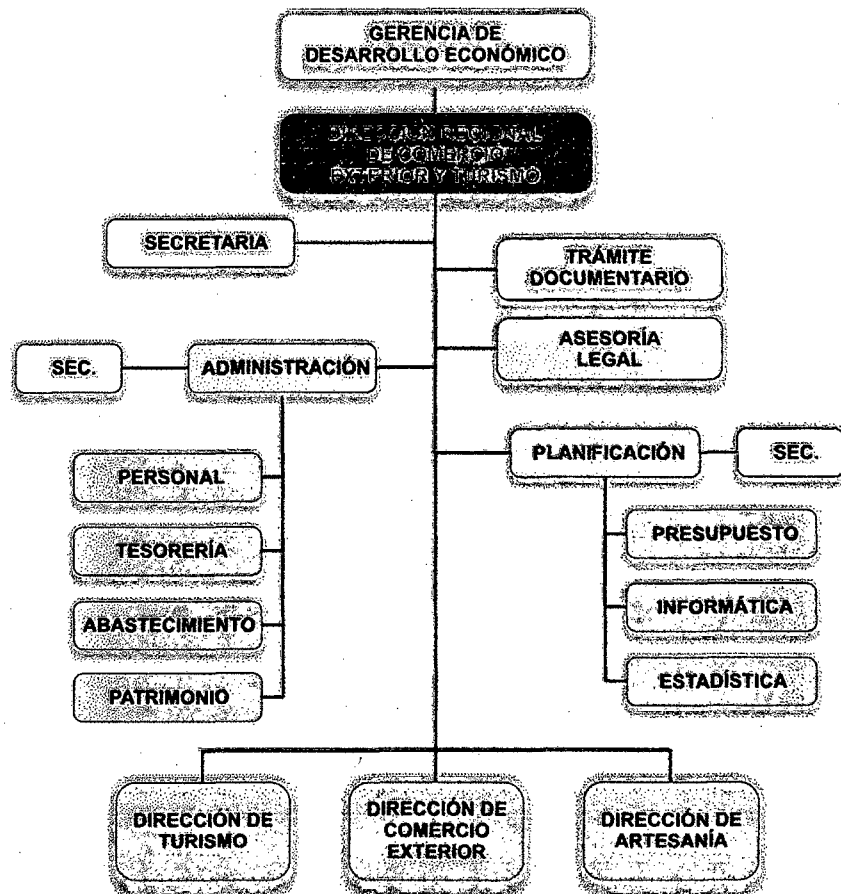
- I. Órgano de dirección.
Dirección Regional Sectorial.
- II. Órgano de Asesoramiento y Apoyo.
Oficina Técnica Administrativa.
- III. Órganos de Línea
Dirección de Comercio Exterior.
Dirección de Turismo y Artesanía.

Gráfico 49: Estructura orgánica de la DIRCETUR



Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior Turismo y Artesanía

Gráfico 50: Organigrama Funcional de la DIRCETUR



Fuente: DIRCETUR – Cusco

5.1.5 Órgano de Línea – Dirección de Comercio Exterior

La Dirección de Comercio Exterior es un órgano de línea, responsable de ejecutar la política de desarrollo de comercio exterior en la región, así como de promover el desarrollo de una cultura exportadora enmarcada en las políticas nacionales

y regionales; que se expiden y se encuentren vigentes. Está a cargo de un Director, designado de acuerdo a la normatividad vigente y tiene las siguientes funciones:

A. Funciones:

- ✓ Proponer y ejecutar las estrategias y programas de desarrollo de la oferta exportable y de promoción de las exportaciones regionales.
- ✓ Brindar asesoramiento y apoyo para el aprovechamiento de los acuerdos o convenios comerciales suscritos por el país, así como de los diferentes esquemas preferenciales.
- ✓ Promover el desarrollo de las unidades económicas de la Región, propiciando la competitividad, productividad, asociatividad y difundiendo la cultura exportadora a nivel empresarial en coordinación con los gremios especializados.
- ✓ Organizar, sistematizar y facilitar información comercial para la promoción de las exportaciones regionales.
- ✓ Coordinar con las instituciones y organismos competentes la identificación, priorización y utilización de mecanismos de promoción de la oferta exportable.

- ✓ Ejecutar acciones de capacitación, en coordinación con el Viceministerio de Comercio Exterior, para difundir la temática del comercio exterior.
- ✓ Promover la participación de expositores regionales en ferias o exposiciones a realizarse en el país o en el exterior, prestando el asesoramiento correspondiente.
- ✓ Asesorar al sector exportador y a las diferentes instituciones del sector público y privado de la región en aspectos relacionados con la normativa de origen.
- ✓ Otras funciones relacionadas con su competencia que le asigne el Director Regional

5.1.6 Órgano de Línea – Dirección de turismo y Artesanía

A. Funciones:

- ✓ Proponer y ejecutar las estrategias y programas de desarrollo turístico, la oferta exportable y de promoción de los productos artesanales de la región.
- ✓ Brindar asesoramiento y apoyo técnico para la creación y fortalecimiento de los talleres artesanales.

- ✓ Desarrollar programas y proyectos que promuevan el desarrollo turístico y artesanal de la región en coordinación con los gobiernos locales.
- ✓ Llevar, mantener actualizados y difundir los directorios de prestadores de servicios turísticos, calendarios de eventos y el inventario de recursos turísticos, en el ámbito regional, de acuerdo a la metodología establecida por el nivel central y regional.
- ✓ Identificar y evaluar posibilidades de inversión y zonas de interés turístico y artesanal en la región, así como promover la participación de los inversionistas interesados en proyectos turísticos y el desarrollo de productos artesanales potenciales de exportación.
- ✓ Desarrollar programas y proyectos que promuevan facilidades y medidas de seguridad a los turistas, así como ejecutar campañas regionales de protección al turista y difusión de conciencia turística, en coordinación con otros organismos públicos y privados.
- ✓ Establecer coordinaciones con los organismos e instituciones del sector público y privado vinculado a la actividad turística y artesanal.

- ✓ Otras funciones relacionadas con su competencia que le asigne el Director Regional

B. SECTOR TURISMO

El sector Turismo de acuerdo a la normatividad vigente, tiene los siguientes objetivos:

a) OBJETIVOS

Objetivo General:

Alcanzar un Turismo Sostenible como herramienta de desarrollo económico, social y ambiental del Perú.

Objetivos Específicos:

- ✓ Promover la Cultura Turística y la Seguridad para el visitante.
- ✓ Desarrollar una Oferta Turística Competitiva y Sostenible.
- ✓ Promover una Demanda Sostenible del Turismo.
- ✓ Fortalecer las capacidades de la Instituciones vinculadas con la actividad turística.

5.1.7 Diagnóstico Institucional (DIRCETUR - Tacna):

- a) Escaso recurso humano;** la Dirección de turismo cuenta con pocos especialistas para desarrollar acciones de capacitación dirigido a los usuarios del sector comercio exterior y turismo, el personal no se abastece para la atención de servicios que ofrece a la población.
- b) Imperceptible promoción turística;** No se cuenta con un área específica de promoción turística que en el cual se pueda elaborar material promocional técnica y profesionalmente, así mismo no contamos con especialistas para el proceso de elaboración de material para promoción turística. (Diseñador gráfico, publicista, etc.),
- c) Pérdida del principio de autoridad;** Poco conocimiento de los prestadores de servicios turísticos de las funciones que cumple la DIRCETUR. Desconocimiento de los reglamentos de prestadores de servicios turísticos por parte de los empresarios.
- d) Insuficiente y deficiente infraestructura;** la actual infraestructura de la DIRCETUR no abastece los

requerimientos mínimos para el correcto desarrollo de las distintas actividades referidas al comercio exterior y turismo.

- e) Se requieren espacios no solo de gestión administrativa, sino también espacios en donde se pueda promocionar y se lleve a cabo eventos de carácter temporal e identidad cultural.
- f) **Escasa promoción;** la promoción de servicios prestados y de lugares turísticos es indispensable no solo en el ámbito local y regional, sino que debe expandirse a nivel nacional, mejorando la calidad del servicio.
- g) **Deficiente calidad de servicios;** en la actualidad el servicio prestado alcanza un nivel mínimo de calidad, por el contrario la mejora de la calidad, permite que los servicios ofertados alcancen estándares nacionales y quizás internacionales, lo que ayuda a una mejor presencia.
- h) **Descoordinación intersectorial;** la falta de coordinación con las distintas instancias e instituciones que tienen que ver con el sector correspondiente, a pesar que en la actualidad existen otras organizaciones con las que se puede trabajar de manera conjunta.

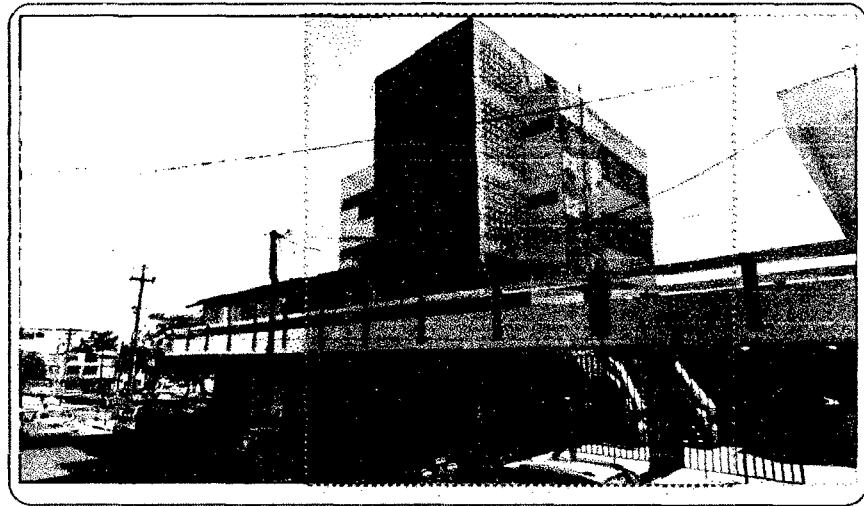
5.1.8 Problemática Físico - Espacial de la DIRCETUR

Al analizar la actual situación de esta institución podemos señalar que carece de infraestructura propia a través de la cual pueda implementar un sistema administrativo y de gestión óptimo, en coordinación con las instituciones involucradas en materia de comercio exterior y turismo.

Actualmente cuenta con ambientes mínimos tales como la dirección por cada órgano de línea, secretaria, área de espera, área administrativa y servicios higiénicos distribuidos en tres niveles. Dicha edificación pertenece al Gobierno Regional y comparte áreas comunes con otras direcciones sectoriales.

Para lograr una gestión óptima y poder impulsar la actividad turística y comercial en la región, necesitamos integrar al sector público y privado brindándoles la infraestructura necesaria para que puedan desarrollar sus funciones en forma integrada.

Grafico 51: Actual Infraestructura de la DIRCETUR



Fuente: Elaboración Propia

Actualmente la institución carece de ambientes propios para la realización de eventos que permitan promover los atractivos turísticos y difundir nuestro patrimonio cultural, gastronómico y paisajístico, además de los productos agroindustriales de exportación y productos artesanales, a través de exposiciones temporales, ferias, etc. Estas actividades se vienen realizando en zonas de alta afluencia turística como el paseo cívico, alameda Bolognesi, Av. Coronel Mendoza, entre otros lugares, los cuales vienen alterando el tránsito peatonal y creando conflicto en dichas zonas.

Dentro de sus funciones está el de capacitar al personal no solo de la institución sino a todos los actores involucrados del sector turístico y comercial en aspectos técnicos específicos sobre cultura turística, cultura exportadora, calidad del servicio turístico, seguridad del turista, formulación de proyectos de inversión pública, entre otros, los cuales al no contar con ambientes propios se viene realizando en los diferentes auditorios de instituciones públicas y privadas existentes en la Región.

5.2 ANÁLISIS DE DETERMINANTES CONTEXTUALES

5.1.1 Construcción Histórica del Lugar

Las nuevas áreas de inversión en el Perú han involucrado el desarrollo de moderna infraestructura para la realización de grandes eventos. Los empresarios peruanos han incursionado en la organización de eventos de gran envergadura y han adquirido vasta experiencia en esta actividad.

Lima, Cusco y Arequipa tienen infraestructura para acoger eventos de gran magnitud, pues además del certamen mismo,

pueden ofrecer diversas experiencias de viaje a los visitantes, lo que permite trabajar en programas realmente innovadores.

Tacna viene acogiendo una serie de convenciones con categoría de pequeñas y medianas; y no pueden realizar grandes ni súper convenciones, debido al déficit de equipamiento y a la falta de concentración de actividades complementarias que ayuden a su mejor funcionamiento.

Tacna ya cuenta con un Buró de Convenciones, el mismo que fue creado por iniciativa de la OGD TUR Tacna, impulsado por la Zona Franca. Esta plataforma comercial y turística ofrece inmejorables beneficios tributarios, aduaneros y logísticos, que favorecen la distribución y producción de mercancías, lo que posiciona a Tacna como una ciudad atractiva para hacer Convenciones y Eventos de carácter Nacionales e Internacionales.

Sin embargo, aún no se logra consolidar un equipamiento acorde con las necesidades de gestión, promoción y capacitación en materia de comercio exterior y turismo, que concentre todas las actividades complementarias en un solo lugar y de fácil acceso.

5.1.2 Análisis Estadístico de la Población A Atender

– Análisis Poblacional

La Región de Tacna cuenta con una población aproximada de 313 000 habitantes, dentro de los cuales el mayor porcentaje se ubica dentro de la ciudad de Tacna y distritos colindantes, teniendo un crecimiento sustancial de 2,4% anual.

– Análisis de hábitos culturales de los futuros usuarios

La región de Tacna cuenta con una gran cantidad de ferias y celebraciones, se destaca lo variado de las tradiciones locales y el folclor por lo mucho que se han preservado.

Anualmente se realizan una serie de actividades culturales tales como teatro, danza, música, muestras gastronómicas, festividades tradicionales, conferencias, juegos pirotécnicos y desfiles, la mayoría se realizan al aire libre.

– Características de la Población

La población directamente vinculada con el proyecto es la dedicada al turismo en el cual existen los siguientes tipos de interventores: los turistas (y los anfitriones), las empresas de la industria del turismo (agencias de viaje, guías de turismo, entre otros), además tenemos a los artesanos de la región que ofertarán sus productos a niveles nacionales e internacionales, entidades públicas y privadas que contribuyan al desarrollo del sector.

También el proyecto va dirigido a la educación superior no universitaria, que se encuentra entre un rango de edades de 17 a 30 años que vendría a ser el 8.39% de la población de la ciudad de Tacna.

Este tipo de educación está destinado para institutos superiores, dentro del cual abarcarían los institutos gastronómicos, de turismo, comercio exterior y aquellos dedicados al rubro.

5.1.3 Conclusión Aplicativa

- Como ya se mencionó el principal ingreso económico de la región es el turismo: tanto nacional, como internacional, donde concurren un gran número de turistas que disfrutan de lo que el sitio ofrece, por lo que a mayor oferta mayor será el número de usuarios del complejo, conociendo el número de artesanos de la región, que pueden ofrecer sus productos se proyectaron los espacios de mayores dimensiones requeridas para atender a la población usuaria futura que contempla una tasa de crecimiento del 2,4% anual.
- No toda la población será usuaria del proyecto, se contempla que solo el 7% de la población asista al complejo, por lo que se contará con una población usuaria de 15 000 habitantes de la región y turistas.
- Las muestras gastronómicas forman parte del complejo, a partir de esto se proyectara un espacio propio para la ingesta de alimentos, donde se prepare la comida con los métodos típicos de la cocina local, para no perder lo esencial de su sabor.

- Además se tienen espacios donde se exhibe la tradición artística, por medio de eventos tanto en el auditorio como al aire libre para fomentar la cultura tacneña.

5.3 SELECCIÓN DEL TERRENO

5.3.1 Antecedentes

La elección del terreno ha de hacerse lógica y sistemática, debe considerarse que se destinará para la planificación del complejo por lo que el terreno debe ser apto para el desarrollo urbano y de acuerdo a la incidencia del entorno sobre el proyecto, además de los aspectos físico y social, así mismo realizar un análisis de los factores físicos de localización, asoleamiento, vientos predominantes.

5.3.2 Criterios para la selección del área específica

Para la selección definitiva del área específica de intervención se establecieron los siguientes criterios necesarios para determinar su ubicación estratégica, así tenemos:

Cuadro 47:

Puntaje de las características para la selección de terreno

Características	Puntaje
Accesibilidad	20 Ptos.
Proximidad a Equipamiento	15 Ptos.
Factibilidad	20 Ptos.
Imagen	20 Ptos.
Geología	15 Ptos.
Seguridad	10 Ptos.
Total	100 Ptos.

Fuente: Método Indicador sintético.

A continuación se puntualizan criterios finales que son los determinantes para la elección del terreno.

A. Accesibilidad: El lugar elegido, deberá ser de fácil accesibilidad, refiriéndonos con esto a:

- A.1 Deberá estar cerca de vías troncales principales de la ciudad.
- A.2 El flujo vehicular en estas vías, deberá ser fluido.
- A.3 El acceso desde el aeropuerto, terminales terrestres, etc., será fácil y rápido.
- A.4 La accesibilidad al centro de la ciudad o a lugares turísticos, también deberá ser fácil y rápido.

A.5 Cercanía a redes de transporte, específicamente servicio de taxis.

B. Proximidad a Equipamientos: La zona elegida deberá encontrarse:

B.1 Alejada de cualquier tipo de equipamientos que generen contaminación de cualquier clase (ambiental, sonoro, etc.)

B.2 Se buscará la proximidad a equipamientos cuyo carácter sea compatible con la actividad a desarrollarse, como son: hoteles, restaurantes y centros recreacionales.

B.3 También se propiciará la proximidad con equipamientos de carácter turístico o típico de la ciudad, como son: monumentos históricos, restaurantes típicos de comida criolla, lugares donde se realicen actividades recreativas típicas.

B.4 El área de emplazamiento debe permitir el desarrollo de actividades complementarias.

C. Factibilidad

- C.1 De Servicios: Que tenga posibilidades de conexión de redes de agua, desagüe, luz, telecomunicaciones, cable, etc.
- C.2 De Tenencia y/o Propiedad: Que el lugar elegido tenga posibilidades de compra y esté libre de gravamen.
- C.3 Compatibilidad con la Zonificación: Tendrá ser compatible con el plan de desarrollo para no alterar la trama urbana.
- C.4 Compatibilidad con las Áreas de expansión urbana: Con respecto al crecimiento y dinámica de la ciudad, la ubicación del equipamiento debe permitir que esta siga con su desarrollo y crecimiento normal, constituyéndose en un elemento que ayude a dinamizar y configurar la imagen urbana.

D. Imagen:

- D.1 El lugar deberá poseer atractivos visuales de preferencia, lugares verdes, representativos de la campiña.

D.2 Las vías de acceso también deberán ser de gran atractivo visual, o de carácter turístico.

E. Geología

E.1 Se precisa una resistencia del suelo a la compresión no menor a 2 Kg/cm^2 , No debe ser material de relleno, ni pantanoso o con agua superficial, y mucho menos susceptible a inundaciones por causa de lluvia o desborde de río.

E.2 De pendiente moderada pues un movimiento de tierra excesivo incrementarían los costos de operación.

F. Seguridad: La seguridad está referida también a dos aspectos:

F.1 La seguridad misma en el lugar, es decir evitando zonas peligrosas o cercanas a lugares que entrañen peligro para los usuarios.

F.2 La seguridad fuera de los linderos del área elegida, tratando de evitar con esto lugares muy alejados que pudieran propiciar condiciones de inseguridad al público concurrente o que pudiera representar un problema a la hora de conseguir transporte.

5.3.3 Calificación

La calificación se realizará por cada ítem cuyo valor máximo alcanzado será si cumple con las condiciones descritas en las especificaciones.

La calificación de las premisas será:

Cuadro 48: Calificación de Premisas

Denominación	Calificación
Pésimo	0
Malo	1
Regular	3
Optimo	5

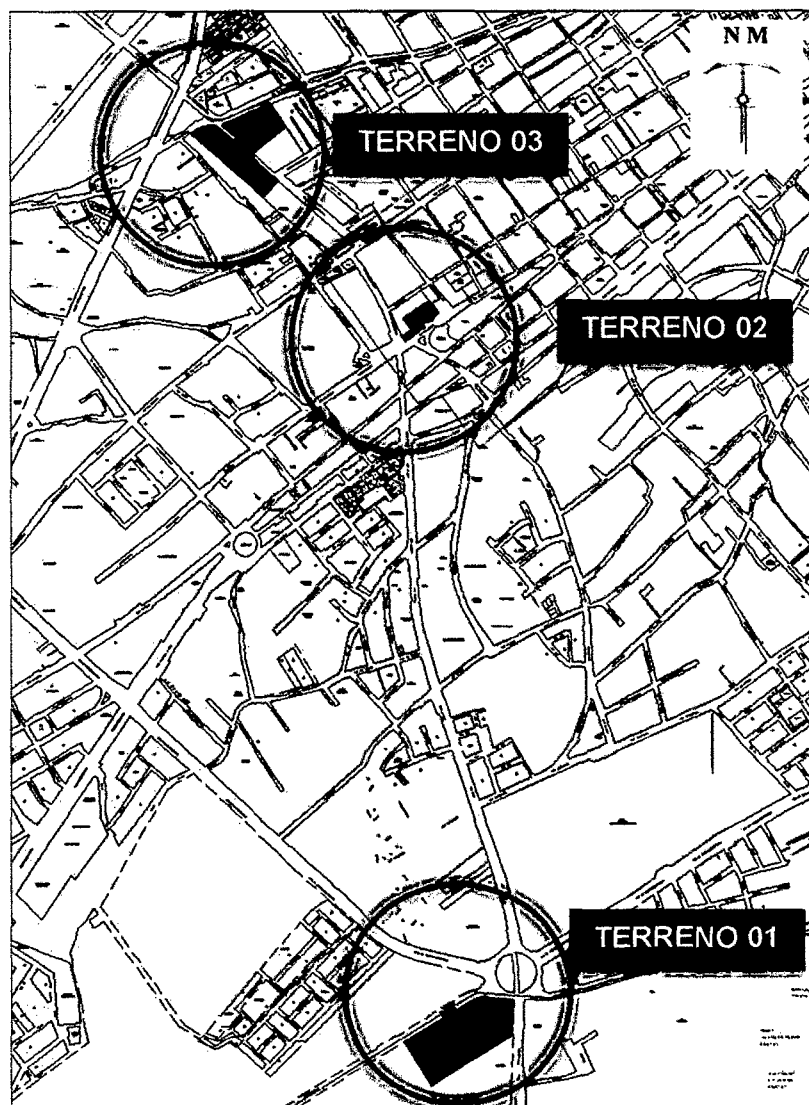
Fuente: Elaboración Propia

Finalmente la zona que tenga el mayor puntaje será la opción de lugar de emplazamiento elegida, para ello se utiliza el método de indicar sintético global que permite reducir a un solo indicador cuantitativo una serie de condiciones cualitativas.

5.3.4 Identificación de Posibles Zonas

En la selección se tomaron en cuenta 3 terrenos ubicados en sectores próximos a la zona monumental donde se ubican los principales equipamientos de la ciudad.

Gráfico 52: Ubicación de posibles terrenos



Fuente: Elaboración Propia

- **Terreno 01:** Ubicado entre la Av. Jorge Basadre Grohmann y la Av. Cuzco. Cuenta con una extensión aproximada de 25 984,90 m².

Descripción: se encuentra alejado de la zona monumental de la ciudad y por ende de los equipamientos y servicios de hoteles, restaurantes y centros recreacionales, además de estar en una zona de alto tránsito de vehículos de carga pesada.

- **Terreno 02:** Ubicado en la Calle Blondell, frente a la Plaza Juan Pablo II. Con una extensión aproximada de 3 613,74 m².

Descripción: si bien es un terreno con una ubicación adecuada por encontrarse dentro del casco urbano, cuenta un área mínima que no cumple con la programación tentativa planteada, además de contar con un solo acceso por la calle Blondell, generando congestión vehicular y peatonal.

- **Terreno 03:** Ubicado entre la Av. Augusto B. Leguía y la Calle Gregorio Albarracín. Comprende 02 predios que suman un área de 18 022,52 m².

Descripción: el terreno se encuentra dentro del casco urbano, cuenta con ejes de soporte como la Av. Augusto B. Leguía, Av. 2 de Mayo, Calle San Martín y Av. Bolognesi, Cumple con las condiciones mínimas del lugar de emplazamiento.

5.3.5 Matriz de Selección del Terreno

Cuadro 49: Matriz de selección del terreno

VARIABLES		OBSERVACIONES	PONDERACION		
			ALTERNATIVA 1	ALTERNATIVA 2	ALTERNATIVA 3
ACCESIBILIDAD	A.1	Deberá estar cerca de vías troncales principales de la ciudad.	5	5	5
	A.2	El flujo vehicular en estas vías, deberá ser fluido.	3	3	5
	A.3	El acceso desde el aeropuerto, terminales terrestres, etc., será fácil y rápido.	3	3	5
	A.4	La accesibilidad al centro de la ciudad o a lugares turísticos, también deberá ser fácil y rápido.	3	5	5
	A.5	Cercanía a redes de transporte, específicamente servicio de taxis.	3	5	5
PROXIMIDAD A EQUIPAMIENTOS	B.1	Alejada de cualquier tipo de equipamientos que generen contaminación	3	5	5
	B.2	Se buscará la proximidad a equipamientos cuyo carácter sea compatible con la actividad	3	5	5
	B.3	También se propiciará la proximidad con equipamientos de carácter turístico o típico de la ciudad.	3	5	5
	B.4	El área de emplazamiento debe permitir el desarrollo de actividades complementarias.	5	3	5
FACTIBILIDAD	C.1	De Servicios.	5	5	5
	C.2	De Tenencia y/o Propiedad.	3	5	3
	C.3	Compatibilidad con la Zonificación.	5	3	5
	C.4	Compatibilidad con las Áreas de expansión urbana.	3	1	3
IMAGEN	D.1	El lugar deberá poseer atractivos visuales	3	5	5
	D.2	Las vías de acceso también deberán ser de gran atractivo visual, o de carácter turístico	3	3	5
GEOLOGIA	E.1	Se precisa una resistencia del suelo a la compresión no menor a 2 Kg/cm ²	5	5	5
	E.2	De pendiente moderada.	5	3	5
SEGURIDAD	F.1	La seguridad misma en el lugar, es decir evitando zonas peligrosas.	1	5	3
	F.2	La seguridad fuera de los linderos del área elegida	1	3	3
TOTAL			65	76	87

Fuente: Elaboración propia

5.3.6 Descripción del Terreno Elegido

A través del análisis se determinó que la zona de mayor potencial para ubicar el complejo es el **Terreno 03**, calificándola como la zona más apropiada.

