

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

E.A.P. DE ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

**“Formulación de un Plan Estratégico Turístico para el
distrito de San Jerónimo de Surco que fomente su
Desarrollo Turístico Sostenible”**

TESIS

Para optar el Título Profesional de
Licenciado en Administración de Turismo

AUTOR

Karen Inés Fasabi Huamán

ASESOR

Lic. Gladys Moscoso Zelaya

Lima – Perú

2014

A mis padres y hermanos, guías constantes de mi vida.

Agradecimientos

Mi eterno agradecimiento a mi familia por todo su valioso apoyo y amor inmesurado, en especial a mi padre y a mi madre, quienes siguieron muy de cerca el desarrollo del presente trabajo acompañandome, en diversas oportunidades, a las largas y anecdóticas caminatas por el distrito de San Jerónimo de Surco, provincia de Huarochirí, Región Lima.

Agradezco a la profesora Gladys Moscoso Zelaya, mi asesora de tesis, por su apoyo, exigencia y motivación para elaborar este documento, que me permitiría afianzar mis habilidades para el análisis, crítica, interpretación e integración de información.

De igual modo, a la Dra. Francisca Bouby Tolentino y al Profesor Luis Felipe Morales Tello, quienes me incentivaron a optar por la realización de la tesis y a considerarla como un verdadero reto para el inicio de mi vida profesional, asimismo, por brindarme valiosos consejos y gran orientación, lo cual me permitió explorar con mayor ímpetu los diversos conocimientos relacionados al presente trabajo.

Asimismo, agradezco a la población de Surco y a su comunidad rural de Ayas, quienes me recibieron gentilmente en cada visita, compartiendo su tiempo y conocimientos, los cuales fueron necesarios para la comprensión de su actual estilo de vida y visión de futuro.

Por último, este trabajo de investigación fue financiado con el apoyo del Fondo de Promoción de Trabajo de Tesis de Pregrado del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Karen Inés Fasabi Huamán

Índice

Resumen.....	8
Introducción.....	10
CAPÍTULO I: LA INVESTIGACIÓN Y EL PROBLEMA	13
1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACION DEL PROBLEMA	13
1.1.1. <i>Planteamiento del Problema</i>	16
1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.....	17
1.2.1. <i>Objetivo General</i>	17
1.2.2. <i>Objetivos específicos</i>	18
1.3. JUSTIFICACION DEL PROBLEMA	18
1.4. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACION	18
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	20
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION	20
2.1.1. <i>En el Mundo</i>	20
2.1.2. <i>En el Perú</i>	21
2.1.4. <i>En la Región Lima</i>	25
2.1.5. <i>En el distrito de Surco</i>	28
2.2. BASES TEORICAS	29
2.2.1. <i>Turismo</i>	29
2.2.2. <i>Desarrollo Sostenible</i>	35
2.2.3. <i>Turismo Sostenible</i>	36
2.2.4. <i>Planeación Estratégico</i>	39
2.3. BASES DOCTRINALES.....	49
2.3.1. <i>Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Entorno Humano - Estocolmo 1972</i>	49
2.3.2. <i>Declaración de Manila – Conferencia Mundial del Turismo</i>	50
2.3.3. <i>Informe de Brundtland - Nuestro Futuro Común</i>	50
2.3.4. <i>Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo – Declaración de Río ECO 92</i>	51
2.3.5. <i>Agenda 21</i>	51
2.3.6. <i>Conferencia Mundial de Turismo Sostenible – Lanzarote</i>	52

2.3.7. Código Ético Mundial para el Turismo	53
2.3.8. Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible	54
2.3.9. Objetivos de Desarrollo del Milenio 2015	55
CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES	57
3.1. FORMULACION DE HIPOTESIS	57
3.1.1. Hipótesis General	57
3.1.2. Hipótesis Específicas	57
3.2. ELABORACION DE VARIABLES.....	57
3.2.1. Variables de Hipótesis General	57
3.2.2. Variables de Hipótesis Específicas.....	58
CAPITULO IV: METODOLOGÍA	59
4.1. TIPO Y NIVEL DE LA INVESTIGACION	59
4.1.1. Tipo de investigación.....	59
4.1.2. Nivel de la investigación.....	59
4.2. DISEÑO DE INVESTIGACION	59
4.3. POBLACION Y MUESTRA	60
4.4. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS	62
4.5. TECNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS - CONTRIBUCION DE LA HIPOTESIS.....	63
<i>Etapa 1: Trabajo de Gabinete</i>	63
<i>Etapa 2: Trabajo de Campo</i>	64
<i>Etapa 3: Trabajo de Gabinete</i>	67
<i>Etapa 4: Trabajo de Gabinete: Formulación del Plan Estratégico</i>	67
CAPÍTULO V: DIAGNÓSTICO	68
5.1. DESCRIPCION DE LA ZONA EN ESTUDIO.....	68
5.2. CARACTERIZACION DEL DISTRITO DE SURCO – PROVINCIA DE HUAROCHIRI.....	69
5.2.1. Diagnóstico de aspectos generales	69
5.2.2. Diagnóstico Específico de la Comunidad de Surco y anexos	76
5.3. DETERMINACION ESPECIFICA DEL AMBITO DE INFLUENCIA.....	84
5.3.1. Recursos Turísticos:.....	84
5.3.2. Soporte:.....	84
5.4. ANALISIS DE DEMANDA	84
5.4.1. Arribo de visitantes	85
5.4.2. Características demográficas y socioeconómicas	86

5.4.3. Motivación de viaje, expectativas de visita.....	89
5.4.4. Nivel de permanencia, presupuesto y gasto.	90
5.4.5. Conocimiento del destino.....	93
5.4.6. Expectativas de viaje Vs. Percepción de viaje.	95
5.4.7. Satisfacción del visitante.....	96
5.5. ANALISIS INTERNO DEL DISTRITO CAPITAL DE SURCO Y SUS RECURSOS TURISTICOS.	99
5.5.1. Planificación y Gestión	99
5.5.2. Territorio y Destino	104
5.5.3. Producto.....	116
5.5.4. Comercialización del distrito de Surco	137
CAPÍTULO VI: IDENTIFICACIÓN DEL PLAN ESRATÉGICO TURÍSTICO.....	138
6.1. EVALUACION ESTRATEGICA	138
6.1.1. Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)	138
6.1.2. Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI).....	141
6.1.3. Análisis competitivo: Modelo de las cinco fuerzas de Michael Porter	144
6.1.4. Matriz de Perfil Competitivo (MPC)	147
6.2. FORMULACION ESTRATEGICA	149
6.2.1. Diagnóstico FODA del Turismo en el distrito de Surco en la provincia Huarochirí.....	149
6.2.2. Organización del Destino	152
6.2.3. Matriz Boston Consulting Group (MBCG)	153
6.2.4. Matriz Interna-Externa (MIE).....	155
6.2.5. Matriz de la Gran Estrategia (MGE).....	157
6.2.6. Matriz de Decisión (MD)	158
CAPÍTULO VII: PROPUESTA - PLAN ESTRATÉGICO TURÍSTICO PARA EL DISTRITO DE SURCO.....	161
7.1. ALCANCE DEL DOCUMENTO.....	161
7.2. POLITICAS.....	161
7.3. EJES ESTRATEGICOS.....	162
7.4. VISION.....	162
7.5. MISION.....	162
7.6. VALORES	162
7.7. FORMULACION DEL PLAN ESTRATEGICO TURISTICO.....	163
7.7.1. Objetivos Estratégicos Generales.....	163
7.7.2. Objetivos Estratégicos Específicos	163
7.7.3. Asignación presupuestal	166

7.7.4. Resultados esperados	171
7.7.5. Plazo de ejecución.....	171
7.7.6. Presupuesto total.....	171
7.7.7. Planeamiento de la Estructura Organizacional.....	171
7.7.8. Evaluación y control.....	173
7.8. CRONOGRAMA DE EJECUCION	174
CONCLUSIONES.....	175
RECOMENDACIONES.....	178
BIBLIOGRAFIA	180
TABLAS ESTADISTICAS	183
GRAFICAS.....	185
ANEXOS	1839
ENTREVISTAS	229

Resumen

El contenido del presente trabajo de investigación, titulado «Formulación de un Plan Estratégico Turístico para el distrito de San Jerónimo de Surco que fomente su Desarrollo Turístico Sostenible» tiene como objetivo elaborar un documento de trabajo que proporcione al distrito una visión más clara de su situación actual y propone las acciones más adecuadas que podrían poner en marcha a fin de responder a las necesidades de la población y de los visitantes, anticiparse a los cambios del entorno y mejorar la posición que han adquirido en el mercado turístico.

Para dicho fin, se realizó un diagnóstico del distrito de San Jerónimo de Surco y sus anexos donde se evaluaron los recursos y atractivos turísticos, la planta turística, los servicios complementarios, la percepción de la experiencia de viaje de los visitantes, el nivel de organización de la comunidad, un mapeo de actores involucrados.

La información obtenida fue empleada para la evaluación estratégica respecto a sus factores internos y externos, la estructura de los elementos de la industria turística y un análisis de sus competidores, lo cual permitió la formulación de un Plan Estratégico Turística.

El Planeamiento Estratégico Turístico propuesto para la localidad de San Jerónimo de Surco presenta programas de acción en relación a la gestión del sector turismo, el territorio,

el producto turístico y la promoción, comunicación y comercialización, acordes a los lineamientos propuestos por el Plan Estratégico Nacional de Turismo – Pentur, que fomente un desarrollo turístico sostenible que ponga en valor los recursos turísticos así como preservarlos, que la administración pública del turismo sea efectiva, posicionar al distrito como un destino turístico cercano a Lima perfecto para salir de la rutina, en un escenario natural y rural con oportunidad de realizar actividades de aventura, en donde el beneficiado es el visitante y la población visitada.

Introducción

El presente trabajo, que tiene como materia de investigación la actividad turística del distrito de San Jerónimo de Surco, ubicado en la provincia de Huarochirí, de la Región Lima, busca proporcionar a dicha localidad una herramienta de planificación estratégica que identifique la particularidad de sus atractivos turísticos, sus limitaciones intrínsecas, sus oportunidades de desarrollo y sus riesgos externos entre otros, con la finalidad de formular lineamientos que impulsen un desarrollo turístico sostenible a la localidad. Dicha herramienta de planificación expresada en el presente trabajo en un Plan Estratégico Turístico, se basa en los lineamientos del Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR, y a su vez, en uno de carácter regional, como es el Plan Estratégico Regional de Turismo de Lima - PERTUR Lima, con la finalidad de continuar una misma línea de desarrollo con objetivos comunes.

Las investigaciones precedentes en la zona de estudio han dejado en evidencia los problemas generales que cuenta la localidad. Ejemplo de ello, es la contaminación que presenta la cuenca del río Rímac, los desastres que provocan los fenómenos naturales, la actitud migratoria de la población a la capital en busca de mejores oportunidades laborales, la escasa sensibilización de la población y de los visitantes por el cuidado de su patrimonio, entre otros; además, la información sobre la actividad turística local carece de estructura y confiabilidad.

En el primer capítulo, se plantea cuál será la línea de investigación a realizar, además de los objetivos que se desea lograr con la propuesta del presente estudio. Asimismo, se argumenta la importancia de planificar la actividad turística en el distrito de San Jerónimo de Surco para convertirlo en un motor clave para el progreso socioeconómico de la población involucrada.

En el segundo capítulo, a través del manejo de datos estadísticos en turismo y su estudio correspondiente, se argumenta la necesidad de planificar el desarrollo del sector turismo a nivel mundial, nacional, regional y distrital. Además, se presentan los objetivos del Pentur, documento oficial de Planificación en el Turismo en el Perú, que ofrece un marco estratégico base para la elaboración de planes que fomenten el desarrollo turístico regional o local. Adicionalmente a ello, se explora por algunos conceptos como desarrollo sostenible, el Turismo sostenible y el Plan estratégico.

El tercer capítulo, se aboca a plantear la hipótesis de la investigación conjuntamente con las variables de estudio, que permitirán realizar un diagnóstico de la localidad de Surco y formular el Plan Estratégico Turístico de San Jerónimo de Surco que fomente el desarrollo del distrito en armonía con los aspectos económicos, sociales y ambientales.

La metodología usada en el presente estudio, se indica en el cuarto capítulo, así como el tipo y nivel de la investigación, la población y muestra compuestas por los visitantes de la zona y los pobladores.

Por otro lado, el diagnóstico realizado en el capítulo cinco, manifiesta el resultado del levantamiento de datos a través entrevistas, encuestas turistas y talleres de evaluación a pobladores de San Jerónimo de Surco. Asimismo, se realizó un inventario de los recursos y atractivos turísticos como los restos arqueológicos, escenarios naturales y costumbres tradicionales, que hacen de la zona un lugar especial para el turismo.

En el capítulo seis, se identifican las estrategias del Plan Estratégico Turístico realizando la evaluación de los factores internos y externos que repercuten en la actividad turística del distrito, se realiza un análisis de competitividad con otros destinos de características similares y se elabora un FODA en donde se van planteando los objetivos estratégicos.

Por último, el capítulo siete se definen las políticas, la visión, misión, ejes estratégicos, valores, planteamiento de objetivos a corto, mediano y largo plazo, el presupuesto total y el cronograma de ejecución, con la finalidad fomentar el desarrollo turístico sostenible del distrito de San Jerónimo de Surco en beneficio de la comunidad, el uso responsable sus atractivos turísticos naturales y culturales, la economía local sostenible y la satisfacción de las expectativas de los visitantes.

CAPÍTULO I: LA INVESTIGACIÓN Y EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento y Formulación del Problema

La problemática turística del distrito de San Jerónimo de Surco no es un tema aislado, si no parte de una problemática nacional.

El Perú, luego de un proceso de renovación, crecimiento económico sostenido y de progresiva consolidación, ha venido sorprendiendo al mundo por el gran potencial económico que posee; y desde un enfoque turístico, su impresionante biodiversidad y su inigualable patrimonio cultural son los que lo destacan y lo hacen un país único.

Poseemos un sin número de lugares dignos de ser visitados, a la espera de ser puestos en valor y desarrollar una actividad turística planificada que asegure la utilización sostenible de los recursos naturales, histórico-culturales.

Esto no hubiera sido posible desarrollar en décadas anteriores a los 90's, donde los problemas económicos y conflictos internos - hiperinflación, recesión, déficit fiscal, insolvencia financiera, terrorismo – generaron un retraso socioeconómico significativo, pero que luego de un cambio de políticas de Estado, se produjo una recuperación económica paulatina.

El turismo, en miras a que se convierta en uno de los soportes de desarrollo sostenible de la economía nacional, es que Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR inició en el año 2004 el proceso de elaboración del Plan Estratégico Nacional de Turismo – Pentur¹, contando con la participación del sector público y privado. Este Plan, constituye

¹ Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR 2008- 2018 bajo la coordinación y supervisión del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo- MINCETUR.

uno de los más importantes realizados en nuestro país en materia de desarrollo regional y ordenamiento territorial.

El Pentur ha buscado desde su creación, ser una herramienta para integrar los recursos turísticos y servicios de interés, con la finalidad de conformar productos basados en la identidad de destinos, que permita optimizar la comercialización conjunta, la satisfacción de la demanda y el desarrollo socioeconómico integral del país; asimismo, que cada región determine su potencial turístico y de integración con otras regiones a fin de brindar una oferta turística más amplia.

Sin embargo, pese a contar con el Pentur, en la práctica no se ha logrado un eficaz desenvolvimiento que integre los atractivos y recursos turísticos de las regiones, a una actividad turística equilibrada y diseñada para la preservación y control del uso turístico de los mismos.

Asimismo, la aplicación de los planes de desarrollo turístico existentes aún no son suficientes para establecer en los actores los objetivos claros que propicie un desarrollo turístico sostenible; lo cual ha generado impactos negativos que repercuten en su ámbito económico, social y ambiental.

El turismo en nuestro país, tanto interno como receptivo, está en constante crecimiento. El turismo receptivo, registró para el año 2010 una tasa de crecimiento de 7,4%² en llegadas de turistas internacionales respecto al año anterior, generando un ingreso de divisas que ascienden los US\$ 2,741 millones.

² Perú: Llegadas mensual de Turistas Internacionales, enero 2002 – diciembre 2010. Variación Porcentual 2010/2009.

El turismo interno por su lado, presentó una tasa de crecimiento de un poco más del 3%³ anual en los últimos 5 años, con proyecciones de seguir incrementándose a un ritmo del 2,8%⁴ anual para el Periodo 2011 – 2014.

Respecto al turismo interno, las instituciones gubernamentales en los últimos años han brindado un mayor soporte a su desarrollo, concientes que, es el turismo nacional el que muchas veces genera las primeras demandas en las localidades, y el que podría suplir los ingresos generados por turismo receptivo en temporadas bajas, regulando así el problema de la estacionalidad turística a nivel nacional. En esta línea de acción, es que Promperú viene realizando desde años anteriores las campañas como “Cusco Pone”, “la Selva Pone”, “Norte Pone” y en la actualidad una campaña integral de “Y tú que planes?” que busca incrementar el flujo del turismo interno, para ello las empresas dedicadas a la actividad turística, incluida las aerolíneas, ofertan paquetes turísticos a precios muy atractivos.

Por otro lado, si nos referimos a todo el conjunto de localidades con potencial turístico en el país, pocas son las que cuenta con herramientas de gestión turísticas debidamente elaboradas a efectos de desarrollarse sosteniblemente, presentando un proceso administrativo deficiente que conlleva a problemas de carácter económico, social y ambiental.

³ El Observatorio Turístico del Perú de la USMP ha registrado un turismo interno según la ocupación de establecimientos de hospedaje, las siguientes cifras. Año 2010: 13.075.807, año 2009: 12.693.597, año 2008: 12.310.867, año 2007: 11.931.358 y año 2006: 11.583.997.

⁴ El turismo interno del Perú, según el Observatorio Turístico de la USMP, proyecta una la tasa de crecimiento media anual para el periodo 2011-2014 de 2,84%. Dicho crecimiento y mejora de la actividad turística por los residentes del país se encuentra estrechamente relacionado al crecimiento del PBI.

1.1.1. Planteamiento del Problema

Expuesto el marco nacional se procede a plantear la problemática del distrito de San Jerónimo de Surco en la provincia de Huarochirí de la Región Lima, que definirá el objetivo del presente estudio.

El distrito de San Jerónimo de Surco, cuenta con recursos y atractivos naturales, históricos y culturales los cuales por sus características de interés turístico, deben ser estudiados, evaluados a fin de determinar su puesta en valor para su uso turístico y social, lo que permitiría al distrito la creación de una oferta turística competitiva y asegurar su efectivo aprovechamiento a lo largo del tiempo.

Respecto a los visitantes del distrito, según información proporcionada por la Municipalidad Distrital de San Jerónimo de Surco, al cierre del 2006, año en que se inicia el registro de llegadas de los turistas y excursionistas al distrito, se registraron 2981 visitantes al lugar y al cierre del 2011 se registraron unos 5143, lo que representa entre el 2006 y el 2011 el flujo turístico se ha incrementado en un 172.7%.

Dichas cifras indican que el interés de conocer los recursos y atractivos turísticos de San Jerónimo de Surco se incrementaron considerablemente en los últimos 5 años, interés que se estima seguirá creciendo en un 15% anual; lo cual debería ser aprovechado por los gestores turísticos y la población local, sin embargo no se ha realizado en el distrito sesiones de trabajo donde participen los actores involucrados del distrito y sus anexos.

Asimismo, no existe información sobre la percepción y necesidades de los turistas y excursionistas de la zona, ni se cuenta con una evaluación de la situación actual de la estructura turística, infraestructura y supraestructura que permitan tomar decisiones sobre la planificación e implementación de acciones más adecuadas para asegurar el desarrollo sostenible en beneficio de todos los involucrados.

De continuar en el *status quo* en el que se encuentra, el distrito se expone a un escenario incierto donde primen las decisiones reactivas a los acontecimientos imprevistos, al deterioro de los recursos naturales e históricos- culturales, a una población poco

involucrada e indiferente, al desaprovechamiento de las oportunidades de desarrollo de la comunidad, entre otros.

La formulación de un Plan Estratégico Turístico es importante para el distrito de San Jerónimo de Surco, provincia de Huarochirí, la cual esté basado en las expectativas de los visitantes del lugar y las necesidades de la población.

El Plan Estratégico Turístico significa una importante herramienta de gestión para la toma de decisiones a cargo de sus autoridades; además, permitiría orientar los recursos disponibles al cumplimiento de objetivos estratégicos, a medir el desempeño y a realizar acciones correctivas con la finalidad de fomentar el Desarrollo Turístico Sostenible de la localidad.

1.1.1.1. Formulación del problema

No existe hasta el momento un Plan de desarrollo turístico en el distrito de San Jerónimo de Surco.

El Plan Estratégico Turístico una herramienta de gestión que permite la evaluación y el diagnóstico de la situación actual del distrito de San Jerónimo de Surco.

Asimismo, permite establecer estrategias basadas en la satisfacción de necesidades de los visitantes y de los pobladores con la finalidad de fomentar el desarrollo turístico sostenible.

1.1.1.2. Sistematización del problema

- ¿La formulación de un Plan Estratégico Turístico para el distrito de San Jerónimo de Surco fomentará su Desarrollo Turístico Sostenible ?

1.2. Objetivos de la Investigación

1.2.1. Objetivo General

- Formular un Plan Estratégico Turístico para el distrito de San Jerónimo de Surco que fomente el desarrollo turístico sostenible.

1.2.2. Objetivos específicos

- Formular un Plan Estratégico Turístico que permita mejorar la gestión turística de la localidad del distrito de San Jerónimo de Surco en la provincia de Huarochirí.
- Promover el desarrollo turístico en el distrito de San Jerónimo de Surco en la provincia de Huarochirí que fomente la mejora de la calidad de vida de sus pobladores.

1.3. Justificación del Problema

El distrito de San Jerónimo de Surco ubicado en la provincia de Huarochirí, en la Región Lima, el cual cuenta con diversos recursos turísticos naturales y culturales, viene recibiendo un importante flujo de visitantes con un crecimiento promedio del 15% anual.

La investigación realizada referente al distrito así como de sus recursos y atractivos turísticos, ha permitido identificar la necesidad de vincular la actividad turística a la actividad económica de la población para generar beneficio turístico con inclusión social, así como el desarrollo de capacidades para la buena atención al turista que poco a poco viene interesándose más por conocer el distrito en estudio.

Es por ello que, la presente investigación y se propone formular un Plan Estratégico Turístico para el distrito de San Jerónimo de Surco a fin de proporcionar a la población una herramienta de gestión para la toma de decisiones a cargo de las autoridades y gestores de turismo que debe fomentar el Desarrollo Turístico Sostenible y orientando los recursos turísticos a la satisfacción de la demanda real y potencial y a la generación de beneficios para la población local.

1.4. Limitaciones de la Investigación

- Presupuesto limitado para realizar los viajes al lugar de estudio y realizar el trabajo de campo.
- Insuficiente información bibliográfica de estudios realizados en el lugar.
- La temporada de lluvias y densas neblinas del primer trimestre del año impidieron realizar el inventariado de sus recursos turísticos.

- La inexistente señalización de los recursos más alejados al distrito, hizo del trabajo de campo una tarea complicada y en muchos momentos arriesgada.
- La Municipalidad de San Jerónimo de Surco, provincia de Huarochirí no cuenta con personal capacitado pra la recolección de data actualizada de los visitantes y otros datos de interés para el estudio turístico.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

2.1.1. En el Mundo

El turismo ha demostrado ser una actividad importante a nivel mundial por su contribución a la economía mediante la generación de empleo, creación de empresas de bienes y servicios relacionadas directa o indirectamente, la implementación de infraestructura y los grandes ingresos de exportación que genera, acrecentando su relevancia por ser un sector económicamente fundamental para pequeños países o destinos regionales en desarrollo.

Según el *Panorama OMT del turismo internacional*⁵, en su edición 2013, publicación de la Organización Mundial del Turismo que consolida información proveniente de los países sobre la interacción entre el turismo y su economía, estima que el Turismo en el mundo genera las siguientes cifras:

- 9% del PBI – efecto directo, indirecto e inducido.
- 1 de cada 11 empleos.
- 1.3 billones de dólares en exportación.
- 6% de las exportaciones mundiales.
- 1,035 millones de turistas en el 2012.
- 1,800 millones de turistas internacionales previstos para el 2030.

⁵ Panorama OMT del turismo internacional Edición 2013. Extraído el 20 de octubre 2013 desde

http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_sp_lr_0.pdf

Esta evaluación de la importancia del turismo en las economías se debe a los datos obtenidos de las Cuenta Satélite de Turismo (CST) nacionales; sin embargo no todos los países, entre ellos el Perú, la han implementado, dificultando así la obtención de cifras que sustenten la toma de decisiones.

2.1.2. En el Perú

2.1.2.1. Plan Estratégico Nacional de Turismo – Pentur 2008 - 2018⁶

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo en su proceso de planificación y desarrollo de la actividad turística en nuestro país, inicio en el 2004 la elaboración del Plan Estratégico Nacional de Turismo –PENTUR.

Sus bases estratégicas fueron definidas en talleres con la participación de representantes del sector público y el sector privado, estableciéndose cuatro objetivos generales relacionados a la oferta, calidad y seguridad, fortalecimiento institucional y demanda. Asimismo, fueron creadas: la Comisión Multisectorial Mixta y Permanente (CMMP), para coordinación, elaboración y seguimiento del PENTUR, y Organizaciones de Gestión de Destino (OGD) para gestionar el desarrollo de cada zona turística identificada.

En el 2008, la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico del Mincetur propuso un modelo estratégico para la gestión y planificación del turismo en el país, **donde cada región determinaría de manera autónoma su potencial turístico**, superando así, las limitaciones del modelo basado en zonas turísticas bajo límites departamentales, facilitando la implementación progresiva de los entes gestores, otorgando a cada destino turístico la posibilidad de contar con su correspondiente base institucional y propiciando la promoción de los destinos turísticos sobre la base de los objetivos y medidas establecidas en la Fase I y II del PENTUR.

⁶ Plan Estratégico Nacional de Turismo del Perú- PENTUR 2008-2018 – Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Extraído el 19 de octubre del 2012 desde <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=139>

- Objetivo general
 - Alcanzar un turismo sostenible como herramienta de desarrollo económico, social y ambiental del Perú.
- Objetivos estratégicos
 - Objetivo 1: Promover la cultura turística y la seguridad del visitante.
 - Objetivo 2: Desarrollar una oferta turística competitiva y sostenible.
 - Objetivo 3: Promover una demanda sostenida del turismo.
 - Objetivo 4: Fortalecer las capacidades de las instituciones vinculadas con la actividad turística.

El Pentur persigue con estos objetivos, que el sector turismo sea una actividad estratégica en nuestra economía, ofreciendo un marco estratégico de actuación del cual las regiones deben basar la elaboración de sus planes de acción para fomentar su desarrollo turístico.

2.1.2.2. Programa Turismo Rural Comunitario

Existen otros mecanismos del Mincetur con las cuales promueven el desarrollo del turismo, como es el caso del Programa Nacional de Turismo Rural Comunitario, de la Dirección de Desarrollo de Producto Turístico del Viceministerio de Turismo, el cual nace por la necesidad de brindar lineamientos y un marco de acción a los emprendimientos de Turismo Rural Comunitario a nivel nacional.

Asimismo, en el documento de trabajo Lineamientos para el desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Perú⁷, se encuentra la siguiente conceptualización:

“El Turismo Rural Comunitario en el Perú es toda actividad turística que se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible, basada en la

⁷ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Lineamientos para el desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Perú, 2008. Extraído el 20 de marzo 2012 desde http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/lineamientos_desarrollo_turismo_rural_arte.pdf

participación de las poblaciones locales organizadas para beneficio de la comunidad, siendo la cultura rural un componente clave del producto”.

Por ello, la propuesta de Turismo Rural Comunitario se empezó a recopilar información a través de las Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo sobre los emprendimientos que surgieron de identificar una oportunidad de negocio, proyectos que cuentan con el apoyo de organizaciones de cooperación al desarrollo público o privado, entre muchas otras iniciativas.

Esta innovadora corriente de turismo se ve reflejada en la interacción entre el espacio rural poseedora de recursos culturales y naturales, las comunidades que lo habitan, y el creciente interés de los habitantes de la ciudad por reencontrarse con la naturaleza y la vida rural; asimismo, son sus visitantes los que necesitan y exigen mayor calidad de los atractivos, infraestructura, y servicios.

El Turismo Rural Comunitario representa para las comunidades rurales, y para el país, una gran oportunidad de desarrollo sostenible, ya que beneficia socioeconómicamente a las comunidades rurales y crea una cultura de conservación y protección de la naturaleza para el que administra y el que visita el atractivo; además brinda la oportunidad de ampliar la oferta turística del país captando nuevos nichos de mercado.

El Programa del TRC para lograr sus propósitos se ha planteado como Objetivo General:

“Contribuir, desde las zonas rurales, al desarrollo de un turismo sostenible como herramienta de desarrollo económico-social del Perú”.

Dentro de sus objetivos específicos encontramos:

1. Fortalecer las capacidades de planificación y gestión de los gobiernos locales que promuevan la conducción del desarrollo turístico local.
2. Generar a nivel local capacidades para la gestión del desarrollo turístico y del desarrollo empresarial del turismo rural comunitario.
3. Promover la participación de la comunidad local, promoviendo el protagonismo de la mujer y los jóvenes en la actividad.

4. Generar empleo y mejora de ingresos en la población local a través del emprendimiento en prestación de servicios y venta de productos conexos a la actividad turística.
5. Contribuir a la reducción de la migración en las poblaciones rurales.
6. Diversificar la oferta turística nacional, a través del desarrollo de productos turísticos competitivos en el ámbito rural.
7. Promover el fortalecimiento de la identidad nacional y contribuir a la educación de la población peruana sobre la ruralidad, su composición y contribución a la sociedad.
8. Promover la conservación de los recursos naturales y culturales a través de su uso planificado.
9. Promover la coordinación multisectorial e intersectorial fomentando las intervenciones de otros programas/proyectos públicos y/o privados fomentando el fortalecimiento de las actividades productivas tradicionales y el desarrollo de servicios básicos en el medio rural.

2.1.2.3. Turismo del Perú en cifras

La actividad turística en el Perú, según el reporte de World Travel and Tourism Council (WTTC), aportó directamente US\$ 6,352 millones (4.3% del PBI) a la economía nacional durante el 2010.

Para el 2011, el reporte de WTTC, previó que la actividad turística en el Perú genere más de US\$ 6,500 millones (4.2% del PBI), lo cual respecto al año 2010, significaría un aumento de 3.0%, en términos reales.

Para el 2012, su aporte directo fue de US\$ 6,838 millones (3.4% del PBI), creciendo a una tasa del 6,6% respecto al año anterior. Para el año 2013 se proyecta que el aporte será de US\$ 7,425 millones (3.3% del PBI) y que este rubro crecerá a una tasa del 5.7%.

Dichas cifras incluyen a las actividades hotelería, agencias de viajes, líneas aéreas y otros servicios de transporte, restaurantes y entretenimiento efectuados por los turistas nacionales y extranjeros. En referencia al aporte directo de la actividad turística a la economía nacional, se presenta una tabla con los siguientes indicadores:

Tabla 1: Perú: Contribución al PBI

Perú: Viaje y Turismo:		
Contribucion directa al PBI	2012	2013
Millones de US\$	6,838	7,425
Tasa de crecimiento (var % anual)	6.6	5.7
Participación (% del PBI)	3.4	3.3
Fuente: WTTC / Elaboración propia		

Por otro lado, haciendo referencia al reporte de Competitividad Global de Viajes y Turismo 2013 del World Economic Forum (WEF), el Perú ostenta una ubicación del puesto 73 de un total de 140 países a nivel mundial, habiendo descendido nueve ocupaciones desde el reporte del 2011. Los pilares en los que el Perú está por debajo del promedio aceptable de competitividad en relación a otras economías son: “Seguridad y Protección (puesto 118)”, “Infraestructura de Transporte Terrestre (puesto 121)”, “Infraestructura de Transporte Aéreo (puesto 75)” e “Infraestructura en Tecnología de la Información y Comunicaciones (puesto 83)”. Dichos pilares restan potencial a nuestros valiosos Recursos Naturales (puesto 12) y Recursos Culturales (puesto 43), impidiendo un óptimo desarrollo como destino turístico de talla mundial.

2.1.4. En la Región Lima

2.1.4.1. Diagnóstico Turístico Regional – Lima⁸

La Dirección de Desarrollo del Producto Turístico del MINCETUR ha trabajado en la identificación de algunos recursos turísticos a nivel de la Región Lima, tomado información de diversas fuentes como el Inventario Turístico Regional, el Instituto Geográfico Nacional IGN, INEI, PromPerú y diversas áreas especializadas del MINCETUR.

⁸ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Diagnóstico Turístico Regional - Lima. Extraído el 19 de enero del 2011 desde <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=3300>

Por otro lado, se cuenta con el Plan de Desarrollo Concertado de la Región Lima para el periodo 2008-2021, resultado de la concertación participativa de los gobiernos locales de nivel provincial y distrital y organizaciones representativas al sector económico y social. Dicho documento significa un instrumento orientador de crecimiento, cambio estructural y desarrollo integral de la región, en el cual dentro de sus aspectos económicos en relación a la actividad turística, se señala que:

- ✓ La dimensión económico-turística de la Región Lima radica en su potencial turístico histórico - cultural, natural y gastronómico, que representa un ingreso económico a las 9 provincias que viene incrementándose año tras año, sin embargo se encuentra poco desarrollada.
- ✓ La Región Lima cuenta con recursos turísticos de gran importancia para la oferta del turismo interno, pese a ello, se viene deteriorando por la falta de inversión pública y privada, acciones de conservación, falta de infraestructura de apoyo adecuada, entre otros.

Sobre las Políticas Sectoriales dictadas en la Región Lima para la actividad turística, se describe:

- ✓ Desarrollar una oferta competitiva y sostenible.
- ✓ Desarrollar una cultura turística que garantice la seguridad del visitante, con visión y valores compartidos e impulse las buenas prácticas en la prestación de los servicios turísticos.
- ✓ Fortalecer las instituciones vinculadas con la actividad turística.
- ✓ Promover la inversión privada en el desarrollo de infraestructura de servicios y recreacionales que contribuyan a aumentar el flujo de turistas en las zonas con potencial turístico.

- ✓ Desarrollar proyectos de inversión pública para dotar infraestructura básica económica y social en las zonas con potencial turístico, así como aquellas que contribuyan a la puesta en valor de los recursos arqueológicos e históricos.
- ✓ Incrementar de manera sostenida la demanda del turismo interno, a fin de asegurar una adecuada redistribución de los recursos a nivel regional.
- ✓ Desarrollar y promover manifestaciones culturales regionales, con especial énfasis en la artesanía, la gastronomía regional y el folklore.

Las Líneas de Acción Prioritaria Sectoriales en Turismo se enfocan en los siguientes items:

- ✓ Promover el desarrollo de productos y destinos turísticos competitivos y sostenibles, fortalecer la oferta turística, la infraestructura y servicios.
- ✓ Fortalecer capacidades de los recursos humanos especializados a nivel operativo, técnico y gerencial, a través de programas de capacitación y formación en turismo a gobiernos locales y personal de la actividad turística.
- ✓ Promover la red regional y local de seguridad y protección al turista a través de programas de sensibilización.
- ✓ Promover el fortalecimiento de capacidades institucionales y su competitividad, insertando actividades, a través de la inserción de contenidos temáticos en el currículo del sistema educativo, coordinando con los Gobiernos Locales y consolidando las PYMES turísticas y gremios relacionados.
- ✓ Promover el posicionamiento del ámbito del Gobierno Regional de Lima como destino turístico.
- ✓ Promover el desarrollo de clusters turísticos.

- ✓ Preservar los recursos turísticos, medio ambiente, áreas protegidas, sitios arqueológicos e identidades culturales y tradicionales a través de la concientización y la cultura de buenas prácticas.

2.1.5. En el distrito de San Jerónimo de Surco

Los estudios sobre la localidad de San Jerónimo de Surco, provincia de Huarochirí, relacionados al enfoque planteado por la presente investigación resultan escasos, lo que resulta más importante y necesario generar conocimientos sobre dicha localidad sobre su actividad socioeconómica y la situación actual del ordenamiento de su territorio para su comprensión de sus elementos y gestión de los mismos.

El Instituto de Salud y Trabajo⁹ (ISAT) desde 1993 a la fecha, viene impulsando en la cuenca alta del río Rímac, en la comunidad de San Jerónimo de Surco, y se encuentra impulsando distintas acciones enmarcadas en una propuesta de desarrollo rural sostenible de las comunidades del ámbito. Basándose en dicha labor, realizaron la publicación: ***“Desarrollo rural sostenible en la cuenca del río Rímac: experiencias y perspectivas de la comunidad de Surco”¹⁰ (1998)***, en la que se compila diversos trabajos realizados en relación al manejo y gestión de los recursos naturales de la comunidad, análisis de los alcances de la viabilidad de propuestas tecnológicas agroecológicas, su impacto y replicabilidad local, experiencias de transformación agroindustrial a pequeña escala, mejora de las condiciones de salud y saneamiento básico, entre otros; todas las acciones de desarrollo ubicadas como parte de una propuesta integral con participación local.

⁹ ISAT, desde 1986 viene promoviendo e implementando con las diversas organizaciones de trabajadores y organizaciones locales, distintas acciones por la defensa de la salud en el trabajo y el Desarrollo sostenible local de las poblaciones más pobres.

¹⁰ *“Desarrollo rural sostenible en la cuenca del río Rímac: experiencias y perspectivas de la comunidad de Surco”¹⁰* / Editores: Walter Chamocho Ch., Alex Armas Blancas. Lima: Instituto Salud y Trabajo (ISAT), 1998; Libro con la materia Desarrollo rural - Perú - Huarochirí (Provincia).

Por otro lado, y en relación a las investigaciones de ordenamiento territorial del distrito de San Jerónimo de Surco – Huarochirí, se encuentra disponible un artículo “*Propuesta de ordenamiento territorial del sector San Jerónimo de Surco – Huarochirí - Dpto. de Lima*”¹¹ publicado el 2001 en la Revista del Instituto de Investigación de la Facultad de Geología, Minas, Metalurgia y Ciencias Geográficas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y en donde se desarrolla un plan para el ordenamiento territorial del distrito de San Jerónimo de Surco, así como un diagnóstico de la situación actual de la zona en estudio, abordando en detalle y en forma sectorizada los distintos aspectos de la realidad de dicha área, evidenciándose sus debilidades así como sus oportunidades de mejora de la calidad de vida de los pobladores de esa zona, y el uso adecuado de los recursos naturales.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Turismo

La principal organización intergubernamental en el campo de los viajes y el turismo, a la que las Naciones Unidas han confiado la promoción, el desarrollo del turismo, las cuestiones de política turística, así como una fuente práctica de conocimientos sobre turismo, viene a ser conocida como la Organización Mundial del Turismo¹².

La OMT, como organismo ejecutor del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), aporta décadas de experiencia en turismo a los objetivos de desarrollo sostenible de las naciones de todo el mundo. Por tanto, su objetivo, en lo que respecta a la sostenibilidad, es velar que los beneficios económicos que genera el nuevo desarrollo turístico sean sostenibles desde el punto de vista ambiental y social y se distribuyan equitativamente entre la población autóctona.