- A. Accesibilidad:** La accesibilidad al terreno se da por una de las principales vías de la ciudad como es la Av. Augusto B. Leguía, capaz de absorber el flujo intenso de personas que se dirigen a ella, además de la Calle Gregorio Albarracín que articula hacia la Av. 2 de Mayo, Calle san Martín y Av. Bolognesi en donde se encuentran los principales establecimientos de servicio (hospedaje, restaurantes, etc.)

- B. Proximidad a Equipamientos:** El terreno mantiene una constante articulación funcional con las distintas actividades que se desarrollan en su entorno inmediato por encontrarse dentro del casco urbano de la ciudad, en donde se encuentra la infraestructura de oferta turística tales como hoteles restaurantes y centros culturales además de actividades recreativas, centros de abasto, entre otros.

C. Factibilidad:

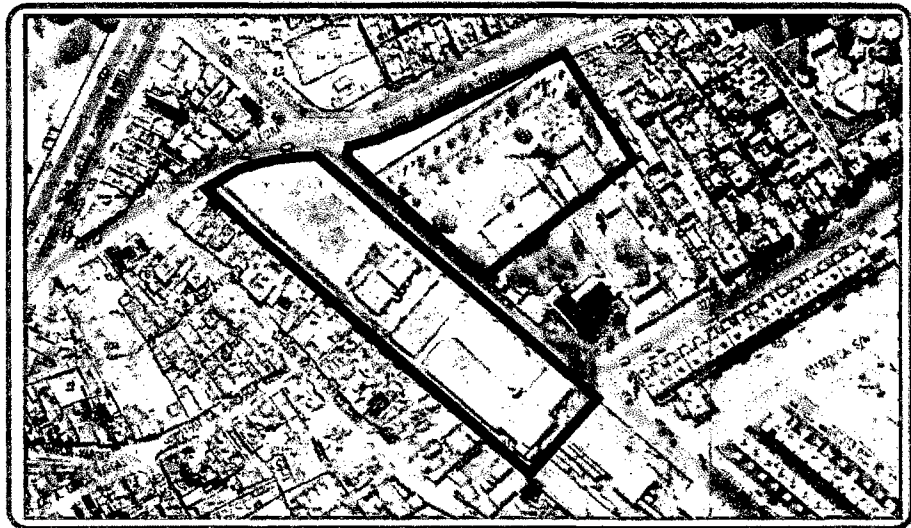
- De Servicios: Tiene conexión de agua, desagüe y luz, telecomunicaciones, cable, etc.
- De Tenencia y/o Propiedad: El terreno es propiedad del Gobierno Regional de Tacna, por lo que la factibilidad de tenencia es viable.
- Proyección: Destinada a plaza cívica (recreativo), cultural y centro de convenciones. Es compatible con el plan director de la ciudad pues está declarado como OU, aplicada a las áreas destinadas a actividades político-administrativas, político-culturales e institucionales, así como a los servicios públicos en general.

5.3.7 Conclusiones

El terreno seleccionado tiene las cualidades necesarias para que se construya el **“Complejo de Gestión, Promoción y Capacitación de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR en la Región Tacna”** se ajusta al objetivo del proyecto, inmerso dentro de la estructura urbana, además de tener una interconexión a todos los

sectores de la ciudad; está dentro del anillo interdistrital como es la Av. Jorge Basadre Grohmann, donde su accesibilidad es directa.

Gráfico 53: Fotografía aérea del terreno seleccionado



Fuente: Elaboración Propia

5.4 ANÁLISIS URBANO

5.4.1 Localización Geográfica

El sector urbano de análisis ha sido propuesto tomando en cuenta la ubicación de la zona monumental, en la parte céntrica y más antigua de la ciudad; encontrándose en ella una serie de

monumentos históricos, ambientes urbanos monumentales, espacios públicos y locales culturales.

Se caracteriza por ser zona destinada a actividades comerciales, de servicios, institucionales y de vivienda; donde se viene generando un proceso de cambio de uso del suelo residencial por comerciales y de servicios, a lo largo de las vías principales donde están localizados los principales equipamientos urbanos.

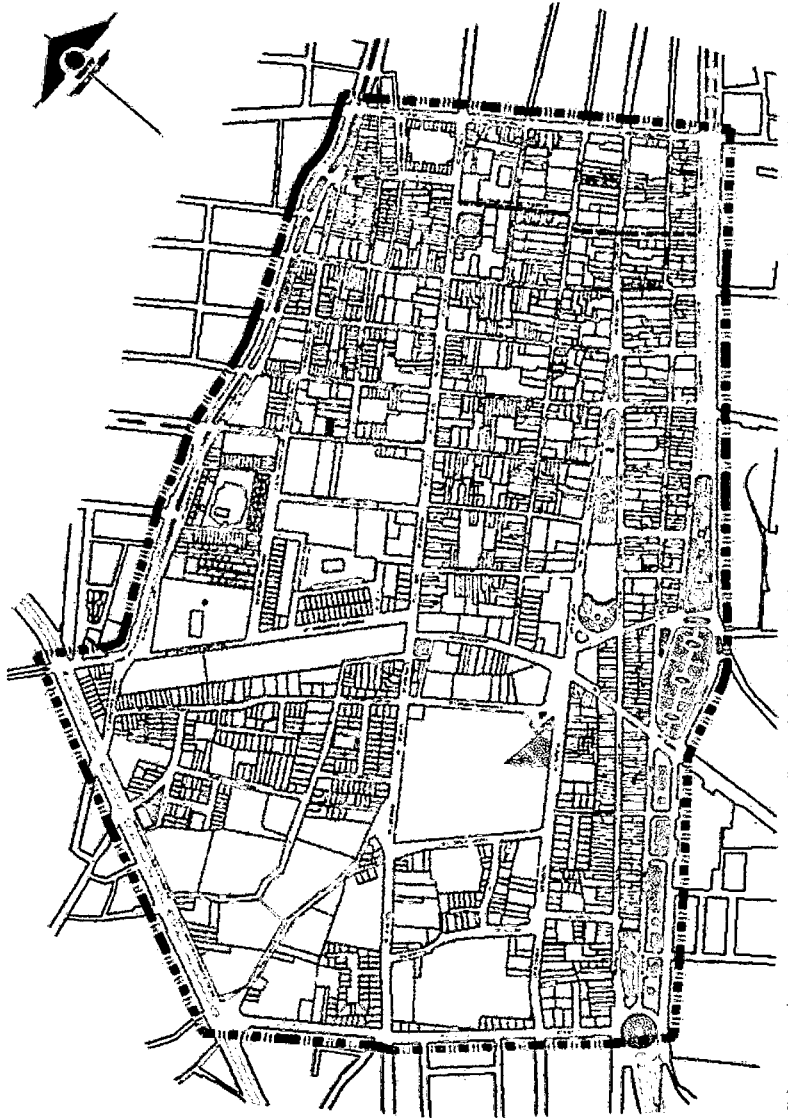
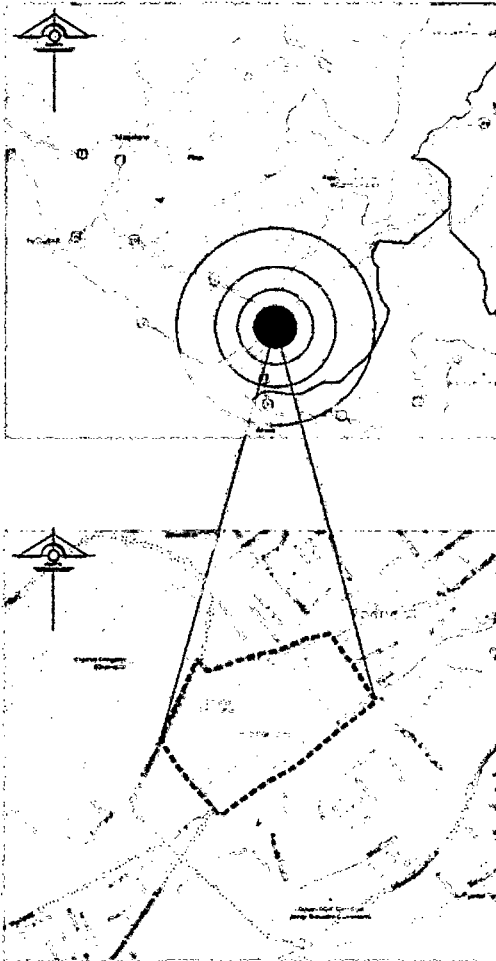
Cuenta con un área aproximada de 110 hectáreas, su ubicación tiene los siguientes límites: al Norte con la Avenida Augusto B. Leguía y avenida Jorge Basadre Grohmann Oeste, al Este con la avenida Patricio Meléndez, al Oeste con la avenida Luis Basadre Flores y al Sur con la avenida Bolognesi.

UBICACIÓN GEOGRÁFICA

ANÁLISIS URBANO

EL SECTOR URBANO DE ANÁLISIS HA SIDO PROPUESTO TOMANDO EN CUENTA LA UBICACIÓN DE LA ZONA MONUMENTAL, EN LA PARTE CÉNTRICA Y MÁS ANTIGUA DE LA CIUDAD; ENCONTRÁNDOSE EN ELLA UNA SERIE DE MONUMENTOS HISTÓRICOS, AMBIENTES URBANOS MONUMENTALES, ESPACIOS PÚBLICOS Y LOCALES CULTURALES. TENIENDO UNA MAYOR AFLUENCIA DE TURISTAS Y POBLACIÓN EN GENERAL.

EL MISMO QUE SERÁ DETERMINANTE PARA LA TOMA DE DECISIONES EN LA PROPUESTA DE INTERVENCIÓN URBANA QUE POSTERIORMENTE SE EFECTÚE.



EL SECTOR URBANO CUENTA CON UN ÁREA APROXIMADA DE 110 HECTÁREAS, SU UBICACIÓN TIENE LOS SIGUIENTES LÍMITES:

AL NORTE CON LA AV. PATRICIO MELÉNDEZ,
AL ESTE CON AV. BOLOGNESI,
AL OESTE CON AV. LEGUÍA Y AV. JORGE BASADRE GROHMANN OESTE,
AL SUR CON LA AV. LUIS BASADRE FLORES.

UBICACIÓN DEL SECTOR URBANO

FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL, ARQUITECTURA Y GEOTECNIA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA



TEMA: "COMPLEJO DE GESTIÓN, PROMOCIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO - DIRECTUR EN LA REGIÓN TACNA"

PRESENTADO POR:
BACH. ARQ. NAGALI VANESA RAMOS MAMANI

ESCALA:
3:1

Nº PLANO

PLANO DE:
UBICACIÓN GEOGRÁFICA

FECHA:
OCTUBRE 2015

U-01

5.4.2 SECTOR URBANO

5.4.2.1 Análisis Físico – Ambiental

El terreno del sector se encuentra entre los 575 y 550 m.s.n.m. con una pendiente promedio de 2,85% de Este a Oeste.

El recorrido del sol es de Este a Oeste con un promedio diario de 8 horas sol en invierno y hasta 14 horas sol en verano. La dirección de los vientos van de SO a NE, con una velocidad promedio de 20 km/h y una humedad promedio del 75%, por lo tanto esto ayuda al entendimiento y comportamiento del medio natural en el sector.

Según el Plan Director de Tacna, el sector posee potencialidades para convertirse en una zona comercial, financiera y de servicios complementarios de carácter distrital y provincial o central, con una densidad residencial media, alta y mixta.

5.4.2.2 Análisis por sistemas

A. Análisis de Movimientos:

Las vías urbanas del sector se caracterizan por contar con una diversidad de secciones viales, estableciéndose así la siguiente jerarquía; vías principales, secundarias, locales y peatonales. (Ver Lámina AU-01).

A.1. Vías Principales, se caracterizan por articular las principales áreas de la ciudad con el sector, cumplen doble función, relacionando las vías urbanas entre sí y facilita la vinculación con el exterior.

A.2. Vías Secundarias, cumplen la función de enlazar las actividades internas de la ciudad, interrelacionándose a su vez con las Vías Locales.

A.3. Vías Locales, vinculan las áreas residenciales, comerciales o de servicios con las Vías

Secundarias, sugiriéndose para ellas secciones viales mínimas.

De acuerdo a las verificaciones de campo se ha podido establecer que la infraestructura vial en 70% se encuentra en buen estado, 28% está en condición regular, y solamente un 2% en mal estado; lo que significa que el casco urbano central de la ciudad tiene una aceptable infraestructura, considerando los actuales trabajos de mantenimiento y modernización que se vienen realizando.

En el sector se han identificado dos tipos de vías según el transporte que circulen, por un lado está el transporte colectivo de pasajeros (masivo, rápido y particular) y el transporte privado de vehículos particulares (taxis). Actualmente existe una sobresaturación de las arterias viales de la ciudad por parte de las empresas de transporte urbano, taxis y particulares.

El sector urbano carece de una adecuada señalización vial, haciéndose necesario e imprescindible una señalización horizontal y vertical priorizándose los estacionamientos que se han convertido en un caos insoportable en las Calles Inclán y Presbítero Andía, donde vienen albergando el doble de su capacidad con más de 100 vehículos, asimismo se deben retirar letreros y anuncios publicitarios que constituyen un peligro para la circulación, el tránsito y la visibilidad de los conductores.

En cuanto al sistema de semaforización, existen un conjunto de dispositivos de control y asignación de paso para vehículos y peatones que acceden a una intersección o cruce, de modo que la operación sea segura y con un mínimo de demoras. El sistema actual de semaforización del sector cuenta con 14 semáforos operativos e instalados en las siguientes intersecciones viales (Ver Lámina AU-02):

ANÁLISIS DE MOVIMIENTOS

ANÁLISIS URBANO

VÍAS URBANAS

LAS VÍAS URBANAS DEL SECTOR SE CARACTERIZAN POR CONTAR CON UNA DIVERSIDAD DE SECCIONES VIALES, ESTABLECIÉNDOSE ASÍ LA SIGUIENTE JERARQUÍA, VÍAS PRINCIPALES, SECUNDARIAS, LOCALES Y PEATONALES.

LEYENDA

— VIA PRINCIPAL

— VIA SECUNDARIA

— VIA LOCAL

— VIA PEATONAL

CATEGORIZACIÓN DE VÍAS



VIA PRINCIPAL



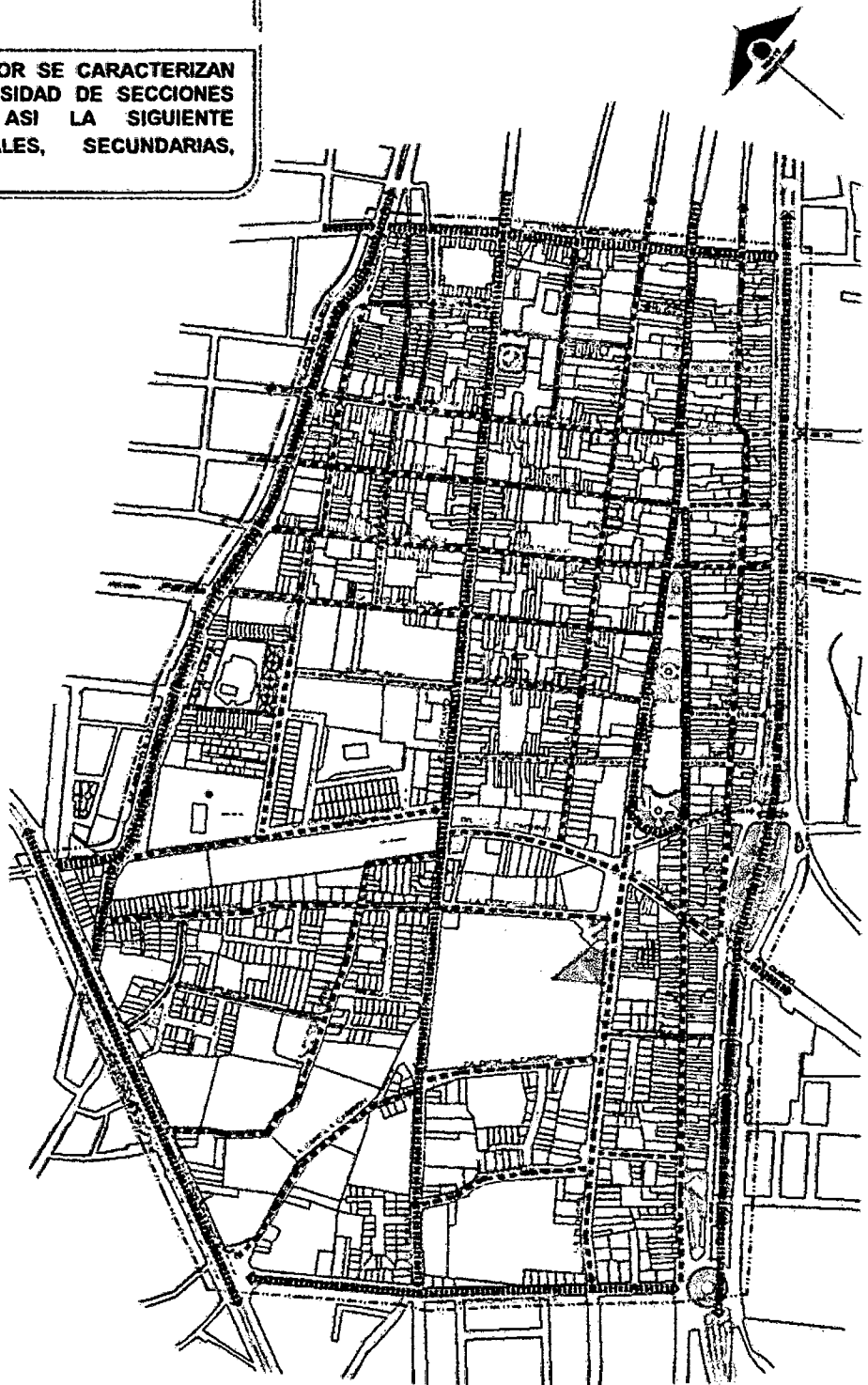
VIA SECUNDARIA



VIA LOCAL



VIA PEATONAL



FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL, ARQUITECTURA Y GEOTECNIA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA



TÍTULO: "COMPLEJO DE GESTIÓN, PROMOCIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO - DIRCETUR EN LA REGIÓN TACNA"

PRESENTADO POR:
BACH. ARQ. MAGALI VANESA RAMOS MAMANI

ESCALA:
5:1

N° PLANO

PLANO DE:
CATEGORIZACIÓN DE VÍAS

FECHA:
OCTUBRE 2015

AU-01

ANÁLISIS DE MOVIMIENTOS

ANÁLISIS URBANO

TRANSPORTE URBANO

SE HAN IDENTIFICADO DOS TIPOS DE VÍAS SEGÚN EL TRANSPORTE QUE CIRCULEN, POR UN LADO ESTA EL TRANSPORTE COLECTIVO DE PASAJEROS Y EL TRANSPORTE PRIVADO DE VEHICULOS PARTICULARES.

TRANSPORTE URBANO

LEYENDA

-  TRANSPORTE URBANO (MASIVO, PARTICULAR Y PRIVADO)
-  TRANSPORTE URBANO PARTICULAR Y PRIVADO



Av. Patricio Meléndez

TRANSPORTE URBANO COLECTIVO DE PASAJEROS Y PARTICULARES



Calle Bolívar

TRANSPORTE URBANO PARTICULAR Y PRIVADO

SEMAFORIZACIÓN

LEYENDA

-  SEMÁFOROS



SEMAFORO

SEMAFORO EN LA AV. PATRICIO MELÉNDEZ



SEMAFORO

SEMAFORO EN LA AV. PATRICIO MELÉNDEZ



FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL, ARQUITECTURA Y GEOTECNIA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA



TEMA: "COMPLEJO DE GESTIÓN, PROMOCIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO - DIRCETUR EN LA REGIÓN TACNA"

PRESENTADO POR:
BACH. ARQ. MACALI VANESA RAMOS MAMANI

ESCALA: 1:500
Nº PLANO: 02

PLANO DE:
TRANSPORTE URBANO Y SEMAFORIZACIÓN

FECHA:
OCTUBRE 2015

AU-02

ANÁLISIS DE MOVIMIENTOS

ANÁLISIS URBANO

PARADEROS URBANOS Y ESTACIONAMIENTOS

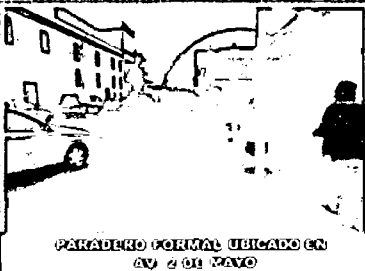
EL SECTOR CONCENTRA DIVERSAS ACTIVIDADES COMERCIALES Y SERVICIOS POR LO QUE LA AFLUENCIA DE POBLACIÓN ES CONSTANTE, SIENDO NECESARIO IDENTIFICAR LOS PARADEROS FORMALES E INFORMALES Y ESTACIONAMIENTOS.

PARADEROS FORMALES

LEYENDA



PARADEROS FORMALES



PARADERO FORMAL UBICADO EN AV. 2 DE MAYO



PARADERO UBICADO EN CALLE PATRICIO MELÉNDEZ

PARADEROS INFORMALES

LEYENDA



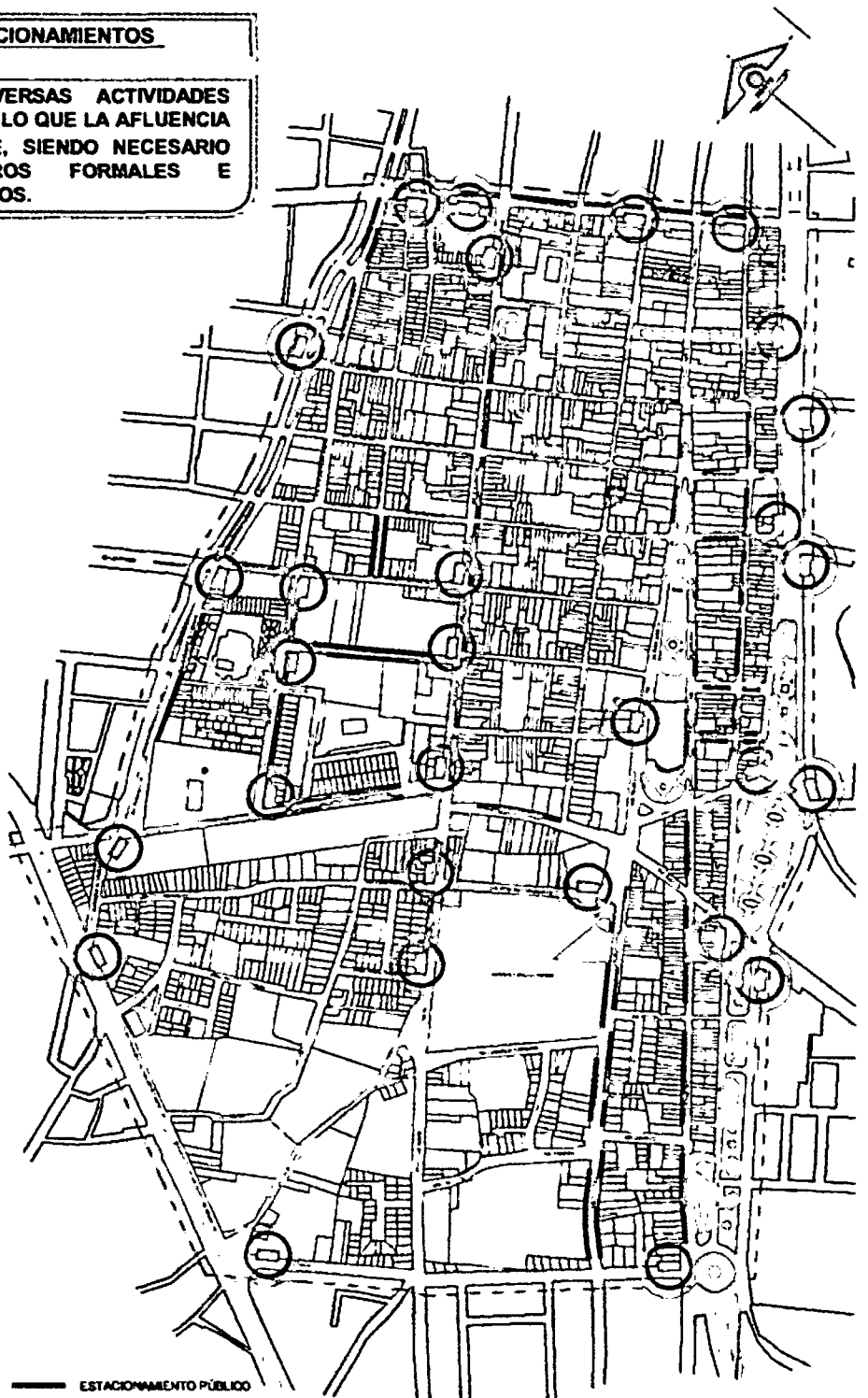
PARADEROS INFORMALES



UBICADO EN INTERSECCIÓN DE AV. 2 DE MAYO CALLE INCLAN



UBICADO EN INTERSECCIÓN DE AV. PATRICIO MELÉNDEZ



FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL, ARQUITECTURA Y GEOTECNIA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA



TÍTULO: "COMPLEJO DE GESTIÓN, PROMOCIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO - DIRCETUR EN LA REGIÓN TACNA"

PRESENTADO POR:
BACH. ARO. ISMAYI YANIZA RAMOS BARRON

ESCALA:
80

Nº PLANO

PLANO DE:
PARADEROS URBANOS Y ESTACIONAMIENTOS

FECHA:
OCTUBRE 2015

AU-03

El casco urbano de la ciudad se ha convertido en una zona de alto dinamismo y concentración de actividades de interés provincial; ocasionando que exista una mayor circulación de vehículos de transporte urbano y particular, teniendo en la Av. Leguía, las calles Presbítero Andía, Zela y Bolívar flujos vehiculares considerables y en la Av. Patricio Meléndez y Dos de Mayo se intensifica el tránsito por las actividades que en ellas se desarrollan, la Calle San Martín es una de las sendas con mayor flujo vehicular y el principal eje turístico de la ciudad, por otro lado las calles Arias y Aragüez, Deustua, 28 de Julio, Hipólito Unánue e Inclán, son las que presentan un flujo moderado de vehículos, que cumplen la función principal de generar una fluidez en el sistema de movimientos del sector, siendo en algunas ocasiones de iguales características para soportar el tránsito existente y evitar el colapso de este sistema.