¹¹ “*Propuesta de ordenamiento territorial del sector San Jerónimo de Surco-Huarochirí-Dpto. de Lima*”. Ing. Hildebrando Buendía Ríos, Geog. Teodoro Rojas Acosta, Geog. Nelly Pérez Díaz. Revista del instituto de investigación de la Facultad de Geología, Minas, Metalurgia y Ciencias Geográficas - UNMSM. Enero - Junio 2001.

¹² Conocido por sus siglas en español “OMT” y sus siglas en inglés “UNWTO”.

Es en este marco de funciones, que la OMT convoca a la Conferencia Mundial de Turismo dándose como fruto La Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial (Manila, 1980) a partir de la cual, se esclarece la naturaleza auténtica del turismo en todos sus aspectos, en donde se declara que:

“El turismo se entiende como una actividad esencial de la vida de las naciones, por sus consecuencias directas para los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de las sociedades nacionales y para sus relaciones internacionales en todo el mundo. Su auge está vinculado al desarrollo socioeconómico de las naciones y estriba en el acceso del hombre al descanso creativo y a las vacaciones y a su libertad de viaje, en el marco del tiempo libre y del ocio, cuya naturaleza profundamente humana subraya. Su existencia misma y su desarrollo están íntegramente vinculados a un estado de paz duradera, al cual el turismo, por su parte, está llamado a contribuir.”

Conjuntamente a la definición de turismo, se refiere que en la práctica del mismo, deben prevalecer los elementos espirituales sobre los técnicos o materiales. Estos elementos son fundamentalmente los siguientes:

- a. La realización plena del ser humano.
- b. Una contribución cada vez mayor a la educación.
- c. La igualdad de destino de los pueblos.
- d. La liberación del hombre respetando su identidad y su dignidad.
- e. La afirmación de la originalidad de las culturas y el respeto al patrimonio moral de los pueblos.

2.2.1.1. Mercado Turístico

El Mincetur pone a disposición conceptos fundamentales sobre turismo, en el cual señala que, el alcance de la actividad turística pasa por ser de carácter social, dado que está dirigido a satisfacer las necesidades de las personas; económico, por generar capital; de carácter político, porque responde a lineamientos y planes de desarrollo de los sistemas de gobierno; cultural, porque ofrece la oportunidad de conocer la idiosincrasia de diferentes

realidades geográficas; y educativo, puesto que puede ser un medio de formación personal e intelectual.

Es así que el turismo, como toda actividad económica, se desarrolla en un mercado, conocido como Mercado Turístico, donde confluye la oferta y la demanda de los bienes y servicios turísticos.

2.2.1.1.1. La Oferta Turística

Desarrollada principalmente por el sector privado, con el apoyo del sector público específicamente en la identificación y evaluación de recursos turísticos, desarrollo de infraestructura, promoción en los mercados de interés, la normatividad y la capacitación.

Entonces, la oferta turística es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico.

- Producto Turístico

Según Sancho¹³ (1998) citado por el Mincetur, conceptualiza al producto turístico como el conjunto de bienes y servicios puestos a disposición del usuario en un destino determinado.

Un producto turístico es la suma resultante de los recursos (naturales y/o artificiales) más los servicios, y de la accesibilidad a ellos, por tanto, por el hecho que un territorio esté iniciando su actividad turística y que posee recursos no puede creer tener uno.¹⁴

Un producto turístico posee determinadas características que lo diferencian de otro tipo de productos, tanto en la fase de producción como en la comercialización. Sin embargo, estas características, no impiden que cuando se desee ubicar un producto turístico en el mercado

¹³ Sancho, A. *Introducción al turismo*, Ed. OMT, 1998.

¹⁴ Turismo y desarrollo local sostenible: elementos para un debate. Conclusiones de la reunión internacional de expertos organizada por el programa Delnet Centro Internacional de Formación de la OIT. Revista electrónica Delnet de apoyo al desarrollo local. Número 34. 2004. Pp. 23.

se tenga que seguir las reglas, estrategias y técnicas que, son aparentemente propias de los demás artículos de consumo.

Bernet (2005) señala que no hay diferencias sustanciales entre el proceso de venta, promoción y marketing de un producto de consumo y la de un destino turístico.¹⁵

Asimismo, el producto turístico está compuesta por diversos elementos, entre ellos:

- ✓ Los recursos turísticos: son los elementos primordiales de la oferta turística. Son aquellos elementos naturales, culturales y humanos que pueden motivar el desplazamiento de los turistas generando demanda.
- ✓ Los atractivos turísticos: son los recursos turísticos que cuentan con las condiciones necesarias para ser visitados y disfrutados por el turista, es decir, que cuentan con planta turística, medios de transporte, servicios complementarios e infraestructura básica.
- ✓ La planta turística: es el conjunto de personas que prestan servicio al turismo e instalaciones, equipos, empresas que fueron creados para este fin. Dentro de la planta turística podemos encontrar al negocio de alojamiento y al de restaurante.
- ✓ Los servicios complementarios: estos son los servicios que no dependen de la actividad turística, pero que son requeridos o empleados por los turistas.
- ✓ Los medios de transporte: medios que permiten acceder al turista al destino elegido; pueden ser transporte terrestre, acuático o aéreo.
- ✓ La infraestructura básica: conformado por el conjunto de obras y servicios que permiten el desarrollo socioeconómico de un país y que el turismo utiliza para impulsar su actividad. Están incluidas las rutas de acceso, las comunicaciones, el equipamiento urbano.

¹⁵ Ejarques Bernet, Joseph. Destinos turísticos de éxito. 1era edición. Pp. 392

La oferta turística para su comercialización, se presenta a través del paquete turístico que viene a ser la forma de presentación integral y organizada de la oferta, facilitando así la organización del viaje al turista.

El Paquete Turístico está compuesto por: el traslado, el transporte, el alojamiento, la alimentación y el tour y/o excursión.

Y por otro lado, está integrado por: el itinerario, el circuito turístico y el programa.

2.2.1.1.2. La Demanda Turística

Constituida por los visitantes en el espacio turístico y que desean acceder a los productos y servicios que conforma la actividad turística.

- La demanda turística está compuesta por:
 - ✓ Demanda turística potencial: Son las personas que aún no han consumido o comprado el producto turístico pero que tienen todas las características necesarias para hacerlo.
 - ✓ Demanda turística real o actual: Son las personas que consumen o compran un producto turístico.
- Tipología de la demanda
 - ✓ Los viajeros
 - ✓ Los visitantes, unidad básica de la demanda turística
 - Visitante que pernocta o turista
 - Visitante del día o excursionista
- Clasificación de la actividad turística
 - Según su desplazamiento: Responde a la ubicación geográfica del destino turístico visitado y el lugar de residencia del visitante.
 - ✓ Turismo receptivo o receptor

- ✓ Turismo interno o doméstico
- ✓ Turismo egresivo o emisor
- Según su modalidad:
 - ✓ Turismo convencional
 - ✓ Turismo no convencional
 - Turismo de aventura
 - Ecoturismo
 - Turismo rural
 - Turismo místico o religioso
 - Turismo esotérico
 - Otros
- Según la forma de viaje:
 - ✓ Turismo individual
 - ✓ Turismo grupal
- Según el tipo de viaje:
 - ✓ Turismo independiente
 - ✓ Turismo organizado

2.2.1.2. Impactos que genera la actividad turística

La actividad turística se da en un momento y espacio determinado, y como toda acción tiene una reacción, los visitantes o turistas generan impactos positivos y/o negativos y de magnitudes variables. Por ello, es necesario identificar estos impactos, para buscar la forma de incrementarlos, evitarlos o corregirlos según corresponda.

Para su efectiva identificación se opta por agruparlos en Impactos económicos, sociales y ambientales basándose en los pilares de la sostenibilidad.

2.2.2. Desarrollo Sostenible

El término Desarrollo Sostenible¹⁶ se formaliza por primera vez en el documento conocido como Informe de Brundtland¹⁷, y fue elaborado por distintas naciones en 1987 para la ONU. Este informe define a la sostenibilidad como aquel que “satisface las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones”. Trae consigo un cambio muy importante en cuanto a la idea de sostenibilidad, principalmente ecológica, dando énfasis también al contexto económico y social del desarrollo.¹⁸

A partir de este informe, el término en mención fue incorporado a todos los programas de la ONU y sirvió de eje, por ejemplo, a la segunda Cumbre de la Tierra celebrada en Río de Janeiro en 1992, donde nace la Agenda 21, se aprueban el Convenio sobre el Cambio Climático, el Convenio sobre la Diversidad Biológica (Declaración de Río) y la Declaración de Principios Relativos a los Bosques.

Asimismo, se empieza a dar amplia publicidad del término *desarrollo sostenible* al público en general, y se modifica la definición original del Informe Brundtland, centrada en la preservación del medio ambiente y el consumo prudente de los recursos naturales no renovables, hacia la idea de "tres pilares" que deben conciliarse en una perspectiva de desarrollo sostenible: el progreso económico, la justicia social y la preservación del medio ambiente.

¹⁶ También llamado “*desarrollo sustentable*”.

¹⁷ Informe socio-económico que originalmente se llamó “Nuestro Futuro Común” (Our Common Future, en inglés) y que posteriormente adoptó el apellido de quien encabezara la comisión: la doctora Gro Harlem Brundtland, primer ministro de Noruega.

¹⁸ El informe Brundtland se ha convertido en referencia mundial para la elaboración de estrategias y políticas de desarrollo ecocompatibles.

- Pilares del Desarrollo Sostenible

El ámbito del desarrollo sostenible puede dividirse conceptualmente en tres partes: ambiental, económica y social.

Se considera el aspecto social por la relación entre el bienestar social con el medio ambiente y la bonanza económica. El triple resultado es un conjunto de indicadores de desempeño de una organización en las tres áreas.

- ✓ Sostenibilidad económica: el obtener ingreso es vital, pero no se espera una rentabilidad a corto plazo, lo que se quiere es lograr un desarrollo económico y social duradero.
- ✓ Sostenibilidad ambiental: para proteger el ambiente se necesita un cambio de actitud a favor de la disminución de impactos negativos y de la conservación y protección de los recursos.
- ✓ Sostenibilidad social y cultural: se debe desarrollar una actividad respetando los valores, las propias normas y tradiciones locales, no afectando sus relaciones sociales.

2.2.3. Turismo Sostenible

En 1988, la OMT propuso el principio del turismo sostenible, entendido como:

“La actividad orientada a la gestión de todos los recursos de manera que se satisfagan las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los mecanismos de apoyo a la vida.”¹⁹

¹⁹ Contribuciones de la Organización Mundial del Turismo a la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible, (Johannesburgo, 2002). Pp. 7. Convocada por las Naciones Unidas para evaluar el progreso de los gobiernos, agentes del sector privado y la sociedad civil en su conjunto desde la Cumbre de la Tierra, celebrada en Río de Janeiro en 1992.

Por otro lado, la OMT elabora documentos donde ofrece definiciones recomendadas para ser usados estrictamente con fines estadísticos del sector turístico, en la cual expresa que:

“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado”²⁰. (OMT, 1994)

Siguiendo con la línea de darle una estrecha relación e importancia entre la sostenibilidad y el turismo, es que, se celebra La Conferencia Mundial de Turismo en Lanzarote, la cual tuvo como resultado decisivo la Carta de Turismo Sostenible de Lanzarote (1995), donde la relación de Turismo/Sostenibilidad adquieren un carácter orgánico, estableciéndose así “el carácter mundial del fenómeno turístico”. Además, dicho documento otorga la importancia fundamental del turismo en el desarrollo socioeconómico de muchos países. La Carta de Lanzarote (1995), promueve una visión global de la sostenibilidad al interior del fenómeno turístico, promoviendo la creación de vínculos de paz cada vez más estrechos entre los diversos pueblos del mundo, el respeto a la diversidad cultural y a los diferentes modos de vida, con la intención de preservar a los países más débiles en términos económicos de ser explotados por los más poderosos. (Calderón, 2005)

A razón de que, el desarrollo sostenible ocupa un lugar primordial en el programa de trabajo de la OMT, es que esta organización mundial decide tomar medidas fundamentales como:

- ✓ Lanzar un plan de acción titulado "La Agenda 21 en el mundo de los viajes y del turismo: Hacia un desarrollo ecológicamente sostenible" (1996), en la cual se especifica medidas que el sector puede seguir para el logro de un desarrollo sostenible (en el plano nacional y local) y propone formas en que los gobiernos pueden facilitar dicho proceso.

²⁰ Organización Mundial del Turismo. *Recomendaciones sobre estadísticas de turismo*. OMT-ONU, Serie M. N° 83, 1994. Documento revisado y actualizado por la OMT en 1999.

- ✓ Servir de fuente permanente de información a sus Miembros y a la comunidad internacional realizando estudios y publicaciones sobre el tema en cuestión. Es así ponen a disposición: “El Código Ético Mundial para el Turismo”²¹, “La Guía para Administradores locales: Desarrollo turístico Sostenible”²², “Guía práctica para el desarrollo y uso de indicadores de turismo sostenible”²³, entre otros.

Asimismo, tomando como base los conceptos y enfoques de desarrollo turístico proporcionados por la OMT, el MINCETUR tiene dentro de sus objetivos²⁴ alcanzar un turismo sostenible como herramienta de desarrollo; para ello, elabora periódicamente un Plan Estratégico Nacional de Turismo, en el cual se hace uso de conceptos claves en donde se menciona que:

“El turismo sostenible debe dar un uso óptimo a los recursos ambientales, respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas y, asegurar la distribución justa de los beneficios socioeconómicos a la vez que reporta un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles”.

- Pilares de la Sostenibilidad Turística

Se basa en los mismos tres pilares del desarrollo sostenible:

²¹ Aprobada en Santiago (Chile, 1999), ofrece un marco de referencia para el desarrollo responsable y sostenible del turismo mundial.

²² Esta guía presenta conceptos, principios y técnicas para planificar y desarrollar el turismo y estudia la gestión de las consecuencias ambientales y socioeconómicas en el plano local.

²³ Los indicadores son un instrumento esencial para supervisar los impactos del desarrollo turístico y evaluar el grado de éxito de los objetivos del proceso de planificación turística.

²⁴ Son objetivos del MINCETUR: Alcanzar un turismo sostenible como herramienta de desarrollo económico, social y ambiental del Perú; y lograr que la actividad turística sea un catalizador de la descentralización, las inversiones y la inclusión social.

- ✓ Sostenibilidad económica: La actividad turística debe estar orientada a generar mayores ingresos y crear más puestos de trabajo.
- ✓ Sostenibilidad ambiental: La actividad turística debe evitar la excesiva estacionalidad y fomentar la actitud responsable de los visitantes y de los anfitriones.
- ✓ Sostenibilidad social y cultural: La actividad turística no debe desnaturalizar los atractivos turísticos de aspecto cultural.

2.2.4. Planeación Estratégica

El término Planeación Estratégica se instaló en la década de 1950 y fue de uso común a partir de mediados de la década de 1960 hasta mediados de la siguiente; siendo considerada, por la mayor parte del mundo corporativo de Estados Unidos, como la respuesta a todos los problemas. A pesar de dicho apogeo, el modelo durante la década de 1980 dejó de usarse por no conseguir los altos resultados que se esperaba. Sin embargo, el concepto resurge en la década de 1990 hasta la actualidad, siendo aplicada ampliamente por el mundo empresarial [y hasta gubernamental].²⁵

2.2.4.1. Definición de Planeamiento Estratégico

Fred David (2008) usa el término de Planeación Estratégico como sinónimo de Administración Estratégica y nos dice que este último término es más frecuente en el ámbito académico, mientras que el primero se utiliza con más frecuencia en el mundo empresarial. Define a la Administración Estratégica como el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones multifuncionales que le permitan a una opción lograr sus objetivos. Se enfoca en integrar la administración, el marketing, las finanzas y la contabilidad, la producción y las operaciones, las actividades de investigación y desarrollo, así como los sistemas computarizados de información, para lograr el éxito de la organización.

²⁵ Fred R. David, *Strategic Management: Concepts*, 1ra ed., EE.UU., Pearson Hall, 1986 (11va ed., México, Prentice Education, 2008. pp. 5

El procedimiento de identificar la visión, misión, objetivos y estrategias de una organización es cómo empieza a actuar la administración estratégica. Y cada organización posee estos elementos muchas veces de manera inconsciente.

El proceso del planeamiento estratégico es dinámico y de continuo cambio, y hace que cualquier cambio favorable o desfavorable en los componentes principales del modelo, se realice cambios en los demás componentes.

Según Josep Bernet (2005) el proceso para elaborar un Plan de Desarrollo Turístico de un destino y el proceso de análisis de recursos turísticos poseen patrones similares. Además menciona que, la finalidad de una Planificación Estratégica de un destino turístico proporcionará una visión clara de la situación actual del lugar en estudio y de las acciones más adecuadas que se deben poner en marcha para responder a las necesidades, anticiparse a los cambios del entorno y conservar o mejorar la posición que se ha adquirido dentro del mercado.²⁶

2.2.4.2. Beneficios del Planeamiento Estratégico²⁷

- ✓ Permite a una organización ser más proactiva que reactiva, ejerciendo control en la construcción de su futuro.
- ✓ Ayuda a las organizaciones a formular mejores estrategias, utilizando un enfoque más sistemático, lógico y racional.
- ✓ Genera oportunidades de efectiva interacción entre los involucrados.
- ✓ Incentiva la participación en el proceso, siendo esta la clave para lograr la comprensión y compromiso con la organización, lo cual resulta necesario para generar el cambio. Cuando... [los involucrados] comprenden lo que la organización

²⁶ Josep Bernet, *Destinos turísticos de éxito*. 1ra ed. 2005.Madrid. Pp. 220

²⁷ Fred R. David, op. cit., pp. 16-17.

hace y por qué lo hace, a menudo se sienten parte de la empresa y se comprometen más a ayudarla.

- ✓ Propicia la delegación de facultades de decisión o también conocido como empowerment, a algunos responsables para fortalecer el sentido de eficacia, a ejercer iniciativa y reconocimiento de sus actividades.

2.2.4.3. Directrices para un Planeamiento Estratégico eficaz²⁸

Un Planeamiento Estratégico no debe convertirse en un mecanismo burocrático, muy por el contrario, debe ser un proceso de constante aprendizaje que familiarice a los involucrados de la organización con los problemas estratégicos claves y las alternativas factibles para resolverlos. Se debe tener una mentalidad abierta, buena disposición y entusiasmo para considerar toda la gama de información y puntos de vista y propuestas de los involucrados. Los que dirigen el planeamiento estratégico deben comprometerse a escuchar y comprender de la mejor manera posible la posición de las demás unidades de mando.

Los recursos siempre serán limitados o escasos, por consiguiente, las organizaciones no deben seguir todas las estrategias que aparentemente podrían beneficiarlas. A su vez, es un grave error seguir múltiples estrategias al mismo tiempo, puesto que se dispersan los recursos, y la viabilidad de las estrategias se pone en peligro. Para tal motivo, se deben tomar decisiones serias sobre qué estrategias mantener y cuáles abandonar.

Existen algunos factores cualitativos como la responsabilidad social, la cultura organizacional, la actitud hacia el riesgo, entre otros que siempre afectarán las decisiones relacionadas con la formulación de la estrategia. La falta de objetividad al formular las estrategias, da como resultados en muchos casos que se pierdan la postura competitiva y la rentabilidad, es por ello que, las organizaciones deben procurar ser lo más objetivas posibles y estar conscientes que todas sus decisiones tienen implicaciones, por ejemplo, éticas.

²⁸ Fred R. David, op. cit., pp. 20.

2.2.4.4. Modelos del Planeamiento Estratégico

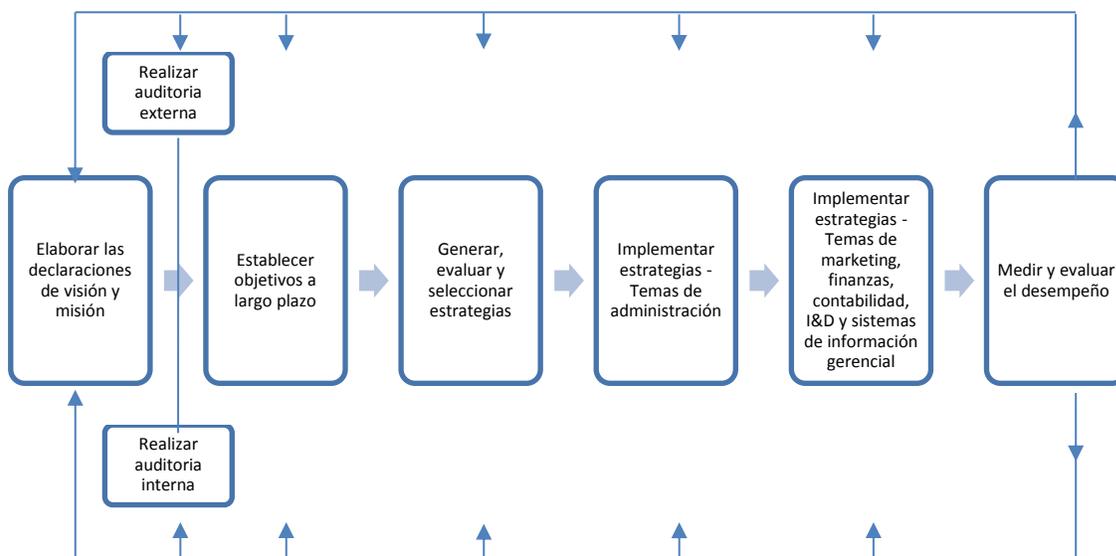
El Planeamiento Estratégico es abordada desde diferentes formas según el autor que lo estudie, por ello, a continuación se presentan modelos de Planeamiento Estratégico que serán analizados a efectos de sustraer los componentes necesarios para la propuesta del presente trabajo:

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

1. La formulación de la estrategia incluye desarrollar la visión, misión, identificar las oportunidades y amenazas externas para la organización, determinar las fortalezas y debilidades internas, establecer objetivos a largo plazo, generar estrategias alternativas y elegir las estrategias particulares que se habrán de seguir.
2. La implementación de la estrategia requiere que la empresa establezca objetivos anuales, formule políticas, motive... y destine recursos para llevar a la práctica las estrategias. La implementación de la estrategia implica desarrollar una cultura que la apoye, crear una estructura organizacional eficaz, dar una nueva dirección a los esfuerzos de marketing, elaborar presupuestos, desarrollar y utilizar sistemas de información....
3. La evaluación de la estrategia es la etapa final de la administración estratégica.... Todas las estrategias están sujetas a futuras modificaciones, ya que los factores tanto externos como internos cambian de manera constante. Tres actividades fundamentales de la evaluación de la estrategia son: 1. Revisar los factores externos e internos que son la base de las estrategias actuales, 2. Medir el desempeño y 3. Realizar acciones correctivas.²⁹

²⁹ Cita tomada de Fred R. David, op. cit., pp. 5-6.

Figura 1: Modelo del Planeamiento Estratégico por Fred David³⁰



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

Asimismo, el proceso de la Administración Estratégica³¹ de Stoner (2009) ofrece una forma disciplinada para comprender el ambiente en que se desenvuelve una organización para luego pasar a la acción. El proceso lo delimita en dos fases:

1. Planificación Estratégica: comprende tanto el proceso para establecer metas y formular estrategias.
2. Implementación de la estrategia: incluye los pasos de la administración y control estratégico.

³⁰ El modelo propuesto por Fred David, como el mismo lo menciona, “no garantiza el éxito, pero sí representa un planteamiento claro y práctico de las estrategias de formulación, implementación y evaluación”.

³¹ James A. F. Stoner, *Administración*, 8a ed. 2009. pp. 295.

Figura 2: Proceso de la Administración Estratégica por Stoner



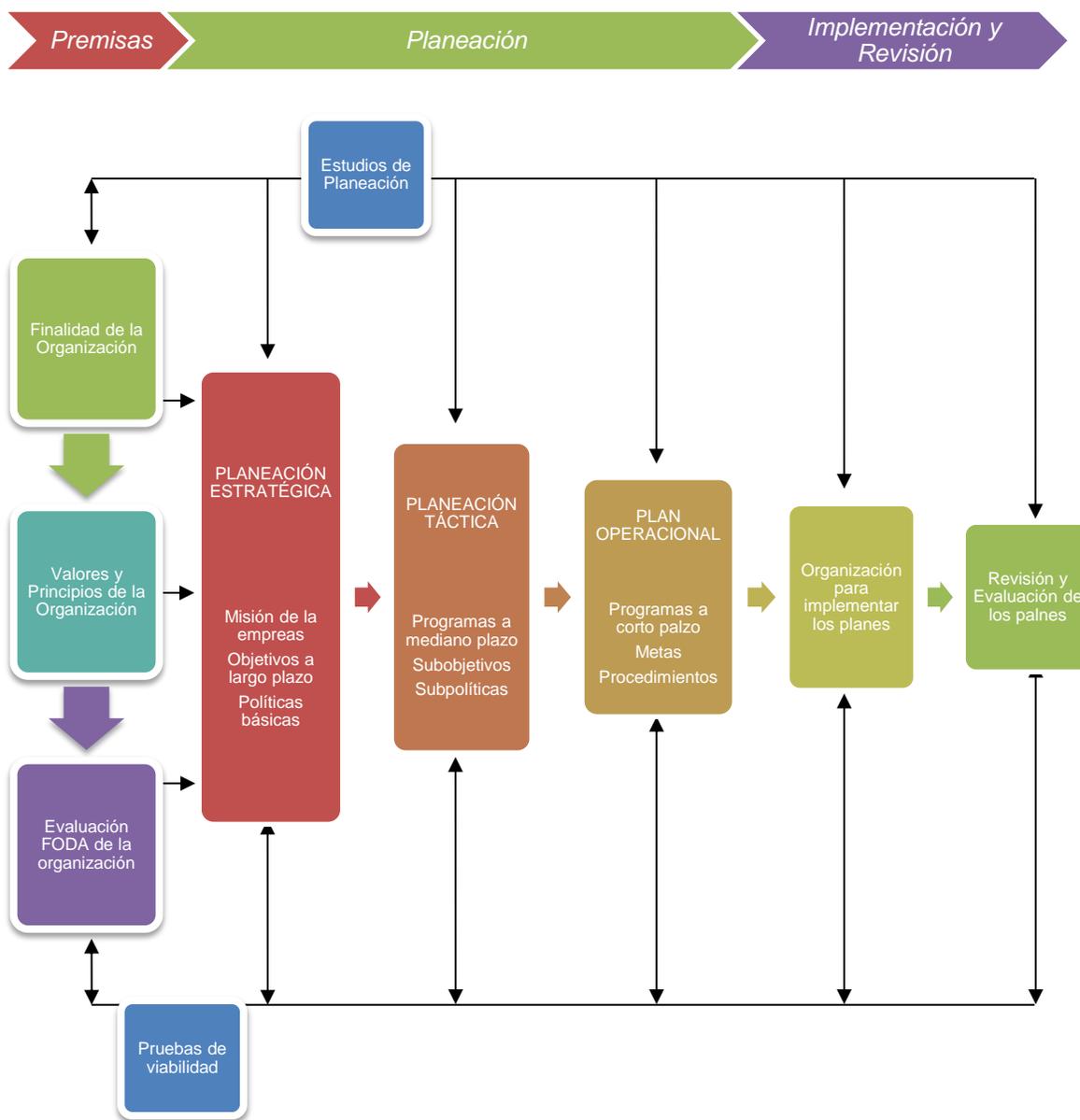
Fuente: James A. F. Stoner, *Administración*, 8a ed. 2009. pp. 295.

Por otro lado, la teoría neoclásica propuesta por Steiner, citada por Chiavenato en su libro *Introducción a la Teoría General de la Administración - 7ma ed*, inaugura una importante área en la teoría administrativa: la Administración Estratégica.

El modelo prescriptivo de la planeación estratégica de los neoclásicos sigue cinco etapas:

1. Formulación de los objetivos organizacionales.
2. Análisis externo del ambiente o auditoría externa.
3. Análisis interno de la organización o auditoría interna.
4. Formulación de las alternativas estratégicas y selección de la estrategia que se utilizará.
5. Desarrollo de planes tácticos y operacionalización de la estrategia.

Figura 3: El modelo de Planeación Estratégica de Steiner³²



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

³² Idalberto Chiavenato, *Introducción a la Teoría General de la Administración*, 7ma ed., McGraw-Hill Interamericana, 2006. pp. 203.

2.2.4.5. Modelos de Planeamiento Estratégico Turístico

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

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

Tabla 2: Esquema de un Plan de Desarrollo

Primera fase: <ul style="list-style-type: none">• Identificación y análisis de las tendencias de la demanda.• Identificación y valoración de puntos fuertes y débiles.• Identificación y determinación de las oportunidades.• Establecimiento de las prioridades.
Segunda Fase: <ul style="list-style-type: none">• Identificación del modelo de destino deseado.
Tercera fase: <ul style="list-style-type: none">• Definición de la misión.• Objetivos.
Cuarta fase: <ul style="list-style-type: none">• Estrategia:<ul style="list-style-type: none">✓ Programa de refuerzo.✓ Programa de marketing.

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

Por lo que respecta a la primera fase, se tiene que partir del perfil de turismo ya existente, de la tipología de clientes que recibe, así como de las necesidades que la localidad, región, área o país cree satisfacer y de las expectativas a las que considera que responde. Una vez analizados esos factores, hay que definir las oportunidades que existen, su potencial, observar cómo se pueden dar a los recursos una finalidad turística, cómo pueden adaptarse y modificarse para conservar o incrementar la ventaja competitiva.³³

En el Perú, a nivel nacional y dentro del marco turístico, se emplea la herramienta del Planeamiento Estratégico en materia de desarrollo regional y ordenamiento turístico: Plan Estratégico Nacional de turismo (Pentur 2008-2018). Este está comprendido de la

³³ Cita tomada de Josep Bernet, *Destinos turísticos de éxito*. 1a ed. 2005. Pp. 221

declaración de la visión, misión y valores, las políticas del sector turismo que orientan su desarrollo sostenible, un modelo estratégico turístico propuesto en el que se dibuja las líneas maestras que servirán de marco de referencia para las políticas públicas; los objetivos que responden a las necesidades del sector; la descripción de la situación actual y potencial del Perú; el diagnóstico FODA que permite sintetizar la información interna y externa en diversos ejes temáticos; las líneas de acción operativa constituidas por diferentes programas operativos; y finalizando por la evaluación y seguimiento de todo el proceso con ayuda de diversos indicadores.

Tabla 3: Esquema del Pentur

ITEMS	SUBITEMS
Visión, misión y valores	Visión
	Misión
	Valores
Políticas del sector turismo	Actores de la política turística: significados y compromisos
Modelo turístico estratégico propuesto	Macrodestino Perú
Objetivos	
Descripción turística del Perú: Situación actual y potencial	Oferta y demanda turística
	Gestión e institucionalidad
	Sostenibilidad turística: ambiental y social
Diagnóstico FODA del turismo en el Perú	
Líneas de acción operativa	
Evaluación y seguimiento	

Fuente: Pentur – Mincetur / Cuadro Resumen - Elaboración propia

El Mincetur presenta además, una propuesta del Proceso de Planificación³⁴ de un Producto Turístico, el cual emplean para crear un punto de partida para el desarrollo de un destino turístico competitivo. En el siguiente gráfico se observan seis fases que integran el proceso que van desde el inventario turístico que proporciona información básica, la identificación

³⁴ Las diferentes partes del Proceso de Planificación de un producto turístico, se han venido realizando por diversas entidades públicas y/o privadas; sin embargo, se destaca que de acuerdo al modelo Turístico estratégico propuesto por PENTUR resulta indispensable trabajar en concertación bajo gestor y articulador de todas las acciones.

de redes turísticas con los circuitos y corredores, la identificación de áreas de vocación turística, el desarrollo de programas de trabajo con seis ejes temáticos, la identificación y priorización de acciones y proyectos de diverso alcance y finalmente la implementación y monitoreo de estas últimas.

Figura 4: Proceso de Planificación de un Producto Turístico – Mincetur



Fuente: Proceso de Planificación de un Producto Turístico - Mincetur.

El estudio por ser de enfoque turístico, se adaptará el modelo de Planeamiento Estratégico de Fred David, debido a que cuenta con una estructura clara con secuencias definidas para la formulación de un Plan Estratégico Turístico.

2.3. Bases Doctrinales

Se presenta a continuación documentos de carácter internacional relevantes de donde se tomaron conceptos de Desarrollo Sostenible para el entendimiento y aplicación en el Plan Estratégico que se desea formular en el presente trabajo.

2.3.1. Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Entorno Humano - Estocolmo 1972³⁵

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Entorno Humano, celebrada en Estocolmo en 1972, es considerada como el inicio al Movimiento Ambiental propiciando que diversos países a nivel mundial establecieran agencias nacionales para la protección ambiental, bajo los lineamientos del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA o UNEP por sus siglas en inglés).

De esta conferencia surgieron ciertas prioridades que requerían acciones urgentes y a gran escala, entre ellas, el crecimiento de la población, el desarrollo no planificado y la carencia de condiciones socioeconómicas básicas en las áreas rurales podrían ser las causas del problema de la urbanización.

La prioridad de los países en desarrollo se centró en el desarrollo responsable y se acordó en que los aspectos ambientales tendrían que incorporarse a las estrategias nacionales de desarrollo, con el propósito de evitar caer en los errores cometidos por los países desarrollados. Tales estrategias deben incluir la utilización de los recursos humanos y naturales de manera más eficiente, así como el mejoramiento de la calidad de vida de los pueblos.

Finalmente, la Conferencia de Estocolmo recomendó la celebración de una segunda cumbre, la cual se llevó a cabo en Río de Janeiro en 1992.

³⁵ Visiones Diferentes: ECO '92 Universidad para la Paz, Consejo de la Tierra, GTZ, IICA y OmCed. 2ed. San José, C.R.: University for Peace, 2002. Pág. 13 - 17. Extraído el 20 de junio 2011 desde <http://www.gtz.de/de/dokumente/es-eco-92-spanisch-neu.pdf>

2.3.2. Declaración de Manila – Conferencia Mundial del Turismo

Celebrada en Manila (Filipinas) en 1980, y convocada por la Organización Mundial del Turismo con la participación de 107 delegaciones del Estado, y de 91 delegaciones de observadores, para esclarecer la naturaleza auténtica del turismo en todos sus aspectos y la función que el turismo debe desempeñar en un mundo dinámico, de constantes y profundos cambios, además para examinar las responsabilidades de los Estados, en el desarrollo y la expansión del turismo en las sociedades modernas, en su calidad de actividad que trasciende del dominio puramente económico de las naciones y de los pueblos, tiene consecuencias directas para los sectores sociales, culturales, educativos y ambiental de las sociedades nacionales y para sus relaciones internacionales en todo el mundo.

Su auge está vinculado al desarrollo socioeconómico de las naciones y aterriza en el acceso del hombre al descanso creativo, a las vacaciones y a su libertad de viaje, con aprovechamiento de su tiempo libre y del ocio. Su existencia misma y su desarrollo están íntegramente vinculados a un estado de paz duradera, al cual el turismo, está llamado a contribuir.

2.3.3. Informe de Brundtland - Nuestro Futuro Común³⁶

“Nuestro Futuro Común” documento publicado en 1982, más conocido como "Informe Brundtland", fue elaborado por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, creada por las Naciones Unidas y presidida por Gro Brundtland, la primer ministro de Noruega.

El informe Brundtland consolidó la visión del modelo de desarrollo adoptado por los países industrializados e imitado por las naciones en desarrollo, destacando la incompatibilidad entre los modelos de producción y consumo vigentes en los primeros y el uso racional de los recursos naturales y la capacidad de soporte de los ecosistemas. Conceptúa como

³⁶ Informe socio-económico elaborado por distintas naciones en 1987 para la ONU, por una comisión encabezada por la doctora Gro Harlem Brundtland. Originalmente, se llamó Nuestro Futuro Común (*Our Common Future*, en inglés)

sostenible el modelo de desarrollo que "atiende a las necesidades del presente sin comprometer la posibilidad de que las futuras generaciones atiendan a sus propias necesidades". A partir de su publicación el informe Brundtland se ha convertido en referencia mundial para la elaboración de estrategias y políticas de desarrollo ecocompatibles.

2.3.4. Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo – Declaración de Río ECO 92

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, **reunida** en Río de Janeiro de junio de 1992, **reafirma** la Declaración de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Entorno Humano, aprobada en Estocolmo el 16 de junio de 1972 y trata de construir a partir de ella, **con el objetivo** de establecer una alianza mundial nueva y equitativa, mediante la creación de nuevos niveles de cooperación entre los Estados, los sectores claves de las sociedades y las personas, **procura** alcanzar acuerdos internacionales en los que se respeten los intereses de todos y se proteja la integridad del sistema ambiental y de desarrollo mundial, **reconoce** la naturaleza integral e interdependiente de la Tierra, nuestro hogar.

2.3.5. Agenda 21³⁷

La Agenda 21 o Programa 21, es un plan detallado de acciones que deben ser acometidas a nivel mundial, nacional y local por entidades de la ONU, los gobiernos de sus Estados miembros y por grupos principales particulares en todas las áreas en las que ocurren

³⁷ Visiones Diferentes: ECO '92 Universidad para la Paz, Consejo de la Tierra, GTZ, IICA y OmCed. 2ed. San José, C.R.: University for Peace, 2002. Pág. 65. Extraído el 20 de junio 2011 desde <http://www.gtz.de/de/dokumente/es-eco-92-spanisch-neu.pdf>

impactos humanos sobre el medio ambiente. Poner en práctica esta Agenda 21³⁸, de acuerdo con líneas estratégicas, planes y procedimientos, es una responsabilidad que le corresponde especialmente a los gobiernos y al sistema de las Naciones Unidas. Otras organizaciones internacionales, regionales e interregionales tienen también que contribuir con ese esfuerzo. Asimismo, se debe alentar la participación del público, de las ONG y de otros grupos.

Sin embargo, para cumplir con los objetivos planteados, es necesario garantizar recursos financieros a los países en desarrollo. En cada una de las áreas de la Agenda se incluye una evaluación de la magnitud de los gastos. En la ejecución de dichas áreas se deben considerar las circunstancias particulares que enfrentan los países, especialmente los que están transformando su economía bajo considerables tensiones sociales y políticas.

Este proceso marca el comienzo de una nueva asociación mundial que busca un desarrollo económicamente viable, socialmente justo y ambientalmente adecuado para el presente, sin comprometer el destino de las futuras generaciones; en otras palabras, el desarrollo sostenible.

2.3.6. Conferencia Mundial de Turismo Sostenible – Lanzarote.

La Carta del Turismo Sostenible realizada en Lanzarote, Islas Canarias, España, en abril de 1995, recomienda a los gobiernos estatales y regionales formular, con carácter de urgencia, planes de acción para un desarrollo sostenible aplicados al turismo, en consonancia con los principios enunciados en esta Carta.