Por otro lado, tenemos el desplazamiento de peatones que transitan por las principales sendas del sector,

siendo la Calle San Martín la de mayor concentración de personas, y también en las Avenidas Patricio Meléndez y Dos de Mayo se intensifican los flujos por las actividades que en ellas se concentran. En el sector también existen sendas de desplazamiento exclusivamente peatonal así tenemos los pasajes Calderón de la Barca, Libertad y Vigil, siendo esta última de mayor transitabilidad por su sección amplia y por las actividades que se desarrollan.

Dentro del análisis encontramos vías transversales como las Calles Arias y Aragüéz, 28 de Julio e Hipólito Unánue como sus proyecciones después de la Calle San Martín hasta llegar a la Av. Bolognesi, es decir las Calles Apurímac, Ayacucho, Ugarte y Arequipa presentando un flujo moderado,. Por otro lado tenemos a las Calles Inclán, Presbítero Andía y Gregorio Albarracín de mayor tránsito peatonal durante el día, por concentrar actividades de gestión debido a las diferentes instituciones públicas que existen, considerando el tránsito de empleados a sus centros de labores como de la población en general que acude hacer sus trámites.

ANÁLISIS DE MOVIMIENTOS

ANÁLISIS URBANO

FLUJOS VEHICULARES

EN EL SECTOR DE ANÁLISIS EXISTEN FLUJOS VEHICULARES DE MAYOR TRANSITABILIDAD EN LAS AVENIDAS BOLOGNESI, AUGUSTO B. LEGUÍA, DOS DE MAYO, PATRICIO MELÉNDEZ Y EN LA CALLE SAN MARTÍN, POR CONCENTRAR LAS PRINCIPALES ACTIVIDADES A LO LARGO DE LAS MISMAS.

EN LAS CALLES TRANSVERSALES EL FLUJO VEHICULAR ES MODERADO, POR SER VIAS DE UN SOLO SENTIDO EN ALGUNOS CASOS.



FLUJOS PEATONALES

EL DINAMISMO PEATONAL, LAS MASAS Y EL DESPLAZAMIENTO DE ESTAS SE INTENSIFICAN EN CIERTOS SENDEROS, TENIENDO EN LA AV. PATRICIO MELÉNDEZ Y AV. DOS DE MAYO, AV. BOLOGNESI, CALLE SAN MARTÍN LOS MAYORES FLUJOS PEATONALES DEL SECTOR.



EL CASCO URBANO DE LA SE HA CONVERTIDO EN UNA ZONA DE ALTO DINAMISMO Y CONCENTRACION DE ACTIVIDADES DE INTERES PROVINCIAL; GENERANDO UNA MAYOR CIRCULACION VEHICULAR Y PEATONAL EN LAS VIAS LONGITUDINALES Y TRANSVERSALES DEL SECTOR.



FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL, ARQUITECTURA Y GEOTECNIA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA



TEMA: "COMPLEJO DE GESTIÓN, PROMOCIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO - DIRCETUR EN LA REGIÓN TACNA"

PRESENTADO POR: BACH. ARG. MAGALI YANESA RAMOS RAMAN

ESCALA: 50

10 PLANO

PLANO DE: FLUJOS VEHICULARES Y PEATONALES

FECHA: OCTUBRE 2015

AU-04

ANÁLISIS DE MOVIMIENTOS

ANÁLISIS URBANO

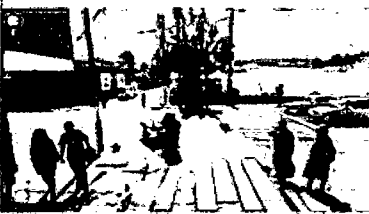
NODOS CONFLICTIVOS VEHICULARES Y PEATONALES

SE HA IDENTIFICADO NODOS CONFLICTIVOS TANTO PEATONALES COMO VEHICULARES QUE DIFICULTAN EL DESEMPEÑO Y FUNCIONALIDAD DEL SISTEMA URBANO.

NODOS PEATONALES

LEYENDA

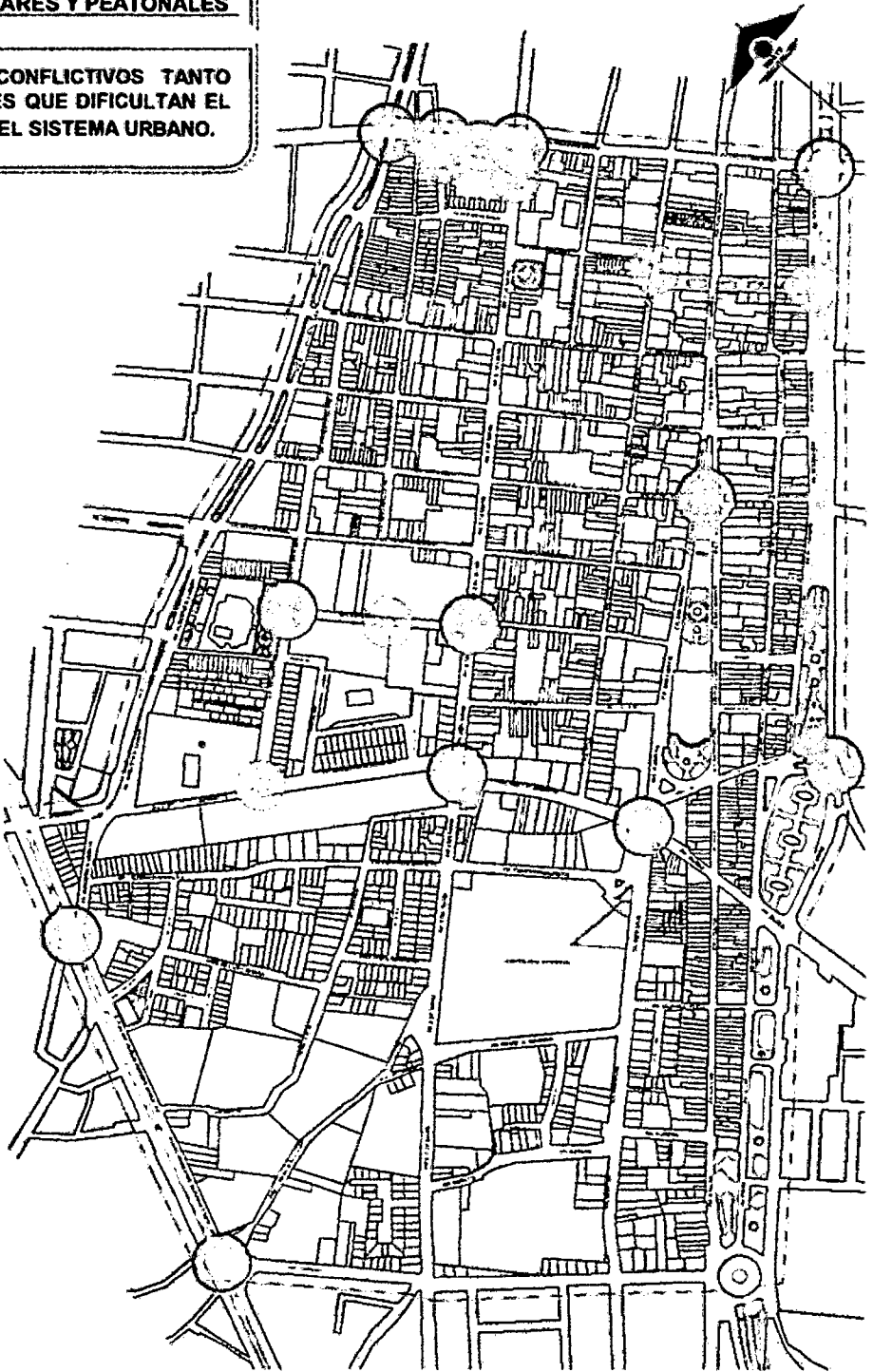
 NODOS CONFLICTIVOS PEATONALES



NODOS VEHICULARES

LEYENDA

 NODOS CONFLICTIVOS VEHICULARES



FACULTAD DE INGENIERIA CIVIL, ARQUITECTURA Y GEOTECHIA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA



TITULO: "COMPLEJO DE GESTIÓN, PROMOCIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO - DIRCETUR EN LA REGIÓN TACNA"

PRESENTADO POR:
BACH. ARO. MAGALI VANESA RAMOS MAMANI

ESCALA:
50

OF PLANO

PLANO DE:
NODOS CONFLICTIVOS Y PEATONALES

FECHA:
OCTUBRE 2015

AU-05

B. Análisis de Actividades

El sector concentra las principales actividades de la ciudad. La primera es la actividad comercial que se desarrolla principalmente en la Av. Patricio Meléndez, Av. Dos de Mayo, Av. Bolognesi y parte de la Av. Augusto B. Leguía, se caracteriza por la presencia de mercados, tiendas comerciales y galerías de ventas especializadas. La segunda es la actividad Financiera Comercial, caracterizada por el comercio especializado de bienes y servicios, además de la presencia de entidades bancarias e instituciones de crédito. La tercera es la de Servicios Complementarios caracterizados por el comercio especializado según la actividad del entorno, así como servicios de atención a clientes (oficinas, consultorías, estudios, imprentas, confecciones, entre otros) La cuarta actividad es de Gestión en donde encontramos diferentes instituciones públicas principalmente a lo largo de la Calle Inclán, como la Municipalidad Provincial de Tacna, Poder Judicial, Ministerio Público y la Gobernación, además tenemos al Gobierno Regional de Tacna ubicada en la Calle Gregorio Albarracín (Ver Lámina AU-06).

ANÁLISIS DE ACTIVIDADES

ANÁLISIS URBANO

ACTIVIDADES



COMERCIAL



FINANCIERA COMERCIAL



GESTIÓN



SALUD

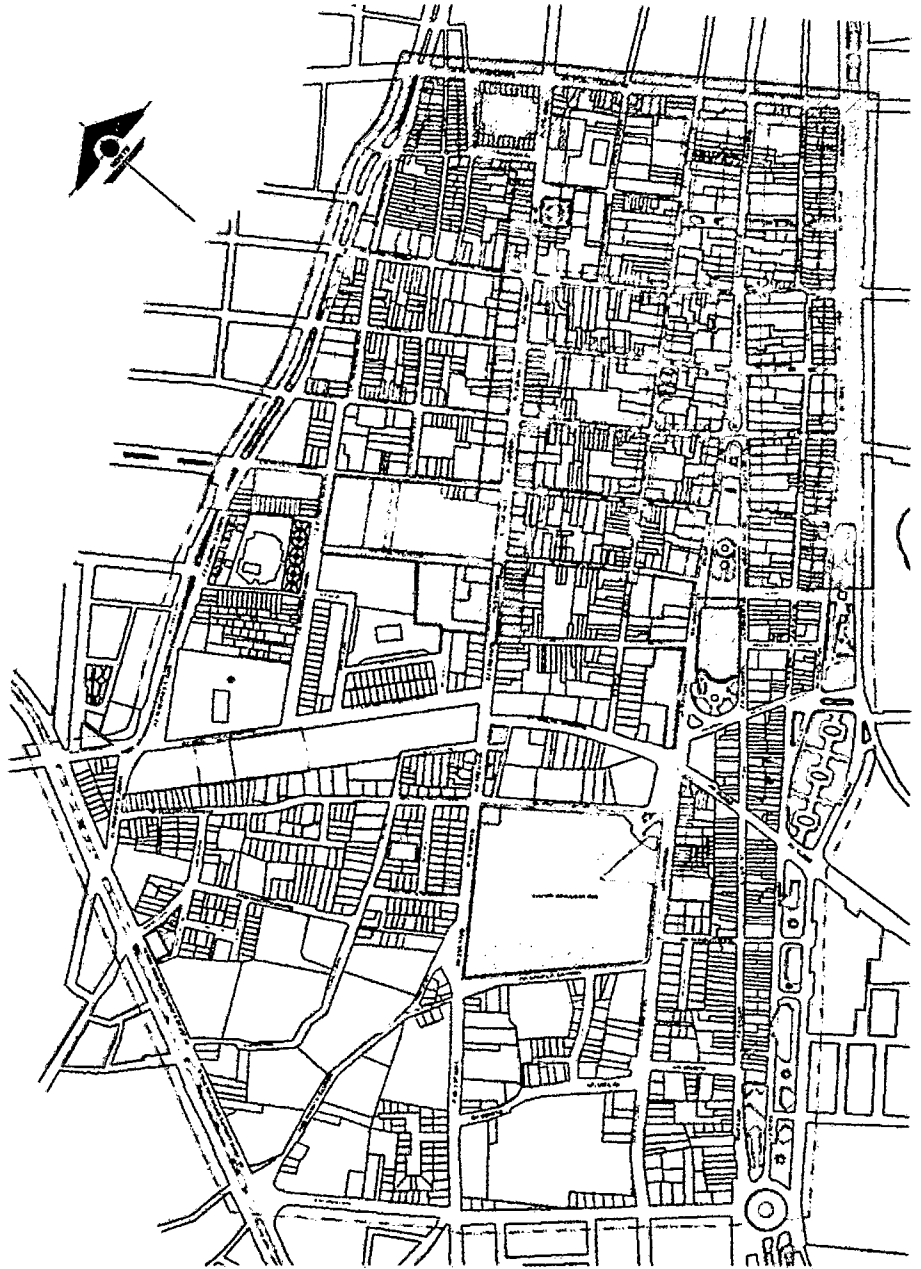


SERVICIOS COMPLEMENTARIOS



CULTO

EN EL SECTOR SE CONCENTRAN LAS PRINCIPALES ACTIVIDADES DE LA CIUDAD, CARACTERIZADA POR EL COMERCIO ESPECIALIZADO DE BIENES Y SERVICIOS, ADEMÁS DE CONTAR CON MERCADOS, TIENDAS COMERCIALES, Y GALERÍAS DE VENTAS ESPECIALIZADAS, ENTRE OTROS.



FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL, ARQUITECTURA Y GEOTECNIA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA



TEMA: "COMPLEJO DE GESTIÓN, PROMOCIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO - DIRCETUR EN LA REGIÓN TACNA"

PRESENTADO POR: BACH. ARG. MAGALI VAÑESA RAMOS MAMANI

ESCALA: SE

N° PLANO

PLANO DE: ANÁLISIS DE ACTIVIDADES

FECHA: OCTUBRE 2015

AU-06

C. Análisis de Espacios Abiertos y Áreas Verdes

Los espacios abiertos se presentan delimitados en su entorno por elementos naturales o construidos.

En el sector tenemos como principal espacio abierto a la Plaza de Armas como punto de encuentro, en donde se realizan actividades cívico patrióticas, desfiles, además de ser escenario de eventos de carácter turístico por la belleza e historia que lo caracteriza. Continuando con el recorrido encontramos detrás de la Catedral a la Plaza Juan Pablo II que actualmente es uno de los más concurridos durante los fines de semana y principalmente por los jóvenes. El siguiente es un parque ubicado al Frente de la Estación Ferroviaria, que sirve como espacio receptor a los visitantes que concurren a dicho monumento histórico. Siguiendo con el recorrido por la Av. 2 de Mayo encontramos la Plaza Maclean como espacio abierto que alberga principalmente a los visitantes del Teatro Municipal y a los peatones que vienen de la Alameda Bolognesi y Calle San Martín consideradas como las vías más concurridas de la ciudad (Ver Lámina AU-07).

ANÁLISIS DE ESPACIOS ABIERTOS

ANÁLISIS URBANO

PLAZAS, PARQUES Y ÁREAS VERDES



LAS PLAZAS Y PARQUES SE ENCUENTRAN DISTRIBUIDAS EN TODO EL SECTOR, SIN TENER RELACION DE MANERA TRANSVERSAL QUE ORDENE Y CONFORME UNA INTEGRACIÓN ENTRE ELLAS.



PLAZA DE ARMAS DE TACNA

ALAMEDAS Y PASAJES PEATONALES



EXISTEN TRES PASAJES PEATONALES (CALDERÓN DE LA BARCA, VIGIL Y LIBERTAD) ADEMÁS ESTA LA ALAMEDA BOLOGNESI QUE ACTUALMENTE ES EL MÁS TRANSITADO POR PEATONES.



ALAMEDA BOLOGNESI

CONSTITUYEN ELEMENTOS ORGANIZADORES DEL SISTEMA DE ESPACIOS ABIERTOS DE TIPO PÚBLICO Y SEMIPÚBLICO EN LA CIUDAD Y SEGÚN SU MORFOLOGÍA PODEMOS ENCONTRAR EN EL SENTOR URBANO PLAZAS, PLAZUELAS, JARDINES Y ESPACIOS RESIDENCIALES.



FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL, ARQUITECTURA Y GEOTECNIA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA



TEMA: "COMPLEJO DE GESTIÓN, PROMOCIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO - DIRCETUR EN LA REGIÓN TACNA"

PRESENTADO POR:
BACH. ARG. MAGALI VAREDA RAMOS MARIANI

ESCALA:
SE

Nº PLANO

PLANO DE:
ANÁLISIS DE ESPACIOS ABIERTOS Y ÁREAS VERDES

FECHA:
OCTUBRE 2015

AU-07

D. Análisis de Imagen Urbana

La imagen urbana es la expresión de la totalidad de los elementos que conforman la ciudad, así tenemos los hitos urbanos que sirven como elementos de orientación dentro del espacio urbano para los ciudadanos.

Dentro de los hitos más importantes que tiene el sector, está el Arco Parabólico, la Catedral de Tacna, Centro Cultural Jorge Basadre Grohmann, Estación Ferroviaria, Consulado Chileno, Teatro Municipal, Mercado Dos de Mayo, entre otros que permiten orientar al peatón dentro del espacio urbano.

En el sector encontramos puntos estratégicos en donde se concentran mayor cantidad de visitantes generándose escenarios públicos que permite un intercambio visual y social entre sus protagonistas estos espacios se encuentran principalmente en el Paseo Cívico, Alameda Bolognesi, Pasaje Vigil, además existen sendas urbanas que definen actividades y comportamientos especiales (Ver Lámina AU-08 y AU-09).

ANÁLISIS DE IMAGEN URBANA

ANÁLISIS URBANO

HITOS URBANOS

COMO REFERENCIAS PUNTALES ENCONTRAMOS EN LA PLAZA DE ARMAS AL ARCO PARABÓLICO, CATEDRAL Y DIFERENTES MONUMENTOS HISTÓRICOS RECONOCIDOS POR EL INC.



ARCO PARABÓLICO DE TACNA

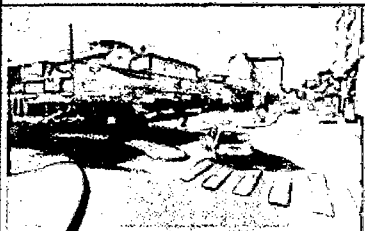
CATEDRAL DE TACNA



MUSEO FERROVIARIO

NODOS

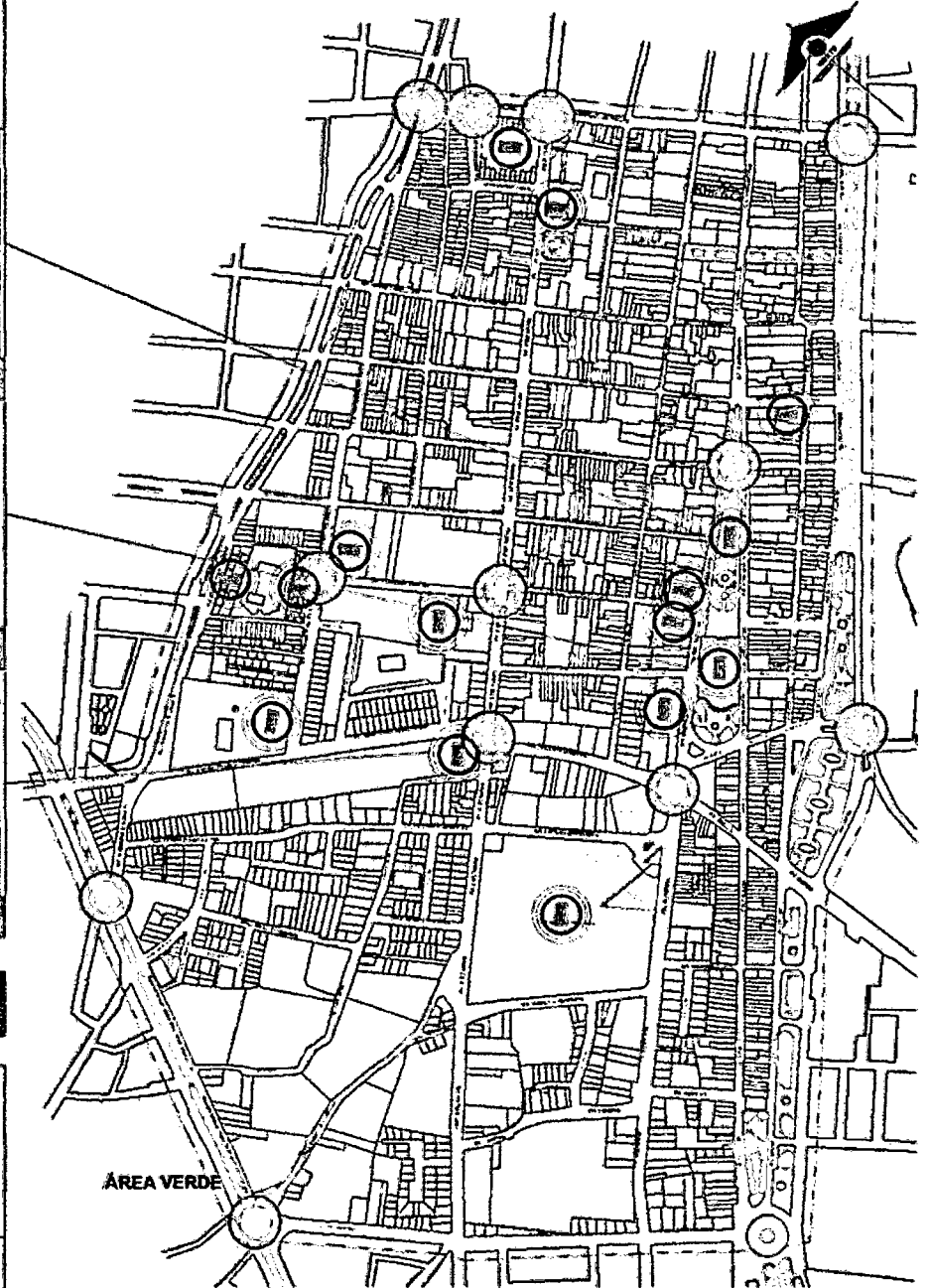
EN EL SECTOR ENCONTRAMOS PUNTOS ESTRATÉGICOS EN DONDE SE CONCENTRAN MAYOR CANTIDAD DE VISITANTES POR LAS DIVERSAS ACTIVIDADES QUE SE DESARROLLAN.



INTERSECCIÓN VIAL

CALLE SAN MARTÍN - CALLE 28 DE JULIO

LA IMAGEN URBANA ES LA EXPRESIÓN DE LA TOTALIDAD DE LOS ELEMENTOS QUE CONFORMAN LA CIUDAD, ASI TENEMOS LOS HITOS URBANOS QUE SIRVEN COMO ELEMENTOS DE ORIENTACIÓN DENTRO DEL ESPACIO URBANO PARA LOS CIUDADANOS.



FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL, ARQUITECTURA Y GEOTECNIA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA



TÍTULO: "COMPLEJO DE GESTIÓN, PROMOCIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO - DIRCETUR EN LA REGIÓN TACNA"

PRESENTADO POR: BACH. ARQ. BAGALI VANESA RAMOS MARANG

ESCALA: 08

Nº PLANO

PLANO DE: HITOS URBANOS Y NODOS

FECHA: OCTUBRE 2015

AU-08

ANÁLISIS DE IMAGEN URBANA

ANÁLISIS URBANO

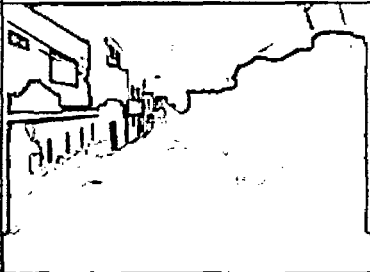
SENDAS

COMO REFERENCIAS PUNUALES ENCONTRAMOS EN LA PLAZA DE ARMAS AL ARCO PARABÓLICO, CATEDRAL Y DIFERENTES MONUMENTOS HISTÓRICOS RECONOCIDOS POR EL INC.



BARRIOS

EN EL SECTOR AUN ENCONTRAMOS AGRUPACIONES DE VIVIENDAS CON CARACTERÍSTICAS SIMILARES, DENTRO DE ELLAS TENEMOS AL BARRIO FONAVI, VILLA MILITAR Y BARRIO CALLAO.