La Conferencia acuerda elevar al Secretario General de Naciones Unidas la Carta del Turismo Sostenible a fin de que pueda ser asumida por los Organismos y Agencias del sistema de Naciones Unidas, así como por las Organizaciones Internacionales con acuerdo

³⁸ Agenda es una lista detallada de asuntos que requieren atención, organizada cronológicamente, 21 hace referencia al siglo XXI. La palabra *agenda*, aunque de origen latino (plural de *agendum*) es un anglicismo en castellano; el término oficial adoptado por la ONU es **Programa 21**, aunque poco se usa a nivel mundial.

de cooperación con Naciones Unidas, para ser sometida a la Asamblea General de Naciones Unidas.

Dicha Carta apela a la comunidad internacional, a los gobiernos, a las demás autoridades públicas, a los decisores en materia turística, a las asociaciones e instituciones públicas y privadas relacionadas con el turismo y a los propios turistas, a adoptar los principios y objetivos de esta declaración: El desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales.

2.3.7. Código Ético Mundial para el Turismo³⁹.

El Código Ético Mundial para el Turismo fue aprobado por la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo, en el que se enuncian los principios que deben guiar el desarrollo del turismo y que sirve de marco de referencia para los diferentes interesados en el sector del turismo, con el objetivo de promover el orden turístico mundial equitativo, reducir al mínimo los efectos negativos del turismo sobre el medio ambiente y el patrimonio cultural al tiempo que se aprovechan al máximo los beneficios del turismo en la promoción del desarrollo sostenible y el alivio de la pobreza, así como el entendimiento entre las naciones.

Subraya la necesidad de promover un turismo responsable y sostenible que pueda ser beneficioso para todos los sectores de la sociedad.

Invita a los gobiernos y a otros interesados en el sector del turismo a estudiar la posibilidad de introducir, el contenido del Código Ético Mundial para el Turismo en las correspondientes leyes, normas y prácticas profesionales y, expresa su reconocimiento por los esfuerzos desplegados y las medidas adoptadas por algunos Estados.

³⁹ Código Ético Mundial para el Turismo. Extraído el 14 de enero 2011 desde http://www.unwto.org/ethics/full_text/en/pdf/Codigo_Etico_Espl.pdf

El Código Ético Mundial para el Turismo está comprendido por 10 artículos, que se enumeran a continuación:

Artículo 1: Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuos entre hombres y sociedades.

Artículo 2: El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo.

Artículo 3: El turismo, factor de desarrollo sostenible.

Artículo 4: El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad.

Artículo 5: El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino.

Artículo 6: Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico.

Artículo 7: Derecho al turismo.

Artículo 8: Libertad de desplazamientos turísticos.

Artículo 9: Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico.

Artículo 10: Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo.

2.3.8. Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible.

Llamada también Cumbre de Johannesburgo (Sudáfrica) celebrada en el 2002, es un seguimiento y la adopción de compromisos concretos al Programa 21 como el modelo para el trabajo parlamentario a favor de un mundo más próspero, equitativo y sostenible y trabajar para lograr la ratificación de los convenios internacionales.

Los resultados de la Cumbre quedaron recogidos en dos importantes documentos adoptados por consenso: la “**Declaración de Johannesburgo sobre el Desarrollo Sostenible**” suscrita por todos los Jefes de Estado y de Gobierno, y el “**Plan de Aplicación de Johannesburgo**”. Este último documento fue el producto de un largo y complejo proceso

de negociación cumplido al nivel de técnicos, expertos y diplomáticos antes y durante la Cumbre.

2.3.9. Objetivos de Desarrollo del Milenio 2015⁴⁰

La *Cumbre del Milenio*⁴¹ se centró en el análisis de las labores de cooperación en materias como el mantenimiento de la paz y la reforma de Naciones Unidas y se fijaron objetivos generales sobre el tema de la pobreza, el SIDA, la educación y el medio ambiente. Como resultado, todos los países participantes aprobaron la *Declaración del Milenio*, que establece metas que derivaron en los ocho Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). Los ODM⁴² se componen de 8 Objetivos con metas cuantificables que se supervisan mediante indicadores y consolidan muchos de los compromisos más importantes asumidos por separado en las cumbres y conferencias de las Naciones Unidas en la década de los 90, reconociendo, explícitamente la dependencia recíproca entre el crecimiento, la reducción de la pobreza y el desarrollo sostenible.

Cabe recalcar, que en la Cumbre del Milenio de las Naciones Unidas en el año 2000, 189 Jefes de Gobierno acordaron erradicar la pobreza para el 2015. Firmaron la Declaración del Milenio que los compromete a “liberar a hombres, mujeres y niños de las condiciones abyectas y deshumanizadoras de la pobreza” y a trabajar en pro de ocho Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).

⁴⁰ Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. PNUD PERÚ. Extraído el 08 de julio de 2011 desde <http://www.pnud.org.pe/frmAcercaODM.aspx>

⁴¹ Cumbre del Milenio. Setiembre 2000 - New York.

⁴² Informe Objetivos de Desarrollo del Milenio 2015. Extraído el 16 de junio del 2010 desde www.onu.org.pe

Figura 5: Los 8 Objetivos del Desarrollo del Milenio



Fuente: Informe Objetivos de Desarrollo del Milenio 2015

CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Formulación de la Hipótesis

3.1.1. Hipótesis General

- La formulación de un Plan Estratégico Turístico para el distrito de San Jerónimo de Surco fomenta su desarrollo turístico sostenible.

3.1.2. Hipótesis Específicas

- La formulación del Plan Estratégico Turístico permite mejorar la gestión turística de la localidad.
- El desarrollo turístico sostenible en el distrito de San Jerónimo de Surco en la provincia de Huarochirí fomenta la mejora de la calidad de vida de los pobladores del distrito de San Jerónimo de Surco, provincia de Huarochirí.

3.2. Elaboración de Variables

3.2.1. Variables de Hipótesis General

- Variable Independiente: Formulación del Plan Estratégico Turístico para el distrito de San Jerónimo de Surco.

Indicadores:

- Nivel de viabilidad del Plan.
 - Grado de efectividad del Plan.
- Variable Dependiente: Desarrollo Turístico Sostenible de San Jerónimo de Surco, provincia de Huarochirí.
 - Incremento de ingresos económicos de los pobladores generado por la actividad turística.

- Nivel de conservación y protección de los recursos turísticos naturales.
- Nivel de concientización turística de los pobladores y visitantes.

3.2.2. Variables de Hipótesis Específicas

3.2.2.1. Primera Hipótesis Específica

- Variable Independiente: La formulación del Plan Estratégico para el distrito de Surco.

Indicador:

- Nivel de viabilidad del Plan.
- Grado de efectividad del Plan.

- Variable Dependiente: Mejoramiento de la gestión turística de la localidad de San Jerónimo de Surco de la provincia de Huarochiri.

Indicador:

- Número de programas de actividad turística aprobados y ejecutados.
- Número de pobladores con participación directa.
- Grado de apoyo institucional.

3.2.2.2. Segunda Hipótesis Específica

- Variable Independiente: Desarrollo Turístico Sostenible de San Jerónimo de Surco, provincia de Huarochirí.

Indicadores:

- Número de negocios turísticos creados.
- Grado de satisfacción de los visitantes del distrito.

- Variable Dependiente: Mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores de Surco.

Indicadores:

- Porcentaje de crecimiento de la economía local.
- Incremento de la identidad cultural.

CAPITULO IV: METODOLOGÍA

4.1. Tipo y Nivel de la Investigación

4.1.1. Tipo de investigación

Según el tipo de investigación, el presente estudio en una primera etapa es una **investigación BÁSICA** (Diagnóstico), ya que recopila y analiza información de la realidad para enriquecer e incrementar el conocimiento científico, sin interesarse por su aplicación inmediata; y se convierte en una **investigación APLICADA** en una segunda etapa (Formulación de un Plan Estratégico Turístico), puesto que utiliza los conocimientos obtenidos de la ciencia básica para lograr posible solución de un problema o problemas.

4.1.2. Nivel de la investigación

En función del nivel de investigación, los resultados del estudio se ubica en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos; por lo tanto, la investigación es **exploratoria** ya que el lugar ha sido poco estudiado desde el enfoque turístico (Etapa del diagnóstico) y **descriptiva** porque consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno y grupos, con el fin de establecer su estructura o comportamiento.

4.2. Diseño de Investigación

El estudio comprende un diseño no experimental (cuantitativo), dado que las variables son estáticas ; además de diseño etnográfico (cualitativo), puesto que describe y analiza la situación actual del turismo en el distrito de San Jerónimo de Surco, provincia de Huarochirí.

4.3. Población y Muestra

Se aplicó la técnica estadística de muestreo⁴³, mediante la cual se estudia un número limitado de elementos de un conjunto para deducir consecuencias de una o varias características.

- **Unidades de análisis:**

- La unidad sobre la que se recolectó los datos es el turista o excursionista, para lo cual se encuestó a un representante por grupo de turistas y/o excursionistas que visitó la zona en estudio.
- Otra unidad sobre la que se recolectó datos fueron las familias de la localidad de San Jerónimo de Surco, para lo cual se encuestaron a un representante por familia.

- **Población:**

- La población está comprendida por todos los turistas y excursionistas que visitaron el Distrito de Surco de la provincia de Huarochirí. El año 2008 hubo una afluencia de 3560 turistas/excursionistas, en el 2009 unos 3663 y el 2011 se calcularon unos 5143.
- La segunda población tomada para el análisis son los pobladores de la comunidad rural de Ayas conformada por 60 familias.

- **Muestra:**

- Para el estudio de visitantes: Se eligió una muestra no probabilística por racimos. La cuota de hombres y de mujeres fue de 50/50. La elección de las unidades de análisis dependió del criterio del investigador, de las características de la investigación y del proceso de toma de decisiones continuas.

⁴³ Técnica para la selección de una muestra a partir de una población.

- Para el estudio de pobladores: Se eligió la muestra a criterio del investigador.
- **Tamaño de la muestra:**
 - Para análisis de visitantes: Se halló el menor número de unidades muestrales (representantes de grupos de turistas y excursionistas) que se necesita para conformar una Muestra representativa de la población total en estudio. Para determinar el tamaño de la muestra se realizó una encuesta preliminar en el distrito de San Jerónimo de Surco-Huarochirí.
 - Para análisis de la población: Se encuestaron a 24 familias de la comunidad rural de Ayas.
- **Criterio de exclusión de encuesta a turistas:**
 - Turistas o excursionistas menores de 15 años y personas que están de tránsito sin motivaciones turísticas.
 - Pobladores de Ayas menores de 15 años.
- **Encuesta Preliminar para turistas:** La cantidad de este preliminar fueron 21 encuestas en donde se obtuvo un margen de error de 1 encuestas. Por lo tanto, este margen se ve reflejado en 5%.
 - Encuestas no validas: 1
 - Encuestas validas: 20

Hemos asumido un Nivel de Confianza del 95% con un z de 1.96; siendo así hemos utilizado la siguiente fórmula para una población finita:

MUESTRA
$n = \frac{Z^2 pqN}{E^2(N-1) + Z^2 pq}$

Donde:

n= Tamaño de la muestra = ¿?

N= Número total de turistas o excursionistas del año 2009 = 3663

Z= Es el índice de confianza = 1.96

p= probabilidad de ocurrencia expresada porcentualmente = 80%

q= probabilidad de no ocurrencia expresada porcentualmente $(100 - p) = 20\%$

E= error de estimación expresado porcentualmente = 5%

Desarrollando la fórmula, nos da como resultado una muestra de **335 visitantes (turistas y excursionistas)**, los cuales serán necesarios encuestar para estimar los valores la población total.

Tabla 4: Ficha Técnica de muestreo

Ficha Técnica	
Población muestral	3663
Unidad de análisis	Turistas/ excursionistas
Muestra	335
Recolección de datos	Encuestas con preguntas cerradas
Fechas de recolección de datos	Fechas festivas – feriados largos

4.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Las técnicas de recolección de datos utilizadas en el presente proyecto fueron:

- **Observación de campo:** Visitas periódicas al distrito de San Jerónimo de Surco-Huarochirí en temporadas festivas y fechas ordinarias. Visitas a su anexo Ayas.
- **Técnica documental:** Se utilizaron libros, manuales, publicaciones entre otros para aclarar conceptos, metodología, y construir el marco teórico que sustentaría nuestra propuesta del Plan Estratégico. Se visitaron bibliotecas de la UNMSM y de la UNALM, y sitios web de alto prestigio: PNUD, BID, ONU, OMT, etc.

- **Entrevistas:**

- Pobladores del distrito de San Jerónimo de Surco- Huarochirí y comunidades rurales anexas:
 - Sr. Antonio Yacsavilca - Presidente de la Comunidad de Ayas.
 - Ing. María Isabel Quiroz – emprendedora creadora de la empresa Vacas Felices.
 - Poblador emprendedor Gustavo Sedano – criador de Hongos Zeta.
- Alcalde del distrito de San Jerónimo de Surco: Sr. Nilton Ochoa Violeta; Presidente de la Comunidad de Ayas anexo de San Jerónimo de Surco: Sr. Antonio Llacsavilca;
- Coordinador Nacional de Turismo Rural Comunitario- Mincetur: Fernando Vera-Revollar Mar.

- **Encuestas:** Se tuvo como objetivo conocer la expectativa del turista y excursionistas, su motivación de elección del destino, así como, conocer su nivel satisfacción de la visita a los recursos turísticos.

Además, se realizaron encuestas dirigido a pobladores con el objetivo de conocer sus necesidades y percepciones de su vida en comunidad. Se eligieron 24 representantes de familia a criterio del investigador.

4.5. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos

Para la recolección de datos se establecieron cuatro etapas:

Etapas 1: Trabajo de Gabinete

Se inició con un estudio de información secundaria sobre el turismo y la planeación estratégica de forma genérica, la cual permitió elaborar el marco teórico, por lo que fue necesario acceder diversas fuentes de información desde:

- Biblioteca Central de la UNMSM
- Biblioteca de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM

- Biblioteca Central de la UNALM
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- Ministerio del Ambiente
- Ministerio de Salud
- Publicaciones de las Naciones Unidas: Informes de la CEPAL
- Instituto Salud y Trabajo (ONG que opera en el Distrito de San Jerónimo de Surco - Huarochirí)
- Instituto Nacional de Estadística e Informática
- Diversos blogs de turismo
- Fuentes de Internet de prestigio institucional: INEI, MINCETUR, SERNANP, OMT, etc.

Etapa 2: Trabajo de Campo

Se realizaron numerosas visitas al lugar en estudio, las cuales tuvieron diferentes objetivos:

- **Recursos turísticos:** Se realizaron visitas a la catarata de Palakala, catarata Mortero, catarata Huanano, Restos arqueológicos de Huanano, de Chingana, de Huacapune (en la comunidad rural de Ayas, anexo del distrito), iglesia colonial, torre colonial, estos dos últimos encontrados en el mismo corazón del distrito. El objetivo de estas visitas fue realizar un inventariado de los recursos. Para inventariar los recursos turísticos de la zona, se utilizó el “Manual para la Formulación del Inventario Turístico de Recursos Turísticos a nivel Nacional”⁴⁴. Dicho manual establece los lineamientos técnicos para la identificación, clasificación y categorización de los recursos turísticos.

⁴⁴ Fue aprobada su Fase I – Categorización, por Resolución Ministerial N° 197-2006-MINCETUR/DM, de fecha 09 de junio 2006, y su Fase II por Resolución Ministerial N° 063-2007-MINCETUR/DM, de fecha 19 de marzo 2007. El Inventario de Recursos Turísticos (IRT) constituye un registro de las cualidades naturales, culturales y humanas que pueden tener los recursos para el turista; además, representa un instrumento de gestión valioso para la planificación turística, debido a que permite realizar evaluaciones y sirve de

- **Entrevistas:** Fueron realizados con el fin de obtener información primaria y crítica de la actividad turística del distrito.

Sr. Nilton Ochoa Violeta, Alcalde distrital, explicó desde su perspectiva, la problemática turística del distrito de San Jerónimo de Surco y sus anexos. Además proporcionó información sobre los proyectos o iniciativas realizadas para propiciar el desarrollo local y turístico de San Jerónimo de Surco.

Sra. Coral Rueda, encargada de la caseta de información turística del distrito, expuso desde su punto de vista las necesidades, dificultades y aciertos que ella percibía cada fin de semana al atender a los turistas y excursionistas que vienen de visita.

Sr. Fernando Vera Revollar, coordinador nacional del Programa Turismo Rural Comunitario del Mincetur, brindó asesoría sobre como acercarse a las comunidades en San Jerónimo de Surco, a fin de que éstas puedan involucrarse en actividades de integración para el estudio de su organización.

Ing. María Isabel Quiroz, fundadora de la empresa “Vacas Felices” y pobladora de la Comunidad Rural de Ayas, nos brindó información sobre la actividad de responsabilidad social empresarial que practica su empresa, y como ha logrado integrar y beneficiar a diversas familias en base a la actividad empresarial.

Sr. Gustavo Sedano, poblador de la Comunidad rural de Ayas y emprendedor de un negocio con Hongos Zetas, que son vendidos en las Bioferias realizadas en los distrito de Miraflores y Santiago de Surco. Brindó sus apreciaciones de lo que necesita su localidad.

Sr. Antonio Yacsavillca, Presidente interino de la Comunidad Rural de Ayas, proporcionó datos sobre la situación actual de la localidad de Ayas.

base para la generación de políticas y planes sectoriales que propicien el desarrollo turístico a todo nivel.

- **Encuestas a turistas:** Se realizaron a los excursionistas o turistas, antes de su visita a los recursos turísticos (pre-visita) y otras encuestas luego de haberlos visitado (post-visita).

Tabla 5: Objetivos de Encuestas a turistas

Pre Visita: Perfil del Turista	Post Visita: Satisfacción del Turista
Conocer expectativas y motivación de viaje.	Conocer percepción de servicios turísticos y de soporte.
Conocer fuentes de información.	Gasto real de viaje.
Conocer presupuesto de viaje.	Observaciones y recomendaciones del turista.

Dichas encuestas fueron realizadas en las diversas fechas festivas y fines de semana del año 2010 y 2011 ya que aseguraba la mayor afluencia de turistas al distrito.

- Semana Santa
 - Día del trabajo
 - Día del pescador
 - Fiestas Patrias
 - Día de Santa Rosa de Lima
 - Fines de semana diversos.
- **Taller:** Se realizó en la comunidad de Ayas con una afluencia de 24 comuneros representantes de familia, los cuales fueron integrados en un inicio en un grupo general y luego separados en 3 grupos del trabajo. La finalidad de las dinámicas realizadas fue obtener información primaria y directa de la percepción de los pobladores respecto a diversos aspectos de la vida en comunidad. Adicionalmente, se impartieron conocimientos sobre algunas herramientas para mejorar la organización comunal y se brindaron lineamientos de la importancia del capital social y cómo ponerlo en práctica.
 - **Encuestas a pobladores:** Se realizaron encuestas pre y post Taller de trabajo con el objetivo de medir el impacto producido por las charlas impartidas.

Etapa 3: Trabajo de Gabinete

El trabajo de gabinete se realizó después de cada encuesta, lo cual permitía acumular la data, procesarla y evidenciar su evolución a efectos de interpretar sus resultados.

Se presentó a la Municipalidad de San Jerónimo de Surco – Huarochirí al cierre del año 2011, un Informe preliminar con el título “*Perfil del turista, sus percepciones y recomendaciones al distrito de Surco – Huarochirí – 2011*”, a efectos que los interesados, tanto autoridades del Gobierno distrital, promotores de turismo local y otros, cuenten con información útil para tomar algunas decisiones en relación a su actividad turística. Dicho Informe se adjunto en los anexos del presente trabajo de investigación.

Por otro lado, se utilizaron programas informáticos como:

- Microsoft Word
- Microsoft Excel
- Microsoft Power Point

Etapa 4: Trabajo de Gabinete: Formulación del Plan Estratégico

Se procedió a realizar el Plan estratégico Turístico del distrito que establezca la misión, visión, valores, objetivos estratégicos e indicadores de gestión para el Desarrollo Turístico Sostenible del distrito de San Jerónimo de Surco.

CAPÍTULO V: DIAGNÓSTICO

5.1. Descripción de la zona en estudio

El distrito de San Jerónimo de Surco, ubicado en la provincia de Huarochirí, Región Lima, a pocas horas de la ciudad de Lima, cuenta con un conjunto de restos arqueológicos, escenarios naturales y costumbres tradicionales, que hacen de la zona un lugar atractivo para los turistas y/o excursionistas que desean practicar algo de trekking al aire libre y rodeado de paisajes de la serranía limeña.

Su fácil acceso, por estar ubicada en la Carretera Central, permite que diversos visitantes puedan llegar a los diferentes centros poblados que constituyen el distrito y conocer de sus cataratas y construcciones de piedra dispersas en toda la zona.

Figura 6 : Vista panorámica y paisajística del distrito de San Jerónimo de Surco



Fuente: Municipalidad Distrital de San Jerónimo de Surco

5.2. Caracterización del distrito de San Jerónimo de Surco – Provincia de Huarochirí

5.2.1. Diagnóstico de aspectos generales

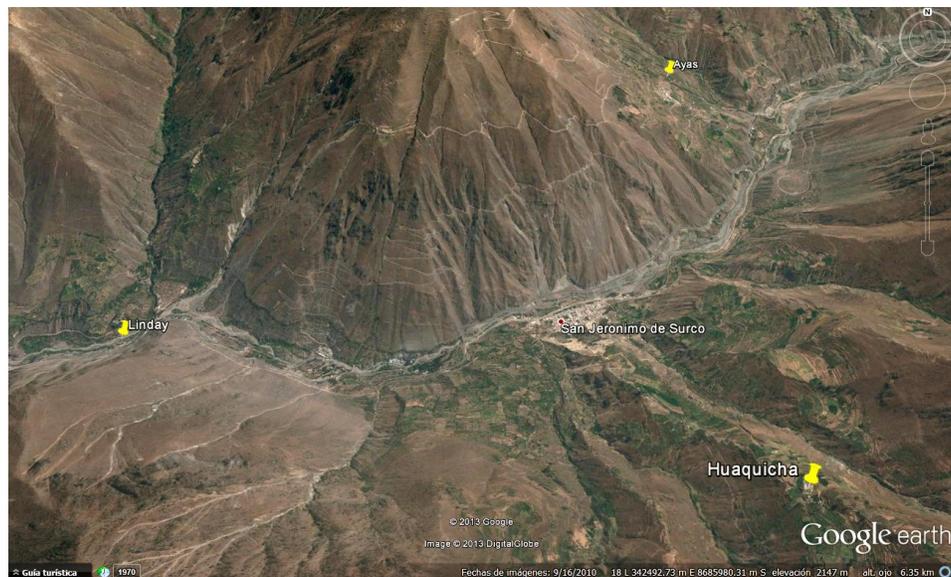
a. Ubicación

El distrito de Surco, antes llamado San Jerónimo de Surco en veneración a su Santo Patrón, pero que en la actualidad aún se acostumbra a llamarlo así, se encuentra ubicado en la parte media de la cuenca hidrográfica del río Rímac, perteneciente a la provincia de Huarochirí, Región Lima.

Estructuralmente, está conformada por :

- El pueblo de Surco, capital distrital.
- Anexos: Huaquicha, Ayas y Linday.
- Centros Poblados: Songos, Santa Rosa de Pucshane y Eduardo de Habich.

Figura 7: Mapa satelital del distrito de Surco y anexos

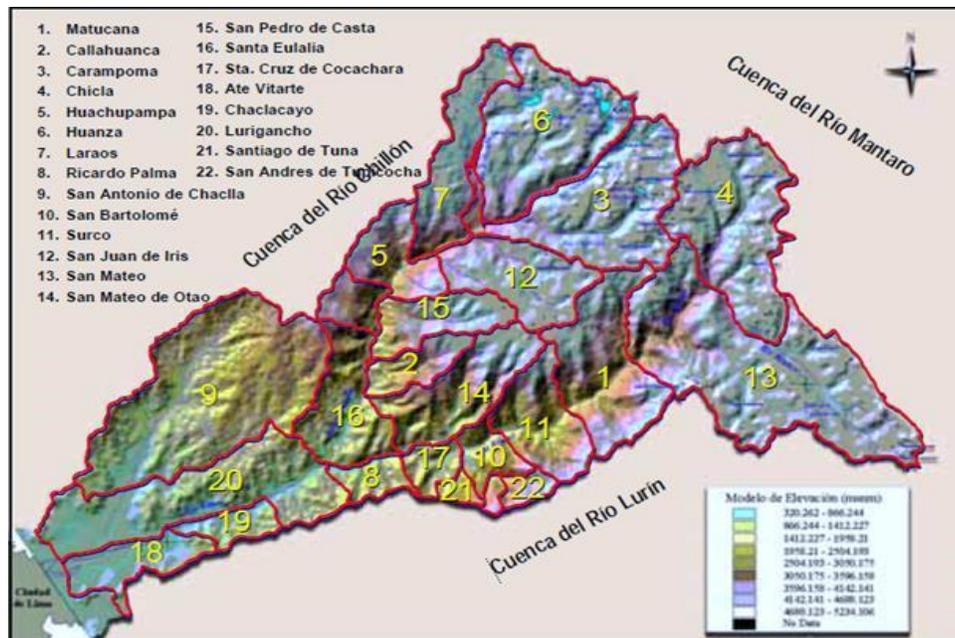


Fuente: Google Earth

b. Límites

- Por el Noroeste: Distrito de San Mateo de Otao.
- Por el Este: Distrito de Matucana.
- Por el Sur: Distrito de San Damián y distrito de San Andrés de Tupicocha.
- Por el Oeste: Distrito de San Bartolomé.

Figura 8: Mapa político del distrito de San Jerónimo de Surco



Fuente: Municipalidad Distrital de Surco

c. Superficie

Le corresponde una superficie de 102,52 km²

d. Altitud

Altitudinalmente se ubica entre las cotas 1800 msnm a 4600 msnm.

e. Geología y topografía

La geología del área está conformada principalmente por rocas volcánicas e intrusivas. Dentro de las rocas volcánicas las más abundantes son las andesitas en sus diferentes tipos, y dentro de las intrusivas las más abundantes son las tonalitas, granodioritas, monzonitas y granitos.

Por la configuración topográfica la zona es predominantemente inclinada con escasas áreas de relieve suave característico de la Región Estepa.

Presenta tres paisajes: Llanura fluvial, Llanura aluvial de pie de monte y Montañas y colinas.

Tabla 6 : Leyenda Fisiográfica del sector de San Jerónimo de Surco

Leyenda fisiográfica del sector San Jerónimo de Surco		
GRAN PAISAJE	PAISAJE	SUBPAISAJE
(F) LLANURA FLUVIAL DE QUIEBRE ENCAÑONADAS		
(P) LLANURA ALUVIAL PIE DE MONTE DE ABANICO O CONO DE DEYECCIÓN		
(m) Montaña y colinas de la Cordillera Occidental	m1 Rocas ígneas plutocónicas	m11 Terrazos medios y altos, inclinados , ligeramente erosionados
		m12 Laderas moderadamente empinadas, moderadamente erosionables
		m13 Laderas empinadas, severamente erosionables
		m14 Laderas muy empinadas , severamente erosionables
		m15 Escarpes o taludes extremadamente empinados, muy severamente erosionables
	m2 Rocas volcánicas o extrusivas del grupo Rímac	m21 Laderas moderadamente empinadas, moderadamente erosionables.
		m22 Laderas empinadas, severamente erosionables
		m23 Laderas muy empinadas, muy severamente erosionables
m24 Escarpes o taludes extremadamente empinados, muy severamente erosionables		
Fuente: Elaboración grupo de trabajo Buendía, H. Rojas, T. Pérez, N. 1999		

f. Uso actual del suelo

La comunidad de San Jerónimo de Surco, se caracteriza por su producción agrícola y en menor escala pecuaria; por tanto el uso del suelo está estrechamente vinculado con estas actividades, las que, además, espacialmente se estructuran de acuerdo a las características medio ambientales, tales como el clima, la fisiografía, geomorfología, disponibilidad del recurso hídrico, suelos, etc.

Los suelos de la llanura aluvial de pie de monte se utilizan para la explotación agrícola bajo riego, en la que destacan los frutales como el manzano, el melocotón, el membrillo, el palto, etc., y algunas hortalizas.

g. Vegetación

El distrito de San Jerónimo de Surco alberga dentro de su territorio una gran variedad de especies vegetales, cuya distribución espacial está determinada por las condiciones predominantes del suelo y clima principalmente.

h. Fauna

En general, en el Perú la distribución espacial de las especies faunísticas está ligada a las condiciones del terreno, a las características climáticas, como lo está de modo semejante la vegetación. Además otro factor condicionante en tal distribución es la altitud. A continuación se citan algunos animales identificados en el lugar: zorro, comadreja, zorrillo, vizcacha, cuy, ratoncito, conejo, venado, buitres, gallinazo, halcón, gavián, lechuza, búho, periquito, picaflor, gorrión, perdiz, palomón y jilguero, quedando otros desde luego, cuya identificación será posible en estudios de mayor precisión.

i. Clima

El distrito de San Jerónimo de Surco se caracteriza por ser una zona templada húmeda con invierno seco y verano templado, según la clasificación climática de Koopen. Asimismo, tiene una precipitación media anual de 300 mm; una temperatura media anual de 15.6° C.⁴⁵

⁴⁵ Es importante mencionar que la zona no cuenta con una estación meteorológica, por ello la información suele ser extrapolada de información disponible de estaciones cercanas como la de Matucana.

j. Distancias y vías de acceso

Desde el km. cero de la Carretera Central ubicado en el Puente Santa Anita: 67.5 Km.

Terrestre: La vía de acceso es la Carretera Central que se conecta por el oeste con la ciudad de Lima y hacia el este con la ciudad de Huancayo, siendo la principal vía de penetración hacia la sierra y selva central.

k. Degradaciones y amenazas

En la zona del distrito de San Jerónimo de Surco cuenta con degradaciones producidas principalmente por la sobre explotación de los recursos naturales debido a las actividades humanas trayendo como consecuencia la erosión severa de los suelos.

En lo referente a las amenazas se puede visualizar la posibilidad de ocurrencia de diversos fenómenos geodinámicos, así como también las áreas que podían verse afectadas provocando un desastre.

l. Población y aspectos sociales⁴⁶

El área de estudio (distrito de San Jerónimo de Surco) perteneciente a la provincia de Huarochirí y departamento de Lima se ubica en la cuenca alta del río Rímac, en la subcuenca Rímac (San Mateo), cubre una superficie de 102,52 Km² y alberga una población estimada al 2009 de 1939 habitantes (CPV 2007: 1798 habitantes)⁴⁷ que representa el 2.5% de la población total de la provincia de Huarochirí; su densidad es de 17.5 habitantes por km², la población urbana es de 969 y la rural de 829. El 53.9% es urbana, que corresponde a la capital distrital, y el rural es de 46.1.

De acuerdo con el censo del 2007, el 53.5% de la población es masculina y el 46.5% femenina.

⁴⁶ Banco de Información distrital extraído el 25 de diciembre del 2011 desde <http://proyectos.inei.gob.pe/mapas/bid/>

⁴⁷ Población total estimada a Junio 2009, según información de Censo de Población y Vivienda 2007 - INEI.

El porcentaje de la población en el grupo de 15 a más años de edad es de 75.86, (total: 1364), y su tasa de analfabetismo de dio grupo es de 2.4. El porcentaje de población de 6 a 24 años de edad con Asistencia del sistema educativo regular es de 68.2. El porcentaje de la población de 6 a 24 años con educación superior es de 16.4,

El total de viviendas particulares es de 877, la población en viviendas con características físicas inadecuadas es de 34.5, el porcentaje de hogares en viviendas sin agua, ni desagüe ni alumbrado eléctrico es de 17.7.

El gasto pecápita a precio de Lima Metropolitana es de S/. 553.8. Las líneas de pobreza 2009 monetaria total es del 15.4% y la incidencia de la pobreza extrema es del 2%.

m. Población económicamente activa PEA

La tasa de actividad económica de la PEA de 14 y más años de edad es de 70.1, siendo la PEA de 976.

El sector agricultura, ganadera, caza y silvicultura se constituye en el más importante con el 56.3% de la PEA. En segundo lugar se ubica el comercio con el 7.5% de la PEA; el sector constituido por el profesional está representado por el 5.4% que corresponde a la administración pública y defensa para la seguridad social afiliada. Por otro lado tenemos que el 3.9% se dedica al sector Hotelero y Restaurador, el 2.9% al transporte, almacenamiento y comunicaciones, el 4.5% a la construcción, el 2.5% a la industria manufacturera, y el 2.3% a la actividad inmobiliaria, empresarial y alquileres.

n. Sistema productivo

El área incluye en su totalidad a la comunidad campesina de San Jerónimo de Surco, que tiene un régimen legal especial. El régimen de tenencia de la tierra es el sistema que refleja la relación social, jurídica y política respecto a la propiedad de la tierra. De lo investigado se ha obtenido referencias sobre la propiedad, una forma que corresponde a la propiedad comunal y la otra a la individual.

Por otro lado, el área promedio estimada de la parcela de cada agricultor es de 1.24 Has. que disponen de porciones de terrenos dispersos en distintos pisos ecológicos. Como

aspecto relevante observamos que el 72.6% de las unidades agrícolas es menor o igual a 2 Has.

Los frutales y flores están orientados al mercado de Chosica y Lima. Siendo la venta de flores desplazada por Tarma en los últimos años.

- **Sector primario**

En el sector agricultura, el desarrollo de la actividad agrícola se ha visto limitado en estos últimos años por falta de asistencia técnica y financiera oportuna por parte del Estado, otro factor que influye en la actividad agrícola es el factor climático (sequías son factores negativos en la actividad agrícola).

Es importante señalar como ejemplo que la fruticultura es la que ocupa mayor superficie, donde se cultivan manzanas con 258 unidades agropecuarias, membrillo con 39 unidades, paltas “fuerte” con 57, melocotones-duraznos 25 y chirimoyas con 10. Luego tenemos que le sigue en importancia, según la extensión de área cultivada, la alfalfa, el maíz y la papa.

Los cultivos que tienen mayor rendimiento son: la alfalfa con cifra aproximada de 3700 kg/Has, el maíz con 3300 kg/Has. y la manzana con 2470 kg/Has. Los cultivos de papa, trigo, y cebada tienen rendimientos bajos, que llegan a 157 kg./Has., 1600 kg/Has. y 15.00 kg/Has. respectivamente.

- **Sector secundario**

Sector que no tiene presencia en el área de estudio, dada la ausencia de recursos e infraestructura. Las plantas industriales transformadoras se encuentran en Matucana.

- **Sector terciario**

En este sector se puede mencionar el comercio de los productos agropecuarios que salen al mercado. El comercio se realiza en los mercados de Chosica, Lima y Huancayo a donde llegan los productos por la carretera central. Los agricultores también realizan ventas en sus propias parcelas vía intermediación. Asimismo, se encuentra el turismo.

5.2.2. Diagnóstico Específico de la Comunidad de San Jerónimo de Surco y anexos

Para poder profundizar sobre las características de la población de San Jerónimo de Surco y sus comunidades rurales, se tomó como muestra, en base a criterios del investigador, a la población de Ayas a fin de realizar un taller referente a la organización de su comunidad.

El anexo de Ayas, quien ha sido denominado por la empresa EDEGEL como el Pulmón de Matucana, se encuentra ubicado a la altura del kilómetro 70 de la Carretera Central, el cual tiene su ingreso antes del puente rojo llamado E. de Habich, en donde luego de una caminata de 40 minutos cruzando chacras de árboles frutales y ornamentales, se divisa el poblado de alrededor 60 familias.

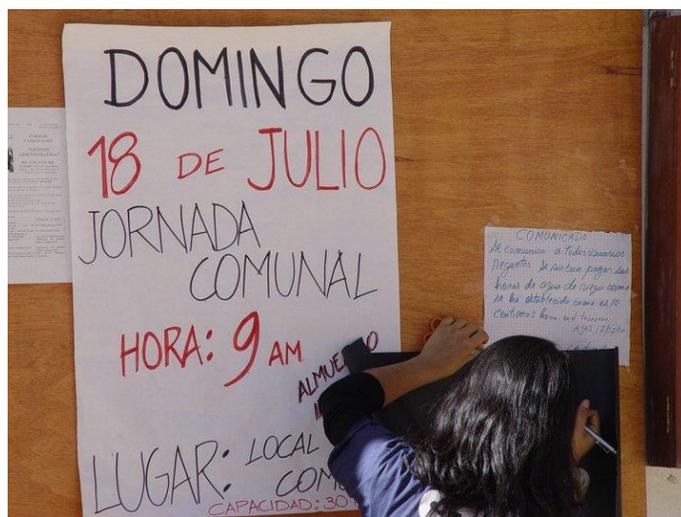
Figura 9: Inicio de la subida a la localidad de Ayas.



Fuente : Archivo propio.

Para la realización de dicha actividad se organizó a un staff de colaboradores de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, a fin de realizar una Jornada de trabajo con la comunidad de Ayas.

Figura 10: Mural donde se publicó la convocatoria al Taller – Jornada Comunal en Ayas.



Fuente : Archivo propio.

Asistieron a la jornada 24 representantes de las 60 familias que conforman la comunidad de Ayas, anexo del distrito de San Jerónimo de Surco. Se realizaron dos encuestas a los pobladores asistentes, la primera encuesta al iniciar el taller y la segunda al finalizar, con la finalidad de analizar los resultados y cambios que se pudieron haber generado al desarrollado las actividades de integración comunal.

Figura 11: Vista del anexo de Ayas.



Fuente : Archivo propio.

Figura 12: Realizando encuesta a poblador de Ayas.



Fuente : Archivo propio.

Figura 13: Clausura de Jornada Comunal en la localidad de Ayas.

Fuente : Archivo propio



5.2.2.1. Análisis de la Comunidad de Ayas

A continuación, se detalla las variaciones de acuerdo a los principales indicadores objetivos de información estudiados con a finalidad de conocer las características de la población referentes a su organización como comunidad, lo cual permite determinar si cuentan con la disposición de poder gestionar de manera conjunta actividades para su beneficio común:

- **Nivel de Confianza : ¿Tiene cofianza en su vecino?**

Se puede observar que luego del taller, alrededor del 89% de los pobladores de Ayas están dispuestos a confiar en sus vecinos de la comunidad, lo cual refleja que las actividades realizadas en el taller acerca de cómo expresar y escuchar sus problemas entre sí generan optimismo, seguridad y fiabilidad entre las personas al plantear soluciones en conjunto.

Tabla 7 : Nivel de confianza

	PRE TALLER	POST TALLER	
VARIABLE	CANTIDAD	CANTIDAD	% VAR
Siempre	9	17	89%
Casi siempre	10	7	-30%
Casi nunca	4	0	-100%
Nunca	1	0	-100%
Total	24	24	

Fuente : Elaboración propia

- **Prácticas de Responsabilidad Social : ¿Conoce el significado de RS?**

La aplicación de la pre encuesta indica que, menos de la mitad de los pobladores cree tener en claro el concepto de Responsabilidad Social, cifra que debido a que luego de la información y capacitación brindada sobre dicho concepto en el Taller, sufrió una variación negativa del 23% al reconocer que tenían una percepción equivocada del concepto. Asimismo, los participantes han comprendido la importancia que tiene la aplicación de Responsabilidad Social en sus actividades diarias.