DENTRO DEL SECTOR ENCONTRAMOS SENDAS PRINCIPALES QUE LA CONSTITUYEN LAS VIAS COLECTORAS, POR SER DE ALTO TRANSITO PETONAL Y VEHICULAR. TAMBIEN TENEMOS ALGUNOS BARRIOS RESIDENCIALES, QUE POCO A POCO SE FUE DESPLAZANDO POR EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES COMERCIALES Y DE SERVICIOS.



FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL, ARQUITECTURA Y GEOTECNIA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA



TÍTULO: "COMPLEJO DE GESTIÓN, PROMOCIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO - DIRCETUR EN LA REGIÓN TACNA"		
PRESENTADO POR: BACH. ARO. MARALI VIVESA RAMOS MARAVI	ESCALA: M2	EP PLANO
PLANO DE: BARRIOS Y SENDAS	FECHA: OCTUBRE 2018	AU-09

5.4.3 Zona Monumental

A. Delimitación geográfica

La Zona Monumental comprende el centro de la ciudad más tradicional, con sus monumentos históricos, plazas y parques; construido en su mayor parte en el cauce mayor antiguo del río Caplina.

Ocupa un área de 73,64 ha y corresponde a una delimitación aprobada por Resolución Suprema n° 281-78-vc-5 500, de fecha 26/10/78 y por resolución ministerial n° 0928-80-ed de fecha 23/07/80 (Ver Lámina ZM-01)

B. Ubicación de la Zona Monumental en el Sector Urbano

El sector urbano cuenta con un área aproximada de 110 hectáreas de las cuales el 36,85 % (40 has) está circunscrita dentro de la Zona Monumental de Tacna, en el que se encuentran una serie de entidades institucionales, bancarias, de culto, educación, conservando una influencia de interés cultural que se debe tener en cuenta para el análisis y posterior intervención.

UBICACIÓN GEOGRÁFICA

ZONA URBANA MONUMENTAL

LA ZONA MONUMENTAL OCUPA UN ÁREA DE 73.64 HAS. Y CORRESPONDE A UNA DELIMITACIÓN APROBADA POR RESOLUCIÓN SUPREMA N° 281-78-VC-5500, DE FECHA 26/10/78 Y POR RESOLUCIÓN MINISTERIAL N° 0928-80-ED DE FECHA 23/07/80



LÍMITES:

POR EL NORTE:

COMIENZA DE LA ESTACIÓN FERROVIARIA SUBIENDO EN LÍNEA PARALELA A LA AV. 2 DE MAYO, VOLTEANDO A LA DERECHA POR EL AGRUPAMIENTO "28 DE AGOSTO" EN LÍNEA PARALELA A LA CALLE GENERAL VIZQUERRA, VOLTEANDO A LA IZQUIERDA EN LÍNEA PARALELA A LA CALLE MODESTO BASADRE Y ZELA, VOLTEANDO A LA DERECHA EN UNA LÍNEA PARALELA A LA CALLE ALTO DE LIMA, VOLTEANDO A LA IZQUIERDA EN LÍNEA PARALELA A LA CALLE ALTO DE LIMA Y JOSÉ ROSA ARA, HASTA LLEGAR A LA PLANTA DE TRATAMIENTO DE AGUA DE ALTO DE LIMA.

POR EL SUR:

EN LÍNEA QUEBRADA DE 13 TRAMOS, PARTIENDO DESDE LA PLANTA DE AGUA POTABLE DE ALTO DE LIMA EN LÍNEA PARALELA A LA CALLE ALTO DE LIMA EN DOS TRAMOS, VOLTEA A LA IZQUIERDA EN LÍNEA QUEBRADA DE TRES TRAMOS PARALELO A LA AV. BOLOGNESI, LUEGO VOLTEA POR LA URBANIZACIÓN MESSINA HASTA CORONEL VIDAL, VOLTEANDO EN 7 TRAMOS DE FORMA PARALELA A LA AVENIDA BOLOGNESI HASTA LA CALLE ARICA.

POR EL ESTE:

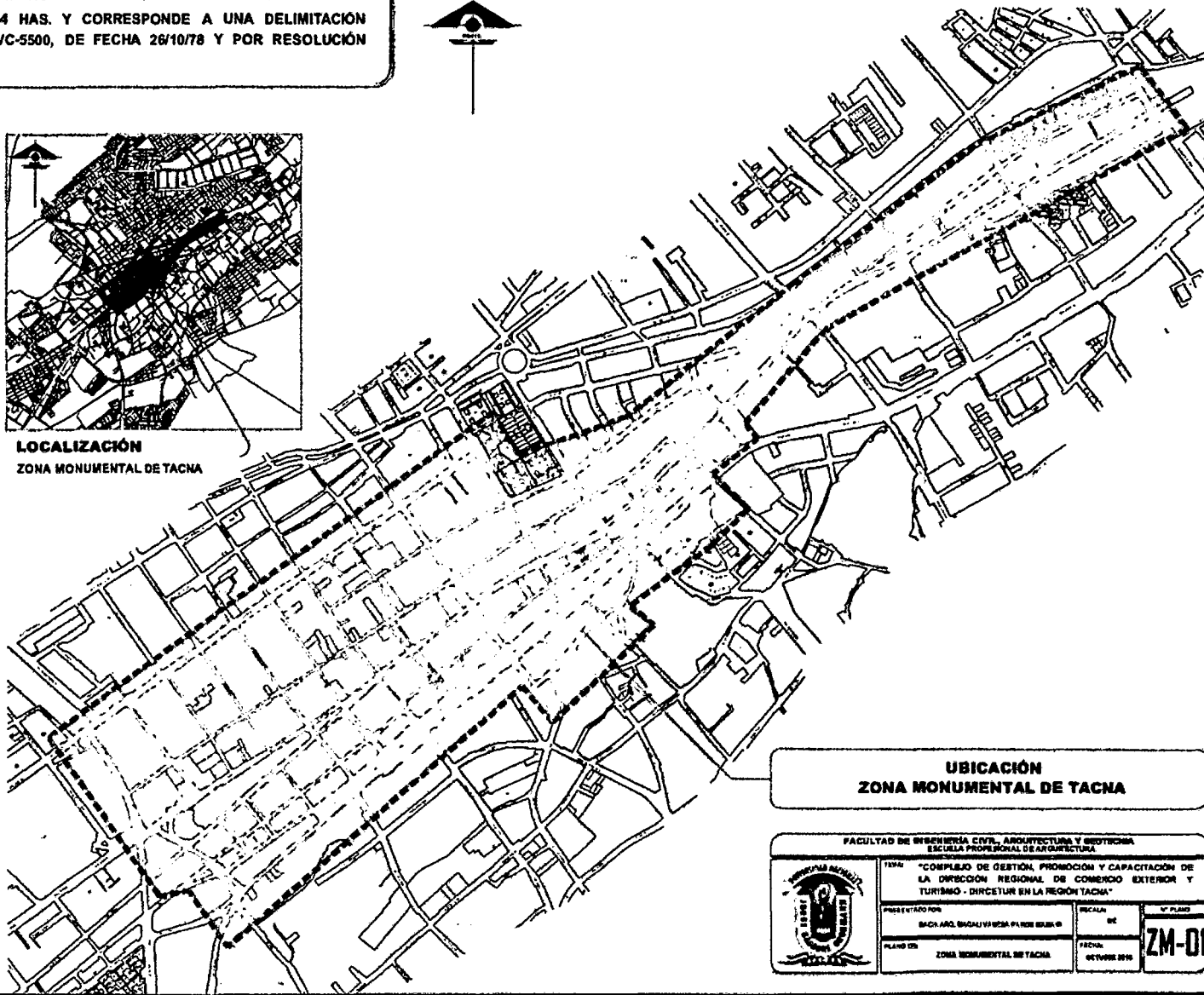
EN LÍNEA DE UN SOLO TRAMO COLINDANTE CON LA PLANTA DE TRATAMIENTO DE AGUA POTABLE.

POR EL OESTE:

EN LÍNEA QUEBRADA DE 3 TRAMOS, PARTIENDO A LA ALTURA DE LA CALLE ARICA HACIA EL PARQUE DE LA LOCOMOTORA, BAJANDO POR LA AV. GRAU HASTA VOLTEAR EN FORMA PARALELA A LA CALLE CUSCO HASTA INTERCEPTAR LA ESTACIÓN DEL FERROCARRIL.



LOCALIZACIÓN
ZONA MONUMENTAL DE TACHNA



UBICACIÓN ZONA MONUMENTAL DE TACHNA

FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL, ARQUITECTURA Y MEDICINA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

1994 "COMPLEJO DE GESTIÓN, PROMOCIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO - DIRECCIÓN EN LA REGIÓN TACHNA"

PROYECTADO POR: ING. ARL. SINGU VIZCARRA PAREDES	ESCALA: 1:2	N° PLANO: ZM-01
PLANO DE: ZONA MONUMENTAL DE TACHNA	FECHA: OCTUBRE 1994	

AMBIENTES URBANOS

ZONA MONUMENTAL DE TACNA

AMBIENTES URBANOS



PLAZA MAC LEAN



PASAJE VIGIL

Alameda Calle San Sebastián y 2433



PASAJE CALDERON DE LA BARCA

Alameda Calle San Sebastián y 2433



CALLE ZELA

Alameda Calle San Sebastián y Maguquina

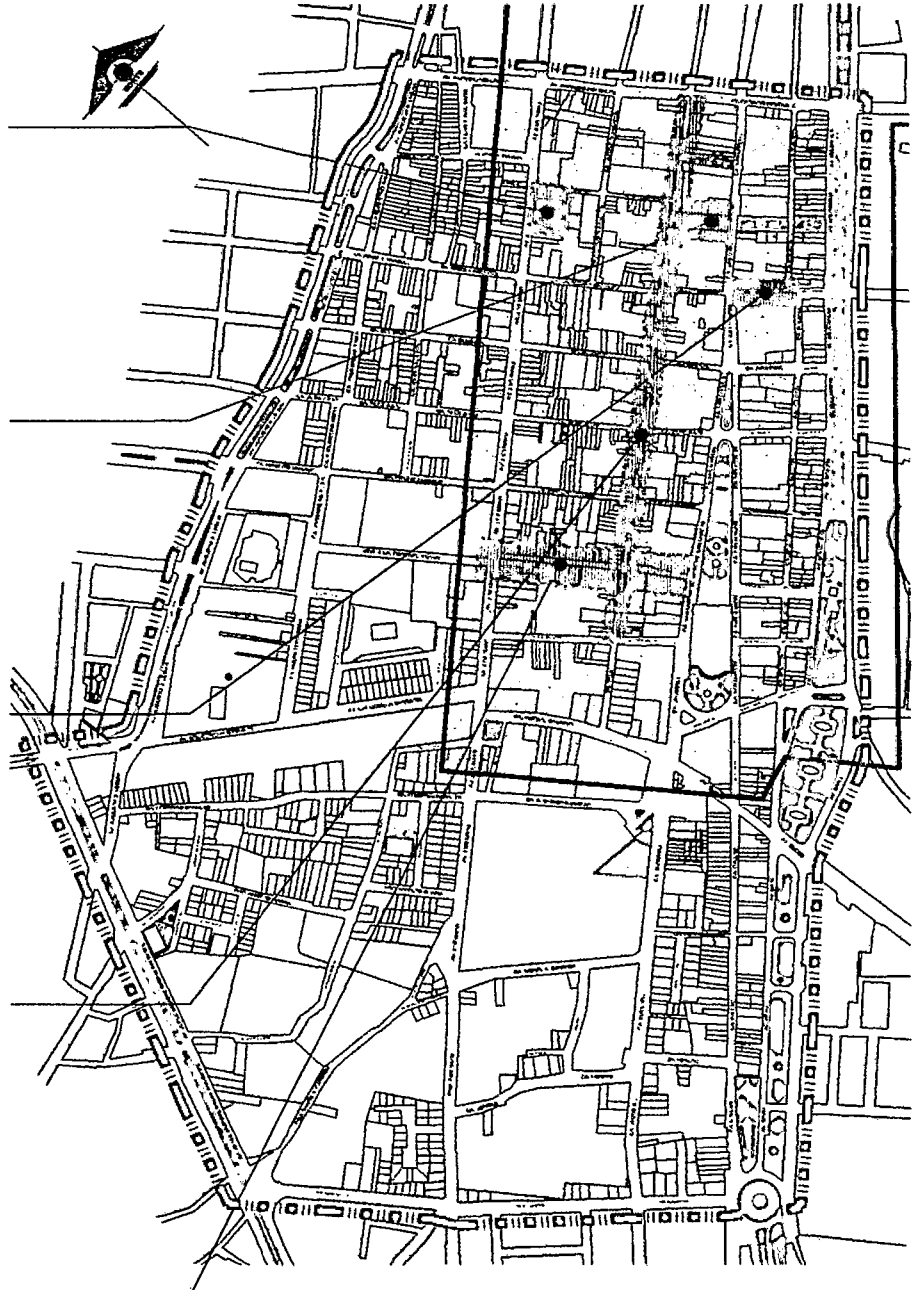


CALLE INCLÁN

Alameda Calle San Sebastián y 2433

AMBIENTES URBANOS:

DENTRO DE ESTA ZONA MONUMENTAL SE UBICAN AMBIENTES URBANOS QUE REFLEJAN CARACTERISTICAS ESPECIALES ASI COMO: ARIAS ARAGUEZ, INCLÁN, ZELA, PASAJE LIBERTAD, PASAJE VIGIL Y PARQUE MAC LEAN.



FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL, ARQUITECTURA Y GEOTECNIA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA



TEMA: "COMPLEJO DE GESTIÓN, PROMOCIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO - DIRCETUR EN LA REGIÓN TACNA"

PRESENTADO POR:
BACH. ARG. MAGALI VANESA RAMOS MAMANI

ESCALA:
SE

Nº PLANO

PLANO DE:
AMBIENTES URBANOS

FECHA:
OCTUBRE 2019

ZM-02

5.5 REVISIÓN TÉCNICO NORMATIVA

5.5.1 Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

- Decreto Supremo N° 025-2004-MINCETUR: Reglamento de Restaurantes

5.5.2 Reglamento Nacional de Edificaciones

- Norma A.080 – Oficinas
- Norma A. 070 - Comercio
- Norma A. 040 – Educación
- Norma A. 120 – Accesibilidad para personas con discapacidad
- Escaleras (Norma A. 0.10 - Condiciones Generales de Diseño/Cap. VI)
- Estacionamientos (Norma A. 0.10 - Condiciones Generales de Diseño/Cap. XI)

CAPÍTULO VI

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1 PROPUESTA URBANA

6.1.1 Premisas De Diseño Urbano

- Se establece como zona de intervención urbana la calle Gregorio Albarracín (Tramo Av. Augusto B. Leguía – Av. 2 de Mayo), Calle Presbítero Andía, Calle Inclán, Av. Augusto B. Leguía (Tramo Prolong. Federico Barreto – Calle Hipólito Unánue).
- Proponer un Centro Urbano Dinámico en la intersección de la Av. Augusto B. Leguía con Calle Gregorio Albarracín, consolidando y proponiendo una infraestructura de carácter público en donde se desarrollen actividades de gestión, promoción y capacitación del comercio exterior y turismo en forma integral y sea contenedora de espacios óptimos, además de propiciar la integración social y cultural.

- Consolidar a la Av. Augusto B. Leguía, Calle Presbítero Andía y Av. Dos de Mayo como Ejes de Soporte de Servicios Complementarios para el Centro Urbano Dinámico; y a las calles Gregorio Albarracín e Inclán como Ejes Articuladores del Sector.
- Respetar los lineamientos de intervención establecidos por el Instituto Nacional de Cultura que rigen la Zona Monumental de Tacna, conservando sus características históricas y arquitectónicas.
- Establecer un sistema de movimientos, mediante la incorporación y reordenamiento de paraderos urbanos en la Avenida Augusto B. Leguía, Calle Presbítero Andía y Av. Dos de Mayo.
- Modificar el patrimonio físico espacial del Consulado de Chile en Tacna, sin afectar sus características históricas y arquitectónicas de la casona declarado como patrimonio por el INC, para crear un espacio de integración dinámica, en donde se puedan desarrollar eventos que permitan impulsar la actividad turística y comercial de la ciudad y ser un punto de intercambio socio cultural.

- Restaurar mediante una puesta en valor a la Estación Ferroviaria y al Consulado General de Chile en Tacna, integrándose al nuevo Centro urbano Dinámico, para convertirse en un testimonio físico y de contemplación arquitectónica de nuestro pasado.
- Peatonalizar la Calle Gregorio Albarracín (Tramo Av. Augusto B. Leguía – Av. Dos de Mayo), para soportar el flujo peatonal de los trabajadores y ciudadanos que demandarán las actividades en este nuevo Centro Dinámico.

6.1.2 UBICACIÓN DE LA ZONA DE INTERVENCIÓN

La zona de intervención se encuentra ubicada entre la Avenida Augusto B. Leguía y Avenida Bolognesi y desde la Calle Hipólito Unánue hasta la Calle Federico Barreto. La zona cuenta con un área aproximada de 256 828,00 m² y comprende parte de la Zona Monumental de Tacna.

Gráfico 54: Ubicación de la zona de intervención



Fuente: Elaboración Propia

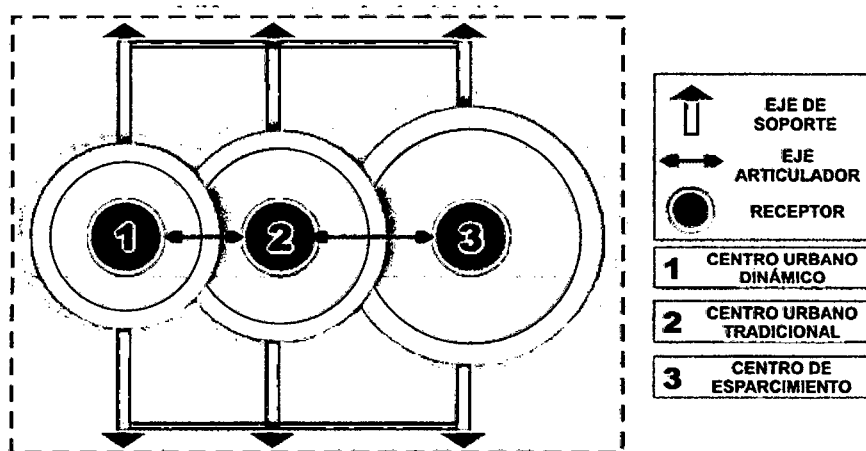
6.1.3 CONCEPTUALIZACIÓN Y PARTIDO

A. Conceptualización Urbana

"LA REHABILITACIÓN COMO ATRACTIVO TURÍSTICO"

El propósito del proyecto es la rehabilitación del entorno urbano, la cohesión social y la reactivación económica del sector.

Gráfico 55: Esquema conceptual



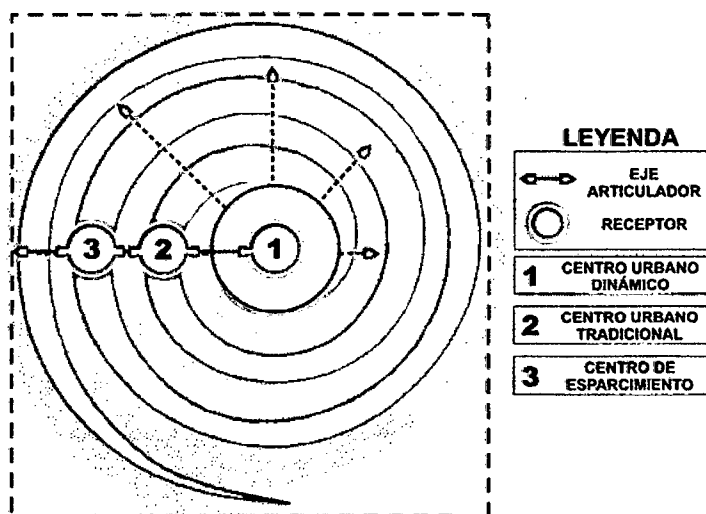
Fuente: Elaboración Propia

Se persigue la creación de una nueva centralidad en actividades comerciales y culturales, mediante un conjunto de intervenciones de puesta en valor del tejido urbano tradicional y de la imagen urbana del sector.

B. Partido Urbano

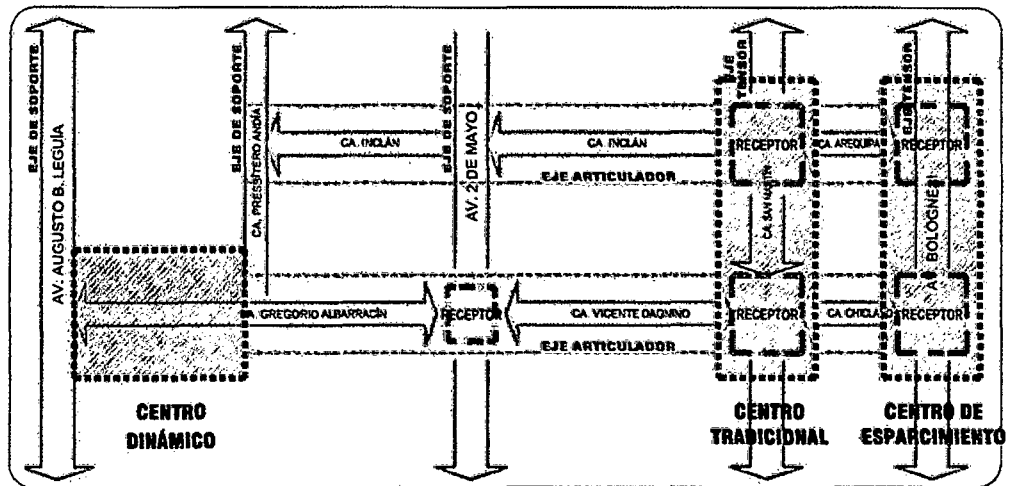
En el modelo teórico se fundamenta al “Centro Urbano Dinámico” como punto de partida y espacio organizador, extendiéndose a través de ejes articuladores hacia el Centro Urbano Tradicional, en donde se cuenta con los principales atractivos turísticos y mayor concentración de actividades económicas de la Región, además se articula al Centro de Esparcimiento, en donde se consideran las diferentes actividades de descanso y recreación para el visitante.

Gráfico 56: Modelo teórico



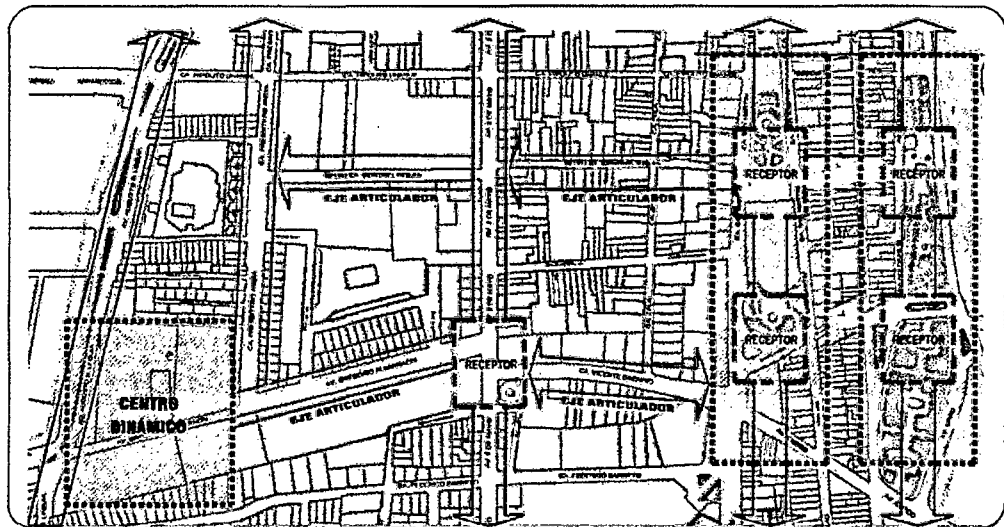
Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 57: Esquema teórico



Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 58: Esquema real

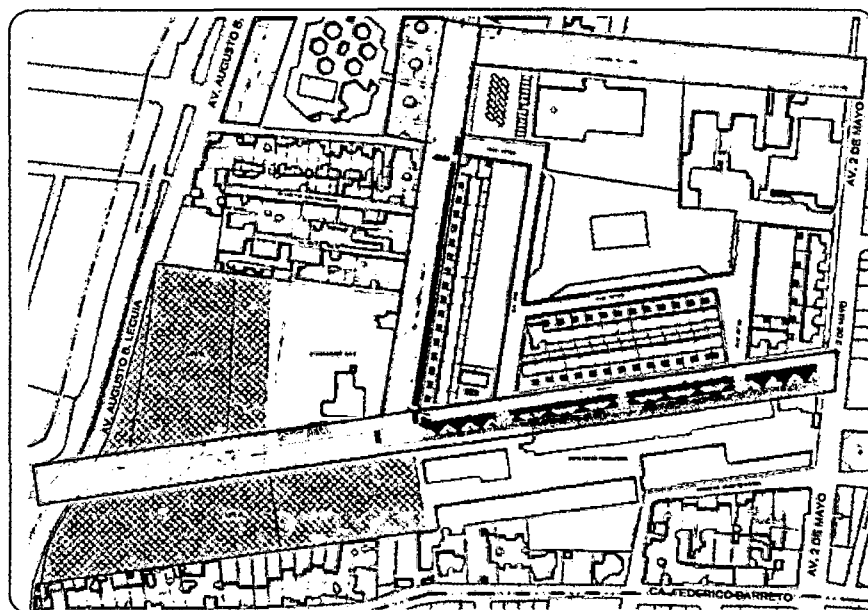


Fuente: Elaboración Propia

6.1.4 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA URBANA

A. Intervención de las Calles Gregorio Albarracín y Presbítero Andía

Gráfico 59: Ubicación Urbana

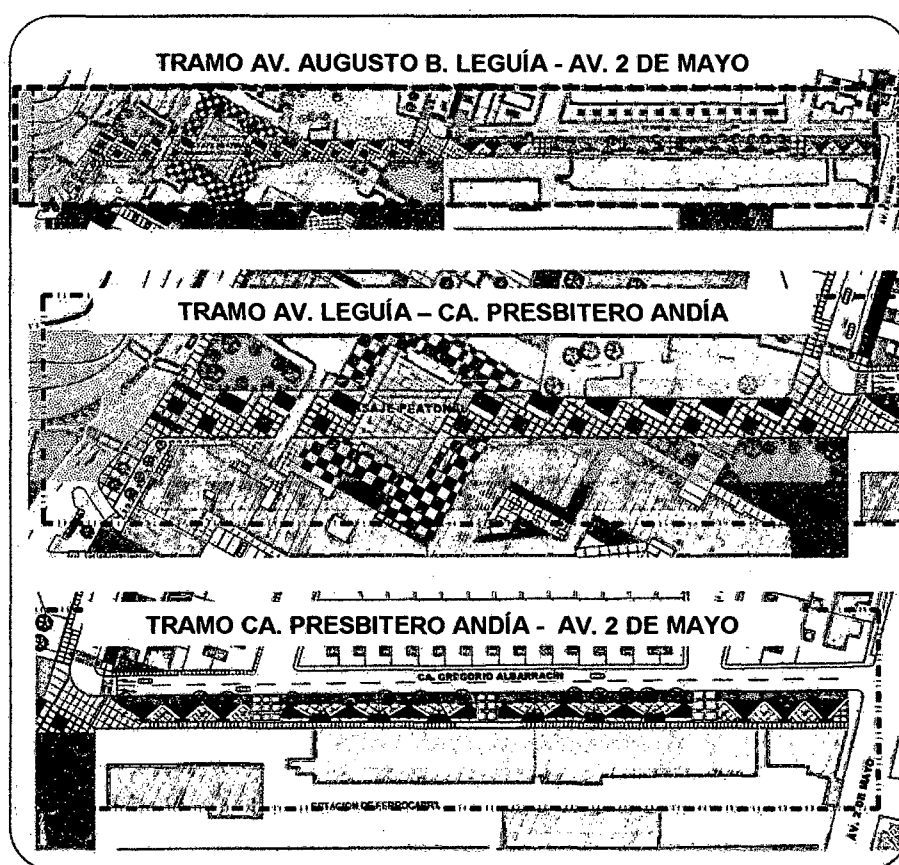


Fuente: Elaboración Propia

La propuesta contempla la peatonalización de la Calle Gregorio Albarracín (Tramo Calle Presbítero Andía – Av. 2 de Mayo) para el emplazamiento peatonal del usuario, quienes se concentran principalmente en el centro de la ciudad, además de proponer la ampliación de las veredas en la Calle Presbítero

Andía (Tramo Calle Inclán – calle Gregorio Albarracín), que permita mejorar la circulación peatonal.