Tabla 8 : Comparación Responsabilidad Social

	PRE TALLER	POST TALLER	
VARIABLE	CANTIDAD	CANTIDAD	% VAR
SI	13	10	-23%
NO	11	14	27%
Total	24	24	

Fuente : Elaboración propia

Figura 14: Realizando dinámicas sobre organización comunal.



Fuente : Archivo propio

- **Nivel de Compromiso : ¿Se encuentra comprometido con su localidad ?**

Está presente en la comunidad la actitud necesaria para coordinar acciones entre sí, sin embargo se observa la ausencia de un líder que guíe a la población al desarrollo de actividades que beneficien a su comunidad y generen bienestar.

Tabla 9 : Comparación del nivel de compromiso

	PRE TALLER	POST TALLER	
VARIABLE	CANTIDAD	CANTIDAD	% VAR
SI	22	22	0%
NO	0	0	0%
No Estoy seguro	2	2	0%
Total	24	24	

Fuente : Elaboración propia

- **Participación Colectiva : ¿Cuenta con interés en participar en las actividades de tu comunidad?**

Se observa que luego del taller, un 89% de participantes están dispuestos a colaborar entre sí con el fin de alcanzar un resultado en conjunto. Este cambio se obtuvo mediante actividades como: Definir en forma conjunta los principales problemas, causas y posibles soluciones para el bienestar de su comunidad, entender que no se alcanzará un desarrollo sin su participación activa en la realización de actividades y toma de decisiones.

Tabla 10 : Comparación de la participación colectiva

	PRE TALLER	POST TALLER	
VARIABLE	CANTIDAD	CANTIDAD	% VAR
Si	9	17	89%
A tiempo parcial	7	5	-29%
Algunas veces	3	2	-33%
No	5	0	-100%
Total	24	24	

Fuente : Elaboración propia

- **Disposición para el Trabajo en Equipo : ¿Cuentas con interés de trabajar en equipo?**

Existe una variación significativa en la disposición para trabajar en equipo y organizar, agrupar, ordenar las actividades necesarias que permitan alcanzar los fines establecidos, asignando funciones, responsabilidades y estableciendo relaciones entre los participantes.

Considerando asimismo, que el trabajo en equipo no solo involucra a los miembros de la comunidad sino también busca la participación conjunta de los stakeholders: como la Municipalidad, la Iglesia, el Estado, organizaciones sin fines de lucro, empresas privadas, entre otros.

Tabla 11 : Comparación sobre el trabajo en equipo

VARIABLE	PRE TALLER	POST TALLER	% VAR
	CANTIDAD	CANTIDAD	
Siempre	2	23	1050%
Casi siempre	10	1	-90%
Casi nunca	7	0	-100%
Nunca	5	0	-100%
Total	24	24	

Fuente : Elaboración propia

Figura 15: Realizando dinámicas del árbol de problemas.



Fuente : Archivo propio.

- **Nivel de Tolerancia-Fraternidad- Lealtad y Prácticas de Compañerismo : ¿Tienes interés de practicar la tolerancia, lealtad y prácticas de compañerismo?**

Luego del taller, todos los participantes demostraron que la convivencia en Ayas puede mejorar a través de su participación y aplicación de lo aprendido en el taller.

Ésta es una variación favorable como resultado de actividades que identifican los problemas de la Comunidad y los orienta a mejorar sus normas de convivencia; asimismo, es relevante cultivar los valores necesarios que darán lugar a un mejor desempeño y desarrollo de toda actividad a realizar en su comunidad.

Tabla 12: Comparación del nivel de tolerancia, fraternidad, lealtad y compañerismo.

	PRE TALLER	POST TALLER	
VARIABLE	CANTIDAD	CANTIDAD	% VAR
SI	8	24	200%
NO	3	0	-100%
No estoy seguro	13	0	-100%
Total	24	24	

Fuente : Elaboración propia

5.3. Determinación específica del ámbito de influencia

5.3.1. Recursos Turísticos:

Para el diagnóstico realizado en el distrito de San Jerónimo de Surco, se ha analizado la determinación del ámbito de influencia de desarrollo turístico.

Según el inventario realizado hasta el cierre del 2012, cuenta con recursos de tipo natural, que son los más representativos de la zona destacando las cataratas de Palakala, Huanano y Mortero, los cuales serán descritos más adelante.

Sus recursos arqueológico son complementarios a la visita, encontrándose pequeños restos de ocupaciones humanas en diversos lugares de la zona de estudio.

Las zonas agrícolas de los pobladores, también son consideradas potenciales atractivos de la visita; y por último, los monumentos arquitectónicos son también de interés para el que camina y aprecia las calles del centro de San Jerónimo de Surco.

5.3.2. Soporte:

El ámbito de la zona de vocación turística está representado por el distrito de San Jerónimo de Surco comprendido desde su distrito capital, pasando el anexo Huaquicha y llegando hasta el resto arqueológico de Chingana ; por otro lado está el anexo de Ayas con restos arqueológicos como Huacapune y recursos naturales como la catarata Mortero, todos estos lugares son accesibles a través del trekking y no de transporte motorizado.

5.4. Análisis de demanda

La evaluación realizada a los visitantes del distrito de San Jerónimo de Surco, se analiza en base a información recopilada propa de la investigación, que permitió medir características de la visita al distrito, así como comprender las necesidades que se presentaron en su visita.

Sobre el análisis de la demanda es oportuno aclarar que el sistema de registro de ingreso de turistas y excursionistas solo se realiza en la capital distrital de San Jerónimo de Surco, a través del cobro de boletos de ingreso a los recursos turísticos de cataratas de Palakala y

Huanano, lo cual no sucede en sus anexos que también cuentan con visitas y se realizan pernoctaciones en la zona.

5.4.1. Arribo de visitantes

Entre el periodo 2006-2011 el turismo en el distrito de San Jerónimo de Surco de la provincia de Huarochirí creció de 2981 a 5143 visitantes, lo que representa una tasa promedio de crecimiento de 15% anual.

Tabla 13 : Arribos de turistas registrados en el distrito de San Jerónimo de Surco.

Año/ Meses	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Enero	Nd	75	60	70	83	87	92
Febrero	Nd	80	78	90	84	86	89
Marzo	Nd	60	110	130	142	220	265
Abril	Nd	1800	2300	2000	2115	2578	2985
Mayo	Nd	90	50	80	95	105	112
Junio	Nd	80	40	70	100	159	194
Julio	Nd	300	458	500	443	529	560
Agosto	Nd	87	123	90	116	146	168
Septiembre	Nd	60	88	100	115	152	188
Octubre	Nd	79	71	90	108	139	165
Noviembre	Nd	120	110	150	139	153	173
Diciembre	Nd	150	170	190	123	132	152
TOTAL	Nd	2981	3658	3560	3663	4486	5143

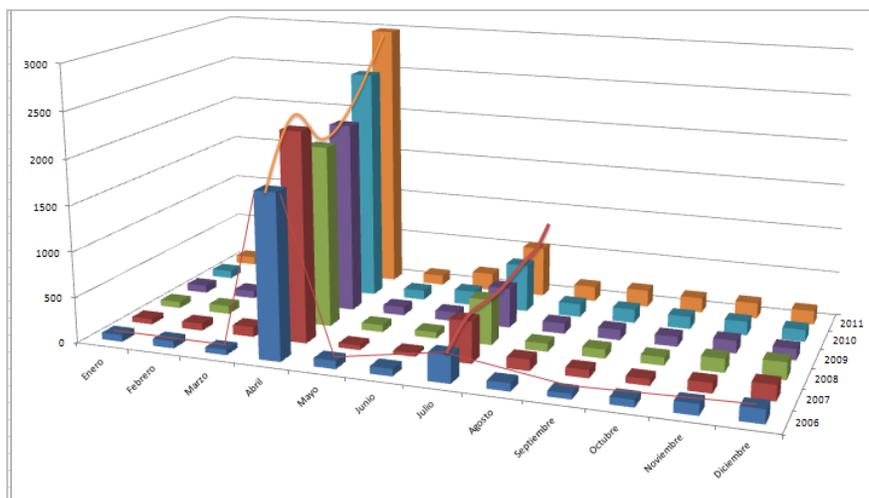
Fuente: Municipalidad del distrito de Surco

En relación a la estacionalidad, se evidencia que la mayor afluencia es el mes de abril, debido a las celebraciones de Semana Santa, seguido del mes de julio donde se celebra las Fiestas Patrias y en tercer lugar los meses noviembre y diciembre.

Se evidencia que San Jerónimo de Surco cuenta con estacionalidad de la visita en el año, lo cual responde principalmente a los factores climatológicos de los meses de enero a marzo donde se presentan lluvias y muchas veces devienen caída de piedras en la carretera y huaycos.

Asimismo, el flujo de visitas se incrementa en a los feriados largos.

Figura 16 : Arribos de turistas por meses al distrito de Surco – Huarochirí.



Fuente : Informe de elaboración propia

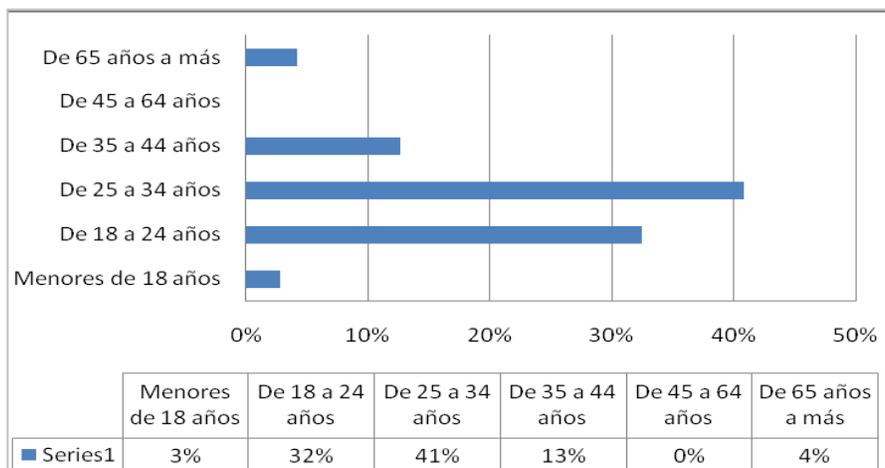
En relación al Boleto de visita, éste se vende en una caseta de información turística con una escala de precios distinguidos por: Estudiantes y adultos a un precio que oscila entre los 2,50 y 5 soles.

Asimismo, al realizarse la venta de boletos, se procede al registro de los nombres y teléfonos celulares de los visitantes como medida de seguridad en caso producirse algún accidente o incidente. Por otro lado, el personal de la caseta proporciona un folleto turístico informativo con un mapa de ubicación de los recursos turísticos y una bolsa para los desperdicios.

5.4.2. Características demográficas y socioeconómicas

Según el estudio realizado, el lugar es visitado en su mayoría por personas que oscilan entre las edades de 25 y 34 años (41%), seguidos por los más jóvenes entre 18 y 24 años (32%) y por adultos del rango entre 35 y 44 años (13%).

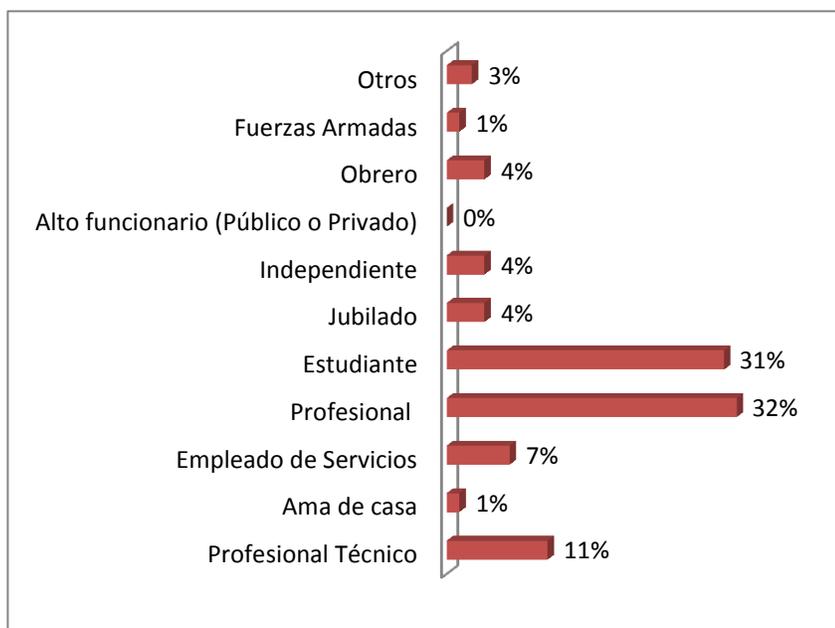
Figura 17 : Promedio de edades de los visitantes a San Jerónimo de Surco



Fuente : Informe de elaboración propia

La mayoría de los visitantes del distrito son profesionales de diversas carreras (32%) y estudiantes de grado superior (31%) (universidades e institutos). El 11% son técnicos.

Figura 18 : Ocupación de visitantes

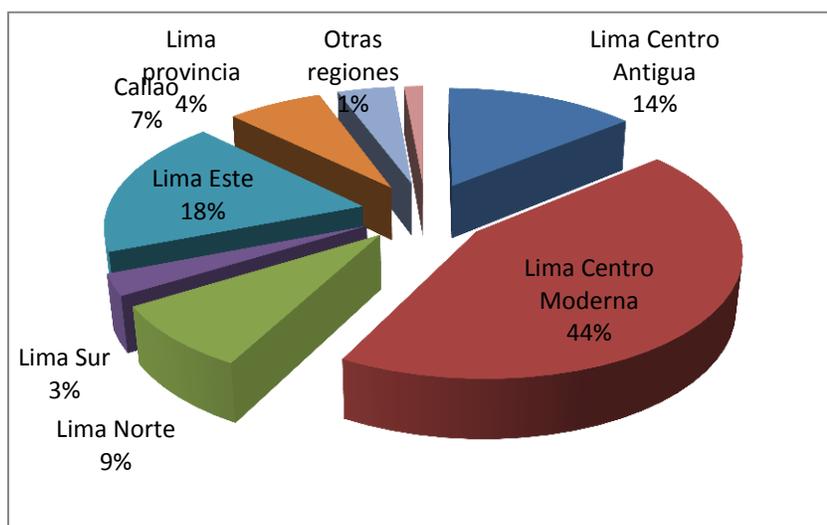


Fuente : Informe de elaboración propia

Entre las regiones de origen de los turistas y/o excursionistas que visitan el distrito capital de San Jerónimo de Surco, se encuentran principalmente los habitantes de los distritos de :

Lima Centro Moderna, comprendida por: San Miguel, Pueblo Libre, Jesús María, Magdalena, Lince, San Isidro, Miraflores, Surquillo, San Borja, Barranco, Santiago de Surco y la Molina; Lima Este: Ate, Cieneguilla, Chaclacayo El Agustino, Lurigancho, San Luis, Santa Anita y Chosica; Lima Centro Antigua : Rímac, Cercado de Lima, Breña, La Victoria y San Luis.

Figura 19 : Procedencia de visitantes

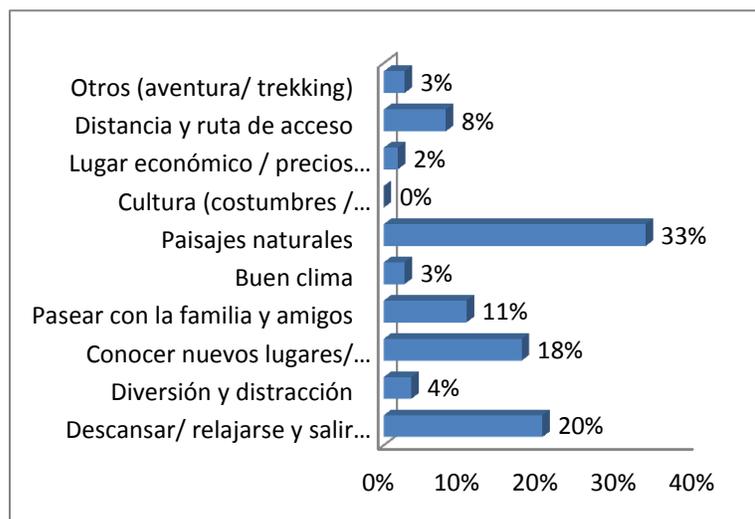


Fuente : Informe de elaboración propia

5.4.3. Motivación de viaje, expectativas de visita.

Los turistas y excursionistas tienen como principal motivación para viajar visitar paisajes naturales (33%), descansar y relajarse (22%) así como conocer nuevos lugares (18%).

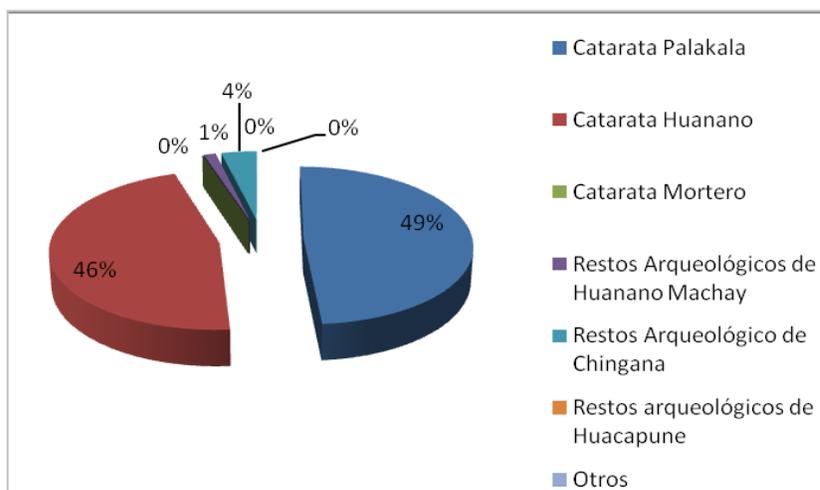
Figura 20 : Motivación de los visitantes



Fuente : Informe de elaboración propia

Se tiene registrado que las visitas en la capital distrital de San Jerónimo de Surco se realizaron fundamentalmente a la Catarata Palakala (49%) y a la de Huanano (46%) que vienen a ser las rutas mejor implementadas por parte de la Municipalidad. En relación a los restos arqueológicos, no fueron motivación de la visita pero funciona como complemento del recorrido. En el caso de los visitantes a la Catarata Mortero, no existe registro de sus visitas debido a que su ubicación es en el anexo de Ayas. Para visitar dicha catarata no se paga por entrada.

Figura 21 : Lugares turísticos más visitados



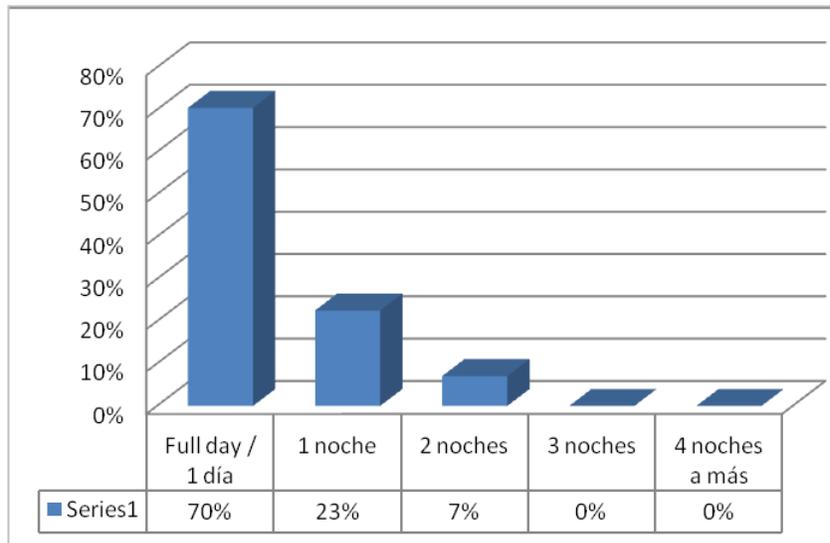
Fuente : Informe de elaboración propia

5.4.4. Nivel de permanencia, presupuesto y gasto.

Sobre las pernoctaciones en el distrito capital de San Jerónimo de Surco o en uno de sus anexos, no puede ser medido debido a que ni los hospedajes ni las zonas de camping usan o tienen actualizado un sistema registro que pueda proporcione dichos datos.

Los datos obtenidos luego de realizar una encuesta a una muestra de turistas y/o excursionistas señaló que el 70% que visita San Jerónimo de Surco solo realizan un full day, y un 30% pernocta en el lugar entre 1 y 2 noches aproximadamente, de los cuales un 82% optó por acampar, mientras que el 18% prefirió quedarse a pernoctar en un hospedaje.

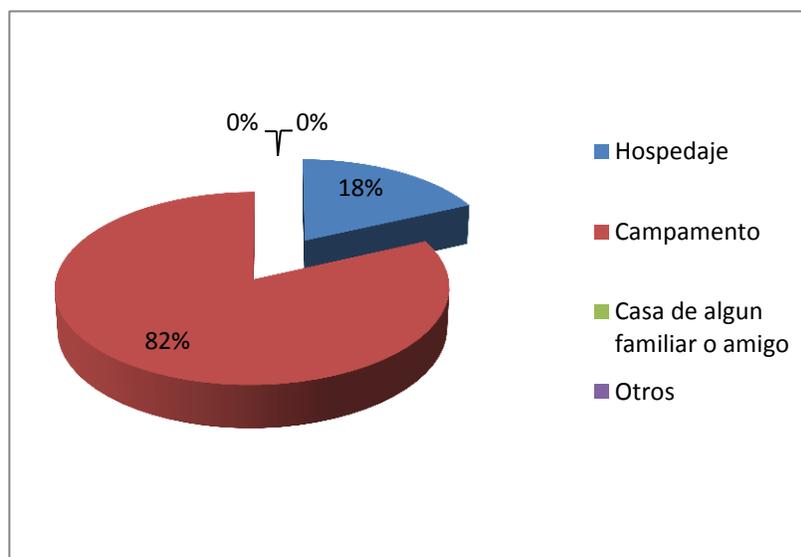
Figura 22 : Pernoctaciones en el distrito de San Jerónimo de Surco



Fuente : Informe de elaboración propia

De la cantidad de turistas que si optaron por quedarse 1 noche o más en Surco (30%), la mayoría prefirió acampar (82%), mientras que un 18% escogió quedarse a dormir en un hospedaje.

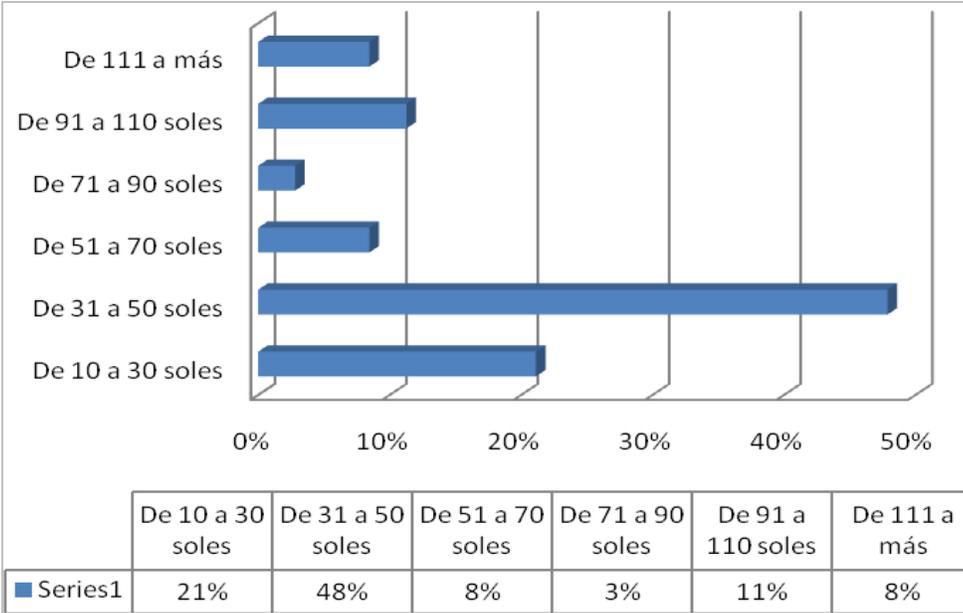
Figura 23 : Tipo de alojamiento empleado



Fuente : Informe de elaboración propia

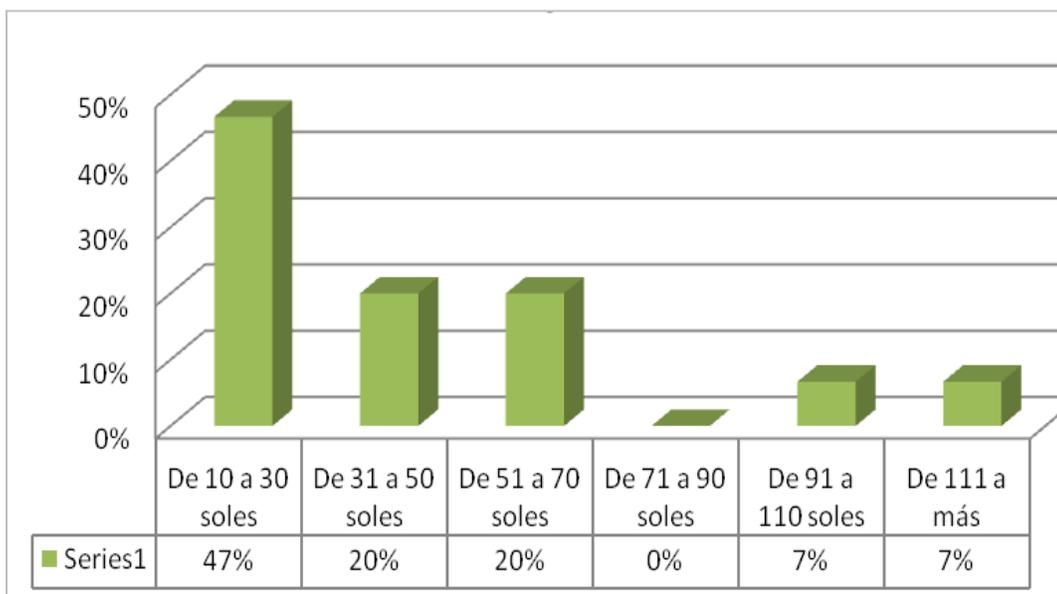
Son turistas y excursionistas que cuentan con expectativas de gasto promedio en su mayoría entre 30 y 50 soles por visita, variando este monto según sus edades y tiempo de permanencia. Por otro lado, cabe destacar que su gasto promedio real fue menor que lo presupuestado debido a que no existen mayores servicios turísticos y afines en donde los turistas pudieran gastar. Además de ello, los campistas en su gran mayoría se abastecieron de alimentos en Chosica o sus distritos de origen por no contar con la seguridad de encontrar bodegas en la zona de San Jerónimo de Surco.

Figura 24 : Expectativa de gasto



Fuente : Informe de elaboración propia

Figura 25: Gasto de viaje real



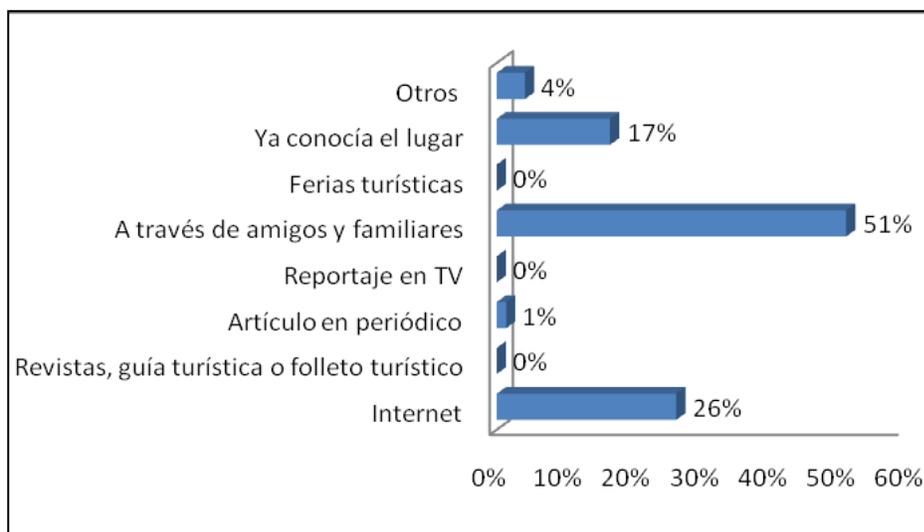
Fuente : Informe de elaboración propia

5.4.5. Conocimiento del destino.

Entre sus fuentes de información, más de la mitad de los turistas sabían del lugar y sus atractivos a través de la recomendación de sus amigos y familiares (51%), asimismo, un 26% se informó del lugar vía Internet, un 17% ya habían visitado el lugar, un 1% en algún artículo en el periódico y un 4% se enteró por otros medios.

Es importante destacar que luego que el programa Reportajes del Perú conducido por Manolo Castillo en el canal Tv Perú, el conocimiento del lugar se incrementará rápidamente al igual que sus visitas.

Figura 26: Fuentes de información

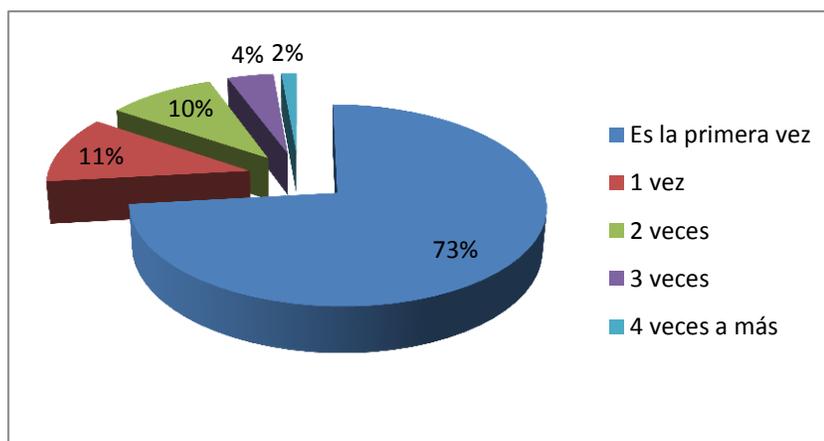


Fuente : Informe de elaboración propia

El 32% de los turistas que visitan los atractivos de San Jerónimo de Surco son profesionales de diversas carreras. Por otro lado, el 31% son estudiantes universitarios, de institutos o de academias pre-universitarias.

Un 73% de los turistas declaran que es la primera vez que visitan el lugar, mientras que otros señalan que ya han regresado 1 a 2 veces en promedio.

Figura 27 : Veces de visita a Surco-Huarochirí

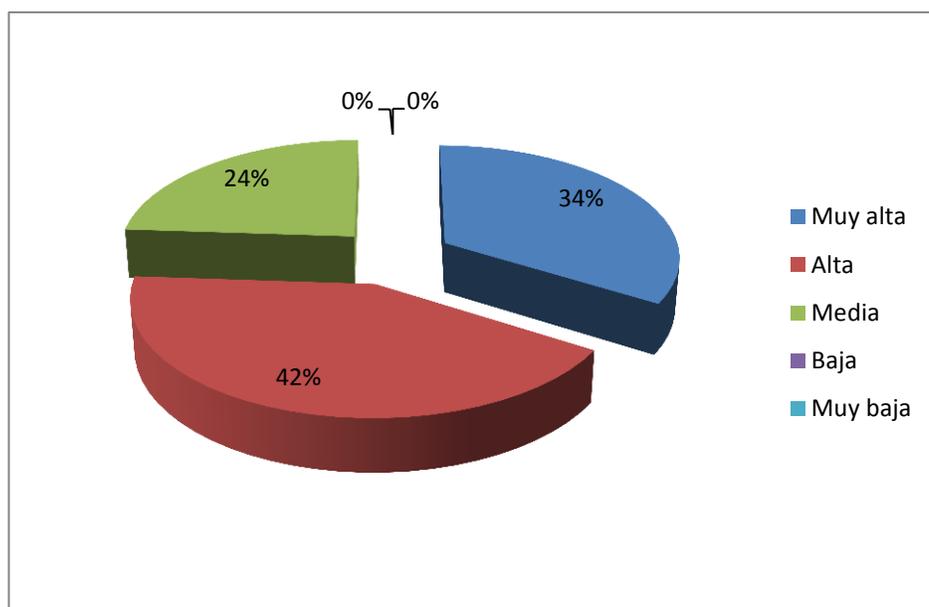


Fuente : Informe de elaboración propia

5.4.6. Expectativas de viaje Vs. Percepción de viaje.

El 42% de encuestados tiene una expectativa muy alta del lugar y esperan tener una muy grata experiencia. El 34% de visitantes tienen expectativa alta y esperan pasarla bien. El 24%, de los cuales casi su totalidad conocía el lugar, tenían una expectativa media.

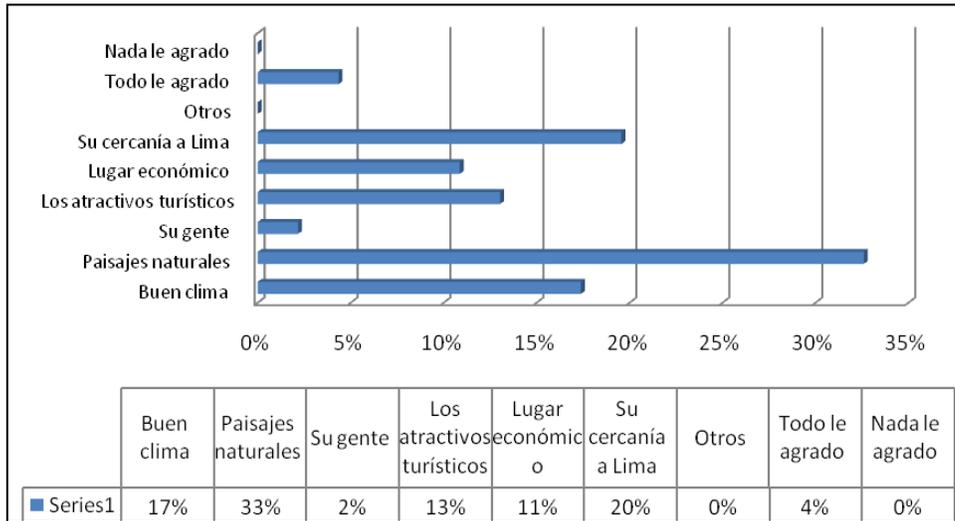
Figura 28 : Expectativas del visitante de San Jerónimo de Surco



Fuente : Informe de elaboración propia

Al 33% de los visitantes lo que más le agrado fueron los paisajes naturales. En segundo lugar, la cercanía con que se encuentra San Jerónimo de Surco de Lima Metropolitana o lugar de procedencia (20%). Seguido de su buen clima (17%), sus atractivos turísticos en general (13%) y considerarlo un lugar económico para realizar turismo.

Figura 29 : Evaluación del visitante respecto a las características favorables de Surco

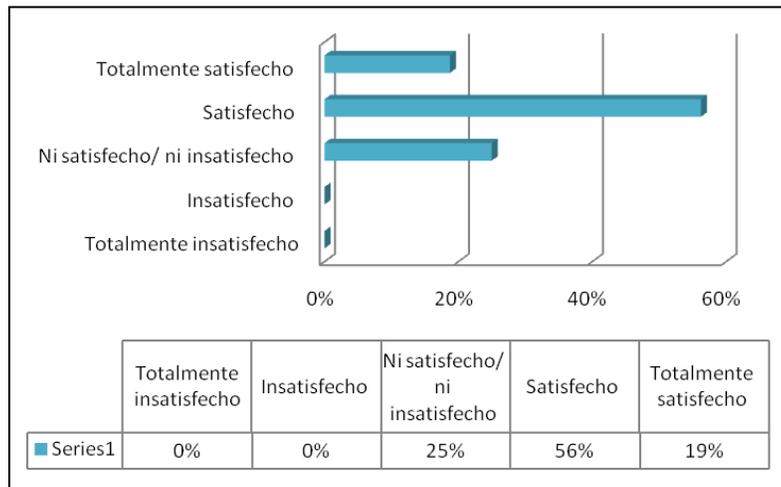


Fuente : Informe de elaboración propia

5.4.7. Satisfacción del visitante.

En cuanto al grado de satisfacción turística presentado luego de su visita, el 75% indicó que estuvieron Muy satisfechos y Satisfechos de lo que conocieron y vivieron en el lugar. Mientras que un 25% no quedó ni satisfecho ni insatisfecho.

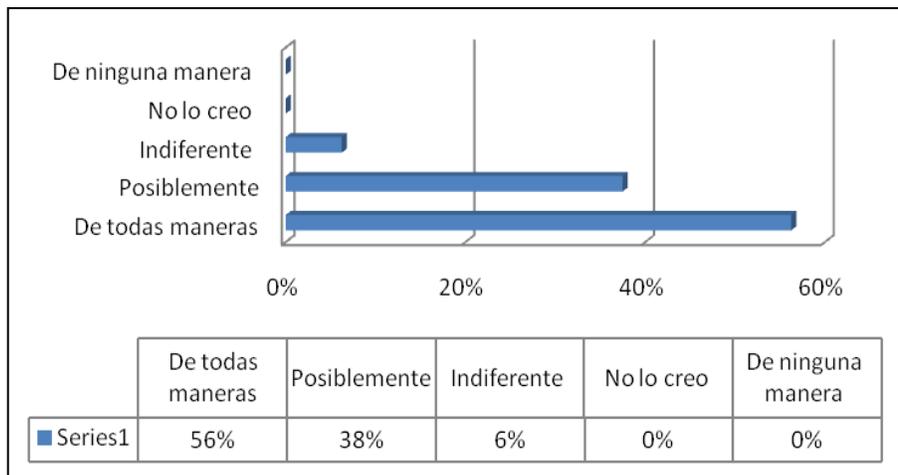
Figura 30 : Satisfacción del visitante



Fuente : Informe de elaboración propia

El 56% está dispuesta a volver a visitar San Jerónimo de Surco de todas maneras, porque desean conocer otros recursos turísticos, o para regresar con a más personas y más días. El 38% se muestra indeciso en su decisión y posiblemente regresarían al distrito. Y un 6% no sabe/ no opina del tema.

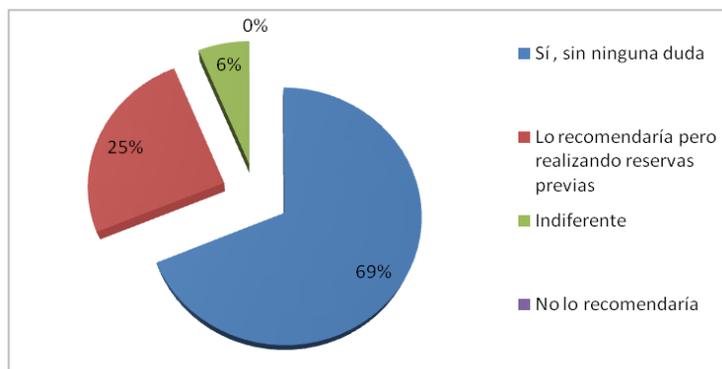
Figura 31 : Retorno de visita



Fuente : Informe de elaboración propia

A la pregunta si recomendarían el lugar, casi un 70% de los entrevistados señalaron que sin ninguna duda recomendarían y regresarían a visitar el lugar, debido que les agradó los paisajes naturales que visitaron, el buen clima que encontraron, así como la cercanía a Lima y lo económico que les resultó todo el viaje.

Figura 32 : Recomendación del lugar por los propios visitantes



Fuente : Informe de elaboración propia

Asimismo, se consultó sobre su satisfacción en relación a algunos aspectos de su visita, el cual se detalla a continuación :

Tabla 14 : Aspectos evaluados en el distrito de San Jerónimo de Surco – Huarochirí

Aspectos evaluados en el distrito de Surco – Huarochirí	Promedio
Trato a los turistas	4,29
Limpieza / Higiene de los atractivos turísticos	3,44
Seguridad / vigilancia	3,79
Servicios higiénicos	3,14
Precios/ Tarifas	3,86
Señalización	4,07
Conservación de atractivos turísticos	4,13
Accesibilidad - Carretera Central	4,00
Rutas de acceso a los atractivos turísticos	3,60

Clasificación mínima aceptable: 4.00

Escala: 0= No opina, 1=Pésimo y 5= Excelente

- Se calificaron una serie de aspectos referidos al performance del lugar en donde el “trato a los turistas” es el aspecto con mayor puntuación, seguido del estado de conservación de los recursos turísticos, la señalización, y la accesibilidad al distrito por la Carretera Central.
- La señalización está considerada como buena, pero necesita su respectivo mantenimiento.
- A pesar de existir tachos de basura, los desperdicios suelen encontrarse en los caminos y en los atractivos turísticos; por ello, los turistas conscientes del cuidado del medio ambiente, recomiendan educar al turista que visita los atractivos turísticos. Aunándose a ello, otro problema de higiene son las heces de animales dispersas en toda la ruta a los atractivos turísticos.
- La seguridad la consideran regular, ya que en fines de semana cualquiera, solo la encuentran en la parte baja del distrito.
- Los servicios higiénicos en general obtuvieron el puntaje más bajo. Argumentan que en temporada alta de visitas los servicios higiénicos encontrados en el camino suelen estar sucios y no reciben una limpieza frecuente ni mantenimiento.

- Las tarifas y precios de entrada están considerados casi buenos, pero al parecer falta algún medio para comunicar las mejoras realizadas en relación al turismo y gracias al dinero recaudado por el concepto de boletos vendidos.

Tabla 15 : Servicios evaluados en el distrito de San Jerónimo de Surco – Huarochirí

Servicios evaluados en el distrito de Surco – Huarochirí	Promedio
Hotel, Hostal, Zona de camping.	3,80
Restaurante, Puestos de comida, kiosco	3,55
Transporte público a Surco	3,36
Agencia de viaje o Tour operador	2
Servicio de información turística	4

Clasificación mínima aceptable: 4.00

Escala: 0= No tomó el servicio, 1=Totalmente insatisfecho y 5= Totalmente satisfecho

- El servicio que logra cumplir con las expectativas de los turistas es el servicio de información turística.
- Por otro lado, los servicios que no llegan a obtener el valor mínimo permitido (4.00) son el de alojamiento, restaurantes, transporte público a San Jerónimo de Surco y el servicio de las agencias de viaje o tour operadores que vendieron los paquetes turísticos desde Lima.

5.5. Análisis interno del distrito capital de San Jerónimo de Surco y sus recursos turísticos.

5.5.1. Planificación y Gestión

5.5.1.1. Base Institucional

- Gobierno Local

El distrito de San Jerónimo de Surco, cuenta con toda una historia de cambios respecto a su división política territorial.

La Historia se remonta a la época Pre-Hispánica, cuyo nombre era Huaranga Picoy, donde San Jerónimo de Surco era parte de esa suma de Ayllus. Pero es a partir del 23 de setiembre de 1711 donde se tiene conocimiento de la extensión del Distrito, con su único caserío Huaquicha y desde el 22 de Agosto de 1844 los territorios de Songos y Ayas se incluyen como parte de Surco, así mismo la fortaleza de Huacapune (3,700 msnm) y la laguna de Ucte, gracias a la venta de tierras hecha por el coronel Esteban Jiménez a las autoridades Surco encabezados por el Alcalde interino Pedro Nolasco Rojas (10/12/1823).

El 15 de setiembre de 1920, mediante ley Regional N° 359, dado por el Congreso Regional del centro, se crea el Distrito de Surco.

Actualmente con más de 90 años de creación política cuenta con un historial muy rico, de huestes valientes, tal como lo menciona Andrés A. Cáceres, en sus memorias publicadas en Alemania.

En la actualidad el distrito de San Jerónimo de Surco, viene sembrando una imagen de distrito limpio, ordenado, colorido, de importancia histórica, ecológica y con ciudadanos conscientes y responsables.

San Jerónimo de Surco, en su calidad de distrito, cuenta con competencias y funciones definidas de Gobierno Local:

- Planeamiento y dotación de infraestructura para el desarrollo local.
- Fomento de las inversiones privadas en proyectos de interés local.
- Promoción de la generación de empleo y el desarrollo de la micro y pequeña empresa urbana y rural.
- Fomento del turismo local sostenible.
- Fomento de programas de desarrollo rural.

5.5.1.2. Mapeo de actores

El turismo involucra como vimos a muchos sectores. Los actores son las distintas instituciones de la sociedad, organismos de gobierno, instituciones privadas, instituciones religiosas, medios de comunicación, etc.

Dentro de la localidad de San Jerónimo de Surco, se puede identificar a los siguientes actores con los cuales se puede establecer un vínculo para lograr el desarrollo local.

Tabla 16 : Cuadro de actores involucrados

Actores
• Gobierno Regional de Lima
• Municipalidad Provincial de Huarochirí
• Municipalidad distrital de Surco
• Comunidad de Huaquicha
• Comunidad de Ayas
• Comunidad de Linday
• Microempresas
• Red Rímac
• Eco Rímac
• Instituto Salud y Trabajo
• Ministerio de Cultura
• Ministerio del Ambiente
• Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
• Dirección Regional de Turismo Lima
• Universidades

A continuación detallamos la actividad de algunos actores específicos del distrito de San Jerónimo de Surco para la mejor comprensión de su intervención:

a) Habitantes de Surco y su Comunidad de Ayas

Se encuentra como principales actores para llevar a cabo una gestión turística sostenible a la población. El colectivo decidirá el rumbo de su propio desarrollo en comunidad.

Los habitantes son del mismo distrito de Surco, del Centro Poblado de Ayas, de Songos, de Huaquicha.

b) Comité de Regantes de Linday

El Comité de Regantes son un grupo organizado que realiza reuniones para el mejoramiento de riego de la municipalidad de Surco donde se evalúan los proyectos y mejoramiento de riego para una mayor productividad de sus cultivos. Son parte importante de una cadena productiva.

c) Instituto Salud y Trabajo - ISAT

Es una organización no gubernamental integrada por diferentes profesionales, que brinda servicios de capacitación, asesoría técnica y estudios especializados, cuyo quehacer se desenvuelve a nivel del ámbito de la región andina a nivel nacional e internacional, por la defensa de la salud en el trabajo y el desarrollo local de las poblaciones más pobres.

Asimismo, en nuestro país, su trabajo ha tenido especial incidencia en la sierra de la región Lima (cuencas del río Rímac) y la región de Ica y Ayacucho. Particularmente en la cuenca alta del Río Rímac, en la comunidad de San Jerónimo de Surco, desde 1993 a la fecha han venido impulsando distintas acciones enmarcadas en una propuesta por el Desarrollo Rural Sostenible de las comunidades del ámbito, ubicadas como parte de una propuesta integral con participación local: “Viabilidad de Desarrollo Rural”.

d) Red de Núcleos productivos de la cuenca del río Rímac – Red Rímac Huarochiri

La RED RIMAC es una Asociación conformada el año 2006 y está integrada por productores ecológicos agropecuarios y transformados organizados en 15 núcleos

productivos locales, ubicados en los distritos de Santa Cruz de Cocachacra, San Jerónimo de Surco, Matucana y San Mateo de Huanchor.

El objetivo de su formación es el de integrar a los productores ecológicos con el fin de promover la producción y el consumo de estos productos a través de la intervención activa en los distintos espacios públicos y privados, para lo cual viene participando y promoviendo de manera activa con el apoyo de ISAT, los gobiernos locales y algunos e instancias del gobierno central, el establecimiento de ferias y eventos dentro de la provincia y en Lima Metropolitana.

e) Eco Rímac

La empresa Eco Rímac se formó en julio del 2006 como una estrategia de la RED RÍMAC de procurarse un enlace directo con los distintos mercados de la localidad (convencionales o alternativos), de la provincia de Lima metropolitana. Eco Rímac busca brindar un servicio de acercamiento a los consumidores con productos sanos y de alta calidad, proporcionados por los asociados dentro de los núcleos productivos. Cuenta para ello con tres líneas productivas: Agro Ecología, Crianza de Cuyes, y Transformados (lácteos, frutales y panificación).

Eco Rímac cuenta con una infraestructura cedida por la RED RÍMAC en donde brinda a la Asociación el servicio de acopio y empaquetado. El centro de acopio, facilita de esta manera, el acopio, la manipulación de los productos, la verificación del pesaje y control de calidad, para proceder con su distribución a los diversos mercados y consumidores finales.

f) Los centros educativos

Los centros educativos son un importante grupo en donde se concentra el futuro de una localidad. Son los estudiantes de todas las edades que se encuentran en proceso de formación y más rápido aprendizaje de valores que impulsar la protección y conservación de su patrimonio, la revaloración de su historia, el cuidado de su ambiente.

5.5.1.3. Conservación de los recursos y atractivos turísticos

El distrito de San Jerónimo de Surco hasta el momento no cuenta con un producto turístico, debido a que los servicios turísticos y el manejo de comercialización del recurso o atractivo no son suficiente como para satisfacer las necesidades del visitante.

Las facilidades turísticas en San Jerónimo de Surco y anexos necesitan mayores inversiones y planificación a corto, mediano y largo plazo para que se inicie su desarrollo local de manera sostenible.

Los recursos naturales, culturales, tradiciones, costumbres y acontecimientos programados que poseen San Jerónimo de Surco y sus anexos, tienen un potencial que podría captar el interés de los visitantes.

Estos recursos con la combinación de servicios turísticos e infraestructura básica adecuada y el manejo necesario, podrían convertirse en Atractivos Turísticos, permitiendo instaurar al turismo como un circuito económico predominante en el lugar, en combinación con otras actividades productivas.

La época más adecuada para visitar San Jerónimo de Surco y sus anexos se da entre los meses de abril a octubre, pues de noviembre a marzo inician las lluvias, los deslizamientos de piedras y lodo hacen muy dificultoso y poco seguro el recorrido hacia las cataratas y restos arqueológicos.

5.5.2. Territorio y Destino

a) Regulación y Ordenamiento Territorial

La regulación y ordenamiento territorial corresponde a las competencias funcionales de los gobiernos locales, contenidas en la Ley orgánica de las municipalidades. Para la Región Lima se destacan dos herramientas de planeamiento estratégico uno de nivel macro y otro específico para la actividad turística.

- **Plan de Desarrollo Concertado 2008 – 2021 – Región Lima**

El Plan de Desarrollo Concertado de la Región Lima, es la herramienta clave del proceso de planificación y desarrollo local. El Plan de Desarrollo como instrumento de gestión es el

documento orientador que utiliza y aplica el Gobierno Regional con sus dependencias responsables para el cual debe internalizar la concepción del desarrollo integral de ese modo; definir, financiar y ejecutar acciones y proyectos que garanticen la apuesta por el desarrollo provincial, promoviendo sus potencialidades y recursos; así como dando respuesta a las causas de los problemas socioeconómicos.

- **Plan Estratégico Regional de Turismo - PERTUR**

El Plan Estratégico se complementa con las obras de desarrollo e inversión que ejecuta el Gobierno Regional de Lima, como el mejoramiento de las vías de acceso a las zonas turísticas y su debida señalización.

Se ha venido promocionando rutas cortas desde Lima a una serie de destinos turísticos al norte, sur y centro, para que los visitantes disfruten del enorme potencial de la región de Lima que abarca playas, complejos arqueológicos, rutas paisajistas y ecológicas, así como turismo medicinal, rural y de aventura.

En el marco de la regulación y ordenamiento territorial, se presenta a continuación tres aspectos importantes para su descripción:

5.5.2.1. Infraestructura – Equipamiento urbano

- **Vías de comunicación terrestre :** Para acceder al distrito de San Jerónimo de Surco – Huarochirí solo se puede usar el medio de transporte terrestre.
 - **Movilidad propia:** Seguir la carretera central hasta el kilómetro 67, luego tomar el desvío a la derecha, antes de cruzar el puente Surco. En el trayecto sólo existe el peaje de Corcona, altura del Km. 47,5. El costo es de S/. 2,5.
 - **Empresas de Transporte:** Inician el trayecto desde Chosica del caserón ubicado en una esquina del Ex-Parque Echenique rumbo a Matucana pero uno puede pedir bajarse en la entrada a San Jerónimo de Surco. El tiempo de viaje es de 1 hora y el costo del pasaje: S/3.00.

Figura 33: Foto haciendo uso del transporte terrestre desde la bajada de Ayas.



Fuente : Archivo propia.

El acceso en el interior del distrito se realiza a pie en sus calles y a través de los caminos de herradura entre San Jerónimo de Surco y sus anexos y viceversa.

Se puede contratar los servicios de los pobladores para alquilar burros que lleven el equipaje hacia los sitios turísticos.

- **Fuera de los recursos Naturales**

a. Rutas de acceso al distrito de San Jerónimo de Surco- Huarochirí :

El acceso de Lima al distrito de San Jerónimo de Surco es a través de la Carretera Central. Los centros poblados que tienen la categoría de anexos están alimentados por caminos de herradura.

En época de verano, diciembre-marzo (época de primavera), las precipitaciones originan deslizamientos y huaycos que afectan la infraestructura vial lo que interrumpe el flujo de bienes y servicios hacia los pueblos.

Figura 34 : Rutas de acceso al distrito de Surco.



Fuente : Google Earth.

Figura 35 : Vista de la Carretera Central km. 67 – Ingreso al distrito de Surco.



Fuente : Archivo propio.

- **En la Zona de los Recursos Naturales**

a. Rutas de acceso a los recursos turísticos :

El acceso a todos los recursos naturales y arqueológicos de Surco es a pie a través de los caminos de herradura zigzagueantes entre San Jerónimo de Surco y sus anexos y viceversa.

En algunas partes se ubica una trocha carrozable que en épocas de lluvia puede estar temporalmente inhabilitada.

Figura 36 : Vista de caminos de herradura en Surco camino a la catarata Palakala.



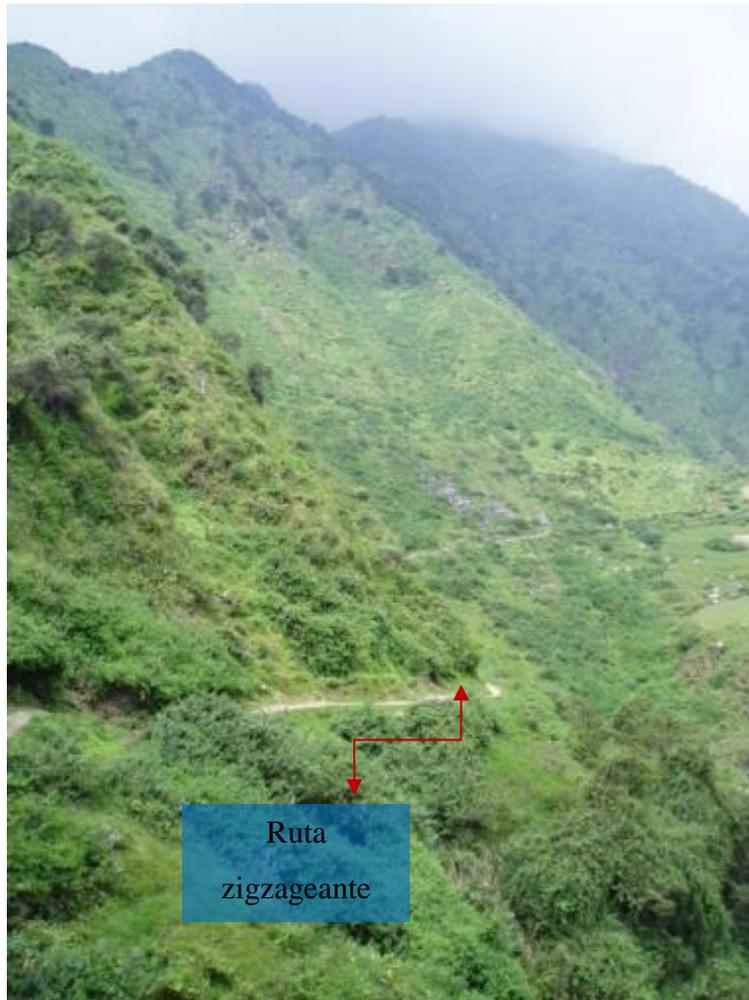
Fuente : Archivo propio.

Figura 37 : Mapa turístico del distrito de Surco – Huarochirí.



Fuente : Promperú.

Figura 38 : Vista de caminos zigzageantes camino a la catarata Palakala.



Fuente : Archivo propio.

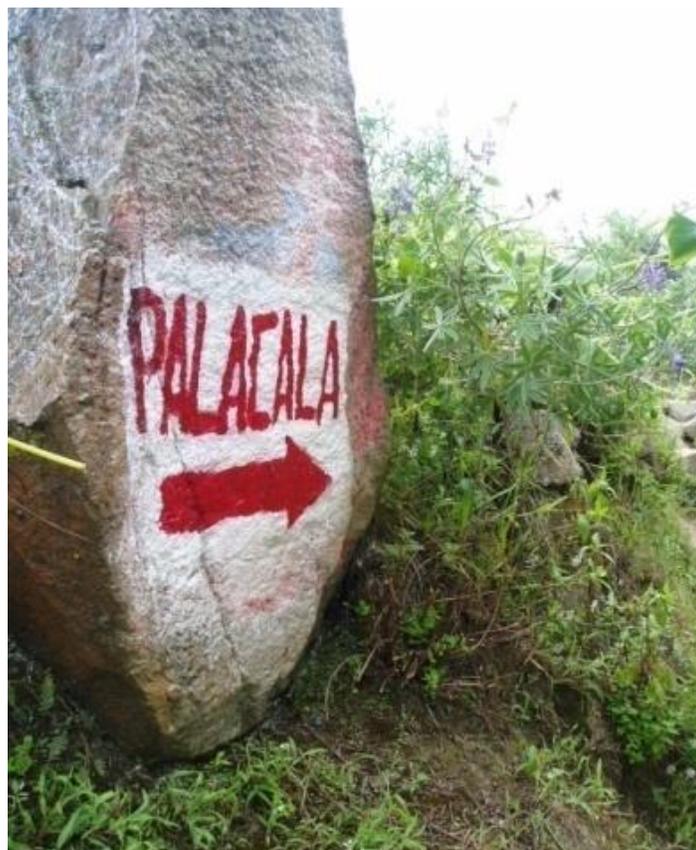
- b. Señalización:** Todo el camino a las cataratas Palakala, Huanano y Mortero están completamente señalizados, pero muchas veces rompe la concordancia con el ambiente rural y natural.

Figura 39 : Señalítica en el espacio rural del distrito de Surco.



Fuente : Archivo propio.

Figura 40 : Señalítica en el distrito de Surco en su espacio natural.



Fuente : Archivo propio

c. Servicios Básicos en el lugar

- **Equipo urbano:** Existe una estación transmisora que permite captar sólo un canal de TV. Por acciones de la Municipalidad de Surco se viene ampliando la señal de televisión a más canales.
- **Agua potable**
- **Desagüe aún no en su totalidad**
- **Energía eléctrica**
- **Alcantarillado**
- **Seguridad:** En Surco se encuentra el Control de carretera, asimismo está activo el servicio de serenazgo que apoya en la atención y recibimiento de los turistas.
- **Atención a emergencias:** En caso de emergencias, la Municipalidad distrital suele atender directamente estas situaciones, poniendo a disposición de la localidad las unidades móviles de la municipalidad, y contactando al doctor del distrito de ser el caso.
- **Centros de Salud:** Posta médica con atención de servicios médicos. En caso de suceder alguna emergencia, se debe llevar a los pacientes al hospital de Matucana encontrándose a 10 minutos en camioneta que la municipalidad tiene a disposición para estos casos.
- **Telefonía:** Se cuenta con la señal de telefonía móvil para movistar y claro, servicio de Internet (en la municipalidad en horario de oficina - hasta las 5:00pm), cable. En el distrito capital se presta el servicio telefónico público en forma restringida.
- Para otros servicios se recomienda ir precavido desde Chosica, o ir a Matucana que se encuentra a 20 minutos de Surco.

5.5.2.2. Planta Turística

Como la mayoría de los recursos turísticos son de carácter natural o arqueológico, no cuentan con servicios dentro del recurso.

Los servicios se encuentran al poblado más cercano, en este caso el distrito de Surco:

- **Establecimientos de hospedaje**

Los 3 hospedajes más importantes:

- Hospedaje El Tambo, de la Sra. Ana Mayo. Ubicado en la antigua carretera central km 67, altura paradero el Tambo. Cuenta con cochera.
 - Hotel del Sr. Alonso Yacsavilca. Ubicado en Jr. Grau 124. (Presidente de la Comunidad rural de Ayas)
 - Hotel Palakala. Ubicado cerca a la Plaza de Surco.
- **Camping:** Si se prefiere acampar, hay sitios acondicionados para ello. Se puede consultar con el personal de serenazgo encargado de turismo ubicado en la caseta de turismo.
 - En el Colegio Rural de Huaquicha I.E. 20614, se puede hacer uso de los servicios higiénicos, tomar un refrigerio y posee una explanada donde previa coordinación puede brindar el servicio de Camping con capacidad de 30 personas.
 - Algunos visitantes acampan cerca a la catarata Huanano donde existe un espacio que podría ser usado para acampar, sin embargo en temporadas altas se vuelve insuficiente. Esto causaría que algunas personas busquen acampar en otras zonas que podrían ser vulnerables, provocando impactos negativos en los suelos.

Figura 41 : Zona de camping del Colegio Rural Huaquicha



Fuente : Municipalidad Distrital de Surco.

- **Restaurantes y puntos de venta de alimentos y bebidas**

Estos 3 restaurantes pueden ser contactados vía telefónica, información que se encuentra en diversas páginas en la Internet.

- Restaurantes: Rico Sabor, de la Sra. Cosuelo Yacsavilca. Jr. Grau 1061, Restaurante Seshira de Nelly Marcavilca Mayo, Restaurante Palakala.
- Venta de comida rápida.
- Kioscos de venta de comida y/o bebida.

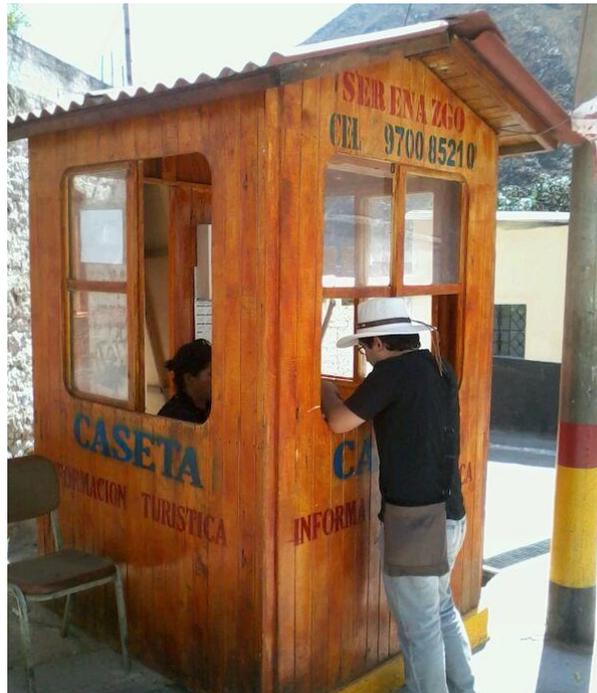
- **Agencias de viaje**

No existen aún agencias locales. Las agencias de viaje o grupo de caminata que realizan visitas a las cataratas en Surco son de la capital. Existen diversas empresas que realizan paseos a Surco, entre ellos:

- Club de Exporadores

- Incatrek
- Mystical Treking Perú
- **Transporte turístico local:** No existe
- **Otros**
 - **Caseta de información-venta de entradas y Casa del turista:** La caseta también se ubica en el inicio de la ruta a las cataratas y es ahí donde se hace el cobro a los visitantes por acceder a los recursos. Las tarifas varían según tipo de visitantes: adulto, estudiante. Sin embargo, los domingos no hay personal que realice el cobro por entradas. La casa acondicionada donde brindan información turística básica, se ubica en la calle principal camino a las cataratas de Palakala y Huanano.

Figura 42 : Caseta de información turística del distrito de Surco – Huarochirí.



Fuente : Archivo propio.

Figura 43 : Casa del turista d San Jerónimo de e Surco – Huarochirí.



Fuente: Foto de archivo propio

5.5.3. Producto

Para la inventario de los recursos turísticos de San Jerónimo de Surco se hna tomado algunos criterios de la metodología para la **“Formulación del Inventario de Recursos Turísticos a nivel nacional”** de MINCETUR. Esta metodología cuenta con dos etapas : Etapa I: La categorización de recursos, donde se define las categorías, tipos, subtipos y elementos de información turística necesaria para casa recurso. Etapa II: Jerarquización de recursos. Su evaluación se basa en criterios relacionados con el valor intrínseco de los recursos.⁴⁸

⁴⁸ La Jerarquización de recursos turísticos comprende evaluar la particularidad de sus atributos, las publicaciones que genere alguna trascendencia, reconocimientos oficiales, su estado de conservación actual, el flujo de turistas, la representatividad territorial que alcanza la imagen del recurso para ser considerado como símbolo o ícono, la inclusión a la visita turística y la demanda potencial que es la estimación cualitativa a futuro de rangos de una demanda posible.

El nivel de jerarquía de los recursos de San Jerónimo de Surco tendrían un valor 2, lo cual señala que estos recursos poseen algunos rasgos llamativos capaces de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas locales.

Su categorización se describe a continuación :

5.5.3.1. Sitios Naturales

- **Laguna Ucte**

A 4650 m.s.n.m., probablemente sirvió a los antiguos peruanos de Huacapune como reservorio de agua. La ruta está bien marcada; uno de los tramos de paso a 4000 msnm, desde la Fortaleza de Huacapune, se ve cómo una ladera rocosa de 90° y caída libre de unos 200 m.

Actividades desarrolladas:

- ✓ Naturaleza: Observación de paisajes.
- ✓ Deportes/ Aventura: Caminata, camping.

Figura 44 : Laguna Ucte.



Fuente: Municipalidad Distrital de Surco

- **Río Rímac**

Ingresando al distrito de San Jerónimo de Surco se atraviesa un puente por encima del río Rímac donde puede ser visualizado en su gran amplitud.

Recorre las provincias de Huarochiri y Lima. Es una de las cuencas más importantes del departamento de Lima, siendo el río Rímac su principal colector; éste inicia su recorrido en la vertiente occidental de la Cordillera de los Andes a una altitud 5.508 m.s.n.m., en el Nevado Paca. Presenta dos subcuencas principales y estas a su vez como subcuencas secundarias importantes a Santa Eulalia (Macachaca y Sacsá) y Alto Rímac o San Mateo (Río Blanco y la quebrada Parac) que configuran la cuenca húmeda. A partir de Chosica hasta su desembocadura es considerada cuenca seca, incluyendo la quebrada de Jicamarca, con las subcuencas Huaycoloro y quebrada Seca. Tiene un área de 2.845,61 Km².

Actividades desarrolladas:

- ✓ Naturaleza: Observación de paisajes.
- ✓ Deportes/ Aventura: Caminata cercana al río.
- ✓ Otros: Estudios e investigación.

Figura 45 : Río Rímac en Surco.



Fuente: Municipalidad Distrital de Surco

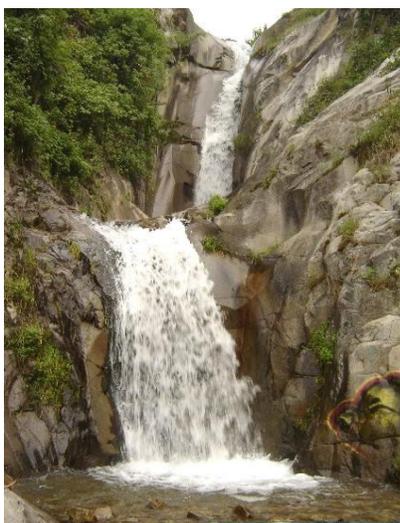
- **Catarata Palakala**

Se encuentra a 2600 msnm y aproximadamente a 5 km de la capital distrital de San Jerónimo de Surco. Para ascender hasta la caída de agua se debe seguir una trocha peatonal. Primero se sube en zigzag hasta el anexo de Huaquicha por la quebrada de Matala, siendo éste el tramo más exigente y el lugar preferido para acampar. Después el camino no tiene fuertes pendientes, salvo un pequeño tramo antes de llegar a la cascada. La caminata, que comprende un desnivel de casi 600 metros, puede demandar un tiempo de 3 a 4 horas, dependiendo del estado físico del grupo.

Actividades desarrolladas:

- ✓ Naturaleza: Observación de paisajes, flora.
- ✓ Deportes/ Aventura: Caminata, camping.
- ✓ Paseos: Excursiones, paseo en acémila.
- ✓ Otros: Toma de fotografías y filmaciones.

Figura 46 : Catarata de Palakala



Fuente: Municipalidad Distrital de Surco

- **Catarata Huanano**

Es el destino más cercano al pueblo y el menos exigente. Para acceder a este lugar se tiene que seguir el camino que lleva a la Quebrada de Matala, atravesando las chacras de tunales e higueras. Después de 20 minutos de caminata se encuentran las impresionantes caídas de agua. Cuenta con un mirador.

Actividades desarrolladas:

- ✓ Naturaleza: Observación de paisajes, flora.
- ✓ Deportes/ Aventura: Caminata, camping.
- ✓ Paseos: Excursiones, paseo en acémila.
- ✓ Otros: Toma de fotografías y filmaciones.

Figura 47 : Camino a Catarata Huanano.



Fuente : Archivo propio.

Figura 48 : Catarata Huanano.



Fuente: Archivo propio

- **Catarata Mortero**

Se encuentra ubicado a 2800 msnm; para llegar a esta catarata demanda hora y media en auto, atravesando el pueblo de Ayas.

Recientemente se ha inaugurado un puente colgante de unos 30 metros de largo, donde se puede apreciar la Catarata Mortero en toda su plenitud.

Actividades desarrolladas:

- ✓ Naturaleza: Observación de paisajes, flora.
- ✓ Deportes/ Aventura: Caminata, camping.
- ✓ Paseos: Excursiones, paseo en acémila.
- ✓ Otros: Toma de fotografías y filmaciones.

Figura 49 : Catarata Mortero.



Fuente: Archivo propio

Figura 50 : Puente colgante en Catarata Mortero



Fuente: Archivo propio

- **Localidad de Songos**

Songos es una hermosa caída de agua perteneciente al valle del Río Rímac. En el Kilómetro 63 de la Carretera Central se encuentra el Caserío de Songo, a sólo minutos del distrito de San Jerónimo de Surco.

El recorrido se inicia a 2500 msnm y termina en los 3000 msnm. Al llegar al camino que dirige a los visitantes hacia el pueblo, un gran arco en la entrada da la bienvenida. Los visitantes deben caminar a través de un sendero que cruza el Río Rímac y que luego sube por la quebrada Linday. La ruta brinda a los caminantes un hermoso paisaje conformado por las caídas de aguas y la densa vegetación de la zona.

Al subir el sendero (en zigzag) se va haciendo cada vez más estrecho por lo que en momentos es necesario el uso de sogas para poder continuar con el ascenso, esto supone un riesgo para cada mochilero por lo que es importante tomar todas las precauciones del caso.

A veinte minutos de iniciado el recorrido se encuentran unas pequeñas cascadas donde los visitantes pueden practicar descenso sobre rocas y cascadas. “La Trenza de la abuela” es la caída de agua más conocida entre los asiduos visitantes. Cada turista debe cumplir el recorrido llegando a la cumbre más alta llamada “Los Toboganes”, la caída de agua se desliza sobre esta cumbre como por un tobogán natural de piedra de más de 10 metros de altura.

Actividades desarrolladas:

- ✓ Naturaleza: Observación de paisajes, flora.
- ✓ Deportes/ Aventura: Caminata, escalada en roca, deslizamientos en roca.
- ✓ Paseos: Excursiones.
- ✓ Otros: Toma de fotografías y filmaciones.

Figura 51: Los toboganes de Songos



Fuente: Municipalidad Distrital de Surco

5.5.3.2. Manifestaciones Culturales

5.5.3.2.1. Arquitectura y espacios urbanos

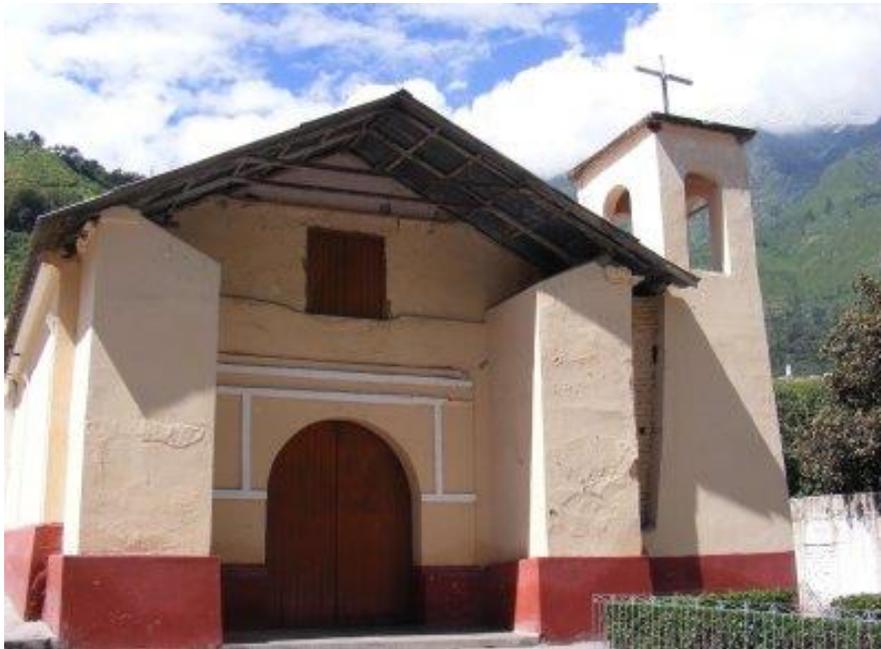
- **Iglesia colonial de San Jerónimo de Surco**

Monumento histórico que data de 1836, año en que se terminó de construir. Se ubica en el centro del distrito de San Jerónimo y es una de las primeras atracciones que se encuentra a la entrada del distrito. Actualmente alberga a su patrón San Jerónimo, así como a la Virgen del Carmen y Santa Rosa.

Actividades desarrolladas:

- ✓ Folklore: Actividades religiosas y/o patronales.
- ✓ Otros: Toma de fotografías y filmaciones.

Figura 52 : Iglesia Colonial de San Jerónimo de Surco.



Fuente: Archivo propio

- **Torre colonial**

Esta torre de la época colonial fue construida con adobes de más de medio metro de espesor. Se encuentra en el centro del distrito de San Jerónimo de Surco y forma parte de sus riquezas históricas del lugar. Por su ubicación sirve como un excelente mirador de todo el pueblo.

Actividades desarrolladas:

- ✓ Folklore: Actividades religiosas y/o patronales.
- ✓ Otros: Toma de fotografías y filmaciones.

Figura 53 : Torre Colonial.



Fuente: Municipalidad Distrital de Surco

5.5.3.2.2. Sitios Arqueológicos: Edificaciones

- **Complejo arqueológico de Huanano Machay**

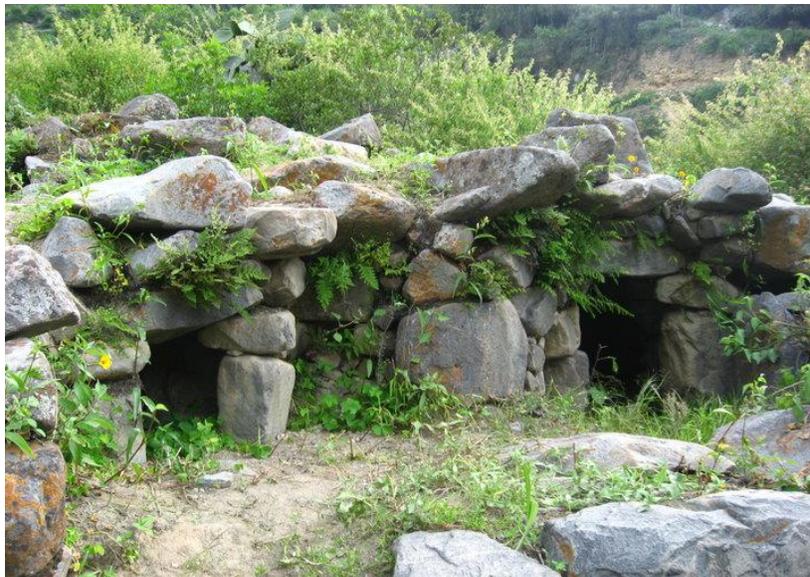
Es el destino más cercano del pueblo y el menos exigente. Para acceder hasta el lugar se tiene que seguir el camino que lleva a la quebrada Matala, atravesando por coloridas chacras de tunales e higueras. Después de 20 minutos de caminata se encuentran las extrañas construcciones de Huanano Machay, conjunto de 60 edificaciones en piedras con forma de cavernas y pasadizos subterráneos.

Se puede apreciar la caverna del curaca, el altar de los sacrificios, la caverna de los cuyes, etc.

Actividades desarrolladas:

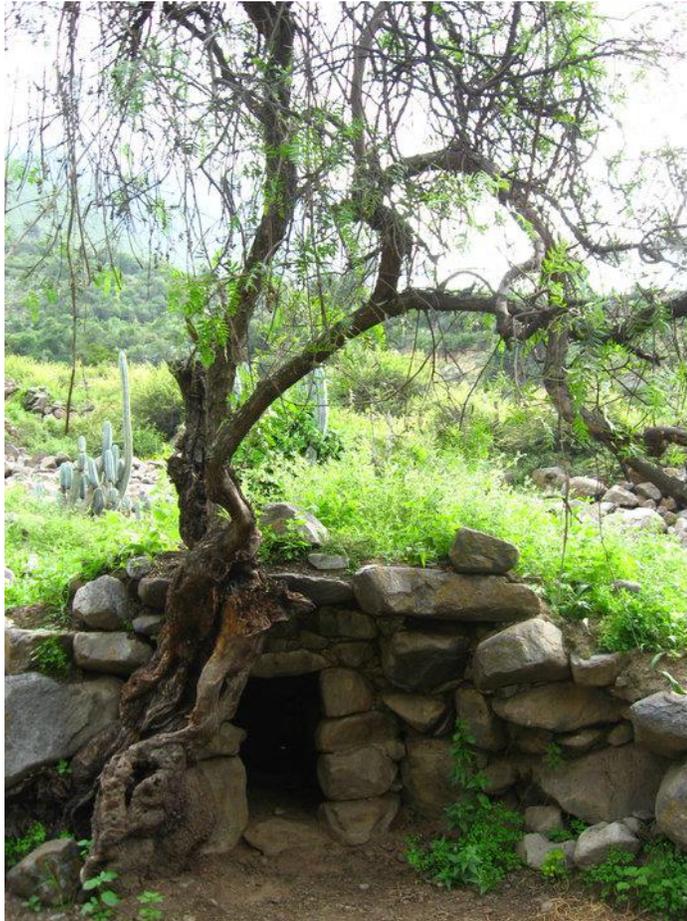
- ✓ Naturaleza: Observación de paisajes, flora.
- ✓ Paseos: Excursiones.
- ✓ Otros: Toma de fotografías y filmaciones.