Gráfico 60: Ubicación del área a intervenir



Fuente: Elaboración Propia

El pasaje peatonal consta de caminerías elaboradas con bloques de concreto distribuidas dentro de un diseño armonioso, con iluminarias, módulos de estares y paneles de publicidad turística que crean una continuidad visual y un

mismo lenguaje urbano del espacio, además permite la contemplación de los monumentos históricos de la zona tales como: La estación de Ferrocarril y el Consulado Chileno.

6.2 PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

6.2.1 Premisas de Diseño Arquitectónico

- Se propone consolidar un edificio, que esté acorde a las necesidades físicas, espaciales y funcionales que demandan las actividades de gestión, promoción y capacitación, sostenida en una arquitectura moderna y eficiente.
- Las actividades que se desarrollan en el conjunto, deben de tener la clara definición de su dominio, en términos de público, semipúblico y privado.
- La jerarquía de los volúmenes del conjunto se da en relación a la función que estos cumplen dentro del contexto propuesto.
- Por el tipo de equipamiento, se tendrá el criterio de flexibilidad (plantas libres) que permita adaptarse a los cambios que genere la evolución de los servicios de

gestión, promoción y capacitación, así como los posibles cambios de uso y dinámica que se puedan ofrecer.

- Diferenciar dos tipos de ingreso; uno vehicular; ubicado en el sótano para el público en general y personal administrativo y un ingreso peatonal para el público en general, ubicado en la Calle Gregorio Albarracín, en donde se concentrará el mayor flujo de personas.
- Considerar un retiro en ambos lados de la Calle Gregorio Albarracín para darle amplitud a la sección vial, siendo esta de 13,00 m, que facilite la circulación peatonal.
- A nivel de conjunto se propone un espacio receptor abierto amplio que permite integrar ambos terrenos y facilitar el desarrollo de las actividades a realizarse.
- Se plantea el diseño de un puente peatonal, que integre las zonas de gestión y administración, servicios complementarios (centro de negocios) y la zona de extensión y difusión (Auditorio y Salas de uso múltiple), facilitando así el rápido acceso y desarrollo de actividades de congregación como ferias, congresos, exhibiciones, entre otros.

- Aprovechar las buenas propiedades del suelo para la construcción por encontrarse en áreas que pertenecen al tipo III con una capacidad portante de 1,5 a 2,5 kg/cm².
- Respetar las normas para el diseño establecido en el reglamento nacional de edificaciones que corresponden a oficinas, educación y comercio, así también las condiciones en el diseño para minusválidos, por seguridad, circulaciones, instalaciones, etc.

PREMISAS DE DISEÑO

PREMISAS AMBIENTALES

ASPECTO	REQUERIMIENTOS	GRÁFICA
VENTILACIÓN	<p>El aire contenido en los ambientes interiores de las edificaciones condicionará la sensación térmica de los usuarios.</p> <p>VENTILACIÓN EN EXTERIORES Se debe considerar la topografía y obstrucciones circundantes, a fin de considerar en el diseño de la volumetría aquellos ambientes que por su función deban de recibir o protegerse de la incidencia directa de los vientos predominantes.</p> <p>VENTILACIÓN EN INTERIORES El movimiento de aire al interior de los ambientes, se logrará por ventilación natural, se debe contar indefectiblemente con una entrada y una salida de aire, considerando la dirección del viento.</p>	<p>El viento que entra por la ventilación natural en el espacio exterior de la edificación, se debe considerar en el diseño de la volumetría de los ambientes.</p> <p>El viento que entra por la ventilación natural en el espacio interior de la edificación, se debe considerar en el diseño de la volumetría de los ambientes.</p>
	<p>Para una orientación óptima, el lado más ancho del volumen debe mirar hacia el norte, admitiendo una variación de 22°31' a uno u otro lado; de preferencia las ventanas bajas también deben mirar al norte. Las ventanas al sur deben contar necesariamente con aleros.</p> <p>Debe tenerse en cuenta la ventilación cruzada.</p> <p>PROTECCIÓN CONTRA ASOLEAMIENTO DIRECTO Para el diseño o adaptación de aulas, oficinas administrativas, etc. deberá hacerse el estudio de asoleamiento, mostrando la protección a la penetración solar directa.</p> <p>USO DE PARASOLES Se puede recurrir a parasoles verticales o por último a persianas o vidrios reflejantes con filtro solar.</p>	<p>El viento que entra por la ventilación natural en el espacio exterior de la edificación, se debe considerar en el diseño de la volumetría de los ambientes.</p> <p>El viento que entra por la ventilación natural en el espacio interior de la edificación, se debe considerar en el diseño de la volumetría de los ambientes.</p>

ASPECTO	REQUERIMIENTOS	GRÁFICA
VEGETACIÓN	<p>La vegetación se utilizará en el diseño arquitectónico como medio de control ambiental y de forma estética, de acuerdo a sus atributos, entre las cualidades se puede mencionar, purificar el aire, definir circulaciones peatonales.</p> <p>Utilizar elementos como cierres o barreras en el espacio exterior que ayudarán a crear barreras contra el ruido, con el propósito para modificar su dirección.</p>	<p>El viento que entra por la ventilación natural en el espacio exterior de la edificación, se debe considerar en el diseño de la volumetría de los ambientes.</p> <p>El viento que entra por la ventilación natural en el espacio interior de la edificación, se debe considerar en el diseño de la volumetría de los ambientes.</p>
PLAZAS	<p>Se requiere de áreas pavimentadas y lugares para descanso donde se pueda garantizar de forma estable la sombra.</p> <p>Se utilizarán diferentes tipos de texturas de piso lo que permitirá orientar la circulación de los usuarios a la vez que estéticamente se verá mejor.</p>	<p>El viento que entra por la ventilación natural en el espacio exterior de la edificación, se debe considerar en el diseño de la volumetría de los ambientes.</p> <p>El viento que entra por la ventilación natural en el espacio interior de la edificación, se debe considerar en el diseño de la volumetría de los ambientes.</p>
PLAZAS Y CAMINERÍAS	<p>Las caminerías se diseñarán a manera de formar alamedas que vendrán a constituir un atractivo visual y además, buen confort climático.</p>	<p>El viento que entra por la ventilación natural en el espacio exterior de la edificación, se debe considerar en el diseño de la volumetría de los ambientes.</p> <p>El viento que entra por la ventilación natural en el espacio interior de la edificación, se debe considerar en el diseño de la volumetría de los ambientes.</p>
ESPACIAL	<ul style="list-style-type: none"> La planta libre es la tipología principal a desarrollarse en toda la edificación permitiendo así la mayor flexibilidad espacial. La circulación espacial estará en concordancia con las circulaciones, implicando una jerarquización de las mismas, con una estructura espacial clara y sencilla de fácil reconocimiento por parte de los usuarios. 	<p>El viento que entra por la ventilación natural en el espacio exterior de la edificación, se debe considerar en el diseño de la volumetría de los ambientes.</p> <p>El viento que entra por la ventilación natural en el espacio interior de la edificación, se debe considerar en el diseño de la volumetría de los ambientes.</p>
CONSTRUCTIVO	<ul style="list-style-type: none"> Dentro del diseño general debe respetarse un módulo estructural que permita optimizar las tareas constructivas. el sistema constructivo a utilizarse deberá adecuarse a las condiciones del terreno y la localidad, es decir de alto riesgo sísmico y resistencia del suelo. Deberá utilizarse en la medida de lo posible materiales que permitan la modulación de la construcción es decir menos número de elementos constructivos. 	<p>El viento que entra por la ventilación natural en el espacio exterior de la edificación, se debe considerar en el diseño de la volumetría de los ambientes.</p> <p>El viento que entra por la ventilación natural en el espacio interior de la edificación, se debe considerar en el diseño de la volumetría de los ambientes.</p>

FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL, ARQUITECTURA Y GEOTECNIA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

INSTITUCIÓN EDUCATIVA "COMPLEJO DE GESTIÓN, PROMOCIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA DIRECCIÓN REGIONAL DE GOBIERNO EXTERIOR Y TURISMO - DIRECTOR EN LA REGIÓN IACHA"

PROFESOR: DR. JOSÉ ANTONIO GARCÍA GARCÍA

ALUMNO: [Nombre del alumno]

PLANO Nº: PREMISAS DE DISEÑO ARQUITECTÓNICO

FECHA: [Fecha]

AA-01

6.2.2 Análisis del Perfil del Usuario

El usuario **Permanente** está conformado por el personal administrativo de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo que son los encargados de gestionar y administrar conjuntamente con las organizaciones privadas y estatales, a fin de mejorar la calidad de prestación de servicios en materia de comercio exterior y turismo. Y también está el usuario **Visitante**, el que hace uso de las instalaciones para sus actividades, siendo este el más importante a considerar.

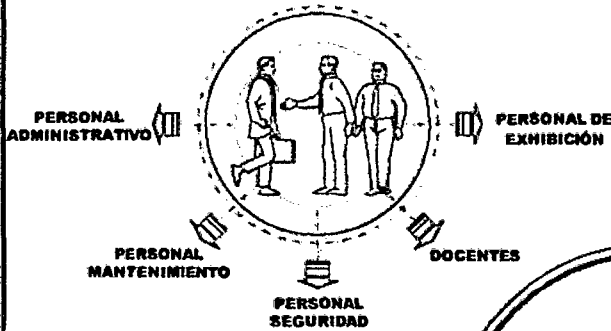
El complejo a proyectar es adecuado para cualquier persona con inquietud de aprender actividades como pintura, manualidades, gastronomía.

Por lo que el programa arquitectónico cuenta con espacios necesarios para la realización de dichas actividades, alejando a los usuarios de la rutina y ruido.

USUARIO

PERMANENTE

Está conformado por el personal administrativo de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo que son los encargados de gestionar y administrar conjuntamente con las organizaciones privadas y estatales, a fin de mejorar la calidad de prestación de servicios en materia de comercio exterior y turismo.



El usuario PERMANENTE realizará principalmente sus actividades en las siguientes zonas:

POR ZONAS

1. Z. GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN

DIRCETUR

- ÓRGANO DE DIRECCIÓN
- ÓRGANO DE APOYO
- ÓRGANO DE ASESORAMIENTO
- ÓRGANO DE LÍNEA
 - DIRECCIÓN DE COMERCIO EXTERIOR
 - DIRECCIÓN DE TURISMO
 - DIRECCIÓN DE ARTESANÍA

ORGANIZACIONES DE COORDINACIÓN

- CENFOTUR
- IPERÚ
- OGD TACNA
- CÁMARA DE TURISMO
- CÁMARA DE COMERCIO, INDUSTRIA Y PRODUCCIÓN
- AAPRAC
- PROM TACNA
- PLAN COPESCO
- ASPEC
- ADEX
- CONFIEP

2. Z. DE FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

- DOCENTES
 - MANUALIDADES
 - TEXTILERÍA
 - ORFEBREÍA
 - CERÁMICA
 - GASTRONOMÍA

VISITANTE

Dirigido principalmente a turistas, sociedades, organizaciones, corporaciones del mercado local e internacional interesados en realizar eventos y exposiciones para la presentación de nuevos productos.

Principales actividades que pudiera realizar:

- Realizar eventos de carácter social
 - Llevar a cabo eventos de carácter comunicativo y cultural; conferencias, encuentros, simposios, etc.
 - Llevar a cabo convenciones, firmas comerciales, congresos, etc.
 - Realizar exposiciones de todo tipo de productos de carácter industrial, comercial y de negocios, administrativos, artísticos, educativos, etc.
- Además realizar eventos de carácter recreativo; como espectáculos, danzas.

COMPLEJO DE GESTIÓN, PROMOCIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

El usuario VISITANTE realizará principalmente sus actividades en las siguientes zonas:



POR ZONAS

1. Z. GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN
2. Z. DE FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN
3. Z. EXTENSIÓN Y DIFUSIÓN
4. Z. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL, ARQUITECTURA Y GEOTECNIA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA



TÍTULO:	"COMPLEJO DE GESTIÓN, PROMOCIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO - DIRCETUR EN LA REGIÓN TACNA"		
PRESENTADO POR:	BACH. ANQ. MAGALY VAREZA RAMOS NANA W	ESCALA:	ET
PLANO DE:	ANÁLISIS DEL USUARIO	FECHA:	OCTUBRE 2015
			NO. PLANO AA-02

6.2.3 Programación Arquitectónica

En la programación se determina las características cualitativas y cuantitativas de los ambientes que se requiere para la implementación del nuevo **Complejo de Gestión, Promoción y Capacitación de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo**, en donde desarrollen sus actividades en forma integral y sea contenedora de espacios óptimos para el desarrollo de las funciones que les fueron transferidas, así también poder gestionar, promover y capacitar en temas de comercio exterior y turismo a los diferentes actores involucrados.

A continuación se desarrolla el programa arquitectónico a través de zonas, sub zonas y ambientes requeridos para el cumplimiento de los objetivos del presente proyecto.

PROGRAMACIÓN CUANTITATIVA

"COMPLEJO DE GESTIÓN, PROMOCIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO - DIRCETUR EN LA REGIÓN TAQNA"

ZONA	SUB ZONA	ESPACIO ARQUITECTONICO	USO Y FUNCIONES	Nº ESP.	MOBILIARIO	TIPO DE USUARIO		DIMENSIONES		CANTIDAD							
						TIPO	CANT.	LARGO	ANCHO	ÁREA ÚTIL (m2)	SUB TOTAL PARCIAL (m2)	TOTAL PARCIAL (m2)	30% CIRCUL Y MUROS	SUB TOTAL (m2)			
ZONA DE GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN	INFORMES Y REGISTRO	Vestibulo	Recibir y distribuir a los diferentes ambientes al público en general, trabajadores y otros.	1	Paneles	Público	25	9,00	12,00	108,00	108,00	246,80	74,04	320,84			
		Mesa de partes		1	Mesa de trabajo, sillas	Pers. Esp.	6	4,00	4,00	16,00	16,00						
		SS.HH. - Hombres		4	Inodoro, lavadero, urinario	Pers. Esp.	2	4,00	3,00	12,00	48,00						
		SS.HH. - Mujeres		4	Inodoro, lavadero	Pers. Esp.	2	4,00	3,00	12,00	48,00						
		S.H. Persona con discapacidad		3	Inodoro, lavadero	Público	1	3,00	2,20	6,60	19,80						
		Control de personal		1	Estantes, anaqueles	Pers. Esp.	1	3,50	2,00	7,00	7,00						
	DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO	Hall		Aguardar por atención mientras otras personas son atendidas	1	-	Público	-	5,00	5,00	25,00	25,00	72,50	21,75	252,91		
			Espera		1	Sillas	Público	15	2,50	20,00	20,00	20,00					
			SS.HH. - Hombres		1	Inodoro, lavadero, urinario	Público	2	2,50	13,75	13,75	13,75					
			SS.HH. - Mujeres		1	Inodoro, lavadero	Público	2	2,50	13,75	13,75	13,75					
		ÓRGANO DE DIRECCIÓN	Dircción General + S.H.	Dirigir, orientar, coordinar, ejecutar, supervisar y evaluar el cumplimiento de las actividades que corresponden a Comercio Exterior y Turismo	1	Escritorio, sillas	Pers. Esp.	1	5,00	5,00	25,00	25,00	122,05	36,61			
			- SS.HH.		1	Inodoro, lavadero	Pers. Esp.	1	2,15	1,30	2,80	2,80					
			- Asistente		1	Escritorio, sillas	Pers. Esp.	1	5,00	3,30	16,50	16,50					
			Secretaría + archivo		1	Escritorio, sillas, estantes	Pers. Esp.	2	5,00	3,20	16,00	16,00					
			Sala de espera		1	Sillas	Pers. Esp.	5	4,00	3,50	14,00	14,00					
			Sala de Reuniones		1	Mesa, sillas	Pers. Esp.	10	7,50	4,50	33,75	33,75					
		Apoyo técnico	1	Escritorio, sillas	Pers. Esp.	1	4,00	3,50	14,00	14,00							
		DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO	ÓRGANO DE APOYO	Secretaría	Aguardar por atención mientras otras personas son atendidas	2	Escritorio, sillas	Pers. Esp.	1	3,50	3,00	21,00	42,00	513,00		153,90	866,90
				Archivo		2	Estantes, anaqueles	Pers. Esp.	1	3,50	3,00	21,00	42,00				
				Sala de Espera		2	Muebles	Pers. Esp.	15	9,00	3,00	54,00	108,00				
				SS.HH. - Hombres		2	Inodoro, lavadero, urinario	Pers. Esp.	2	2,50	1,50	7,50	15,00				
	SS.HH. - Mujeres			2		Inodoro, lavadero	Pers. Esp.	2	2,50	1,50	7,50	15,00					
	Servidor DATA			2		Escritorio	Pers. Esp.	1	3,50	3,00	10,50	21,00					
	Oficina de Administración + S.H.			1		Escritorio, silla, archivadores	Pers. Esp.	1	4,50	5,00	22,50	22,50					
	Área de trabajo Personal Técnico			1		Escritorios para computador, sillas	Pers. Esp.	1	4,50	5,00	22,50	22,50					
	Oficina de Jefatura Personal + S.H.			1		Escritorio, silla, archivadores	Pers. Esp.	1	4,50	5,00	22,50	22,50					
	Área de trabajo Personal Técnico			1		Escritorios para computador, sillas	Pers. Esp.	1	4,50	5,00	22,50	22,50					
	Oficina de Tesorería + S.H.			1		Escritorio, silla, archivadores	Pers. Esp.	1	4,50	5,00	22,50	22,50					
	Área de trabajo Personal Técnico			1		Escritorios para computador, sillas	Pers. Esp.	1	4,50	5,00	22,50	22,50					
	Oficina de Abastecimiento + S.H.			1		Escritorio, silla, archivadores	Pers. Esp.	1	4,50	5,00	22,50	22,50					
	Área de trabajo Personal Técnico			1		Escritorios para computador, sillas	Pers. Esp.	1	4,50	5,00	22,50	22,50					
	Oficina de Patrimonio + S.H.	1	Escritorio, silla, archivadores	Pers. Esp.	1	4,50	5,00	22,50	22,50								
	Área de trabajo Personal Técnico	1	Escritorios para computador, sillas	Pers. Esp.	1	4,50	5,00	22,50	22,50								
Oficina de Imagen Institucional + S.H.	1	Escritorio, silla, archivadores	Pers. Esp.	1	4,50	5,00	22,50	22,50									
Área de trabajo Personal Técnico	1	Escritorios para computador, sillas	Pers. Esp.	1	4,50	5,00	22,50	22,50									
DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO	ÓRGANO DE ASESORAMIENTO	Secretaría	Aguardar por atención mientras otras personas son atendidas	2	Escritorio, sillas	Pers. Esp.	1	4,00	3,00	12,00	24,00	294,00	88,20	382,20			
		Sala de espera		2	Muebles	Pers. Esp.	15	9,00	3,00	27,00	54,00						
		SS.HH. - Hombres		2	Inodoro, lavadero, urinario	Pers. Esp.	1	2,50	1,50	3,75	7,50						
		SS.HH. - Mujeres		2	Inodoro, lavadero	Pers. Esp.	1	2,50	1,50	3,75	7,50						
		Servidor DATA		2	Escritorio, sillas	Pers. Esp.	1	3,50	3,00	10,50	21,00						
		Oficina de Asesoría Legal + S.H.		1	Escritorio, sillas, estantes	Pers. Esp.	1	4,50	5,00	22,50	22,50						
		Área de trabajo Personal Técnico		1	Escritorios para computador, sillas	Pers. Esp.	1	4,50	5,00	22,50	22,50						
		Oficina de Planificación + S.H.		1	Escritorio, sillas, estantes	Pers. Esp.	1	4,50	5,00	22,50	22,50						
		Área de trabajo Personal Técnico		1	Sillas, escritorio, archivadores	Pers. Esp.	1	4,50	5,00	22,50	22,50						
		Oficina de Presupuesto + S.H.		1	Escritorio, sillas, estantes	Pers. Esp.	1	4,50	5,00	22,50	22,50						
		Área de trabajo Personal Técnico		1	Escritorios para computador, sillas	Pers. Esp.	1	4,50	5,00	22,50	22,50						
		Oficina de Informática + S.H.		1	Escritorio, sillas, estantes	Pers. Esp.	1	4,50	5,00	22,50	22,50						
		Área de trabajo Personal Técnico		1	Escritorios para computador, sillas	Pers. Esp.	1	4,50	5,00	22,50	22,50						
		Oficina de Informática + S.H.		1	Escritorio, sillas, estantes	Pers. Esp.	1	4,50	5,00	22,50	22,50						
Área de trabajo Personal Técnico	1	Escritorios para computador, sillas	Pers. Esp.	1	4,50	5,00	22,50	22,50									

ZONA	SUB ZONA	ESPACIO ARQUITECTONICO	USO Y FUNCIONES	N° ESP.	MOBILIARIO	TIPO DE USUARIO		DIMENSIONES		CANTIDAD				
						TIPO	CANT.	LARGO	ANCHO	AREA UTIL (m2)	SUB TOTAL PARCIAL (m2)	TOTAL PARCIAL (m2)	30% CIRCUL. Y MUROS	SUB TOTAL (m2)
ZONA DE GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN	ORGANIZACIONES DE COORDINACIÓN	Secretaría	destinos y empresas que brindan servicios turísticos	1	Escritorio, sillas, estantes	Pers. Esp.	1	5,00	4,80	24,00	24,00	713,79	214,14	313,43
		Archivo		1	Estantes, anaqueles	Pers. Esp.	1	3,00	2,10	6,30	6,30			
		Jefatura OGD TUR Tacna	Generar la participación activa de las poblaciones, instituciones y agentes públicos y privados en acciones regionales del sector turismo.	1	Escritorio, sillas, estantes	Pers. Esp.	1	6,00	4,00	20,00	20,00			
		S.H.		1	Inodoro, lavadero	Pers. Esp.	1	2,30	1,30	2,99	2,99			
		Sala de reuniones		1	Mesa, sillas	Pers. Esp.	1	5,00	4,00	20,00	20,00			
		Secretaría		1	Escritorio, sillas, estantes	Pers. Esp.	1	4,00	3,00	12,00	12,00			
		Archivo		1	Estantes, anaqueles	Pers. Esp.	1	3,00	2,10	6,30	6,30			
		Área de trabajo + S.H.		1	Escritorio, sillas, estantes	Pers. Esp.	4	8,00	5,00	40,00	40,00			
		Jefatura CARETUR	Promover, mediante la gestión gremial, el desarrollo sostenible de la actividad turística en la región, a través, del desarrollo de los asociados; apoyándolos y orientándolos hacia la obtención de las herramientas necesarias para mejorar su emprendimiento	1	Escritorio, sillas, estantes	Pers. Esp.	1	5,00	4,50	22,50	22,50			
		Secretaría		1	Escritorio, sillas, estantes	Pers. Esp.	1	5,00	3,00	15,00	15,00			
		Jefatura Camara de Comercio, Industria y producción		1	Escritorio, sillas, estantes	Pers. Esp.	1	5,00	4,50	22,50	22,50			
		Secretaría		1	Escritorio, sillas, estantes	Pers. Esp.	1	5,00	3,00	15,00	15,00			
		Jefatura AAPRAC		1	Escritorio, sillas, estantes	Pers. Esp.	1	4,00	3,50	14,00	14,00			
		Secretaría		1	Escritorio, sillas, estantes	Pers. Esp.	1	4,00	2,80	11,20	11,20			
		Jefatura PROMTACNA	Realizar actividades de difusión y promoción del turismo en la región Tacna	1	Escritorio, sillas, estantes	Pers. Esp.	2	9,00	3,80	34,20	34,20			
		S.H.		1	Escritorio, sillas, estantes	Pers. Esp.	1	5,00	4,00	20,00	20,00			
		Sala de reuniones		1	Inodoro, lavadero	Pers. Esp.	1	2,30	1,30	2,99	2,99			
		Secretaría		1	Mesa, sillas	Pers. Esp.	8	5,00	4,00	20,00	20,00			
		Archivo		1	Escritorio, sillas, estantes	Pers. Esp.	1	4,00	3,00	12,00	12,00			
		Área de trabajo + S.H.		1	Estantes, anaqueles	Pers. Esp.	1	3,00	2,10	6,30	6,30			
		Jefatura Plan COPESCO	Ejecutar proyectos de Infraestructura que permitan ampliar y optimizar la oferta turística	1	Escritorio, sillas, estantes	Pers. Esp.	4	8,00	5,00	40,00	40,00			
		S.H.		1	Escritorio, sillas, estantes	Pers. Esp.	1	5,00	5,00	25,00	25,00			
		Secretaría		1	Inodoro, lavadero	Pers. Esp.	1	2,30	1,30	2,99	2,99			
		Jefatura ASPEC	Hacer cumplir las normas de protección al consumidor.	1	Escritorio, sillas, estantes	Pers. Esp.	1	4,00	3,00	12,00	12,00			
		Secretaría		1	Estantes, anaqueles	Pers. Esp.	1	3,70	2,00	7,40	7,40			
		Jefatura ADEX		1	Escritorio, sillas, estantes	Pers. Esp.	1	5,00	4,50	22,50	22,50			
		Jefatura CONFIEP	Contribuir con el proceso de crecimiento económico sostenido, basado en inversión y fomento del empleo, la difusión de la empresa	1	Escritorio, sillas, estantes	Pers. Esp.	1	5,00	3,00	15,00	15,00			
		Secretaría		1	Escritorio, sillas, estantes	Pers. Esp.	1	5,00	4,50	22,50	22,50			
		Especialista		1	Escritorio, sillas, estantes	Pers. Esp.	1	4,00	3,50	14,00	14,00			

ZONA DE FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN	INFORMES Y REGISTRO	Hall	Recibir y distribuir a los diferentes ambientes al público en general, trabajadores y otros.	3	-	Público Asist.	40	12,00	6,00	72,00	216,00	298,55	89,57	388,12	
		Informes y Registro		1	Mesa de Trabajo	Público Asist.	2	3,50	2,50	8,75	8,75				
		SS.HH. Hombres		2	Inodoro, lavadero, urinario	Público Asist.	3	4,50	3,50	15,75	31,50				
		SS.HH. Mujeres		2	Inodoro, lavadero	Pers. Esp.	3	4,50	3,50	15,75	31,50				
		SS.HH. Personas con Discapacidad		2	Inodoro, lavadero	Público Asist.	20	2,70	2,00	5,40	10,80				
	FORMACIÓN	Aula Taller de Gastronomía	Depósito de utensilios + hornos	Realizar actividades de capacitación, a través de talleres especializados sobre las diversas líneas artesanales de la región	2	Mesón fijo, lavadero, taburetes	Público Asist.	20	9,00	7,50	67,50	135,00	806,25	181,88	788,13
			Depósito		2	Estantes, anaqueles	Público Asist.	1	3,50	2,50	8,75	17,50			
			Aula Taller de Orfebrería		1	Escritorios, sillas	Público Asist.	25	9,00	7,50	67,50	67,50			
			Depósito		1	Estantes, anaqueles	Público Asist.	1	3,50	2,50	8,75	8,75			
			Aula Taller de Cerámica		1	Mesas, sillas	Público Asist.	25	9,00	7,50	67,50	67,50			
			Depósito		1	Estantes, anaqueles	Público Asist.	1	3,50	2,50	8,75	8,75			
			Aula Taller de Textilería		1	Mesas, sillas	Público Asist.	20	9,00	7,50	67,50	67,50			
			Depósito de utensilios		1	Estantes, anaqueles	Público Asist.	1	3,50	2,50	8,75	8,75			
			Aula Taller de Pintura		1	Tableros, sillas	Público Asist.	16	9,00	7,50	67,50	67,50			
			Depósito de utensilios		1	Estantes, anaqueles	Público Asist.	1	3,00	2,50	7,50	7,50			
	CAPACITACIÓN	Aulas teóricas	Depósito	Realizar seminarios, charlas a los diferentes actores involucrados	6	Carpetas, sillas	Público Asist.	20	8,50	6,00	51,00	306,00	318,50	95,55	414,05
					2	Estantes	Público Asist.	1	2,50	2,50	6,25	12,50			

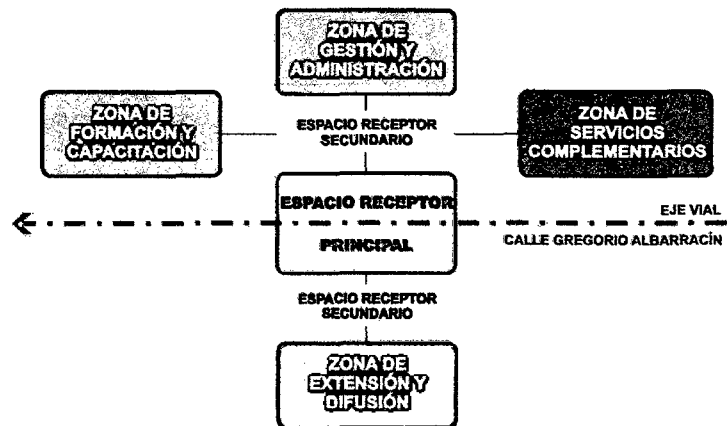
ZONA	SUB ZONA	ESPACIO ARQUITECTONICO	USO Y FUNCIONES	N° ESP.	MOBILIARIO	TIPO DE USUARIO		DIMENSIONES		CANTIDAD									
						TIPO	CANT.	LARGO	ANCHO	AREA UTIL (m2)	SUB TOTAL PARCIAL (m2)	TOTAL PARCIAL (m2)	30% CIRCUL. Y MUROS	SUB TOTAL (m2)					
BIBLIOTECA		Atención/Recibidor Sala de Lectura Área de Libros Oficina Depósito Sala de Internet SS.HH. Hombres SS.HH. Mujeres	Brindar al usuario un espacio de lectura, en donde pueda encontrar materiales Informativos sobre comercio exterior y turismo	1	Mesa de trabajo, sillas	Pers. Esp.	2	5,50	2,00	11,00	11,00	202,35	60,70	263,05					
				1	Escritorios, sillas	Público Asist.	35	12,00	10,00	120,00	120,00								
				1	Estantería	Pers. Esp.	1	8,00	4,50	36,00	36,00								
				1	Escritorio, silla	Pers. Esp.	1	3,00	2,70	8,10	8,10								
				1	-	Pers. Esp.	1	2,70	1,85	5,00	5,00								
				1	Escritorio para computador, silla	Público Asist.	15	6,50	2,50	16,25	16,25								
				1	Inodoro, lavadero, urinario	Público Asist.	1	2,50	1,20	3,00	3,00								
				1	Inodoro, lavadero	Público Asist.	1	2,50	1,20	3,00	3,00								
ZONA DE EXTENSIÓN Y DIFUSIÓN	AUDITORIO	Vestíbulo SS.HH. Hombres SS.HH. Mujeres S.H. Persona con discapacidad Registro/Informes Kitchenet Área de Butacas Escenario Trasescenario Camerinos + vestidor + S.H. Hombres Camerinos + vestidor + S.H. Mujeres Mezanine Sala de traducción Equipos de sonido e iluminación Proyección de video	Realizar eventos o presentaciones culturales, educativos, políticos o sociales	1	Paneles	Espectador	250	-	-	100,00	100,00	635,65	190,70	826,35					
				1	Inodoro, lavadero, urinario	Espectador	5	6,00	3,50	21,00	21,00								
				1	Inodoro, lavadero	Espectador	5	6,00	3,50	21,00	21,00								
				1	Inodoro, lavadero	Espectador	2	2,00	2,00	4,00	4,00								
				1	Mesa de trabajo, sillones	Pers. Esp.	2	5,00	2,00	10,00	10,00								
				1	Mesón, lavadero, cocina	Pers. Esp.	2	3,55	3,00	10,65	10,65								
				1	Butacas	Espectador	250	-	-	211,50	211,50								
				1	-	Expositor	10	10,00	4,00	40,00	40,00								
				1	-	Expositor	10	6,00	2,20	13,20	13,20								
				1	Mesa, sillas	Expositor	5	8,00	6,00	48,00	48,00								
				1	Mesa, sillas	Expositor	5	8,00	6,00	48,00	48,00								
				1	Butacas	Espectador	100	-	-	84,50	84,50								
	1	Sillas	Espectador	2	3,50	3,10	10,85	10,85											
	1	Sillas	Espectador	1	3,35	2,00	6,70	6,70											
	1	Sillones	Espectador	1	2,50	2,50	6,25	6,25											
	SALÓN DE USO MÚLTIPLE 01		Área de Registro Sala de Espectación + Escenario Kitchenet Depósito	Realizar diversas actividades formativas y de recreación, reuniones, actos académicos, entre otras. Capacidad para 150 personas	1	Mesa de trabajo	Pers. Esp.	2	2,00	2,00	4,00	4,00	246,50	73,95	320,45				
					1	Sillas	Espectador	150	21,00	10,00	210,00	210,00							
					1	Mesa, estantería	Pers. Esp.	3	5,00	4,00	20,00	20,00							
					1	Estantes, anaqueles	Pers. Esp.	1	5,00	2,50	12,50	12,50							
	SALÓN DE USOS MÚLTIPLES 02, 03 Y 04		Área de Registro Sala de Espectación + Escenario Cuarto de limpieza Depósito	Realizar diversas actividades formativas y de recreación, reuniones, actos académicos, entre otras. Capacidad para 100 personas	3	Mesa de trabajo	Pers. Esp.	2	4,00	3,50	14,00	42,00	0,00	0,00	0,00				
					3	Sillas	Espectador	100	20,00	8,00	160,00	480,00							
					4	Mesa, estantería	Pers. Esp.	2	2,00	2,00	4,00	16,00							
					4	Estantes, anaqueles	Pers. Esp.	1	4,50	4,00	18,00	72,00							
	SALAS DE EXPOSICIONES		Sala Expo-flexible Depósito Cuarto de limpieza	Exposiciones temporales de productos artesanales, agroexportables, entre otros	3	Sillas, sillones	Espectador	50	8,00	20,00	160,00	480,00	0,00	0,00	0,00				
					2	Estantes	Pers. Esp.	1	2,50	2,50	6,25	12,50							
					4	Utensillos de limpieza	Pers. Esp.	1	2,50	2,50	6,25	25,00							
					3	Exhibidores	Público Asist.	15	20,00	5,00	100,00	300,00							
	EXHIBICIÓN Y VENTA		Tienda S.H.	Vender los productos elaborados por los estudiantes	3	Inodoro, Lavadero	Pers. Esp.	1	2,20	1,60	3,52	10,56	310,56	93,17	403,73				
3					Exhibidores	Público Asist.	15	20,00	5,00	100,00	300,00								
EVENTOS Y EXPOSICIONES TEMPORALES		Plataforma Libre Depósito Utilería SS.HH. Hombres SS.HH. Mujeres S.H. Persona con discapacidad Áreas de Descanso	Realizar eventos múltiples así como ferias gastronómicas, artesanales, que permitan la difusión y promoción del turismo y comercio exterior	1	-	Espectador	-	-	-	1 500,00	1 500,00	1 677,50	503,25	2 180,75					
				2	Estantes	Pers. Esp.	1	2,50	2,50	6,25	12,50								
				3	Inodoro, lavadero, urinario	Espectador	5	5,50	4,00	22,00	66,00								
				3	Inodoro, lavadero	Espectador	5	5,50	4,00	22,00	66,00								
				2	Inodoro, lavadero	Espectador	2	2,00	2,00	4,00	8,00								
				1	Bancas	Pers. Esp.	-	5,00	5,00	25,00	25,00								
				TOTAL											6 197,02				
				CENTRO DE NEGOCIOS		Vestíbulo - espera núcleo de escaleras - ascensores Servicio Courier Sala de Conferencias Agencia de telecomunicaciones Oficinas Agencias bancarias Zofratacna SS.HH. Hombres	Brindar un espacio común que ofrece diferentes servicios de alojamiento a empresas: desde espacios físicos de trabajo y salas de reuniones y formación, a oficinas virtuales.	2	Paneles	Público Asist.	25				6,00	12,00	72,00	144,00	2 288,14
1	Escalera, ascensores	Público Asist.	10					5,40	4,60	24,84	24,84								
1	Escritorio, sillas	Público Asist.	10					7,00	7,00	49,00	49,00								
1	Sillas	Público Asist.	40					15,00	7,50	112,50	112,50								
1	Escritorio, sillas	Público Asist.	10					7,00	7,00	49,00	49,00								
15	Escritorios, sillas	Pers. Esp.	10					8,00	7,00	56,00	840,00								
2	Escritorios, sillas	Pers. Esp.	30					14,00	11,00	154,00	308,00								
1	-	Pers. Esp.	30					14,00	11,00	154,00	154,00								
4	Inodoro, lavadero, urinario	Público Asist.	3					5,60	2,75	61,60	246,40								

ZONA	SUB ZONA	ESPACIO ARQUITECTONICO	USO Y FUNCIONES	Nº ESP.	MOBILIARIO	TIPO DE USUARIO		DIMENSIONES		CANTIDAD					
						TIPO	CANT.	LARGO	ANCHO	AREA UTIL (m2)	SUB TOTAL PARCIAL (m2)	TOTAL PARCIAL (m2)	30% CIRCUL. Y MUROS	SUB TOTAL (m2)	
ZONA DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		SS.HH. Mujeres		4	Inodoro, lavadero	Público Asist	3	5,60	2,75	61,60	246,40				
		S.H. Persona con discapacidad		4	Inodoro, lavadero	Público Asist	1	2,00	2,00	4,00	16,00				
		Sala de Reuniones		2	Escritorio, sillas	Público Asist	15	7,00	7,00	49,00	98,00				
	RESTAURANTE		Ingreso - Recepción	Brindar alimentación al usuario principalmente a los trabajadores.	1	-	Público Asist	-	5,00	5,00	25,00	25,00	385,70	115,71	385,70
			Barra de Atención		1	Barra, taburetes	Pers. Esp.	3	6,00	2,00	12,00	12,00			
			Área de comensales		1	Mesas y sillas	Público Asist	100	-	-	230,00	230,00			
			SS.HH. Hombres		1	Inodoro, lavadero, urinario	Público Asist	2	4,50	2,80	12,60	12,60			
			SS.HH. Mujeres		1	Inodoro, lavadero	Público Asist	2	4,50	2,80	12,60	12,60			
			Cocina		1	Cocina, Lavadero, respoteros	Público Asist	4	-	-	70,00	70,00			
			Depósitos Comestibles		1	Anaqueles	Pers. Esp.	1	2,50	2,40	6,00	6,00			
			Cámara Frigorífica		1	-	Pers. Esp.	1	2,50	2,40	6,00	6,00			
			Vestidor de Personal		1	-	Pers. Esp.	1	2,50	2,20	5,50	5,50			
			S.H. Personal		2	Inodoro, lavadero y ducha	Pers. Esp.	2	2,50	1,20	3,00	6,00			
	ÁREAS LIBRES		Espacio Receptor principal	Acoger al público en general, para que puedan realizar sus actividades.	-	Bancas	Público Asist	Variable	-	-	300,00	300,00	1 000,00	300,00	1 300,00
			Plaza secundaria		1	-	Público Asist	Variable	-	-	260,00	700,00			
	ÁREAS DE SERVICIOS Y MANTENIMIENTO		Depósito		1	Estantes, anaqueles	Pers. Esp.	2	5,00	3,00	15,00	15,00	138,00	41,40	179,40
			Cuarto de máquinas		1	Maquinas y herramientas	Pers. Esp.	1	5,00	3,00	15,00	15,00			
			Cuarto de Mantenimiento		1	Equipos	Pers. Esp.	1	3,00	3,00	9,00	9,00			
			SS.HH. Hombres		1	Inodoro, lavadero, urinario	Pers. Esp.	1	2,50	1,20	3,00	3,00			
			SS.HH. Mujeres		1	Inodoro, lavadero	Pers. Esp.	1	2,50	1,20	3,00	3,00			
			Taller de reparaciones		1	-	Pers. Esp.	1	3,00	3,00	9,00	9,00			
			Guardiana		1	Cama, Mesa y Sillas	Pers. Esp.	2	9,00	8,00	72,00	72,00			
			Caseta de Vigilancia		3	-	Pers. Esp.	2	2,00	2,00	4,00	72,00			
ESTACIONAMIENTO		Caseta de Vigilancia	Brinda estacionamiento seguro a las unidades vehiculares de las autoridades y demás personas importantes que necesiten del servicio.	1	-	Pers. Esp.	2	2,20	2,20	4,84	4,84	2 105,34	631,60	2 736,94	
		Estacionamiento de Personal		1	-	Pers. Esp.	15	5,00	2,50	12,50	187,50				
		Estacionamiento público		1	-	Público Asist	150	5,00	2,60	12,50	1 875,00				
		Estacionamiento para discapacitados		1	-	Público Asist	4	5,00	3,80	38,00	38,00				
											TOTAL			6 276,62	

RESUMEN DE ÁREAS	TOTAL
ZONA DE GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN	2 460,56
ZONA DE FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN	1 853,34
ZONA DE EXTENSIÓN Y DIFUSIÓN	5 197,02
ZONA DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	6 276,62
SUB TOTAL	15 787,55
40% CIRCULACIÓN Y MUROS	6 315,02
ÁREA TOTAL	22 102,57

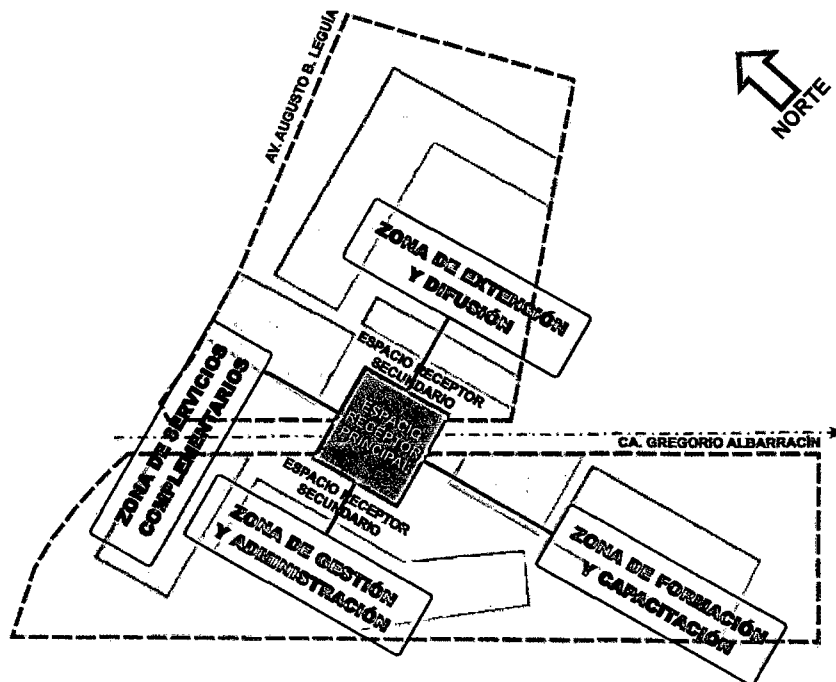
6.2.4 Diagramación

Gráfico 61: Organigrama general por zonas



Fuente: Elaboración Propia

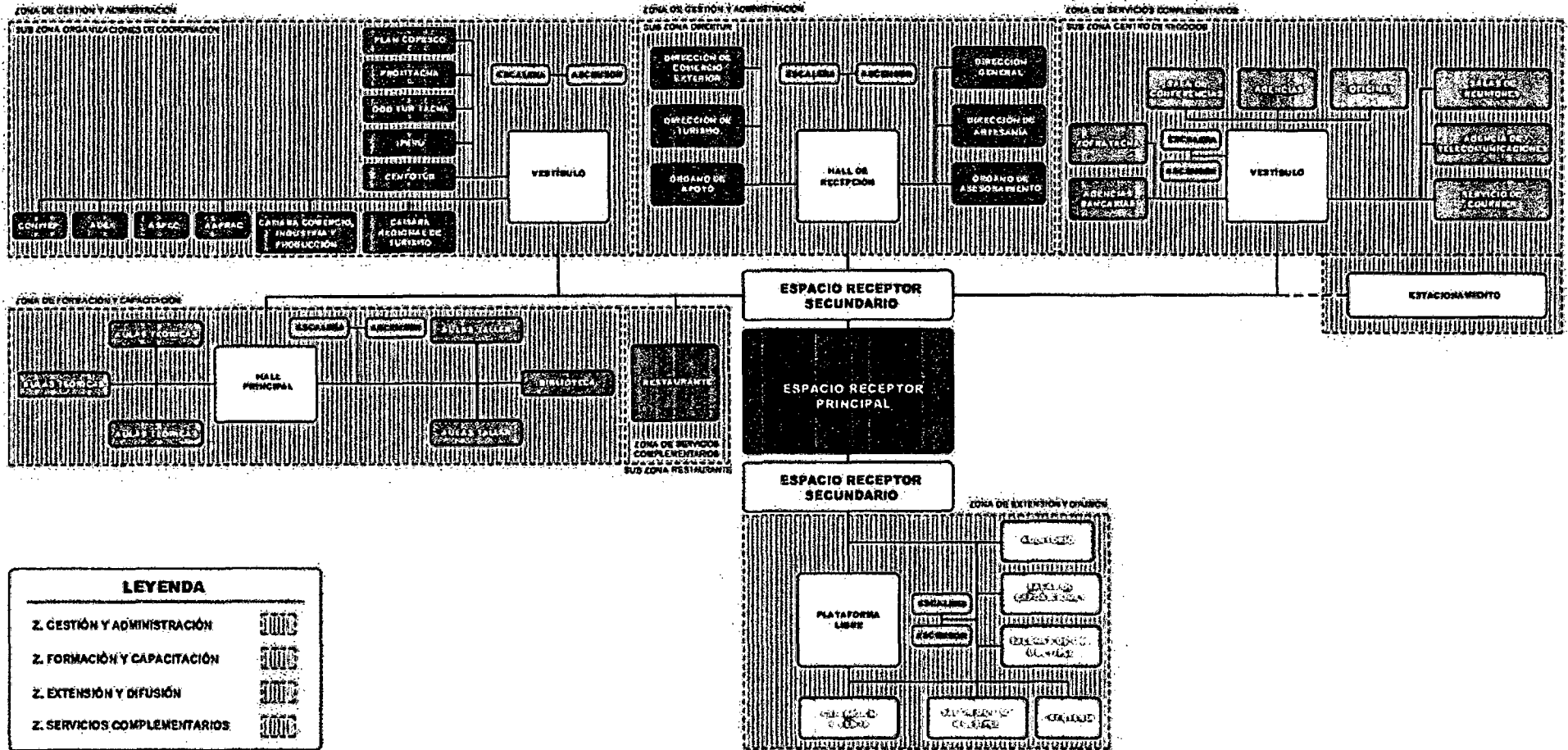
Gráfico 62: Organigrama funcional en el terreno



Fuente: Elaboración Propia

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO



LEYENDA	
Z. GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN	[Hatched Pattern]
Z. FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN	[Hatched Pattern]
Z. EXTENSIÓN Y DIFUSIÓN	[Hatched Pattern]
Z. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	[Hatched Pattern]

FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL, ARQUITECTURA Y GEOTECNIA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TÍTULO: "COMPLEJO DE GESTIÓN, PROMOCIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO - DIRECTUR EN LA REGIÓN TACNA"