Figura 54 : Restos arqueológicos - Huanano Machay - Toma 1.



Fuente: Archivo propio

Figura 55 : Restos arqueológicos de Huanano Machay – Toma 2.



Fuente: Archivo propio.

- **Resto arqueológico de Huacapune**

Este complejo arquitectónico fue construido durante el intermedio tardío (siglo XI hasta el dominio Inca en 1470 aproximadamente). No hay fuentes de información fidedignas que nos asegure esta teoría. Aún esta área no cuenta con presencia del Ministerio de Cultura.

Se encuentra a 3800 m.s.n.m. y perteneció a los antiguos señores que dominaban esa parte del valle del Rímac. Durante el recorrido de acceso se pasa por tres restos arqueológicos: el de Cantahuaycho, Mitowayabo y Kotogentile. Entre estos restos se encuentran figuras de piedras zoomorfas y antropomorfas. La ruta a Huacapune parte de Mitowayabo. Es un camino en subida que llega a un mirador natural cuyo radio es de 25 kilómetros, lo que

garantiza una vista espectacular de la zona; estando en esta cumbre se pueden apreciar los nevados de Ticlio y también las cumbre donde está la laguna Ucte, a 5000 m.s.n.m., la cual probablemente sirvió a los antiguos peruanos de Huacapune como reservorio de agua. La zona arqueológica contiene construcciones de viviendas cuadrangulares y circulares, chullpas, canales de agua de piedra y una gran cantidad de recintos subterráneos.

El desnivel desde San Jerónimo de Surco a Huacapune es de 1400 metros aproximadamente.; pasando la comunidad de Ayas hay posibilidad de conseguir agua; las zonas ideales para acampar en caso de no llegar a las ruinas están pasando la segunda torre, a 30 minutos.

Actividades desarrolladas:

- ✓ Naturaleza: Observación de paisajes, flora.
- ✓ Paseos: Excursiones.
- ✓ Otros: Toma de fotografías y filmaciones.

Figura 56 : Mirada del frontis del resto arqueológico de Huacapune.



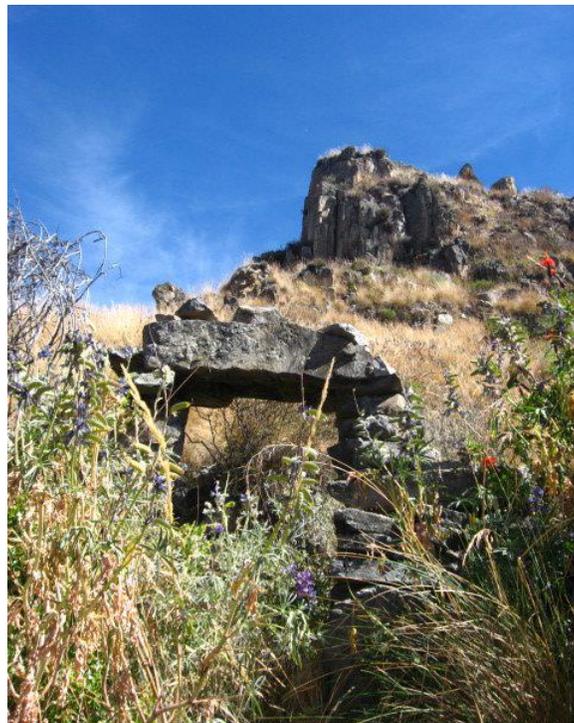
Fuente : Archivo Propio.

Figura 57 : Resto arqueológico de Huacapune.



Fuente : Archivo Propio.

Figura 58 : Portada encontrada del resto arqueológico de Huacapune.



Fuente : Archivo Propio.

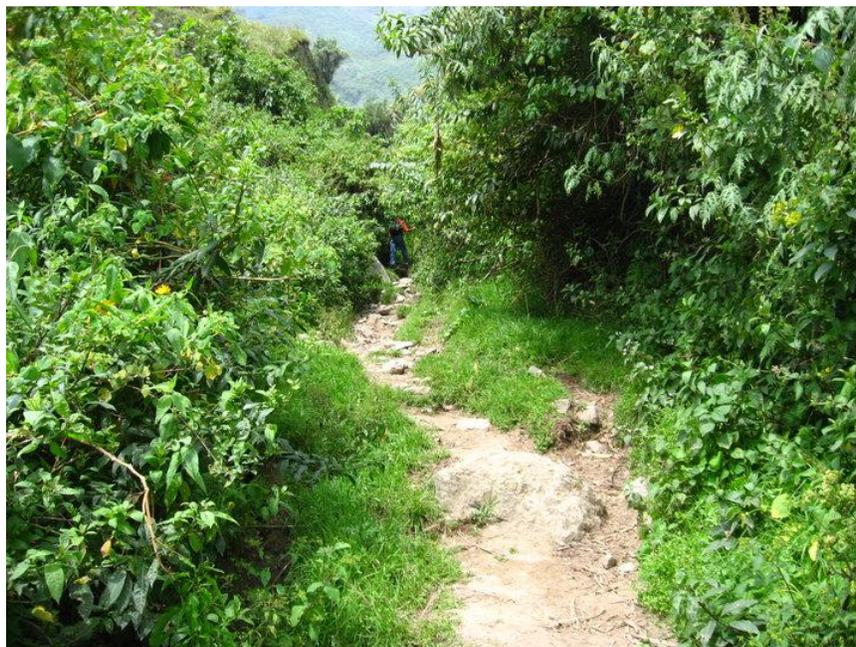
- **Resto arqueológico de Chingana**

Chingana, que quiere decir laberinto en español, se ubica a unos 3450 m.s.n.m., cuenta con 3 pasadizos con múltiples cámaras en un muy buen estado de conservación, una de ellas tiene una salida por la parte de atrás, las otras al parecer también lo tenían pero por el paso del tiempo se han derrumbado. Dentro del resto se puede entrar a las diferentes cámaras y en algunos de sus pasadizos hay filtraciones de agua que caen desde el techo.

Actividades desarrolladas:

- ✓ Naturaleza: Observación de paisajes, flora.
- ✓ Paseos: Excursiones.
- ✓ Otros: Toma de fotografías y filmaciones.

Figura 59 : Camino a Restos arqueológicos de Chingana.



Fuente : Archivo Propio.

Figura 60 : Llegada al Sitio Arqueológico de Chingana.



Fuente : Archivo Propio.

Figura 61 : Portada del Sitio Arqueológico de Chingana.



Fuente : Archivo Propio.

Figura 62 : Interior del Sitio Arqueológico de Chingana.



Fuente : Archivo Propio.

- **Resto arqueológico de Cantahuaycho**

Es un conjunto de restos pre incas en buen estado de conservación, ubicado en la cimbras del pueblo de Linday, rodeados de una bella vegetación y una vista espectacular. Para llegar a este complejo puedes escoger entre dos rutas, cada una con diferentes características y paisajes, diametralmente opuestos, así que en cada una se podrá encontrar y vivir una experiencia nueva, pudiendo hacer la dos rutas en una sola caminata, haciendo una de ida y la otra de regreso.

Actividades desarrolladas:

- ✓ Naturaleza: Observación de paisajes, flora.
- ✓ Paseos: Excursiones.
- ✓ Otros: Toma de fotografías y filmaciones.

- **Resto arqueológico de Mitowayabo**

Alturas del pueblo de Santa Rosa de Linday en la quebrada Songos a 2,600msnm; distrito de San Jerónimo de Surco; provincia de Huarochiri, Lima.

En el anexo de Linday se asciende por de los caminos poco definidos que se internan en las faldas del cerro, observando bien hasta dar con los restos arqueológicos que se encuentran cubiertos por la maleza y el descuido de los pobladores que no saben sacar provecho de esta zona arqueológica como fuente de ingreso para sus familias con el ecoturismo. También encontraremos figuras pétreas cual bosque de piedras, las cuales inspiraron entre los antiguos pobladores una leyenda que aún hoy los lugareños la pregonan: la leyenda del Guardián de Mitowayabo..."dos pequeños zorros jugueteaban por la zona de Mitowayabo en noche de luna llena, el bullicio despertó al Gran Guardián de Mitowayabo y este les dijo: Silencio, la Luna duerme, tú también duerme; y con esas palabras convirtió a los zorros en piedra y todos los animales que hozaran perturbar su noche. Pasó el tiempo y el guardián fue abandonado por su esposa y este se puso a llorar desconsoladamente toda la noche, en eso la voz de todos los seres convertidos en piedra se hizo escuchar: Silencio, la Luna duerme, tú también duerme, y el guardián quedó convertido en piedra también".

Las figuras pétreas que se pueden observar son la de un gran rostro humano (el Guardián de Mitowayabo), zorros, un águila, entre otros.

Actividades desarrolladas:

- ✓ Naturaleza: Observación de paisajes, flora.
- ✓ Paseos: Excursiones.
- ✓ Otros: Toma de fotografías y filmaciones.

- **Resto arqueológico de Cotogentil y Resto arqueológico de Boquicuesta**

Actividades desarrolladas:

- ✓ Naturaleza: Observación de paisajes, flora.

- ✓ Paseos: Excursiones.
- ✓ Otros: Toma de fotografías y filmaciones.

Entre las técnicas científicas y artísticas contemporáneas que crean interés turístico se tiene:

5.5.3.3. Realizaciones Técnicas científicas o artísticas contemporáneas : Explotaciones

- **Agricultura**

Ecológicamente se ha determinado tres zonas de producción:

1era. Zona: comprende la parte baja, entre los 2000 y 2300 msnm, predomina los cultivos de frutales (palta, manzana, melocotón y membrillo), es zona de frutilla.

2da. Zona: comprende la parte media entre los 2300 y 2700 msnm, se observa un sistema mixto de cultivos, como flores, alfalfa, papa, maíz, etc.

3era. Zona: que corresponde a la parte alta, ubicada sobre los 2700 msnm, predomina el cultivo de papa, maíz, trigo, habas, cebada, flores.

- **Agropecuario**

- ✓ Apicultura
- ✓ Agro silvo pastoril

5.5.3.4. Acontecimientos Programados

- **Festividad a la Virgen del amor hermoso**

Se celebra el segundo sábado de Mayo, en el centro poblado Eduardo de Habich.

- **Festividad de todas las cruces**

Esta fiesta tradicional se celebra el tercer sábado de Junio.

- **Jalado de cintas y pelea de gallos por Fiestas Patrias.**

El día 28 de Julio se celebra en la Municipalidad de Surco las fiestas patrias cargada de alegría y espíritu patriota pero no solo hay desfiles militares y actos de gobierno.

En el distrito se lleva a cabo el tradicional torneo de jalado de cintas en donde participan las autoridades del lugar y pueblo en general.

Por otra parte también se lleva a cabo la clásica pelea de gallos.

- **Fiesta patronal en Honor a la Cruz de Cristo, feria del ganado.**
- **Fiesta patronal a la Virgen del Carmen**

Realizado el tercer sábado, en el anexo de Huaquicha.

- **Festividad patronal de San Jerónimo de Surco**

Celebrado todos los 28 de setiembre hasta el 03 de octubre en homenaje a al patrono San Jerónimo.

Figura 63 : Patrono San Jerónimo.



Fuente : Archivo Propio.

5.5.4. Comercialización del distrito de San Jerónimo de Surco

El distrito de San Jerónimo de Surco, Huarochirí, viene generando esfuerzos para mejorar sus servicios y sus vías de acceso a los recursos, sin embargo no de manera planificada con la localidad ni con las agencias de viaje u otras empresas del sector privado.

Se requiere un trabajo mayor para la puesta en valor de los recursos turísticos que eleve la calidad de experiencia de la visita, además mejore los canales de información sobre los mismos a efectos que los turistas puedan cuidarlos y valorarlos.

En la actualidad, se han realizado dos reportajes televisivos importantes y formales de alta difusión relacionados al distrito de San Jerónimo de Surco, entre ellos tenemos :

1. **Reportaje al Perú**, programa de turismo y aventura, único en su género de la televisión de señal abierta, con 14 años en el aire a través del Canal del Estado, TV Perú y conducido por el periodista Manolo Castillo.
 - **LIMA, lejos de la rutina**, es el programa donde se proponen como alternativa a San Jerónimo de Surco como una de las opciones para hacer turismo fuera de Lima en un fin de semana.
2. **Haciendo Perú**, programa de reportajes de difusión de la empresa privada en responsabilidad social y proyectos que aportan al desarrollo sostenible con los testimonios de los propios beneficiarios.
 - **Especial de Productos Orgánicos – Vacas Felices SAC**, programa n° 61 emitido en el 2009, donde se difunde el emprendimiento familiar y su filosofía de inclusión social para con los pobladores de la zona. Dicha empresa, Vacas Felices SAC, se ubica en la localidad de Ayas, anexo del distrito de San Jerónimo de Surco.

Figura 64 : Planta de producción de la empresa « Vacas Felices ».



Fuente : Archivo propio.

CAPÍTULO VI: IDENTIFICACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO TURÍSTICO

6.1. Evaluación Estratégica

El diagnóstico realizado en la localidad de San Jerónimo de Surco, provincia de Huarochirí – Región Lima, ha brindado al presente trabajo de investigación información valiosa para la evaluación estratégica del distrito respecto a sus factores internos y externos, la estructura de los elementos de la industria turística, así como realizar un análisis de sus competidores.

6.1.1. Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)⁴⁹

Para la realización de la MEFE se realizó una lista de factores externos claves: 06 oportunidades y 06 amenazas, según se muestran en la Tabla 11, resultado del análisis presentado en los capítulos anteriores.

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

Para este caso, la MEFE del sector turismo del distrito de San Jerónimo de Surco obtuvo un valor de 2.06, lo cual significa que el sector turismo brinda una respuesta **PROMEDIO** frente a los factores externos que influyen positiva y negativamente en su actividad.

⁴⁹ Adaptado de Fred R. David, *Conceptos de la administración estratégica*, 11va ed., Prentice Education, 2008. pp. 111.

Asimismo, se identificó que la oportunidad 4 : **Aumenta la tendencia del uso de Internet para planificar viajes y buscar información**, actualmente no está siendo bien aprovechada, ya que el distrito de San Jerónimo de Surco podría darse a conocer a través de las redes sociales y páginas web a fin de captar mayores visitantes. Al igual que la oportunidad 6: **Existencia del PENTUR y el PERTUR Lima**, se podrían gestionar a través de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo en Lima la generación de proyectos de desarrollo turístico sostenible. La oportunidad 2: **Tendencia creciente de la demanda limeña hacia zonas de naturaleza, aventura y arqueología** y oportunidad 3: **Difusión de lugares turísticos en zonas rurales a través de medios de comunicación**, se están desaprovechando, dado que el distrito no cuenta con un plan de promoción turística en medios de comunicación ni con un plan de captación de turistas potenciales y agencias de viaje que informe sobre los atractivos que puede encontrar y las actividades que puede realizar en el distrito.

Respecto a las amenazas, la primera, **Accidentes en la Carretera Central**, debe realizarse trabajos conjunto con el Gobierno Local, Regional y Nacional a fin de desarrollar Planes de educación vial para prevenir de accidentes de tránsito, así como Planes preventivos de accidentes por derrumbes de piedras y huaycos en la carretera los cuales se vienen realizando pero aun no es suficiente. Para la amenaza 3: **Transculturización**, hasta el momento no se han emprendido acciones para que las personas del lugar recuperen y revaloren sus costumbres e identidad cultural. Las personas del distrito de San Jerónimo de Surco en su mayoría trabajan en Chosica lo cual ha devenido a que adopten costumbres de la ciudad, perdiendo sus hábitos alimenticios, en vestimenta, música, entre otros. La amenaza 4: **Escasa conciencia turística y cultural de protección y conservación de los recursos turísticos por parte de los turistas**, está referida a la acumulación de basura que dejan los turistas luego de su visita a las cataratas, en las zonas de camping y a lo largo del camino. En el distrito de San Jerónimo de Surco se han desarrollado algunas iniciativas aisladas como la implementación de tachos de basura diferenciados para el reciclaje, letreros y avisos sobre el cuidado del medio ambiente, así como el cuidado de los recursos turísticos; sin embargo se considera que todas estas inciativas deben partir de un plan estructurado donde se logre captar la atención del visitante a fin de involucrarlo

directamente en el cuidado de los recursos dado los beneficios que estos generan. La quinta amenaza, **Sistema de transporte** público desordenado e informal, es un factor externo que la municipalidad del distrito ha sabido afrontar con el establecimiento de paraderos al ingreso del distrito, pero aún no al ingreso de sus anexos. Por último, a la **Inexistencia de cifras estadísticas en turismo**, problema a nivel nacional, la cual podría permitir conocer el flujo de turistas que viajan a localidades cercanas a Lima, frecuencia, motivación de viaje, entre otros. Por otro lado, la Delincuencia e inseguridad generalizada, se está afrontando de manera óptima dado que cuentan con patrulleros y serenazgos que realizan sus rondas de manera permanente, y la Comisaría como el Control de Carreteras se encuentran en el centro del distrito.

Tabla 17 : Matriz de evaluación de actores externos del sector turismo del distrito de Surco.

Factores Externos Claves	Peso	Valor	Ponderación
Oportunidades			
1. Cercanía a Lima y fácil de acceso, apto para promover circuitos turísticos de fin de semana y feriados no laborables.	0.06	3	0.18
2. Tendencia creciente de la demanda limeña hacia zonas de naturaleza, aventura y arqueología.	0.10	2	0.20
3. Difusión de lugares turísticos en zonas rurales a través de medios de comunicación.	0.06	2	0.12
4. Aumenta la tendencia del uso de Internet para planificar viajes y buscar información.	0.10	1	0.10
5. Crecimiento económico del país y cambios de política con inclusión social de zonas menos favorecidas.	0.08	3	0.24
6. Existencia del PENTUR y el PERTUR Lima que promueve el desarrollo de proyectos haciendo uso del canon.	0.10	1	0.10
	0.50		0.94

Amenazas			
1. Accidentes en la Carretera Central impacta negativamente en la visita de los limeños.	0.10	1	0.10
2. Delincuencia e inseguridad generalizada.	0.10	4	0.40
3. Transculturización.	0.06	1	0.06
4. Escasa conciencia turística y cultural de protección y conservación de los recursos turísticos por parte de los turistas.	0.10	2	0.20
5. Sistema de transporte público desordenado e informal.	0.06	2	0.12
6. Déficit de cifras estadísticas en turismo : No existe la Cuenta Satélite de Turismo.	0.08	2	0.24
	0.50		1.12
Total	1.00		2.06

Nota: Los valores de las calificaciones son las siguientes: 4 = respuesta es superior, 3 = respuesta mayor al promedio, 2 = respuesta promedio, 1 = respuesta deficiente.

6.1.2. Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)⁵⁰

Para la realización de la MEFI se realizó una lista de factores internos claves : 4 fortalezas y 6 debilidades, según se muestran en la Tabla 12, basada en el análisis realizado con anterioridad.

Para la evaluación de dichos factores, se asignó una ponderación a cada factor según su importancia: 0.0 (nada importante) y 1.0 (muy importante). Luego, se calificó cada factor interno indicando qué tan importante son para el distrito de San Jerónimo de Surco : 1 (debilidad importante), 2 (debilidad menor), 3 (fortaleza menor) y 4 (fortaleza importante).

⁵⁰ Fred R. David, Conceptos de Administración Estratégica, 11va ed., México, Prentice Education, 2008. pp. 159.

Posteriormente, se determinó una puntuación ponderada y la puntuación total de la organización puede estar entre: 4.0 (posición interna fuerte) y 1.0 (posición interna débil).

Para este caso, la MEFI del sector turismo del distrito de San Jerónimo de Surco, se obtuvo un valor promedio de 2.14, lo cual significa que el sector cuenta con una posición interna **DÉBIL**. Asimismo, se identifica que la fortaleza 2: **Ubicación en el Km. 67 de la Carretera Central a 2.5 horas de Lima** y fortaleza 3: **Existencia de microempresas de producto orgánicos con responsabilidad social en la comunidad de Ayas**, pueden ser mejor aprovechadas a fin de posicionarse como un destino rural paisajístico cercano a Lima donde se puede encontrar productos orgánicos de calidad y con aporte social. Asimismo, la fortaleza 1: **Diversos recursos turísticos naturales, arqueológicos y paisajístico, para realizar turismo de aventura, rural y de naturaleza**, si bien es una fortaleza mayor, puede mejorar a través de proyectos de puesta en valor de recursos turísticos ; y la fortaleza 4: **Seguridad de la zona proporcionada por serenazgos y la policía de carreteras con sede en San Jerónimo de Surco**, debe mantenerse.

Respecto a la debilidad 3: **Inexistente planificación turística con las microempresas de la zona**, deben promoverse los clústers que permitan tener una actividad más sólida, así como el incremento de las capacidades de gestión y operación turística ante el mercado limeño así como la capacitación en gestión microempresarial. Sobre la debilidad 4: **Estructura e Infraestructura insuficientemente desarrollada, e insuficiente en temporadas altas** y debilidad 6: **Reducido presupuesto para el mejoramiento de la estructura e infraestructura turística**, son de suma importancia que se establezcan recursos para desarrollar infraestructura y estructura turística necesarios que requieren los visitantes para una visita satisfactoria, incluyendo la capacitación de los que trabajan directamente en contacto con el turista brindando algún tipo de servicio, referido en la debilidad 1.

Tabla 18 : Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)

Factores Internos Claves	Peso	Valor	Ponderación
Fortalezas			
1. Diversos recursos turísticos naturales, arqueológicos y paisajístico, para realizar turismo de aventura, rural y de naturaleza.	0.14	3	0.42
2. Ubicación en el km. 67 de la Carretera Central a 2.5 horas de Lima.	0.10	4	0.40
3. Existencia de microempresas de producto orgánicos con responsabilidad social en la comunidad de Ayas.	0.12	2	0.24
4. Seguridad de la zona proporcionada por serenazgos y la policía de carreteras con sede en Surco.	0.12	3	0.36
	0.48		1.42
Debilidades			
1. Insuficiente capacitación sobre actividades económicas a los pobladores con negocio propios y prestación de servicios.	0.08	2	0.16
2. Escaso equipamiento para satisfacer las necesidades de prácticas de aventura por turistas.	0.06	2	0.12
3. Inexistente planificación turística con las microempresas de la zona.	0.12	1	0.12
4. Estructura e Infraestructura insuficientemente desarrollada, e insuficiente en temporadas altas.	0.10	1	0.10
5. Debilitada identidad cultural en la zona.	0.06	2	0.12
6. Reducido presupuesto para invertir en el mejoramiento de la estructura e infraestructura turística.	0.10	1	0.10
	0.52		0.72
Total	1.00		2.14

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

6.1.3. Análisis competitivo: Modelo de las cinco fuerzas de Michael Porter⁵¹

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

6.1.3.1. Rivalidad entre competidores existentes.

Como principales competidores del distrito de San Jerónimo de Surco, se seleccionaron y considerado a tres zonas turísticas como competidores directos puesto que poseen algunas características y ofertas turísticas similares que apunta al mismo mercado.

- **Matucana:** Ubicado a 1 hora y 20 minutos al este de Lima a la altura del km. 73 de la Carretera Central. Se puede visitar la catarata de Antacalco a 1 hora y 30 minutos de caminata desde su Plaza Grau al centro de Matucana, recorre parajes de gran belleza como el vallecito de los Olivos donde es posible adquirir productos lácteos y derivados. Los servicios más cercanos se encuentran en los alrededores de la Plaza Miguel Grau y cuenta con diversos establecimientos de hospedaje. Sus atractivos más importantes y promocionados por PromPerú son: Catarata Antacalco, Marachanca, Laguna Arca, Cascada de Huariquiña.
- **Canta:** Ubicado a 3 horas al noreste de Lima, con acceso por carretera asfaltada. Se puede visitar Obrajillo a unos 10 minutos al norte de Canta. En la campiña hay excelentes lugares para acampar cerca al río Chillón. Los servicios más cercanos se encuentran en los alrededores de la Plaza de Armas de Canta. Sus atractivos turísticos son: Petroglifos de Checta, Santa Rosa de Quives, Complejo Arqueológico de Cantamarca y Obrajillo con su piscigranja y paseo a caballo.

⁵¹ Michael E. Porter, Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. México D.F. : Compañía Editorial Continental, 2004.

- **Azpitia:** Ubicado a 1 hora 40 minutos al sur de Lima, con acceso por carretera asfaltada y parte afirmada. Se caracteriza por contar con una campiña rodeada de tierras de cultivo en las que crecen frutales como manzanos, lúcumo, pacaes. En la zona se puede practicar ciclismo de montaña y caminatas en los cerros aledaños. Cuenta con restaurantes que ofrecen diversos platos en base a camarones. Principales lugares a visitar : Santa Cruz de Flores y Calango, así como algunos viñedos.

6.1.3.2. Ingreso potencial de nuevos competidores.

Considerados como aquellos que dentro de poco pueden llegar a competir directamente con la localidad y restarle participación en el mercado. Se considera a Callahuanca y San Lorenzo de Huachupampa, ambos distritos ubicados en la margen izquierda de la subcuenca del río Santa Eulalia, provincia de Huarochirí, región Lima, con características muy similares a San Jerónimo de Surco pero con mucho menos afluencia de turistas.

6.1.3.3. Poder de negociación con los consumidores.

Los compradores están representados por los visitantes de la localidad de San Jerónimo de Surco y sus anexos, de los cuales se ha presentado un perfil según las encuestas realizadas en el presente documento. Asimismo, están incluidos en este grupo de compradores a las Agencias de Viajes que venden paquetes turísticos para la visita del distrito de Surco.

6.1.3.4. Desarrollo potencial de productos sustitutos.

Los sustitutos están comprendidas por aquellas actividades que realizan los visitantes potenciales en sus tiempos de ocio y en sus lugares habituales que no están referidas al turismo, como visitas a museos, ir al cine, al teatro, conciertos entre otros.

6.1.3.5. Poder de negociación de los proveedores.

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

Respecto a las instituciones, el Estado es el gran proveedor del distrito de Surco: Mincetur, el Gobierno Regional de Lima y la DIRCETUR, la Municipalidad de Surco- Huarochirí, entre otras, proveen el marco legal y económicos para el desarrollo turístico.

Figura 65: Elementos de la estructura de la industria turística del distrito de Surco.



6.1.4. Matriz de Perfil Competitivo (MPC)⁵²

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

La ciudad de Canta es la que cuenta con el mayor puntaje de 2.99, debido a la trayectoria como destino turístico de fin de semana y su grado de desarrollo turístico. En segundo lugar, se encuentra Matucana con 2.80, a 15 minutos del distrito en estudio y con características territoriales similares. En tercer lugar se ubica a Azpitia con un puntaje de 2.63, ubicada a una hora y media de Lima. Por último, el distrito de San Jerónimo de Surco contó con un puntaje de 2.37 dado que carece de infraestructura turística adecuada, inexistentes estrategias de marketing, así como de insuficiente inversión del sector privado local en la actividad turística.

Estas zonas turísticas son consideradas dentro de las recomendaciones de Promperú como Ruta Cortas en los Alrededores de Lima⁵³ en la zona este, y comparten características similares: zonas rurales de grandes paisajes, con caídas de agua, a pocas horas de Lima, entre otros.

⁵² Adaptado de Fred R. David, *Conceptos de la administración estratégica*, 11va ed., Prentice Education, 2008. pp. 112.

⁵³ Promperú - ¿Dónde ir? – Alrededores de Lima, Hacia el centro y este de Lima. Extraído el 15 de julio del 2011 desde http://www.peru.travel/s_ftociudades.asp?pdr=734&jrq=3.14.2&ic=1&ids=1456

Tabla 19: Matriz de Perfil Competitivo de la industria turística del distrito de Surco (MPC)

Factores clave de éxito	Peso	Surco		Matucana		Canta		Azpitia	
		Valor	Pond.	Valor	Pond.	Valor	Pond.	Valor	Pond.
1. Atractivos turísticos	0.15	4	0.60	4	0.60	4	0.60	3	0.45
2. Infraestructura turística	0.15	1	0.15	2	0.30	3	0.45	2	0.30
3. Marketing	0.12	1	0.12	3	0.36	3	0.36	3	0.36
4. Accesibilidad y conectividad de atractivos	0.10	3	0.30	3	0.30	3	0.30	3	0.30
5. Seguridad ciudadana	0.10	4	0.40	3	0.30	3	0.30	3	0.30
6. Atención al visitante	0.10	3	0.30	3	0.30	2	0.20	2	0.20
7. Precios	0.08	3	0.24	3	0.24	3	0.24	3	0.24
8. Inversión privada	0.08	1	0.08	2	0.16	3	0.24	3	0.24
9. Asistencia al visitante	0.06	2	0.12	2	0.12	3	0.18	2	0.12
10. Servicios de Salud	0.06	1	0.06	2	0.12	2	0.12	2	0.12
Total	1.00		2.37		2.80		2.99		2.63

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

6.2. Formulación Estratégica

6.2.1. Diagnóstico FODA del Turismo en el distrito de San Jerónimo de Surco en la provincia Huarochirí.

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

Tabla 20: Matriz FODA

	FORTALEZA - F	DEBILIDADES – D
Matriz FODA	1. Diversos recursos turísticos naturales, arqueológicos y paisajístico, para realizar turismo de aventura, rural y de naturaleza.	1. Insuficiente capacitación sobre actividades económicas a los pobladores con negocio propios y prestación de servicios.
	2. Ubicación en el km. 67 de la Carretera Central a 2.5 horas de Lima.	2. Escaso equipamiento para satisfacer las necesidades de prácticas de aventura por turistas.
	3. Existencia de microempresas de producto orgánicos con responsabilidad social en la comunidad de Ayas.	3. Inexistente planificación turística con las microempresas de la zona.
	4. Seguridad de la zona proporcionada por serenazgos y la policía de carreteras con sede en Surco.	4. Estructura e Infraestructura insuficientemente desarrollada, e insuficiente en temporadas altas.
5. Debilitada identidad cultural en la zona.		
6. Reducido presupuesto para invertir en el mejoramiento de la estructura e infraestructura turística.		
OPORTUNIDADES – O	ESTRATEGIA FO : Explotar	ESTRATEGIA DO : Buscar
1. Cercanía a Lima y fácil de acceso, apto para promover circuitos turísticos de fin de semana y feriados no	Posicionar a la localidad como un zona rural ideal para salir de la rutina los fines de semana y	Mejorar y ampliar la planta turística para satisfacer la demanda creciente. (D2, D4,

laborables.	practicar turismo de naturaleza y aventura. (F1, F2; O1, O2, O3, O6)	D6; O2, O4)
2. Tendencia creciente de la demanda limeña hacia zonas de naturaleza, aventura y arqueología.	Promover y promocionar las buenas prácticas de los emprendimientos sostenibles de Surco y anexos. (F2, F3; O1, O2, O4, O5)	Promover la compra de productos locales para activar el comercio interno. (D3; O3, O5)
3. Difusión de lugares turísticos en zonas rurales a través de medios de comunicación.		Generar atractivos y productos turísticos diferenciados que promueven la competitividad y sostenibilidad. (D1, D3, D4; O6)
4. Aumenta la tendencia del uso de Internet para planificar viajes y buscar información.		Crear un ente regulador de la planificación y ejecución de planes que promuevan el desarrollo turístico sostenible. (D3; O6)
5. Crecimiento económico del país y cambios de política con inclusión social de zonas menos favorecidas.		Desarrollar un Plan de marketing turístico del distrito. (D3; O3, O4)
6. Existencia del PENTUR y el PERTUR Lima que promueve el desarrollo de proyectos haciendo uso del canon.		Desarrollar Planes de capacitación en gestión microempresarial. (D3; O5)
		Desarrollar proyectos públicos y/o privados de acondicionamiento de los recursos turísticos. (D4, D6; O6)

AMENAZAS – A	ESTRATEGIA FA: Confrontar	ESTRATEGIA DA : Evitar
1. Accidentes en la Carretera Central impacta negativamente en la visita de los limeños.	Elaborar un Plan de seguridad que informe y proteja al turista de potenciales peligros. (F4; A1, A2, A5)	Elaborar estudio de la oferta y la demanda para identificar necesidades y expectativas de potenciales y reales. (D2, D3, A6)
2. Delincuencia e inseguridad generalizada.		Sensibilizar a pobladores y grupos de interés a fin de convertirlos en agentes educadores de conciencia turística. (D5; A3, A4, A5)
3. Transculturización.		
4. Escasa conciencia turística y cultural de protección y conservación de los recursos turísticos por parte de los turistas.		
5. Sistema de transporte público desordenado e informal.		
6. Déficit de cifras estadísticas en turismo : No existe la Cuenta Satélite de Turismo.		

6.2.2. Organización del Destino

En la organización del destino, se ha procedido a ordenar todos los aspectos que caracterizan el turismo en San Jerónimo de Surco, según la metodología presentada por el PENTUR en función de las categorías de **Planificación y Gestión turística, Territorio y Destino, Producto, y Promoción, Comunicación y Comercialización**, de modo que quede sistematizada la información y facilite el análisis del diagnóstico y posterior definición del modelo estratégico y sus líneas de acción operativas.

6.2.2.1. Planificación y Gestión turística

PPG1 : Posicionar a la localidad como un zona rural ideal para salir de la rutina los fines de semana y practicar turismo de naturaleza y aventura. (F1, F2; O1, O2, O3, O6)

PPG2 : Sensibilizar a pobladores y grupos de interés a fin de convertirlos en agentes educadores de conciencia turística. (D5; A3, A4, A5)

PPG3 : Elaborar estudio de la oferta y la demanda para identificar necesidades y expectativas de potenciales y reales. (D2, D3, A6)

PPG4 : Crear un ente regulador de la planificación y ejecución de planes que promuevan el desarrollo turístico sostenible. (D3; O6)

6.2.2.2. Territorio y Destino

PTD1 : Elaborar un Plan de seguridad que informe y proteja al turista de potenciales peligros. (F4; A1, A2, A5)

PTD2 : Desarrollar proyectos públicos y/o privados de acondicionamiento de los recursos turísticos. (D4, D6; O6)

6.2.2.3. Producto

PP1 : Generar atractivos y productos turísticos diferenciados que promueven la competitividad y sostenibilidad. (D1, D3, D4; O6)

PP2 : Mejorar y ampliar la planta turística para satisfacer la demanda creciente. (D2, D4, D6; O2, O4)

PP3 : Desarrollar Planes de capacitación en gestión microempresarial. (D3; O5)

6.2.2.4. Promoción, Comunicación y Comercialización

PPCC1 : Desarrollar un Plan de marketing turístico del distrito. (D3; O3, O4)

PPCC2 : Promover y promocionar las buenas prácticas de los emprendimientos sostenibles de San Jerónimo de Surco y anexos. (F2, F3; O1, O2, O4, O5)

6.2.3. Matriz Boston Consulting Group (MBCG)

La matriz BCG representa gráficamente la diferencia entre las divisiones en términos de posición relativa de su participación de mercados y la tasa de crecimiento industrial.

Se procede a realizar el análisis teniendo en consideración el crecimiento del sector turismo y de los productos turísticos del distrito de San Jerónimo de Surco en la Provincia de Huarochirí. El análisis a visualizar en la Figura 18, se realiza en base a datos del diagnóstico de la localidad y atractivos turísticos de la región.

6.2.3.1. Cuadrante I - Interrogante :

En el cuadrante de Interrogantes, se ubica a la Catarata Mortero, Restos Arqueológicos de Huacapune, de Huanano, de Chingana, localidad de Songos y Festival Patronal de San Jerónimo de Surco, debido a que hasta el momento el flujo de visitantes que reciben es baja; sin embargo, son productos de alto potencial turístico. Necesitan de inversión y promoción para volverse competitivos. Deben ser consolidados a través de una estrategia intensiva: penetración de mercado, desarrollo de mercado o desarrollo de producto.

6.2.3.2. Cuadrante II - Estrellas :

En el cuadrante Estrella encuentra a la Catarata Huanano, la cual representaría la mejor oportunidad a largo plazo en términos de crecimiento y rentabilidad. Asimismo, cuenta con un alto flujo de visitantes por ser la catarata más cercana al ingreso de San Jerónimo de Surco Huanano (45 minutos). Requiere de una importante inversión para mantenerse o

fortalecer su posicionamiento. Pueden emplearse estrategias de integración interna o intensivas.

6.2.3.3. Cuadrante III - Vacas lecheras :

En el cuadrante Vaca lechera se encuentran a la Catarata Palakala y a las actividad agropecuaria. Tiene alta aceptación de visitantes de Lima por ser el atractivo más característico del distrito de San Jerónimo de Surco, con una caminata de tres horas desde el ingreso al distrito. Su posicionamiento en la demanda, hace que genere ingresos al distrito a través de sus visitas y consumo en el lugar. Se debe mantener su sólida posición empleando estrategias como el desarrollo de productos o la diversificación concéntrica.

6.2.3.4. Cuadrante IV - Perros :

Los recursos turísticos como los Restos Arqueológicos Cantahuaycho, Boquicuesta, Cotogentil tienen baja o casi nula actividad turística y no representan ningún crecimiento de mercado. Por su débil posición interna y externa, se suelen no intervenir.

Figura 66 : Matriz Boston Consultig Group (BCG) para el Distrito de Surco Provincia de Huarochirí.



Posición relativa de participación de mercado

Nota: La unidad de medida para la elaboración de la matriz fueron las cantidades aproximadas de visitas a los recursos turísticos.

6.2.4. Matriz Interna-Externa (MIE)

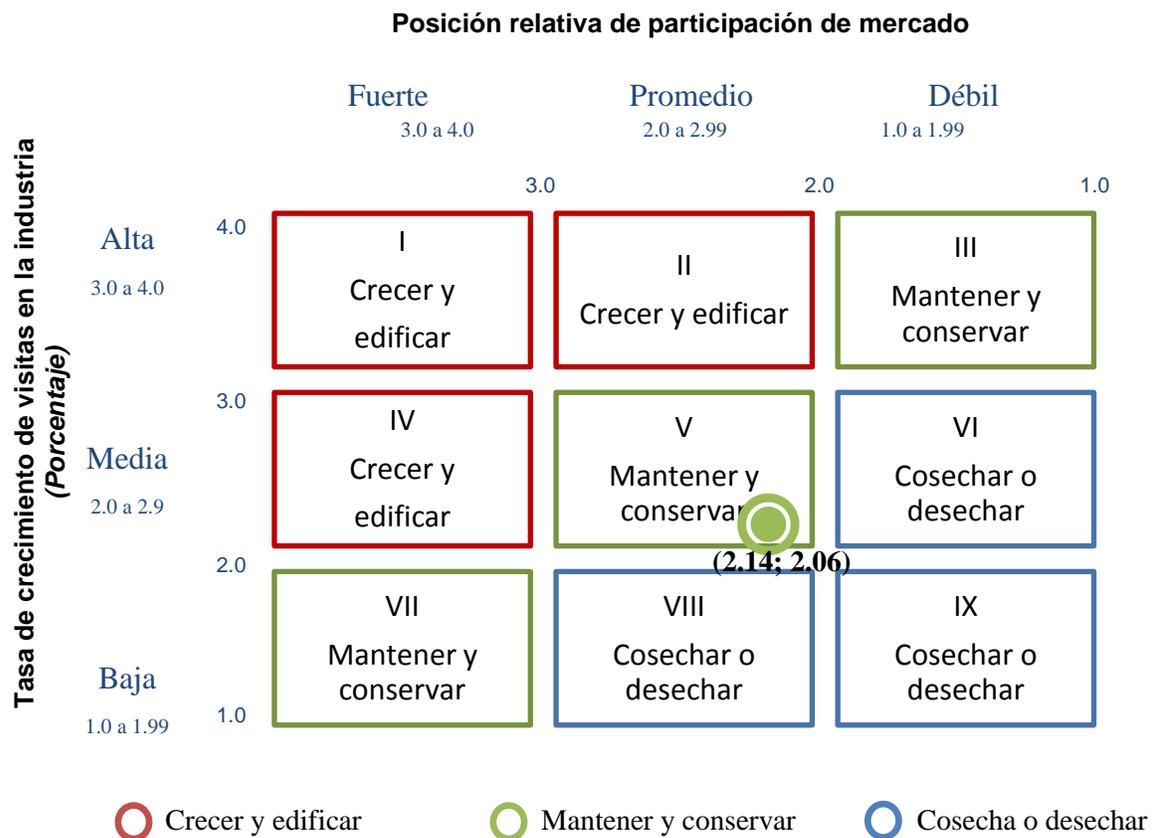
La Matriz Interna-Externa se relaciona directamente con los resultados ponderados de la matriz EFI en el eje x y la matriz EFE en el eje y. La matriz IE cuenta con nueve cuadrantes, que se divide en tres regiones principales que tienen diversas implicancias en la estrategia.

Para el estudio en San Jerónimo de Surco, se ha desarrollado una Matriz IE en base a los recursos turísticos que permitan formular estrategias y asignar con mayor eficiencia sus recursos entre las divisiones.

A partir del análisis realizado, el distrito de San Jerónimo de Surco se ubicaría dentro del cuadrante V a la cual le corresponde una alternativa de *mantener y conservar* los productos

y mercados existentes a través de estrategias de la **penetración de mercados y el desarrollo de productos.**

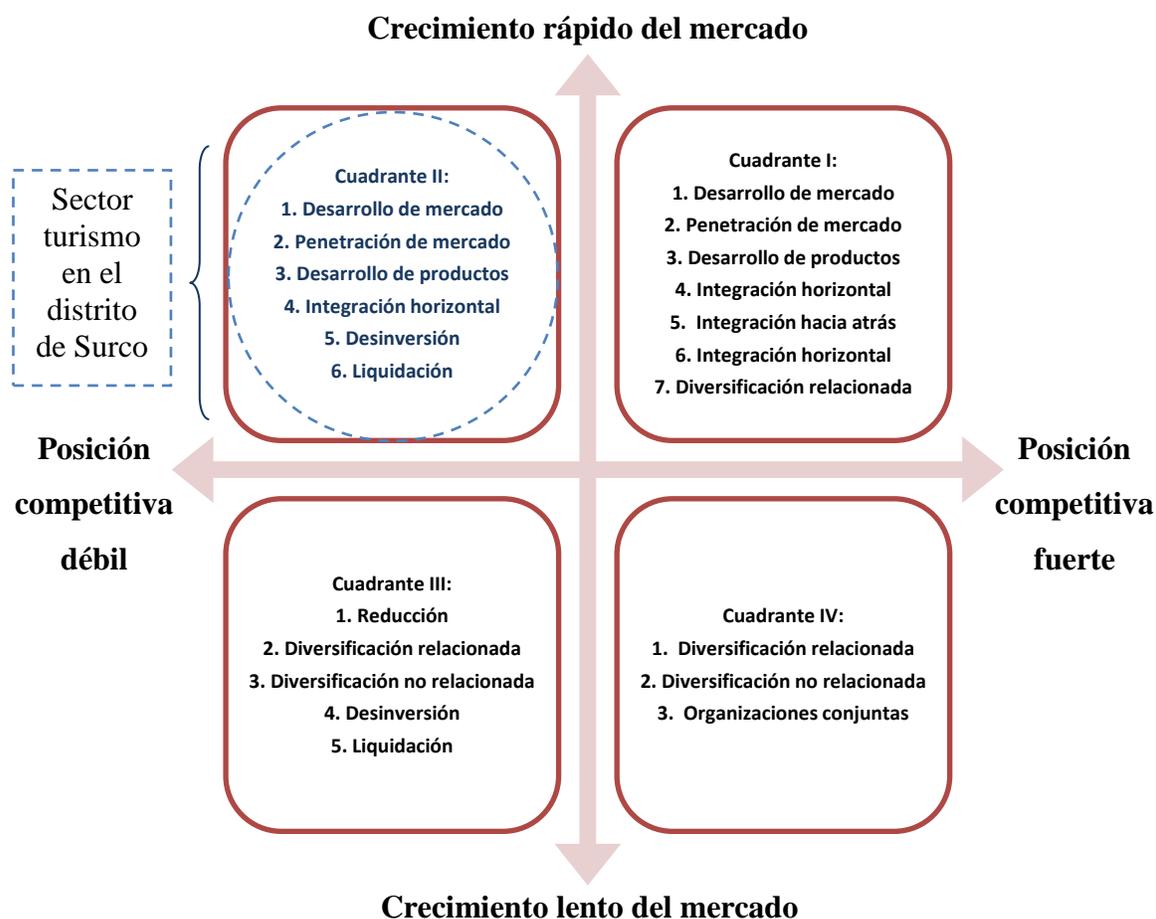
Figura 67 : Matriz Interna-Externa para el Distrito de Surco - Provincia de Huarochirí.



Divisiones	Puntuaciones EFI	Puntuaciones EFE
Distrito de Surco	2.14	2.06

6.2.5. Matriz de la Gran Estrategia (MGE)

Figura 68 : Matriz de la Gran Estrategia del distrito de Surco.



Fuente : Adaptación propia al modelo de la MGE.

La matriz de la Gran Estrategia permite evaluar y formular la elección de estrategias del sector turístico del distrito de San Jerónimo de Surco, relacionando la velocidad del crecimiento del mercado con la fortaleza o debilidad de la posición competitiva del distrito.

La evaluación muestra que la posición competitiva del sector turístico de San Jerónimo de Surco se encuentra a un nivel **DÉBIL (Análisis Competitivo: 2.37)**, sin embargo el mercado crece rápidamente.

Según el cuadrante II, corresponde aplicar una estrategia Intensiva (en oposición de una integradora o de diversificación).

Tabla 21 : Cuadrantes de la MGE y sus estrategias

Cuadrante	Tipo	Estrategias
I	Exceso de recursos	Integradoras
	Dependencia a un solo producto	Diversificación relacionada
II	Industria de rápido crecimiento	Intensiva (en oposición de una integradora o de diversificación)
	Carece de competencia distintiva o de ventaja competitiva significativa	Integración horizontal
III	Compite con industrias de lento crecimiento	Reducir los costos más cuantiosos y los activos.
	Posición competitiva débil	
IV	Posición competitiva fuerte	Diversificación relacionada o no relacionada.
	Industria de lento crecimiento	

6.2.6. Matriz de Decisión (MD)

Las estrategias generadas de las matrices FODA, BCG, IE y GE reunidas en la matriz de decisión (MD) son evaluadas a efectos de seleccionar las estrategias que sean recurrentes más de tres veces. Son estrategias de contingencia aquellas que no fueron repetitivas.

Tabla 22 : Matriz de Decisión para el distrito de Surco (MD)

Estrategias específicas	FODA	BCG	IE	GE	Total
Intensivas : Penetración en el mercado					
Posicionar a la localidad como un zona rural ideal para salir de la rutina los fines de semana y practicar turismo de naturaleza y aventura.	X	X	X	X	4
Desarrollar un Plan de marketing turístico del distrito.	X	X	X	X	4
Intensivas : Desarrollo de productos					
Generar atractivos y productos turísticos diferenciados que promueven la competitividad y sostenibilidad.	X	X	X	X	4
Mejorar y ampliar la planta turística para satisfacer la demanda creciente.	X	X	X	X	4
Desarrollar Planes de capacitación en gestión microempresarial.	X	X	X	X	4
Internas : Estrategias internas de gerencia de procesos					
Sensibilizar a pobladores y grupos de interés a fin de convertirlos en agentes educadores de conciencia turística.	X	X	X	X	4
Elaborar estudio de la oferta y la demanda para identificar necesidades y expectativas	X	X	X	X	4

de potenciales y reales.					
Crear un ente regulador de la planificación y ejecución de planes que promuevan el desarrollo turístico sostenible.	X	X	X	X	4
Elaborar un Plan de seguridad que informe y proteja al turista de potenciales peligros.	X	X	X	X	4
Desarrollar proyectos públicos y/o privados de acondicionamiento de los recursos turísticos.	X	X	X	X	4

CAPÍTULO VII: PROPUESTA - PLAN ESTRATÉGICO TURÍSTICO PARA EL DISTRITO DE SAN JERÓNIMO DE SURCO

7.1. Alcance del documento

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

Asimismo, se ha estructurado en base a los lineamientos, objetivos y acciones del Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR 2008-2018 y el Plan de Desarrollo Concertado de la Región Lima 2008 – 2021 que constituyen su marco de referencia.

7.2. Políticas

Tomando en consideración las políticas del Pentur y del Pertur Lima, se plantea las siguientes políticas para el Desarrollo Turístico Sostenible de Surco y anexos bajo un modelo de política de Desarrollo Local:

- ✓ Turismo Sostenible con desarrollo económico, participación ciudadana y responsabilidad ambiental.
- ✓ Puesta en valor de los recursos turísticos, posicionándolos como el conjunto turístico principal en la zona este.
- ✓ Administración pública y privada turística eficiente y fortalecida con proyección de trabajo sostenido, con participación de la sociedad civil.

- ✓ Buscar la experiencia turística de calidad con concientización de los visitantes para con la localidad y sus atractivos.
- ✓ Incremento sostenido de la cantidad de turistas y el gasto en la localidad a efectos de asegurar una redistribución adecuada de los recursos.
- ✓ Fortalecer la capacidad y competencia técnica productiva agropecuario e semi-industrial, y de emprendedores relacionados al turismo directa e indirectamente.

7.3. Ejes Estratégicos

- ✓ Desarrollo Turístico Sostenible.
- ✓ Producto turístico de calidad.
- ✓ Experiencia turística de calidad.

7.4. Visión

Ser un destino turístico ideal para caminatas y visita de cataratas para los fines de semana, fuera de la ciudad pero sin salir de Lima, reconocido por su actividad turística sostenible, con participación activa de la comunidad y atractivo para visitantes responsables con su entorno.

7.5. Misión

Brindar una experiencia turística de calidad en el ámbito del turismo rural, de naturaleza y de aventura, con una gestión eficiente y planificada, promoviendo el desarrollo turístico sostenible en beneficio del visitante y de la comunidad residente.

7.6. Valores

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

- ✓ Respeto y responsabilidad ante la sociedad y el medio ambiente.
- ✓ Vocación de servicio para con el visitante.

7.7. Formulación del Plan Estratégico Turístico

7.7.1. Objetivos Estratégicos Generales

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

- Objetivo de largo Plazo 1 : Posicionar a San Jerónimo de Surco como destino turístico para limeños que buscan salir de la rutina a zonas rurales los fines de semana.
- Objetivo de largo Plazo 2 : Mejorar y ampliar la planta turística a efectos de contar con mayor capacidad de satisfacer con calidad las necesidades de la demanda.
- Objetivo de largo Plazo 3 : Generar productos turísticos diferenciados para aprovechar acciones del Estado que vienen contribuyendo a la generación de competitividad del sector privado de turismo.
- Objetivo de largo Plazo 4 : Promover una administración pública y privada del desarrollo turístico de San Jerónimo de Surco con calidad y responsabilidad social.

7.7.2. Objetivos Estratégicos Específicos

Los objetivos específicos o de corto plazo servirán de directrices para la acción debido a que canalizan los esfuerzos y actividades del distrito de San Jerónimo de Surco que permitan lograr los objetivos de largo plazo.

7.7.2.1. Programas del Plan

Dentro de la formulación del Plan Estratégico Turístico que fomente el desarrollo sostenible de San Jerónimo de Surco, en la provincia de Huarochirí – Lima, se ha establecido los siguientes programas con sus objetivos específicos y actividades a desarrollar :

Tabla 23 : Programas del Plan Estratégico Turístico

PROGRAMA	OBJETIVO ESTRATEGICO	ACCIONES A DESARROLLAR
<p>Programa 1 : Planificación y Gestión turística local.</p>	<p>Objetivo 1.1. Posicionar a la localidad como un zona rural ideal para salir de la rutina los fines de semana y practicar turismo de naturaleza y aventura.</p>	<p>1.1.1. Desarrollo de herramientas de mercadeo.</p> <p>1.1.2. Gestión de circuitos o rutas turísticas características del distrito.</p>
	<p>Objetivo 1.2. Sensibilizar a pobladores y grupos de interés a fin de convertirlos en agentes educadores de conciencia turística.</p>	<p>1.2.1. Crear un programa de talleres de sensibilización de los pobladores locales.</p> <p>1.2.2. Crear un programa de talleres de sensibilización de los grupos de interés.</p>
	<p>Objetivo 1.3. Elaborar estudio de la oferta y la demanda para identificar necesidades y expectativas de potenciales y reales.</p>	<p>1.3.1. Evaluación de la oferta turística del distrito de Surco.</p> <p>1.3.2. Evaluación de la demanda real y potencial del distrito de Surco.</p>
	<p>Objetivo 1.4. Crear un ente regulador de la planificación y ejecución de planes que promuevan el desarrollo turístico sostenible.</p>	<p>1.4.1. Identificación de pobladores con disposición y condiciones para la gestión turística.</p> <p>1.4.1 Identificación de organizaciones interesadas en la gestión turística del distrito.</p>

<p>Programa 2 : Territorio y Destino</p>	<p>Objetivo 2.1 : Elaborar un Plan de seguridad que informe y proteja al turista de potenciales peligros.</p>	<p>1.1.1. Capacitación en integración de los actores involucrados.</p> <p>1.1.2. Desarrollo de heramientas de comunicación del Plan de seguridad.</p>
	<p>Objetivo 2.2 : Desarrollar proyectos públicos y/o privados de acondicionamiento de los recursos turísticos.</p>	<p>2.2.1. Desarrollo de la habilitación turística sostenible del distrito (zona de camping, zona de alimentos, miradores, zona de venta artesanal).</p> <p>2.2.2. Desarrollo de proyectos de protección y conservación de los restos arqueológicos.</p>
<p>Programa 3 : Producto</p>	<p>Objetivo 3.1 : Generar atractivos y productos turísticos diferenciados que promueven la competitividad y sostenibilidad.</p>	<p>3.1.1. Diseño de itinerarios competitivos con elementos de sostenibilidad.</p> <p>3.1.2. Desarrollo de circuitos de agroturismo, ecoturismo, turismo vivencial.</p> <p>3.1.3. Desarrollo de marca del distrito.</p>
	<p>Objetivo 3.2 : Mejorar y ampliar la planta turística para satisfacer la demanda creciente.</p>	<p>3.2.1. Elaboración de senderos interpretativos.</p> <p>3.2.2. Desarrollo de hospedajes comunitarios y recreativos.</p>
	<p>Objetivo 3.3 : Desarrollar planes de capacitación en gestión microempresarial.</p>	<p>3.3.1. Capacitación de diseño y producción de productos artesanales.</p> <p>3.3.2. Capacitación de empresas del rubro gastronómico y hospedaje.</p> <p>3.3.3. Capacitación de técnicas de conducción turística.</p>

Programa 4 : Promoción, Comunicación y Comercialización.	Objetivo 4.1 : Desarrollar un Plan de promoción turístico del distrito.	4.1.1. Elaboración de material publicitario (Página web, redes sociales, video promocional, folletos, trípticos, afiches, brochures) 4.1.2. Relacionamiento con agencias de viaje de turismo interno y fulldays.
	Objetivo 4.2 : Promover y promocionar las buenas prácticas de los emprendimientos sostenibles de Surco y anexos.	4.2.1. Relacionamiento con medios de comunicación. 4.2.2. Participación en ferias agropecuarias con productos locales.

7.7.3. Asignación presupuestal

Para los recursos financieros se debe tomar en cuenta que :

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

7.7.3.1. Programa 1 : Planificación y Gestión turística local.

Tabla 24: Programa 1.

TEMA	META	N° BENEFICIARIOS	TIEMPO	PARCIAL	MONTO DE INVERSIÓN
Objetivo 1.1.					

Actividad 1.1.1. Desarrollo de herramientas de mercadeo.	5 Servicios	-	60 meses	100 000	500 000
Actividad 1.1.2. Gestión de circuitos o rutas turísticas características del distrito.	5 circuitos o rutas turísticas	-	12 meses	40 000	200 000
Objetivo 1.2.					
Actividad 1.2.1. Crear talleres de sensibilización de los pobladores locales.	15 talleres	120	15 meses	7 000	105 000
Actividad 1.2.2. Crear un programa de talleres de sensibilización de los grupos de interés.	15 talleres	50	15 meses	7 000	105 000
Objetivo 1.3.					
Actividad 1.3.1. Evaluación de la oferta turística del distrito de Surco.	1 Consultoría	-	6 meses	10 000	10 000
Actividad 1.3.2. Evaluación de la demanda real y potencial del distrito de Surco.	2 Consultoría	-	6 meses	10 000	20 000
Objetivo 1.4.					
Actividad 1.4.1. Identificación de pobladores con disposición y condiciones para la gestión turística.	2 Consultoría	-	6 meses	10 000	20 000
Actividad 1.4.2. Identificación de organizaciones interesadas en la gestión turística del distrito.	1 Consultoría	-	6 meses	10 000	10 000

	TOTAL	970 000
--	--------------	----------------

Fuente : Elaboración Propia

7.7.3.2. Programa 2 : Territorio y Destino.

Tabla 25 : Programa 2.

TEMA	META	N° BENEFICIARIOS	TIEMPO	PARCIAL	MONTO DE INVERSIÓN
Objetivo 2.1.					
Actividad 2.1.1. Capacitación en integración de los actores involucrados.	2 Servicios	40	8 meses	15 000	30 000
Actividad 2.1.2. Desarrollo de heramientas de comunicación del Plan de seguridad.	2 Servicios	-	10 meses	15 000	15 000
Objetivo 2.2.					
Actividad 2.2.1. Desarrollo de la habilitación turística sostenible del distrito (zona de camping, zona de alimentos, miradores, zona de venta artesanal).	1 Consultoría	-	3 meses	550 000	550 000
Actividad 2.2.2. Desarrollo de proyectos de protección y conservación de los restos arqueológicos.	1 Consultoría	-	60 meses	1 000 000	1 000 000
				TOTAL	1 595 000

Fuente : Elaboración Propia

7.7.3.3. Programa 3 : Producto.

Tabla 26 : Programa 3.

TEMA	META	N° BENEFICIARIOS	TIEMPO	PARCIAL	MONTO DE INVERSIÓN
Objetivo 3.1.					
Actividad 3.1.1. Diseño de itinerarios competitivos con elementos de sostenibilidad.	2 Consultorías	-	6 meses	-	30 000
Actividad 3.1.2. Desarrollo de circuitos de agroturismo, ecoturismo, turismo vivencial.	2 Consultorías	-	6 meses	-	30 000
Actividad 3.1.3. Desarrollo de marca del distrito.	1 Consultoría	-	6 meses	-	15 000
Objetivo 3.2.					
Actividad 3.2.1. Elaboración de senderos interpretativos.	1 Servicio	-	3 meses	-	300 000
Actividad 3.2.2. Desarrollo de hospedajes comunitarios y recreativos.	1 Consultoría	-	6 meses	-	1 000 000
Objetivo 3.3.					
Actividad 3.3.1. Capacitación de diseño y producción de productos artesanales.	4 cursos	60	6 meses	5 000	20 000
Actividad 3.3.2. Capacitación de empresas del rubro gastronómico y	8 cursos	60	12 meses	5 000	40 000

hospedaje.					
Actividad 3.3.3. Capacitación de técnicas de conducción turística.	4 cursos	60	6 meses	5 000	20 000
	TOTAL				1 455 000

Fuente : Elaboración Propia

7.7.3.4. Programa 4 : Promoción, Comunicación y Comercialización.

Tabla 27 : Programa 4.

TEMA	META	N° BENEFICIARIOS	TIEMPO	PARCIAL	MONTO DE INVERSIÓN
Objetivo 4.1.					
Actividad 4.1.1. Elaboración de material publicitario (Página web, video promocional, folletos, trípticos, afiches, brochures)	6 servicios	-	12 meses	-	500 000
Actividad 4.1.2. Relacionamiento con agencias de viaje de turismo interno y fulldays.	1 Consultoría	-	6 meses	-	20 000
Objetivo 4.2.					
Actividad 4.2.1. Relacionamiento con medios de comunicación.	5 Consultorías	-	10 meses	8 000	40 000
Actividad 4.2.2. Participación en ferias agropecuarias.	10 Servicios	20	5 meses	10 000	100 000
	TOTAL				610 000

Fuente : Elaboración Propia

7.7.4. Resultados esperados

La implementación de los programas presentados en el documento de trabajo, se espera posicionar al distrito de San Jerónimo de Surco como destino turístico cercano a Lima, reconocido por su actividad turística sostenible, con participación activa de la comunidad y atractivo para visitantes responsables con su entorno.

7.7.5. Plazo de ejecución

El plazo de ejecución de las actividades es de sesenta meses (05 años).

7.7.6. Presupuesto total

Tabla 28 : Presupuesto de ejecución del Plan

PRESUPUESTO	
Descripción	INVERSIÓN
Programa 1 : Planificación y Gestión turística local.	S/. 970 000
Programa 2 : Territorio y Destino.	S/. 1 595 000
Programa 3 : Producto.	S/. 1 455 000
Programa 4 : Promoción, Comunicación y Comercialización.	S/. 660 000
TOTAL GENERAL	S/. 4 680 000

Fuente : Elaboración Propia

7.7.7. Planeamiento de la Estructura Organizacional

El Plan estratégico para el desarrollo turístico de San Jerónimo de Surco busca el desarrollo económico, social y ambiental e integrando sus recursos potenciales con los servicios existentes a fin de generar productos atractivos para los visitantes y turistas del distrito de San Jerónimo de Surco y sus comunidades rurales anexas.

El Plan busca la optimización del desempeño de la actividad turística para la satisfacción del turista a fin de lograr un desarrollo socio económico integrador, y protección y conservación ambiental.

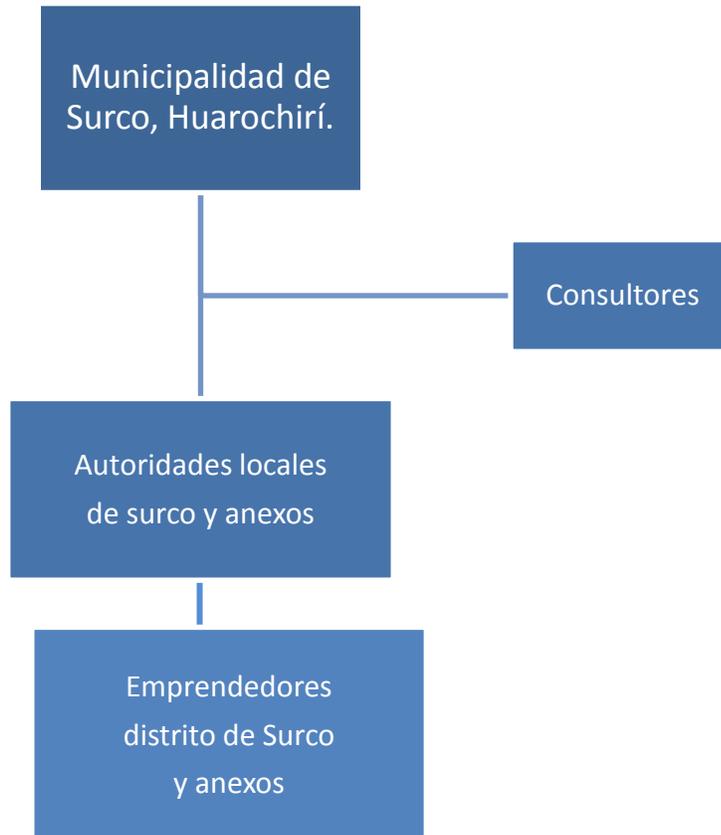
La Municipalidad distrital de Surco debe fomentar la creación de un organismo regulador de índole público - privado que fortalezca el desarrollo local del sector turismo privado, la comunicación interna y externa relacionadas al turismo y afines.

Se propone que dicho organismo, que puede ser manejado como un Comité de Turismo de San Jerónimo de Surco, provincia de Huarochirí:

- **Municipalidad de Surco:** Integrada por representantes de la Municipalidad de Surco, responsables de la gestión efectiva del Plan Estratégico, de la sinergia entre las entidades integrantes de este comité y de brindar directrices generales para el desarrollo turístico responsable.
- **Consultores:** Encargados de desarrollar los estudios técnicos de cada actividad a ejecutar. Su trabajo debe ser coordinado con la municipalidad y debe buscar la mejora continua y el bienestar de la comunidad y su medio ambiente con la actividad turística.
- **Autoridades Locales:** Encargados de coordinar y convocar a la comunidad en la participación activa de las acciones de desarrollo turístico sostenible a efectos de lograr los objetivos del Plan.
- **Emprendedores:** Como sector privado local, son los encargados de implementar en sus negocios los lineamientos de sostenibilidad y competitividad empresarial con proyección social.

Esta organización debe respetar y hacer respetar las políticas planteadas para el distrito, así como representar los legítimos derechos e intereses del sector.

Figura 69 : Estructura organizacional del Comité de Turismo de Surco – Huarochirí.



Fuente : Elaboración propia

7.7.8. Evaluación y control

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

7.8. Cronograma de Ejecución

Tabla 29 : Cronograma de ejecución

TEMA	Durac	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
PROGRAMA 1: PLANIFICACION Y GESTION TURISTICA LOCAL.						
Objetivo 1.1. Posicionar a la localidad como un zona rural ideal para salir de la rutina los fines de semana y practicar turismo de naturaleza y aventura.						
Desarrollo de herramientas de mercadeo.	60 meses	1	1	1	1	1
Gestión de circuitos o rutas turísticas características del distrito.	12 meses	1	1	1	1	1
Objetivo 1.2. Sensibilizar a pobladores y grupos de interés a fin de convertirlos en agentes educadores de conciencia turística.						
Crear talleres de sensibilización de los pobladores locales.	15 meses	3	3	3	3	3
Crear un programa de talleres de sensibilización de los stakeholders.	15 meses	3	3	3	3	3
Objetivo 1.3. Elaborar estudio de la oferta y la demanda para identificar necesidades y expectativas de potenciales y reales.						
Evaluación de la oferta turística del distrito de Surco.	6 meses	1				
Evaluación de la demanda real y potencial del distrito de Surco.	6 meses	1		1		
Objetivo 1.4. Crear un ente regulador de la planificación y ejecución de planes que promuevan el desarrollo turístico sostenible.						
Identificación de pobladores con disposición y condiciones para la gestión turística.	6 meses	1		1		
Identificación de organizaciones interesadas en la gestión turística	6 meses	1				
PROGRAMA 2: TERRITORIO Y DESTINO						
Objetivo 2.1. Elaborar un Plan de seguridad que informe y proteja al turista de potenciales peligros.						
Capacitación en integración de los actores involucrados.	6 meses	1		0.5		0.5
Desarrollo de heramientas de comunicación del Plan de seguridad.	12 meses	1		1		
Objetivo 2.2. Desarrollar proyectos públicos y/o privados de acondicionamiento de los recursos turísticos.						
Desarrollo de la habilitación turística sostenible del distrito (zona de camping, zona de alimentos, miradores, zona de venta artesanal).	4 meses		0.5	0.5		
Desarrollo de proyectos de protección y conservación de los restos arqueológicos.	12 meses		0.5	0.5		
PROGRAMA 3: PRODUCTO						
Objetivo 3.1. Generar atractivos y productos turísticos diferenciados que promueven la competitividad y sostenibilidad.						
Diseño de itinerarios competitivos con elementos de sostenibilidad.	6 meses		1	1		
Desarrollo de circuitos de agroturismo, ecoturismo, turismo vivencial.	6 meses		1	1		
Desarrollo de marca del distrito.	6 meses				1	
Objetivo 3.2. Mejorar y ampliar la planta turística para satisfacer la demanda creciente.						
Elaboración de senderos interpretativos.	3 meses	0.05		0.05		
Desarrollo de hospedajes comunitarios y recreativos.	6 meses	0.1		0.1		
Objetivo 3.3. Desarrollar planes de capacitación en gestión microempresarial.						
Capacitación de diseño y producción de productos artesanales.	6 meses	1	1	1	1	
Capacitación de empresas del rubro gastronómico y hospedaje.	12 meses	4	4			
Capacitación de técnicas de conducción turística.	6 meses	2	2			
PROGRAMA 4: PROMOCION, COMUNICACION Y COMERCIALIZACION.						
Objetivo 4.1. Desarrollar un Plan de promoción turístico del distrito.						
Elaboración de material publicitario	12 meses	1	2	1	2	
Relacionamiento con agencias de viaje de turismo interno y fulldays.	6 meses	1				
Objetivo 4.2. Promover y promocionar las buenas prácticas de los emprendimientos sostenibles de Surco y anexos.						
Relacionamiento con medios de comunicación.	10 meses		1	1	1	2
Participación en ferias agropecuarias.	5 meses	2	2	2	2	2
Fuente : Elaboración Propia						

Conclusiones

1. El turismo en nuestro país tanto interno como receptivo se encuentra en crecimiento, lo cual hace necesario implementar las condiciones básicas y complementarias que permitan brindar una experiencia turística de calidad a los visitantes de nuestros atractivos.
2. La actividad turística en el Perú debe estar orientada a la gestión de los recursos de manera que se satisfagan las necesidades económicas, sociales y ambientales de la localidad, respetando la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los mecanismos de trabajo en equipo de la localidad.
3. El distrito de San Jerónimo de Surco, sus anexos y centros poblados, ubicado en la provincia de Huarochirí de la Región Lima, cuentan con recursos naturales, históricos y culturales de interés turístico con una tasa de crecimiento del 15% anual en visitas de turistas y excursionistas procedentes en un de Lima 99% (44% de distritos de Lima moderna), con un rango de edades entre 28 y 34 años, con un promedio de gasto entre 10 y 50 soles con posibilidad de incremento en relación a su presupuesto de viaje que no es utilizado en su totalidad debido a que San Jerónimo de Surco no cuenta con suficientes servicios turísticos que ofrecer. Ello constituye una oportunidad de mejora ya que el 94% de los que conocen San Jerónimo de Surco están dispuestos a recomendar su visita.
4. La importancia de un Plan Estratégico Turístico para el distrito de Surco - Huarochirí, basado en las expectativas de los visitantes del lugar y las necesidades de la población, debe ser considerada una herramienta de gestión para la toma de decisiones a cargo de sus autoridades; además, permitiría orientar los recursos disponibles al cumplimiento de objetivos estratégicos, a medir el desempeño y a realizar acciones correctivas con la finalidad de fomentar el Desarrollo Turístico Sostenible de la localidad.

5. El Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico Sostenible de San Jerónimo de Surco, ha sido elaborado en base a los lineamientos, objetivos y acciones del Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR 2008-2018 y el Plan de Desarrollo Concertado de la Región Lima 2008 – 2021 que constituyen su marco de referencia.
6. Las políticas para el Desarrollo Turístico Sostenible de San Jerónimo de Surco y comunidades anexas están bajo un principio de Desarrollo Local, en donde el Turismo Sostenible debe lograrse a través del desarrollo económico, la participación ciudadana y la responsabilidad ambiental. La puesta en valor de los recursos turísticos, la administración pública y privada eficiente debe ser fortalecida con la participación ciudadana. Asimismo, la experiencia turística debe ser de calidad. Por otro lado, el incremento del flujo de turistas como necesidad para asegurar una redistribución adecuada de los recursos.
7. Los ejes Estratégicos trabajados son : Desarrollo Turístico Sostenible, Producto turístico de calidad y la Experiencia turística de calidad.
8. La visión del distrito de San Jerónimo de Surco está enfocada en ser un destino turístico para caminatas y visita de cataratas visitado los fines de semana sin salir de Lima, y reconocido por su actividad turística sostenible, con participación activa de la comunidad y con respeto a la naturaleza.
9. La misión de la actividad turística en el distrito de San Jerónimo de Surco es brindar al turista una experiencia de su visita con calidad en el ámbito rural, natural y de aventura, con una gestión eficiente y planificada de los servicios y beneficiando a la población residente.
10. Los Objetivos que se desprenden luego de realizado el análisis situacional al distrito de San Jerónimo de Surco son: Posicionar a San Jerónimo de Surco como destino turístico para salir de la rutina a zonas rurales los fines de semana, Mejorar y ampliar la planta turística a efectos de contar con mayor capacidad de satisfacer con calidad las necesidades de la demanda, Generar productos turísticos diferenciados según un plan estratégico para aprovechar acciones del Estado que vienen contribuyendo a la generación de competitividad del sector privado de turismo, y

promover una administración pública y privada del desarrollo turístico de con calidad y responsabilidad social.

11. La actividad turística de San Jerónimo de Surco cuenta con una respuesta PROMEDIO frente a factores externos que impactan en la comunidad.
12. Según la evaluación interna de San Jerónimo de Surco indica que la respuesta del distrito ante la actividad turística aún es DÉBIL.
13. Entre los destinos competidores de San Jerónimo de Surco, por ser destinos similares, Canta cuenta con mayor grado de competitividad, seguida de Matucana y en tercer lugar Azpitia.
14. Según la Matriz Boston Consulting Group, tomando en consideración el crecimiento de flujo turístico del distrito de San Jerónimo de Surco y su participación en el mercado, su atractivo turístico ESTRELLA es la catarata de Huanano, mientras que la catarata Palakala es VACA LECHERA.
15. La Matriz Interna – Externa señala que el distrito de San Jerónimo de Surco cuenta con alternativas de MANTENER y CONSERVAR a través de estrategias de Penetración de Mercado y Desarrollo de Productos.
16. La Matriz de la Gran Estrategia, reafirma la Penetración de mercado y el desarrollo de Productos, con estrategias INTENSIVAS y de INTEGRACIÓN HORIZONTAL.
17. Los programas propuestos en el Plan Estratégico Turístico se basan en el marco brindado por el Pentur, los cuales son : Planificación y Gestión turística, Territorio y Destino, Producto, Promoción, comercialización y comercialización.
18. Las acciones propuestas fueron propuestas en base a las necesidades de la población así como de los visitantes, considerando en la sostenibilidad económica, social y ambiental.
19. El plazo propuesto para la ejecución de las acciones del Plan Estratégico Turístico es de 05 años y con una asignación presupuestal de S/. 4'6800.
20. Se propuso la conformación de un Comité de Turismo para la evaluación y control del Plan.

Recomendaciones

1. El distrito de San Jerónimo de Surco debería generar vínculos con las universidades con especialidad de Turismo para el levantamiento de información necesaria para alimentar el Plan Estratégico Turístico.
2. Se recomienda llevar un mejor control del ingreso de visitantes al distrito de San Jerónimo de Surco así como al de sus anexos, que en la actualidad carecen de algún punto de registro.
3. Los proyectos de habilitación turística deben contemplar la creación de paneles interpretativos sobre la naturaleza que abunda en San Jerónimo de Surco, y sus anesos, así como zonas de descanso, puntos de agua en las rutas de larga caminata. Además de zonas de camping mejor acondicionadas, tachos de basura y servicios higiénicos adecuados y mejor señalización amigable con el escenario paisajístico.
4. Se recomienda trabajar directamente con la población algunos talleres de integración comunal que les permita de crear proyectos turísticos que se ajusten a su realidad y necesidades. Asimismo, sensibilizar a la población con la importancia del turismo en su localidad y en su calidad de vida.
5. Se debe sensibilizar a los turistas en la protección y conservación de nuestros paisajes naturales, haciéndoles entender que su visita es un aporte al desarrollo de la comunidad.
6. Los servicios turísticos de San Jerónimo de Surco son deficientes, por lo que se deben mejorar y crear mayores servicios de hospedaje y sobre todo de restauración.
7. La zona de San Jerónimo de Surco es agrícola, sin embargo, son pocos los visitantes que toman conocimiento de ello, por lo tanto, se recomienda una mejor comunicación sobre lo que puede un visitante encontrar y comprar en el distrito.

8. Los programas y acciones a ejecutar deben ser financiera y económicamente viables para el desarrollo turístico sostenible del distrito, soportable con el medio ambiente y el bienestar social.
9. Se deben crear fuentes de financiamiento en coordinación con la población para reinvertir en infraestructura u otras actividades de índole turístico.
10. La Municipalidad distrital de Surco debe fomentar la creación de un organismo mixto que fortalezca el desarrollo local con el apoyo del sector turismo privado.
11. La evaluación y control del Plan Estratégico Turístico debe estar a cargo de un Comité de Turismo, a fin de velar por el cumplimiento de los objetivos trazados.
12. Se debe invertir en promoción del destino ofertándolo como un distrito de prácticas sostenibles en un ambiente de naturaleza con responsabilidad social.

Bibliografía

Banco de Información distrital extraído el 25 de diciembre del 2010 desde <http://proyectos.inei.gob.pe/mapas/bid/>

Cámara Nacional de Turismo del Perú (Canatur) (n.d.). Extraído el 14 de julio del 2011 desde <http://www.canaturperu.org/>

Censo de Población y Vivienda 2007 - INEI. Consultado el 15 de agosto 2011 desde <http://www.inei.gob.pe/>

Chiavenato, Idalberto, *Introdução à Teoria Geral da Administração*. Traducido al español: *Introducción a la Teoría General de la Administración*, 7ma ed., McGraw-Hill Interamericana, 2006. 562 p.

Código Ético Mundial para el Turismo. Extraído el 14 de enero 2011 desde http://www.unwto.org/ethics/full_text/en/pdf/Codigo_Etico_Espl.pdf

David, Fred R., *Strategic Management: Concepts*, 1ra ed., EE.UU., Pearson Hall, 1986. Traducido al español: *Conceptos de Administración Estratégica*, 11va ed., México, Prentice Education, 2008. 416 p.

Delnet Centro Internacional de Formación de la OIT. Revista electrónica Delnet de apoyo al desarrollo local. Número 34. 2004. Pp. 23.