PRESENTADO POR: SACIARO BARRALTECA PINO BARRAL

FECHA: 88

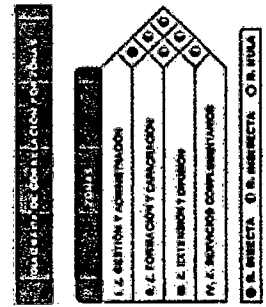
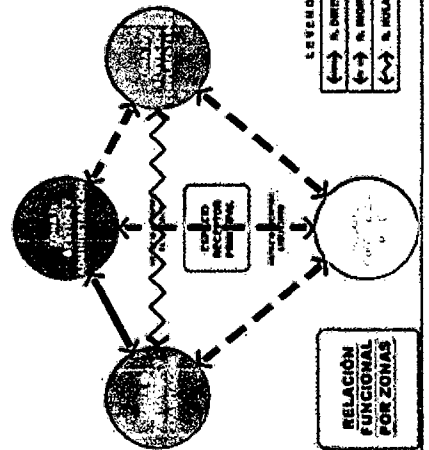
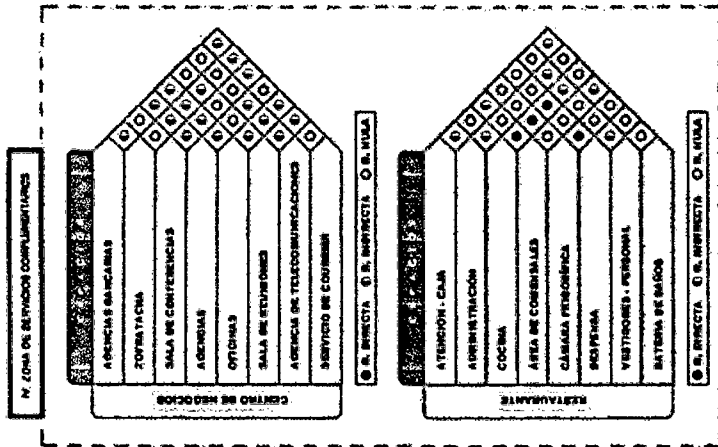
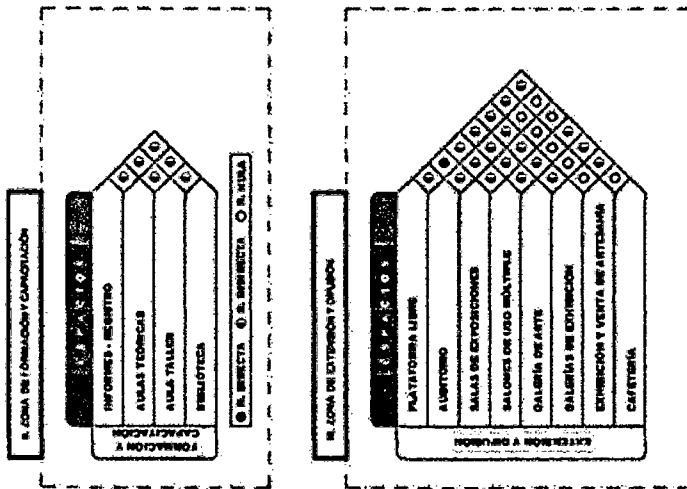
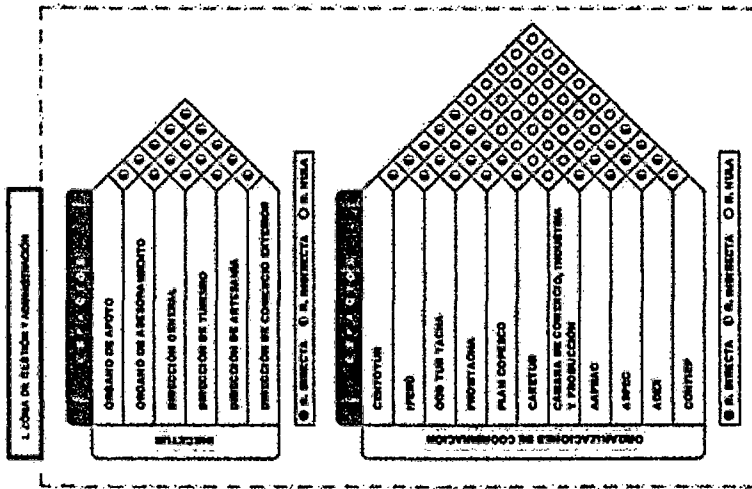
PLANO Nº: ORGANIGRAMA FUNCIONAL

FECHA: 88

AA-03

DIAGRAMA DE INTERRELACIONES

ANEXO A LOS ANTEPROYECTOS DE CONSTRUCCIÓN



FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL, ARQUITECTURA Y GEOTECNIA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA

TÍTULO: "COMPLEJO DE GESTIÓN, PROMOCIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO - DIRECTORIO EN LA REGIÓN YACHA"

PROYECTO N°: 001
FECHA DE INICIACIÓN: 15/03/2010
FECHA DE: 15/03/2010

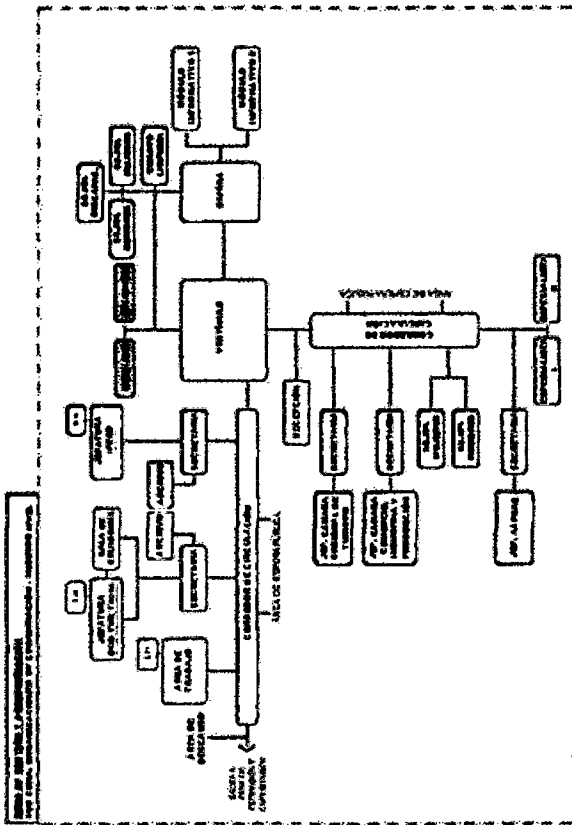
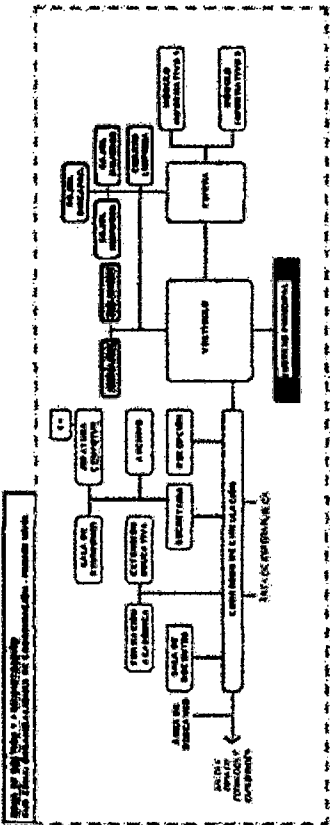
PROFESOR: AA-06

ALUMNO: AA-06

ASIGNATURA: MANUAL DE INTERRELACIONES

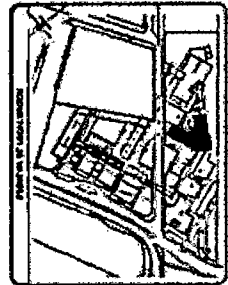
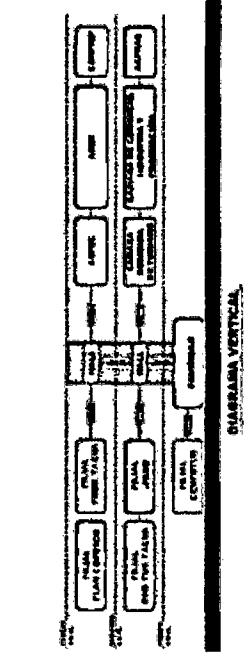
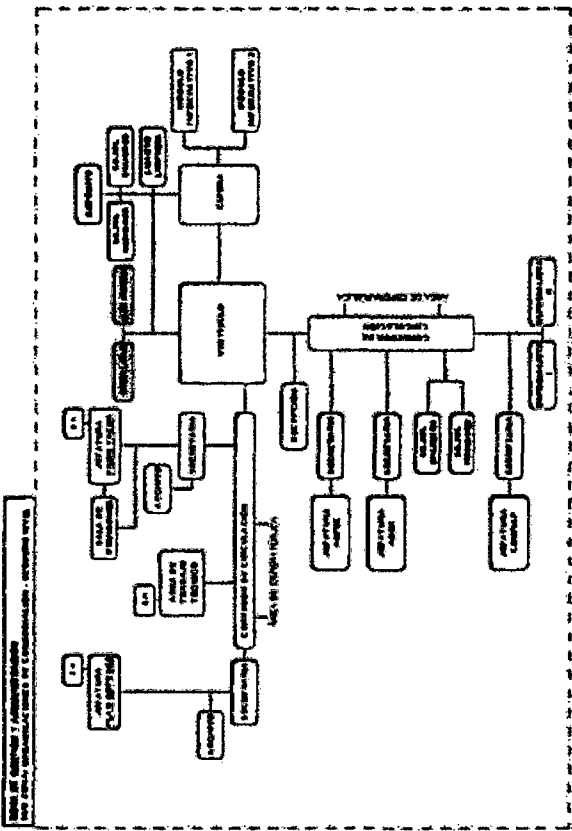
ZONA DE GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN

ORGANIGRAMA FUNCIONAL POR ZONAS



ZONA DE GESTION Y ADMINISTRACION

ORGANIGRAMA FUNCIONAL POR ZONAS



FACULTAD DE INGENIERIA CIVIL, ARQUITECTURA Y DISEÑO
ESCUELA DE INGENIERIA EN INGENIERIA

TITULO: "COMPLEJO DE GESTION, PROMOCION Y CAPACITACION DE LA DIRECCION REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO - DNECETUR EN LA REGION TACNA"

PROFESOR: DR. ING. MANUEL RIVERA RAMOS

ALUMNO: [Nombre del alumno]

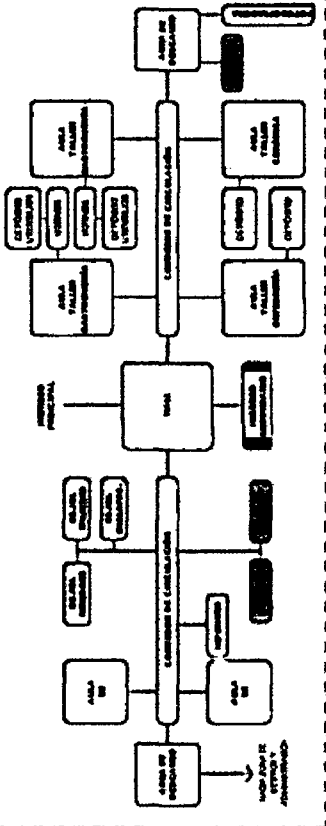
FECHA: [Fecha]

OTRO: [Otro]

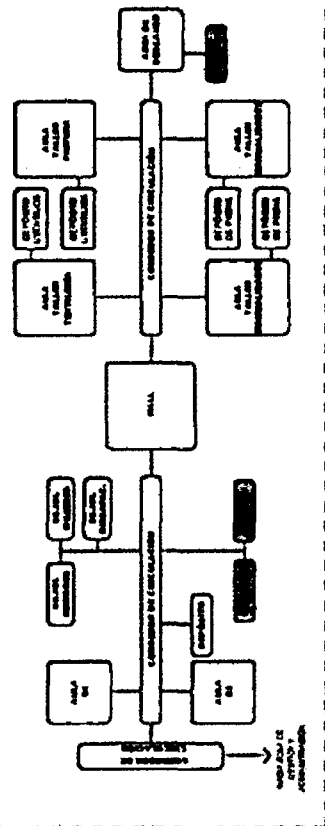
AA-06

ORGANIGRAMA FUNCIONAL POR ZONAS

AREA DE ADMINISTRACION Y COORDINACION GENERAL
 AREA DE ADMINISTRACION Y COORDINACION GENERAL



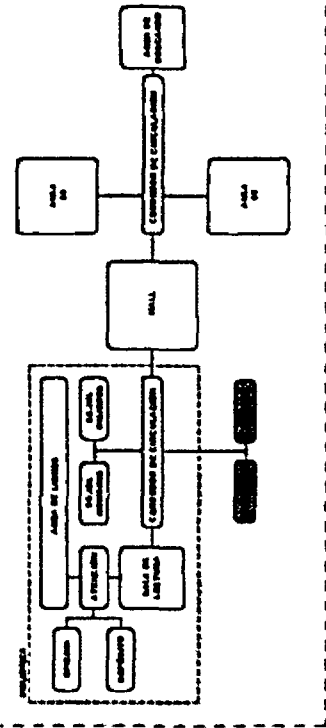
AREA DE ADMINISTRACION Y COORDINACION GENERAL
 AREA DE ADMINISTRACION Y COORDINACION GENERAL



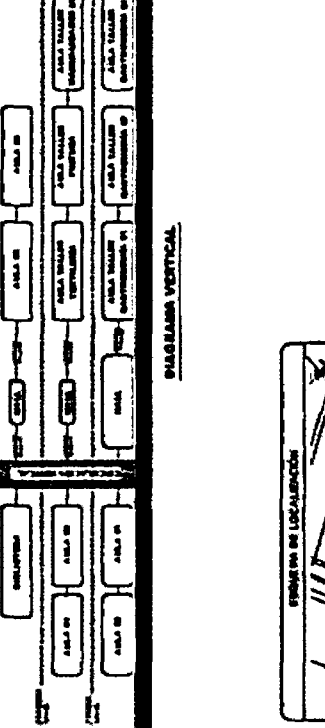
ZONA DE FORMACION Y CAPACITACION

ORGANIGRAMA FUNCIONAL POR ZONAS

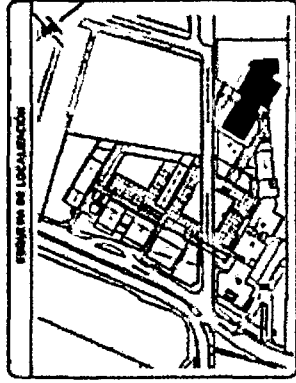
AREA DE ADMINISTRACION Y COORDINACION GENERAL
 AREA DE ADMINISTRACION Y COORDINACION GENERAL



AREA DE ADMINISTRACION Y COORDINACION GENERAL
 AREA DE ADMINISTRACION Y COORDINACION GENERAL



ZONA DE FORMACION Y CAPACITACION



PROGRAMA VERTICAL

FACULTAD DE INGENIERIA CIVIL, ARQUITECTURA Y DISEÑO
 COMPLEJO DE EDIFICIOS, PROMOCION Y CALIFICACION DE LA OBRERA NACIONAL EN CONDOMINIO SAIBON Y PUNTAO - DISTRITO DE LA SIERRA ALTA

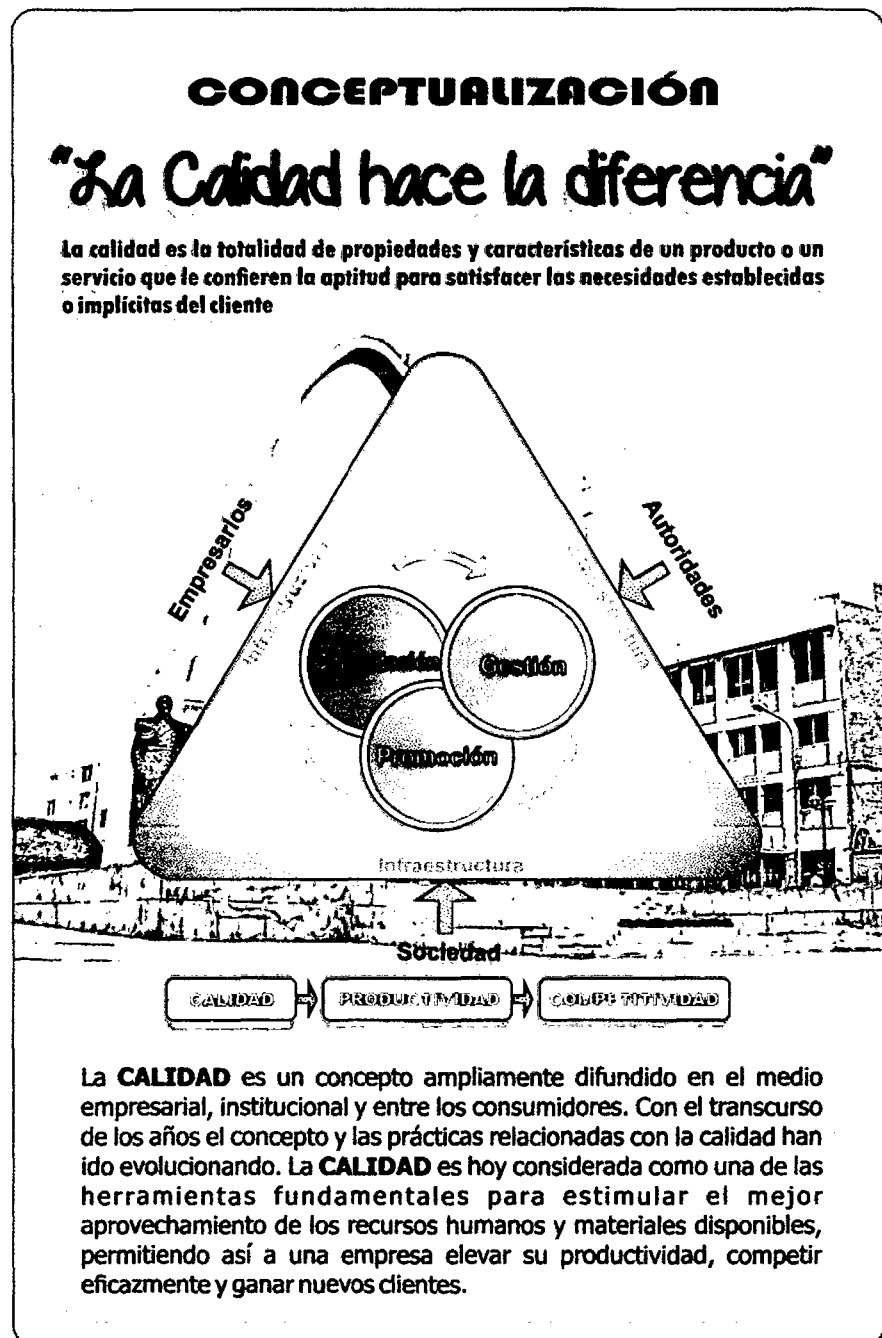
PROYECTO N° 1000
 PLAN N° 1000
 AREA N° 1000

FECHA DE ELABORACION: 10/05/2010
 FECHA DE IMPRESION: 10/05/2010

AA-07

6.2.5 Conceptualización Arquitectónica

Gráfico 63: Conceptualización Arquitectónica



Fuente: Elaboración propia

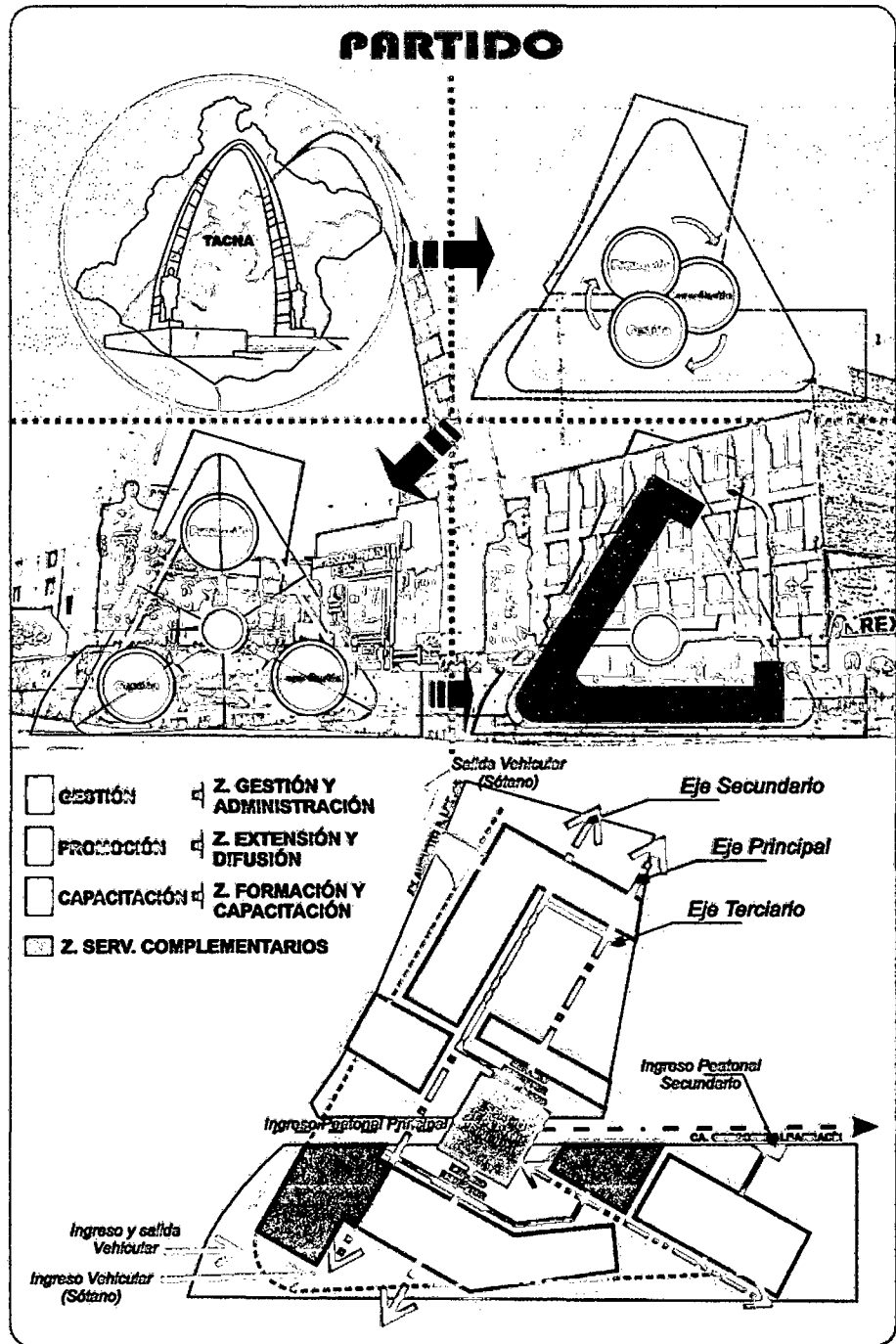
6.2.6 Partido Arquitectónico

El proyecto busca generar nuevos espacios para la **gestión, promoción y capacitación**, dando cabida a diversos eventos, fomentando el desarrollo de la actividad turística y comercial de la ciudad, así como también fortalecer las alianzas estratégicas entre el sector público y privado.

El nuevo complejo ofrece una infraestructura adecuada para reunir a las personas que buscan establecer relaciones comerciales, además de realizar cualquier tipo de evento, como ferias, exposiciones y exhibiciones de productos turísticos, comerciales, actividades culturales, entre otros.

El partido arquitectónico se convierte en el paso previo al diseño del proyecto, en donde se procesa la parte conceptual y los datos obtenidos del análisis previo elaborando las premisas necesarias que definan las características del proyecto como los accesos, espacios, formas y elementos arquitectónicos a utilizar. Así tenemos:

Gráfico 64: Partido Arquitectónico



Fuente: Elaboración Propia

6.2.7 Zonificación Arquitectónica

Esta etapa es sin duda una de las partes fundamentales del proyecto, en donde el arquitecto o diseñador propone una composición al distribuir los espacios arquitectónicos.

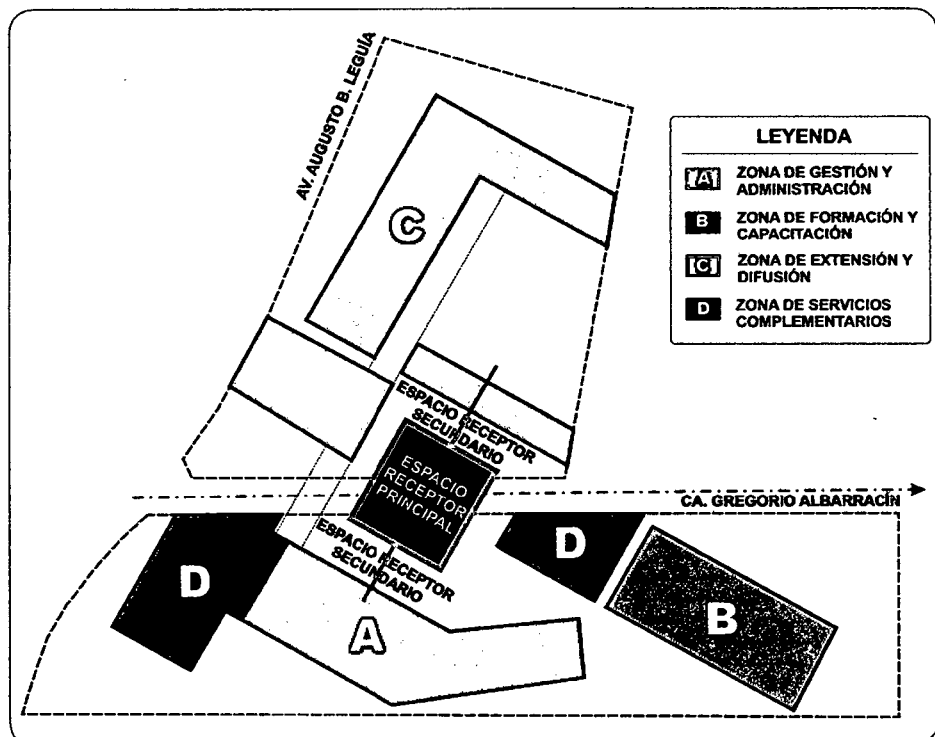
El proyecto se clasifica en cuatro zonas:

- A. Zona de Gestión y Administración.-** Es la zona que se encarga de administrar y dar mantenimiento al conjunto, consta de las oficinas de la DIRCETUR y Organizaciones de Coordinación.
- B. Zona de Formación y Capacitación.-** Es la zona en donde se dan las clases de las diferentes manifestaciones artísticas, consta de biblioteca, aulas y talleres acordes a cada una de las líneas artesanales de las que se impartirán clases.
- C. Zona de Extensión y Difusión.-** Es la zona en donde se da las actividades de promoción de las diferentes manifestaciones artísticas de la región, debe ser flexible,

amplia para circular y apreciar adecuadamente, el espacio debe generar sentido de identidad.

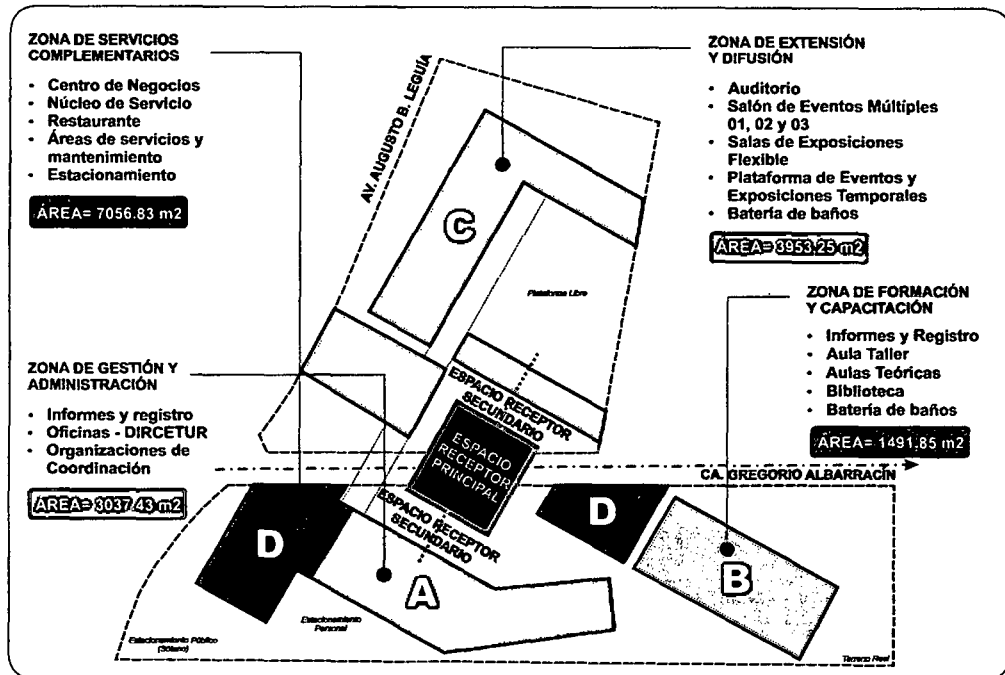
D. Zona de Servicios Complementarios.- Esta zona consta de un centro de negocios que permitirá acoger a un grupo determinado de empresarios para que puedan realizar sus negociaciones, cuenta también con un restaurante que abastecerá a las diferentes zonas del complejo, además de servicios de mantenimiento y seguridad al conjunto.

Gráfico 65: Esquema de zonificación



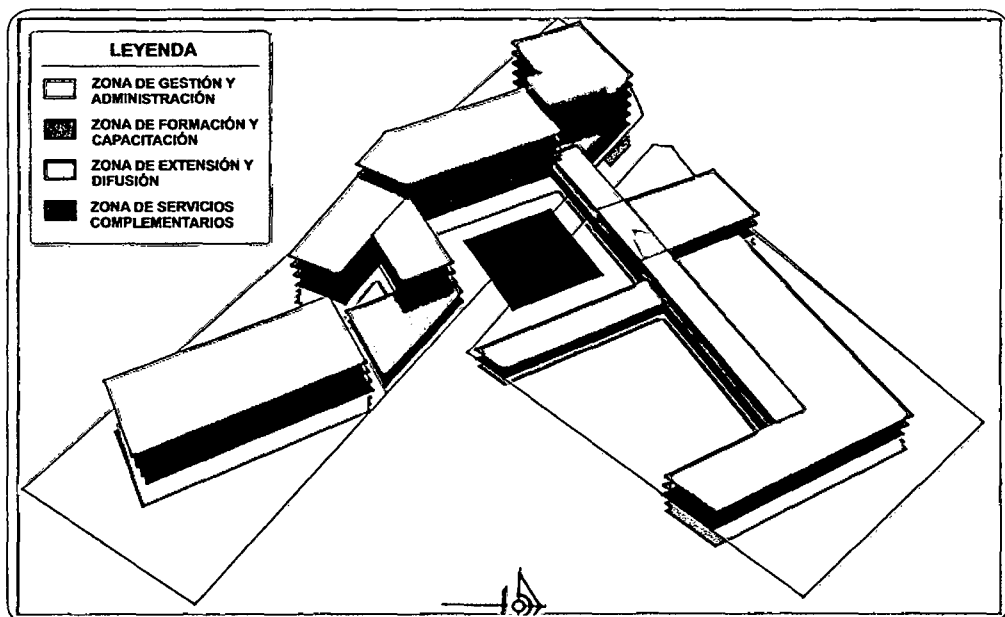
Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 66: Esquema de Zonificación con Áreas



Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 67: Esquema de zonificación por niveles



Fuente: Elaboración Propia

6.2.8 Sistematización Arquitectónica

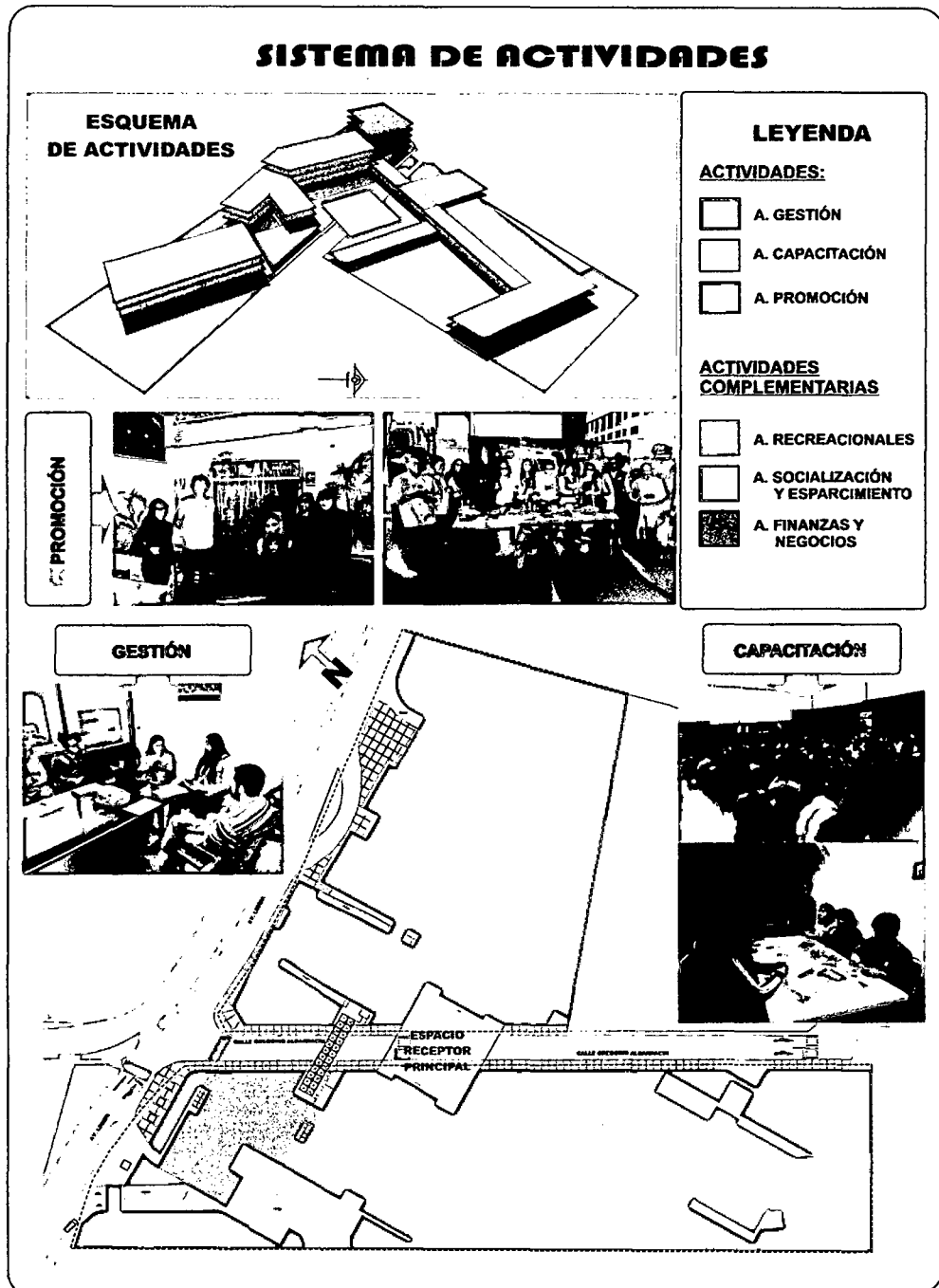
- **Sistema de Actividades.**- El sistema de actividades es el conjunto de costumbres y conductas de los individuos o grupos sociales los cuales establecen la naturaleza de las actividades cotidianas tanto públicas como privadas.

En el complejo se concibe un sistema de actividades que articule la gestión administrativa de la DIRCETUR en conjunto con entes públicos y privados, con la capacitación y promoción en materia de comercio exterior y turismo en la región.

Las principales actividades que predominan en el complejo son:

- Gestión
- Capacitación
- Promoción
- Actividades complementarias
 - Recreacionales
 - Socialización y esparcimiento
 - Mantenimiento y seguridad
 - Finanzas y Negocios

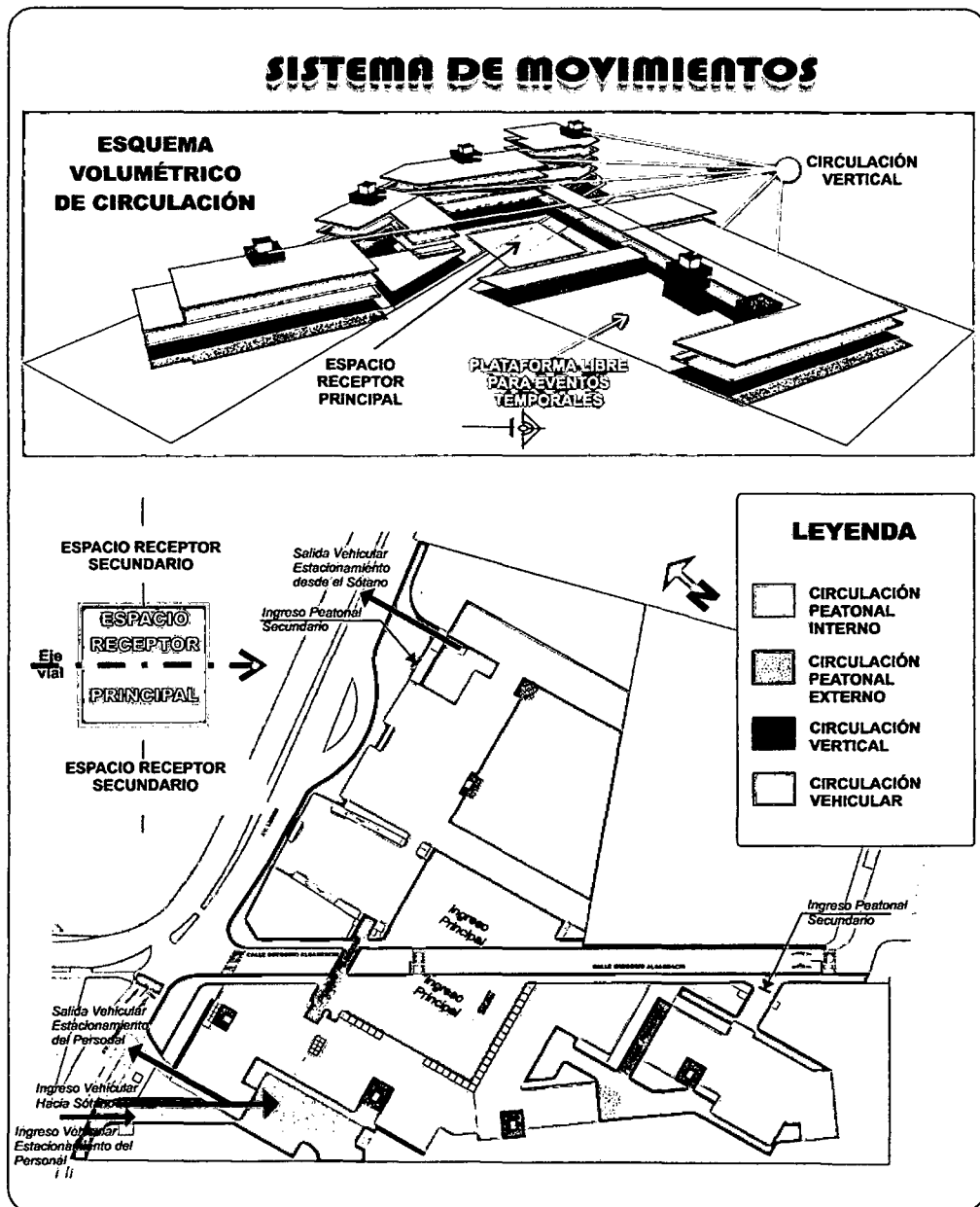
Gráfico 68: Sistema de actividades



Fuente: Elaboración Propia

- Sistema de movimientos

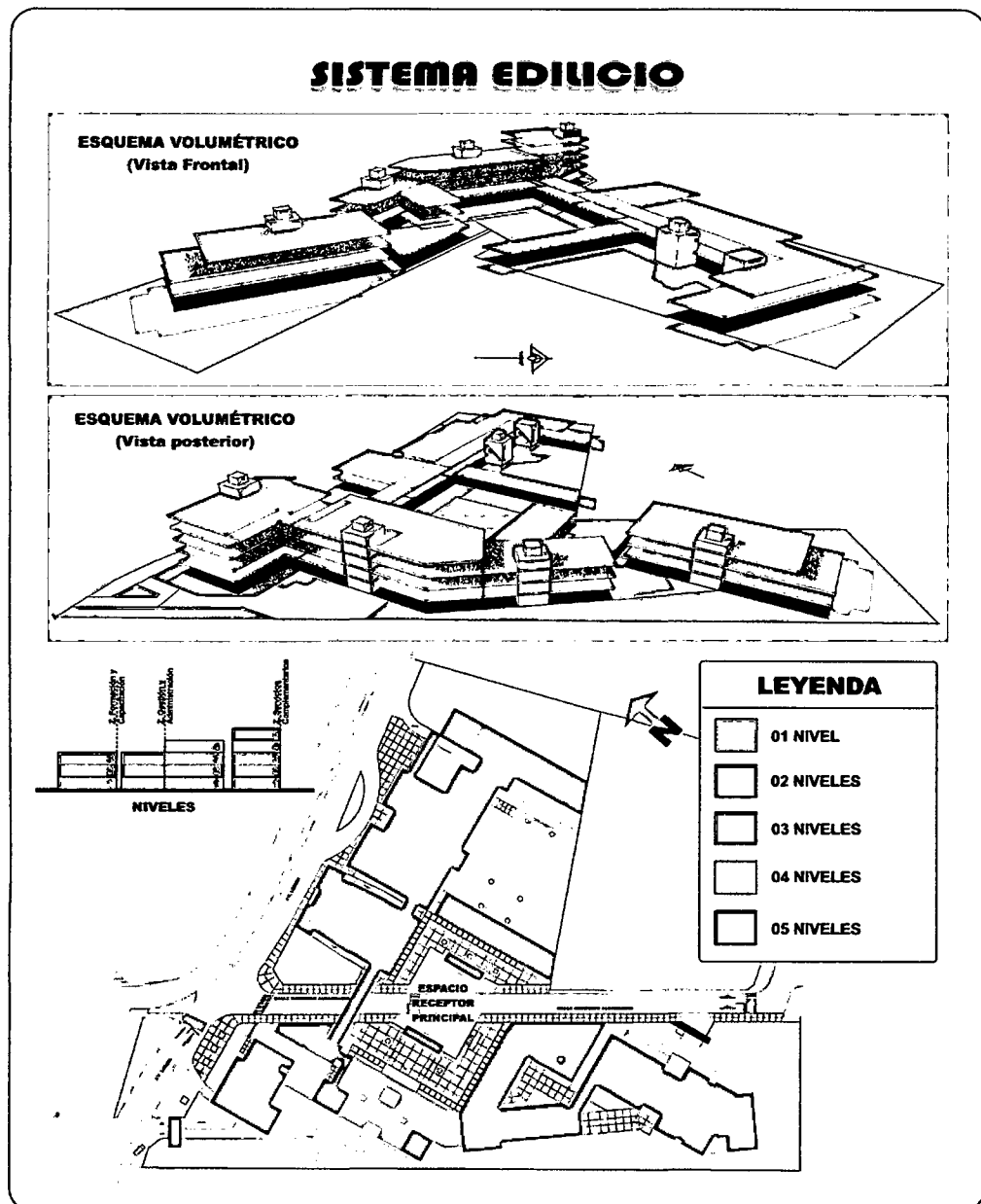
Gráfico 69: Sistema de movimientos



Fuente: Elaboración Propia

- Sistema edilicio

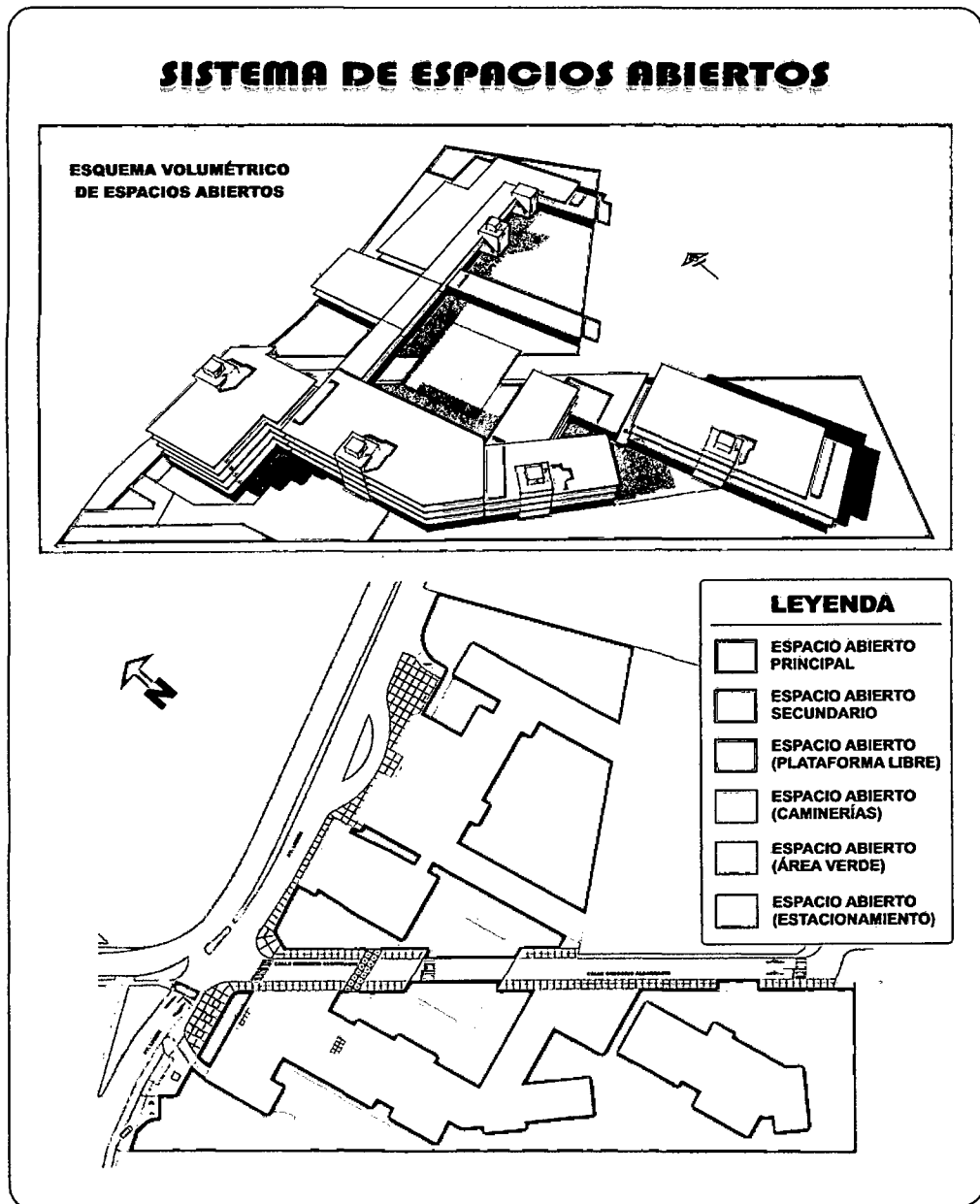
Gráfico 70: Sistema Edilicio



Fuente: Elaboración Propia

- Sistema de Espacios Abiertos

Gráfico 71: Sistema de espacios abiertos



Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

El Complejo de Gestión, Promoción y Capacitación de la DIRCETUR, propone una alternativa de solución a una problemática específica, como es la carencia de infraestructura propia, donde pueda desarrollar sus actuales funciones de gestión y a la vez implementar actividades de promoción, capacitación a las diferentes empresas y organizaciones, así como la realización de eventos y exposiciones temporales que contribuyan a mejorar la calidad del servicio y así impulsar el desarrollo del comercio exterior y turismo en la región Tacna.

Primera; En relación a los objetivos del proyecto.

Se ha demostrado que, a través de la implementación del complejo se elevará la calidad de los servicios en materia de comercio exterior y turismo, estableciendo de manera real una mejor organización espacial y funcional del nuevo

Sistema de Gestión y Administración de la DIRCETUR, que permiten satisfacer las demandas de las actividades de gestión, promoción y capacitación, optimizando no solo la atención al usuario sino también permite renovar el entorno laboral de los trabajadores y organizaciones vinculadas, sostenida en una arquitectura moderna y eficiente.

Segunda; En relación a los objetivos específicos del proyecto.

- El proyecto permite trabajar de manera conjunta e integra a las organizaciones públicas y privadas fomentando la interacción social entre los diferentes actores involucrados para el desarrollo del comercio exterior y turismo en la región de Tacna.
- Para el diseño del proyecto arquitectónico se ha establecido una estructura espacial coherente, que permite desarrollar un funcionamiento óptimo de la DIRCETUR, contando con espacios adecuados acorde con las actuales exigencias para el buen desempeño de sus funciones, aprovechando las características de flexibilidad y racionalidad asignadas a los espacios arquitectónicos.

Tercera; En relación a la hipótesis del proyecto

De los resultados obtenidos a través del desarrollo de la investigación, se concluye que con la implementación del Complejo de Gestión, Promoción y Capacitación de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, permite elevar la calidad de los servicios en materia de comercio exterior y turismo en la región Tacna contando con nuevos espacios diseñados para el confort de los trabajadores y usuarios que requieran de las instalaciones, propiciando así la integración e interrelación social y cultural.

Finalmente, el presente proyecto aporta soluciones a problemas reales que afronta la región Tacna, y es necesario concientizar a la población que se debe trabajar de manera conjunta para el bienestar de todos.

7.2 RECOMENDACIONES

1. Tacna cuenta con una cartera de atractivos turísticos que le permitiría explotar el turismo de naturaleza, de cultura (arqueológico-histórico), especializado (observación de especies), playa y deportes de aventura, aguas termales, entre otros. Para que el potencial turístico se desarrolle debe ponerse en valor dichos atractivos turísticos, de forma de captar parte del flujo de turistas procedente principalmente de Chile, que visitan el destino turístico, Macchu Picchu, haciendo extensivo el dinamismo del circuito turístico del sur del país.
2. Se debe promover nuestro patrimonio turístico, generando identificación y cariño a lo nuestro a través de campañas que permitan mostrar la gastronomía y artesanía tacneña, así como sus costumbres y tradiciones.
3. Para que el desarrollo del proyecto sea factible es importante contar con la participación de todos los actores involucrados, instituciones públicas, privadas, empresas, gremios y población en general para trabajar de manera coordinada.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar Ayala, A.A. y Díaz Calderón, M.G. (2012). *CETUEXCO: Centro turístico de exposiciones y convenciones, Pátzcuaro*. (Tesis de Arquitectura). Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Morelia, Mich.
- Amaya, C., Conde E.& Covarrubias R. (2008). *La competitividad turística: Imperativo para Manzanillo*. Colima.
- Banco Central de Reserva del Perú. (2013). *Encuentro económico: informe económico y social región Tacna*. Recuperado de <http://www.bcrp.gob.pe>
- Cámara Peruana de Construcción. (2009). *Reglamento nacional de edificaciones*. (3ª ed). Lima, Perú.
- Carvajal, L. (1998). *Metodología de la investigación científica. Curso general y aplicado*. (12ª ed). Cali: F.A.I.D. 139 p.
- Diéguez, I., Gueimonde, A., Sinde, A. & Blanco, L. (2011). *Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad*. CULTUR.
- Ley N° 29073. *Ley del artesano y del desarrollo de la actividad artesanal*. Diario Oficial El Peruano, Perú, 25 de julio de 2007.

- Ley N° 29646. *Ley de fomento al comercio exterior de servicios*. Diario Oficial El Peruano, Perú, 1 de enero de 2011.
- Ernest Neufert, P. *Arte de Proyectar en Arquitectura*. (14ª ed). Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S.A.
- Galiano Luna, L. (2012). *Investigación Turística*. Recuperado de <http://www.monografias.com>
- García Sordo, J.B. (2001). *Marketing Internacional*. México D.F.: McGraw-Hill, 2 001. 549 p.
- Gobierno Regional de Tacna (2007), *Plan Estratégico Institucional 2007-2011*. Tacna, Perú.
- Huashualdo Huanacuni, F.J. (2011). *Centro de convenciones multifuncional en la ciudad Tacna*. (Tesis de Arquitectura). Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. Tacna, Perú.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2011). *Conociendo Tacna*.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2011). *Tacna Compendio Estadístico 2011-2012*.
- Martínez Zárate, R. (2006). *Manual de tesis. Seminario de titulación. Metodología especial de investigación aplicada. M.E.S.*
- Mercado, S. (1995). *¿Cómo hacer una tesis?*. Editorial LIMUSA, S.A. de C.V. Grupo Noriega Editores. México, D.F.

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2005). *Plan estratégico regional exportador región Tacna.*
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2003). *Plan estratégico nacional exportador 2003 – 2013. Bases estratégicas.*
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2003). *Plan estratégico nacional exportador 2003 – 2013. Plan maestro de cultura exportadora.*
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2006). *Plan nacional de calidad turística del Perú, Plan maestro de cultura exportadora.*
- Organización Mundial del Turismo. (1994). *Introducción al Turismo.*
- Pisfil Palza, C. y Portugal Rosas, R. (2009). *Sede de la Dirección Regional de Educación Tacna.* (Tesis de Arquitectura). Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. Tacna, Perú.
- Plazola Cisneros, A. (2001). *Enciclopedia de Arquitectura Plazola Tomo 4 y Tomo 5.* México D.C. - México.
- Polanco Aguilar, H. y Ramírez Aponte, J. (2010). *Sede central de la Municipalidad Provincial de Tacna.* (Tesis de Arquitectura). Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. Tacna, Perú.