Fred R. David, *Strategic Management: Concepts*, 1ra ed., EE.UU., Pearson Hall, 1986 (11va ed., México, Prentice Education, 2008. pp. 5, 16-17.

Informe de Brundtland “Nuestro Futuro Común”. Organización de las Naciones Unidas. Año 1987.

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

Informe Objetivos de Desarrollo del Milenio 2015. Extraído el 16 de junio del 2010 desde www.onu.org.pe Bernet, Josep Ejarque, *Destinos turísticos de éxito*. 1a ed. Ediciones Pirámide. Madrid. Año 2005. Pp. 392.

James A. F. Stoner, *Administración*, 8a ed. 2009. pp. 295.

Michael E. Porter, *Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México D.F. : Compañía Editorial Continental, 2004.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Diagnóstico Turístico Regional - Lima. Extraído el 19 de enero del 2011 desde <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=3300>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Lineamientos para el desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Perú, 2008. Extraído el 20 de marzo 2011 desde http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/lineamientos_desarrollo_turismo_rural_arte.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2008). Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR 2008- 2018. Extraído el 20 de julio 2011 desde <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/Turismo/pentur/PENTUR.pdf>

Organización Mundial del Turismo. Contribuciones de la Organización Mundial del Turismo a la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible (CMDS). Johannesburgo, 2002. Pp. 7.

Organización Mundial del Turismo. Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible, (Johannesburgo, 2002). Río de Janeiro. Año 1992. Pp. 7.

Organización Mundial del Turismo. Panorama OMT del turismo internacional. Edición 2013. Pp. 2.

Organización Mundial del Turismo. *Recomendaciones sobre estadísticas de turismo*. OMT-ONU, Serie M. N° 83, 1994.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. PNUD PERÚ. Extraído el 08 de julio de 2010 desde <http://www.pnud.org.pe/frmAcercaODM.aspx>

Promperú - ¿Dónde ir? – Alrededores de Lima, Hacia el centro y este de Lima. Extraído el 15 de julio del 2011 desde http://www.peru.travel/s_ftociudades.asp?pdr=734&jrq=3.14.2&ic=1&ids=1456

Sancho, A., *Introducción al Turismo*, Publicaciones de la OMT en educación turística. Ed. OMT, España, 1998. 394 p.

Stoner, James A. F., Freeman, R. Edward, Gilbert JR., Daniel R., *Management*. Traducido al español: *Administración*, 8va ed., EE.UU., Prentice-Hall, Inc., 2009. 688 p.

Walter Chamochumbi Ch., Alex Armas Blancas. *Desarrollo rural sostenible en la cuenca del río Rímac: experiencias y perspectivas de la comunidad de Surco*". Lima: Instituto Salud y Trabajo (ISAT), 1998; Libro con la materia Desarrollo rural - Perú - Huarochirí (Provincia).

Ing. Hildebrando Buendía Ríos, Geog. Teodoro Rojas Acosta, Geog. Nelly Pérez Díaz. *Propuesta de ordenamiento territorial del sector San Jerónimo de Surco-Huarochirí-Dpto. de Lima*". Revista del instituto de investigación de la Facultad de Geología, Minas, Metalurgia y Ciencias Geográficas - UNMSM. Enero - Junio 2001.

Visiones Diferentes: ECO '92 Universidad para la Paz, Consejo de la Tierra, GTZ, IICA y OmCed. 2ed. San José, C.R.: University for Peace, 2002. Pág. 13 - 17. Extraído el 20 de junio 2011 desde <http://www.gtz.de/de/dokumente/es-eco-92-spanisch-neu.pdf>

World Travel and Tourism Council (WTTC). Extraído el 20 de enero 2013 desde <http://www.wttc.org/research/economic-impact-research/>

Tablas

Tabla 1: Importancia de la actividad turística en el Perú (% del total)

Tabla 2: Esquema de un Plan de Desarrollo

Tabla 3: Esquema del Pentur

Tabla 4: Ficha Técnica de muestreo

Tabla 5: Objetivos de Encuestas

Tabla 6 : Leyenda Fisiográfica del sector de San Jerónimo de Surco

Tabla 7 : Nivel de confianza

Tabla 8 : Comparación Responsabilidad Social

Tabla 9 : Comparación del nivel de compromiso

Tabla 10 : Comparación de la participación colectiva

Tabla 11 : Comparación sobre el trabajo en equipo

Tabla 12: Arribo de turistas registrados en el distrito de San Jerónimo de Surco.

Tabla 13: Comparación del nivel de tolerancia, fraternidad, lealtad y compañerismo

Tabla 14 : Aspectos evaluados en el distrito de Surco – Huarochirí

Tabla 15 : Servicios evaluados en el distrito de Surco – Huarochirí

Tabla 16 : Cuadro de actores involucrados

Tabla 17: Matriz de evaluación de actores externos del sector turismo del distrito de Surco.

Tabla 18 : Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)

Tabla 19: Matriz de Perfil Competitivo de la industria turística del distrito de Surco (MPC)

Tabla 20 : Matriz FODA

Tabla 21 : Cuadrantes de la MGE y sus estrategias

Tabla 22 : Matriz de Decisión para el distrito de Surco (MD)

Tabla 23 : Programas del Plan Estratégico Turístico

Tabla 24 : Programa 1

Tabla 25 : Programa 2

Tabla 26 : Programa 3

Tabla 27 : Programa 4

Tabla 28 : Presupuesto total del Plan Estratégico

Tabla 29 : Cronograma de Ejecución

Gráficas

Figura 1: Modelo del Planeamiento Estratégico por Fred David

Figura 2: Proceso de la Administración Estratégica por Stoner

Figura 3: El modelo de Planeación Estratégica de Steiner

Figura 4: Proceso de Planificación de un Producto Turístico – Mincetur

Figura 5: Los 8 Objetivos del Desarrollo del Milenio

Figura 6 : Vista panorámica y paisajística del distrito de Surco

Figura 7: Mapa satelital del distrito de Surco y anexos

Figura 8: Mapa político del distrito de Surco

Figura 9: Inicio de la subida a la localidad de Ayas.

Figura 10: Mural donde se publicó la convocatoria al Taller – Jornada Comunal en Ayas.

Figura 11: Vista del anexo de Ayas.

Figura 12: Realizando encuesta a poblador de Ayas.

Figura 13: Clausura de Jornada Comunal en la localidad de Ayas.

Figura 14: Realizando dinámicas sobre organización comunal.

Figura 15: Realizando dinámicas del árbol de problemas.

Figura 16 : Arribos de turistas por meses al distrito de Surco – Huarochirí.

Figura 17 : Promedio de edades de los visitantes a Surco.

Figura 18 : Ocupación de visitantes.

Figura 19 : Procedencia de visitantes.

Figura 20 : Motivación de los visitantes.

Figura 21 : Lugares turísticos más visitados.

Figura 22 : Pernoctaciones en el distrito de Surco.

Figura 23 : Tipo de alojamiento empleado.

Figura 24 : Expectativa de gasto.

Figura 25: Gasto de viaje real.

Figura 26: Fuentes de información.

Figura 27 : Veces de visita a Surco-Huarochirí.

Figura 28 : Expectativas del visitante de Surco.

Figura 29 : Evaluación del visitante respecto a las características favorables de Surco

Figura 30 : Satisfacción del visitante.

Figura 31 : Retorno de visita.

Figura 32 : Recomendación del lugar por los propios visitante.

Figura 33: Foto haciendo uso del transporte terrestre desde la bajada de Ayas.

Figura 34 : Rutas de acceso al distrito de Surco.

Figura 35 : Vista de la Carretera Central km. 67 – Ingreso al distrito de Surco.

Figura 36 : Vista de caminos de herradura en Surco camino a la catarata Palakala.

Figura 37 : Mapa turístico del distrito de Surco – Huarochirí.

Figura 38 : Vista de caminos zigzageantes camino a la catarata Palakala.

Figura 39 : Señalítica en el espacio rural del distrito de Surco.

Figura 40 : Señalítica en el distrito de Surco en su espacio natural.

Figura 41 : Zona de camping del Colegio Rural Huaquicha.

Figura 42 : Caseta de información turística del distrito de Surco – Huarochirí.

Figura 43 : Casa del turista de Surco – Huarochirí.

Figura 44 : Laguna Ucte.

Figura 45 : Río Rímac en Surco.

Figura 46 : Catarata de Palakala.

Figura 47 : Camino a Catarata Huanano.

Figura 48 : Catarata Huanano.

Figura 49 : Catarata Mortero.

Figura 50 : Puente colgante en Catarata Mortero.

Figura 51: Los toboganes de Songos.

Figura 52 : Iglesia Colonial de San Jerónimo de Surco.

Figura 53 : Torre Colonial.

Figura 54 : Restos arqueológicos - Huanano Machay - Toma 1.

Figura 55 : Restos arqueológicos de Huanano Machay – Toma 2.

Figura 56 : Mirada del frontis del resto arqueológico de Huacapune.

Figura 57 : Resto arqueológico de Huacapune.

Figura 58 : Portada encontrada del resto arqueológico de Huacapune.

Figura 59 : Camino a Restos arqueológicos de Chingana.

Figura 60 : Llegada al Sitio Arqueológico de Chingana.

Figura 61 : Portada del Sitio Arqueológico de Chingana.

Figura 62 : Interior del Sitio Arqueológico de Chingana.

Figura 63 : Patrono San Jerónimo.

Figura 64 : Planta de producción de la empresa « Vacas Felices ».

Figura 65 : Elementos de la estructura de la industria turística del distrito de Surco.

Figura 66 : Matriz Boston Consultig Group (BCG) para el Distrito de Surco Provincia de Huarochirí.

Figura 67 : Matriz Interna-Externa para el Distrito de Surco - Provincia de Huarochirí.

Figura 68 : Matriz de la Gran Estrategia del distrito de Surco.

Figura 69 : Estructura organizacional del Comité de Turismo de Surco – Huarochirí

5. ¿Cómo calificaría el nivel de enseñanza que se brinda en la escuela?
Muy bueno Bueno Ni bueno ni malo Malo Muy malo

6. ¿Por qué razón sus hijos no van a la escuela?

- No les agrada la escuela
- Trabajan en el campo
- La escuela no está en funcionamiento
- El profesor no enseña bien
- Otro.....

SALUD

7. ¿Cuál es su dieta alimentaria?

- Cereales (quinua, avenas,...)
- Harinas (papa blanca, amarilla, yucas)
- Frutas
- Lácteos (leche, yogurt, queso...)
- Otros

8. ¿Cuáles son las enfermedades más comunes que encuentra en su familia?

.....

9. ¿Cuántas veces en el año anterior ha asistido a la posta médica?

- Ninguna vez 1 vez de 2 a 4 veces de 5 a más

SOCIAL

10. Pertenece a alguna asociación: Sí () No ()

.....

11. ¿Por que razón no se asocian con los demás integrantes de su comunidad?

- Falta de confianza

Razones económicas

No conoce muy bien a sus integrantes

Ya están asociados con otras personas

Otros

12. ¿Cuenta su familia con los siguientes servicios...:

Agua potable,

Electricidad

Desague

Telefonía fija

13. Como calificaría la gestión de los comuneros de Ayas

Muy bueno

Bueno

Ni bueno ni malo

Malo

Muy malo

14. Como calificaría la gestión de la municipalidad de...

Muy bueno

Bueno

Ni bueno ni malo

Malo

Muy malo

15. En general ¿Cómo considera a su localidad en cuanto a: (Marque con una "X")?

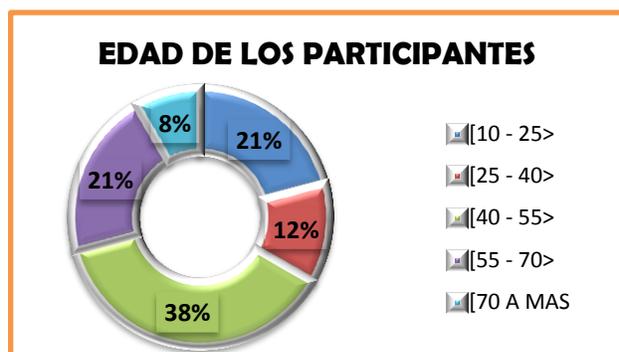
	No existe	No sabe/ no opina	Pésimo	Malo	Regular	Bueno	Excelente
Limpieza							
Seguridad / vigilancia							
Servicios higiénicos							
Señalización							
Conservación de atractivos turísticos							
Accesibilidad a la localidad							
Rutas de acceso a los atractivos turísticos							
Desempeño de autoridades							
Educación							
Nutrición y salud							
Identidad cultural							
Trato a los turistas							

RESULTADO DE ENCUESTAS (ELABORACIÓN PROPIA)

Encuesta previa a taller en AYAS

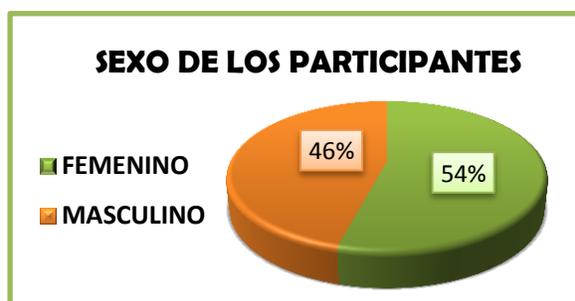
- Edad de los participantes

EDAD	CANTIDAD	PORCENTAJE
[10 - 25>	5	21
[25 - 40>	3	13
[40 - 55>	9	38
[55 - 70>	5	21
[70 A MAS	2	8
	24	100



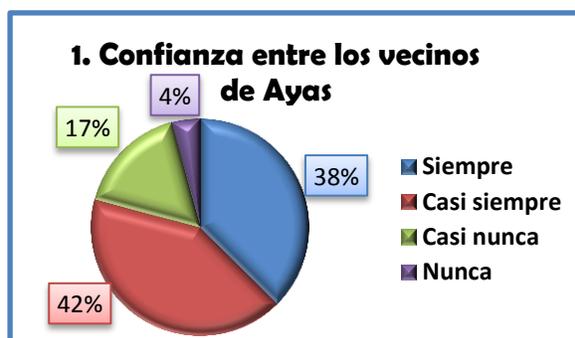
- Sexo de los participantes

SEXO	CANTIDAD	PORCENTAJE
FEMENINO	13	54
MASCULINO	11	46
	24	100



1. ¿Considera Ud. Que puede confiar en sus vecinos de Ayas?

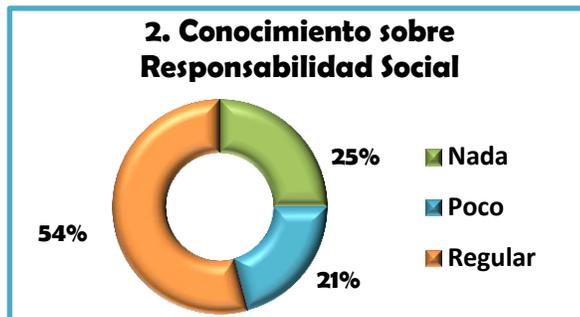
VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	9	38
Casi siempre	10	42
Casi nunca	4	17
Nunca	1	4
	24	100



2. ¿Tiene conocimiento acerca del concepto

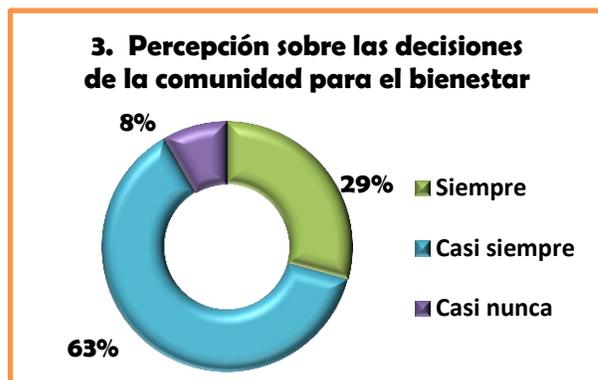
de responsabilidad social?

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nada	6	25
Poco	5	21
Regular	13	54
Mucho	0	0
	24	100

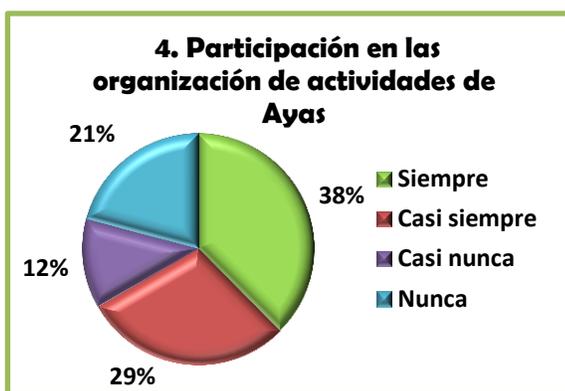


3. ¿Siente que las decisiones tomadas en su comunidad, para cualquier actividad, han sido con la finalidad de beneficiar a todos?

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	7	29
Casi siempre	15	63
Casi nunca	2	8
Nunca	0	0
	24	100



4. ¿Ud. participa en la organización de las actividades que se desarrollan en su comunidad?



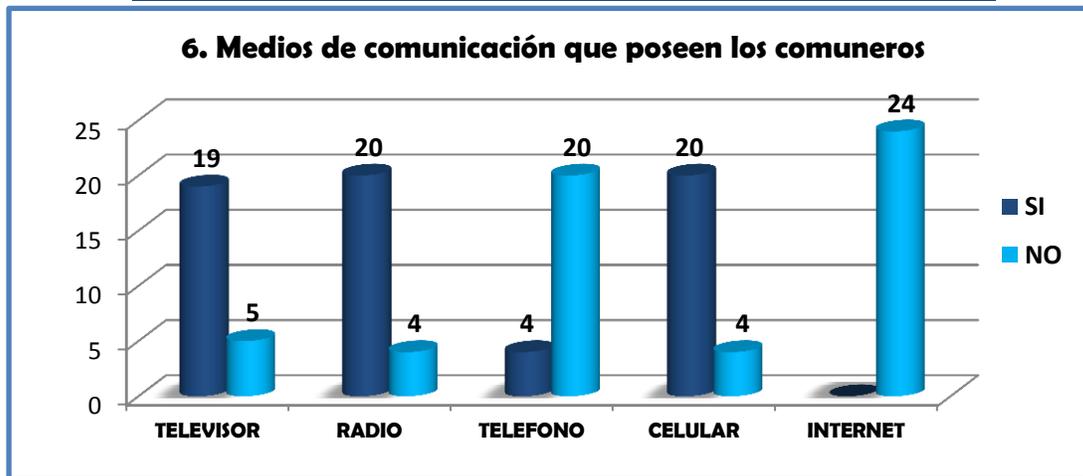
5. ¿Cada cuanto tiempo participa en actividades locales que se orientan al desarrollo de la comunidad?

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Cada semana	2	8
Cada mes	10	42
1 vez al año	7	29
Nunca	5	21
	24	100



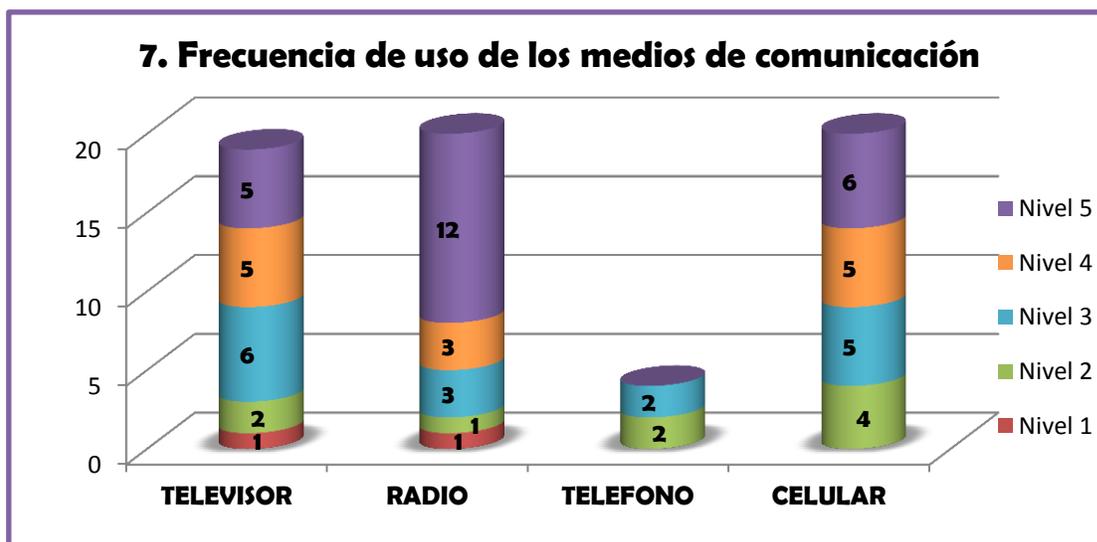
6. ¿Cuál de los siguientes medios posee su familia?

VARIABLE	TELEVISOR	RADIO	TELEFONO	CELULAR	INTERNET
SI	19	20	4	20	0
NO	5	4	20	4	24
	24	24	24	24	24



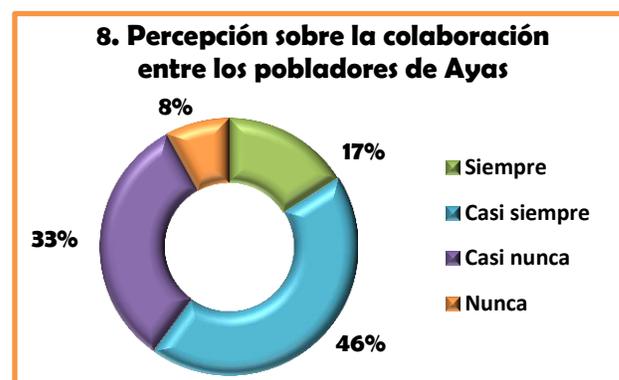
7. ¿Con que frecuencia utiliza los siguientes medios de comunicación? (1=poco usado, 5= más frecuente)

NIVEL DE USO	TELEVISOR	RADIO	TELEFONO	CELULAR
1	1	1	0	0
2	2	1	2	4
3	6	3	2	5
4	5	3	0	5
5	5	12	0	6
	19	20	4	20



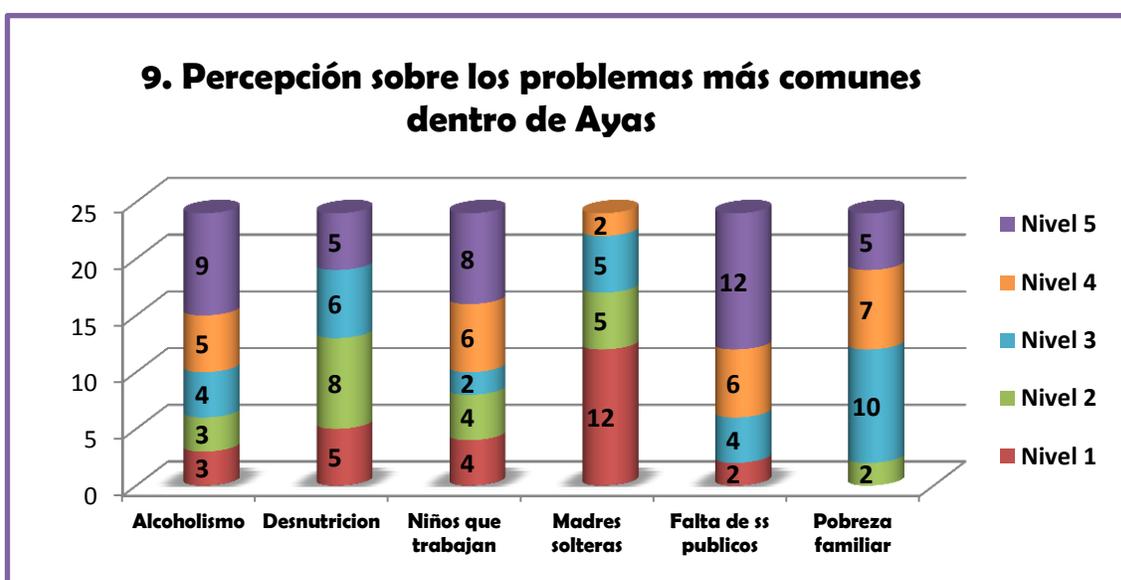
8. ¿Considera que existe ayuda y/o colaboración sincera entre los pobladores?

VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	4	17
Casi siempre	11	46
Casi nunca	8	33
Nunca	2	8
	24	100



9. ¿Qué problemas sociales se ven con más frecuencia en su comunidad? (1=poco frecuente, 5= más frecuente)

VARIABLES	Alcoholismo	Desnutrición	Niños que trabajan	Madres solteras	Falta de ss públicos	Pobreza familiar
1	3	5	4	12	2	0
2	3	8	4	5	0	2
3	4	6	2	5	4	10
4	5	0	6	2	6	7
5	9	5	8	0	12	5
	24	24	24	24	24	24



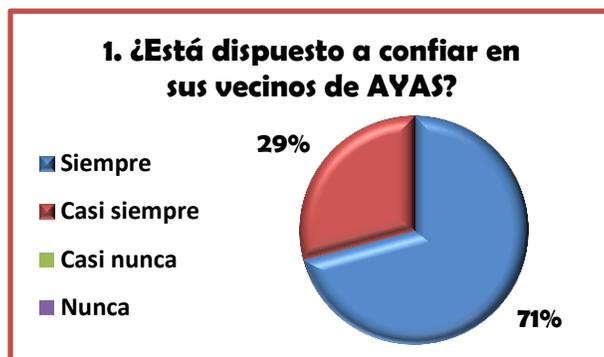
10. ¿Cómo considera Ud. la convivencia dentro de su comunidad?

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muy Buena	0	0
Buena	8	33
Regular	13	54
Mala	0	0
Muy mala	0	0
	24	100



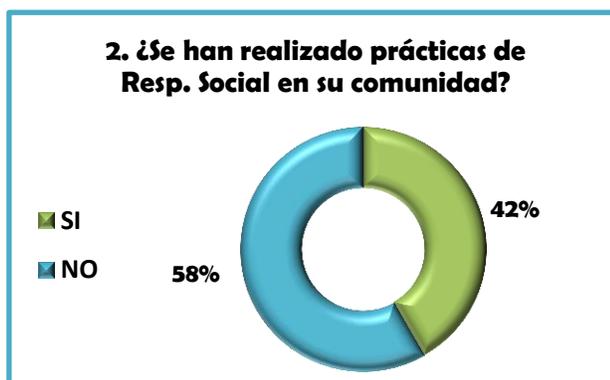
Encuesta Post Taller en AYAS

1. ¿Está dispuesto a confiar en sus vecinos de AYAS?



2. ¿Se han realizado prácticas de Responsabilidad Social en su comunidad?

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	10	42
NO	14	58
	24	100



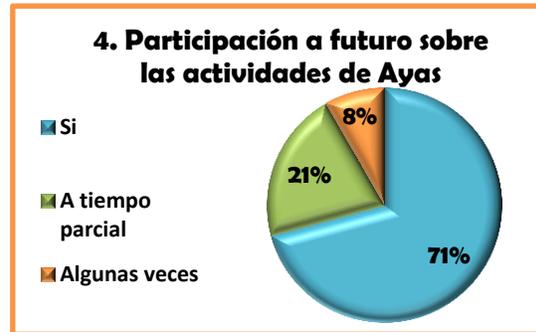
3. ¿Considera que los integrantes de su comunidad participaran en la toma de decisiones?

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	22	92
NO	0	0
No Estoy seguro	2	8
	24	100



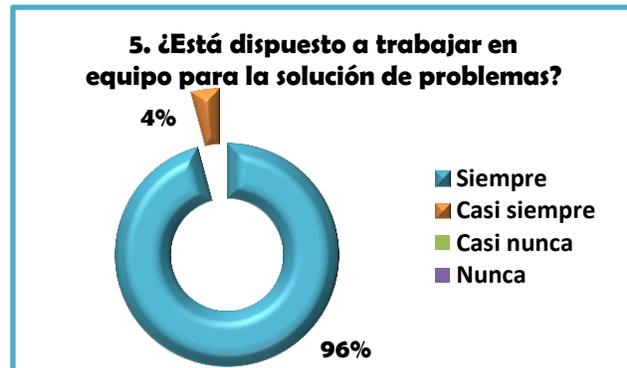
4. ¿Está dispuesto a participar en la organización de actividades en beneficio de su comunidad?

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	17	71
A tiempo parcial	5	21
Algunas veces	2	8
No	0	0
	24	100



5. ¿Está dispuesto a trabajar en equipo para la solución de problemas?

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	23	96
Casi siempre	1	4
Casi nunca	0	0
Nunca	0	0
	24	100



6. Luego del taller, ¿la convivencia de Ayas puede mejorar?

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	24	100
NO	0	0
No estoy seguro	0	0
	24	100



Formato : Encuesta a turistas Previa a su visita

(ELABORACIÓN PROPIA)

“BIENVENIDOS A SAN JERONIMO DE SURCO”

Queremos que disfrute su visita.

Esta encuesta nos ayudará a aprender más sobre lo que le gusta hacer durante su estancia.

Gracias por tomarse unos cuantos minutos para llenar este cuestionario.

1. ¿Cuáles fueron sus motivaciones de visita a San Jerónimo de Surco?

- Para descansar/ relajarse y salir de la rutina
- Por diversión y distracción
- Para conocer nuevos lugares
- Pasear con la familia y amigos
- Conocer otras costumbres / tradiciones / estilos de vida
- Otros (especificar).....

2. ¿Qué aspectos tomó en cuenta para elegir este lugar?

Enumere del 1 al 8 (1 = mayor importancia, 8 = menor importancia).

- Que tenga un buen clima
- Que cuente con servicios básicos
- Observar y estar en contacto con los paisajes naturales
- Conocer sus atractivos / visitar nuevas zonas del lugar
- Conocer sus cultura (costumbres / tradiciones/ platos típicos)
- Que el lugar sea económico / exista precios cómodos
- Distancia y ruta de acceso
- Otros (especificar).....

3. ¿Cuántas noches permanecerá en San Jerónimo de Surco?

4. ¿La organización de su viaje fue.....?:

- Por su cuenta/ independiente
- Por Agencia de viaje (especificar nombre).....
- Otros (especificar).....

5. ¿Dónde planea hospedarse? Marque más de una opción si es necesario.

- Hospedaje
- Campamento
- Casa de algún familiar o amigo
- Otros (especificar).....

¿Cuánto planea gastar en promedio y por persona? (incluyendo entradas, alojamiento, alimentación, transporte, etc.)

1. ¿Dé cuál atractivo turístico de S.J. de Surco ha oído hablar?
 - Catarata Palakala
 - Catarata Huanano
 - Catarata Mortero
 - Catarata de Tumbapacha
 - Restos Arqueológicos de Huacapune
 - Restos Arqueológico de Chingana
 - Restos arqueológicos de Huanano Machay
 - Otros (especificar).....

2. ¿Cuál atractivo turístico planea visitar?
 - Catarata Palakala
 - Catarata Huanano
 - Catarata Mortero
 - Catarata de Tumbapacha
 - Restos arqueológicos de Huanano Machay
 - Restos Arqueológico de Chingana
 - Restos Arqueológicos de Huacapune
 - Otros (especificar).....

3. Durante sus preparativos de viaje ¿Dónde buscó información sobre los atractivos?
 - Internet
 - Revistas, Guía turística o Folleto turístico
 - Artículo en periódico
 - Reportaje en TV.
 - A través de amigos y familiares
 - Ferias turísticas
 - Ya conocía el lugar
 - Otros (especificar).....

4. Expectativas de viaje:
 - Alta
 - Media
 - Baja

INFORMACIÓN PERSONAL

Su edad: _____ años. Sexo: Masculino Femenino
 Lugar de procedencia: País: _____
 Dpt. y Provincia: _____ - _____ Distrito: _____
 Ocupación: _____ Estado Civil: _____
 Correo electrónico: _____

Formato : Encuesta a turistas posterior a su visita

(ELABORACIÓN PROPIA)

SALUDOS QUERIDOS TURISTAS

Gracias por tomarse unos cuantos minutos para llenar este cuestionario.

1. ¿Cuántas veces ha visitado San Jerónimo de Surco?

En su última visita:

2. ¿Qué es lo que más le agradó de su visita? Marque con una (X).
Puede marcar más de una opción.
- Buen clima ()
 - Paisajes naturales ()
 - Su gente (costumbres / tradiciones/ estilos de vida) ()
 - Los atractivos turísticos () (Especificar cuáles).....
 - Lugar económico / precios cómodos ()
 - Su cercanía a Lima ()
 - Otros () (Especificar).....
 - Todo le agrado ()
 - Nada le agrado ()
3. ¿Cuánto tiempo se quedó en *San Jerónimo de Surco*?
Solo unas horas () 1 día () 2d () 3d () 4d () Más días ()
4. ¿Cuánto gastó en promedio por persona en el lugar? (Incluyendo entradas, alojamiento, alimentación, etc.)
S/.
5. ¿Cómo considera al lugar en cuanto a: (Marque con una "X")

	Pésimo	Malo	Regular	Bueno	Excelente	No sabe/ no opina
Trato a los turistas						
Limpieza/ higiene del atractivo						
Seguridad / vigilancia						

Servicios higiénicos						
Precios/ Tarifas						
Señalización						
Conservación de atractivos turísticos						
Accesibilidad - Carretera Central						
Rutas de acceso a los atractivos turísticos						

6. ¿Qué tan satisfecho quedó Ud. con el servicio de: (Marque con una “X”)

	No tomé el servicio	Totalmente insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho / ni insatisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho
Hotel, Hostal, Zona de camping.						
Restaurante, Puestos de comida, kiosco						
Transporte público a San Jerónimo de Surco						
Agencia de viaje o Tour operador						
Servicio de información turística						

7. ¿Qué tan satisfecho quedó con *San Jerónimo de Surco* en general?
- Totalmente insatisfecho ()
 - Insatisfecho ()
 - Ni satisfecho/ ni insatisfecho ()
 - Satisfecho ()
 - Totalmente satisfecho ()
8. ¿Recomendaría el lugar visitado?
- Sí , sin ninguna duda ()
 - Lo recomendaría pero realizando reservas previas ()
 - Indiferente ()
 - No lo recomendaría () (Especifique por qué).....
9. ¿Volvería a visitar el lugar?
- De todas maneras ()
 - Posiblemente ()
 - Indiferente ()
 - No lo creo ()
 - De ninguna manera ()
10. ¿Desearía recibir al e-mail información turística del lugar?
- Sí () No ()
11. Déjenos sus **recomendaciones** y/o **observaciones** que Ud. crea conveniente para la mejora del lugar como Destino Turístico Regional. (Siéntase con total libertad de expresar sus opiniones.)

ESPERAMOS SU PRONTA VISITA

INFORME: Perfil del turista, sus percepciones y recomendaciones al distrito de Surco - Huarochirí.

Fomentando el Desarrollo Turístico Sostenible

**Karen Inés Fasabi Huamán - UNMSM
2011**

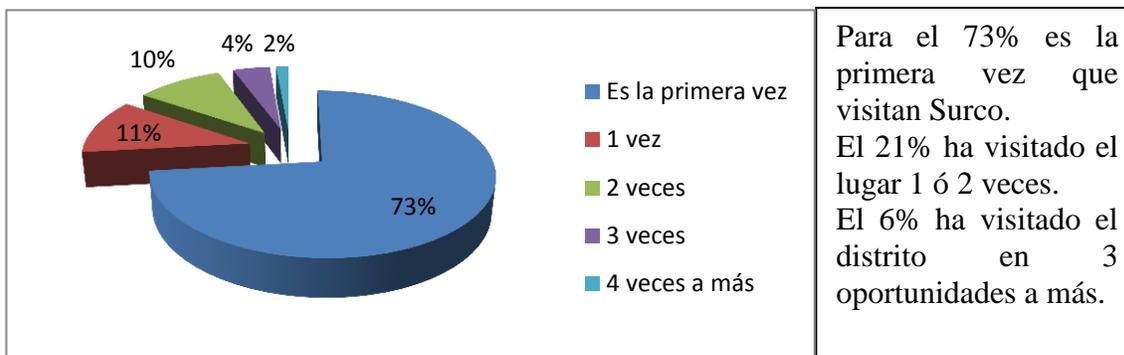
El presente informe es resultado de las encuestas realizadas a 335 representantes de grupo de visitantes al distrito de Surco, comprendidas en las fechas de Semana Santa, Día del Trabajo y otros fines de semana, del primer semestre del presente año.

El informe dará a conocer el perfil del turista como también su percepción sobre los recursos turísticos y servicios del distrito de Surco. Al mismo tiempo, se realiza conclusiones y recomendaciones sobre los resultados presentados. Adicionalmente, se adjunta algunas recomendaciones realizadas por los propios.

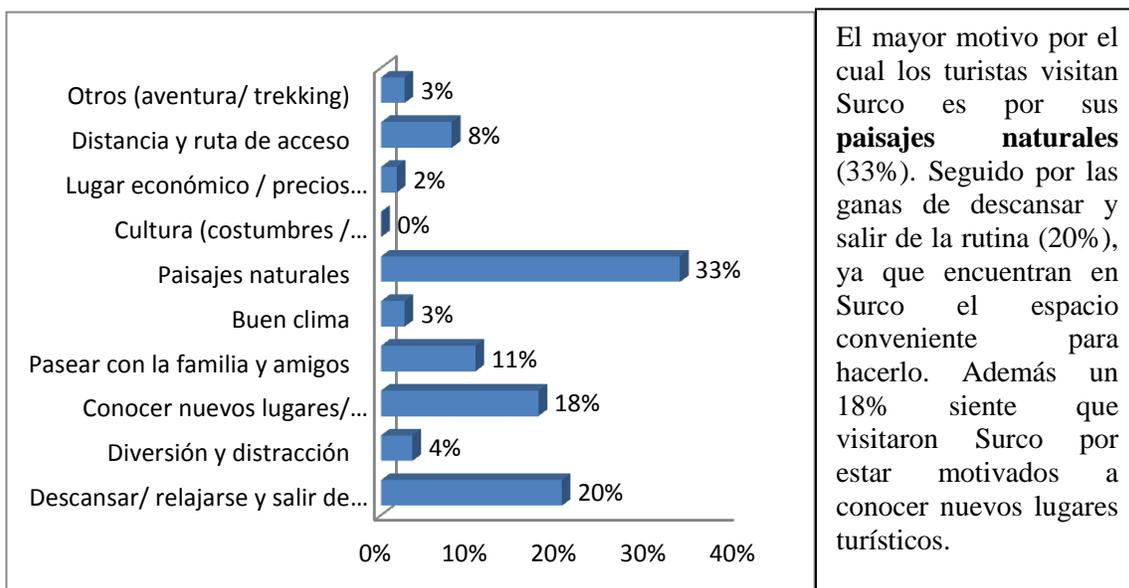
Se debe tener en cuenta que, la calidad no siempre implica invertir grandes cantidades de dinero, sino que también debe ser actitudinal, de todos los involucrados, tomando conciencia que el turismo es uno de los medios para *contribuir* al desarrollo sostenible de las localidades. Eso dependerá de las decisiones concertadas entre el sector público, privado y la propia comunidad. Por tal motivo, se espera que este documento sea de ayuda para el desarrollo de las estrategias y acciones pertinentes.

I. PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA SURCO.

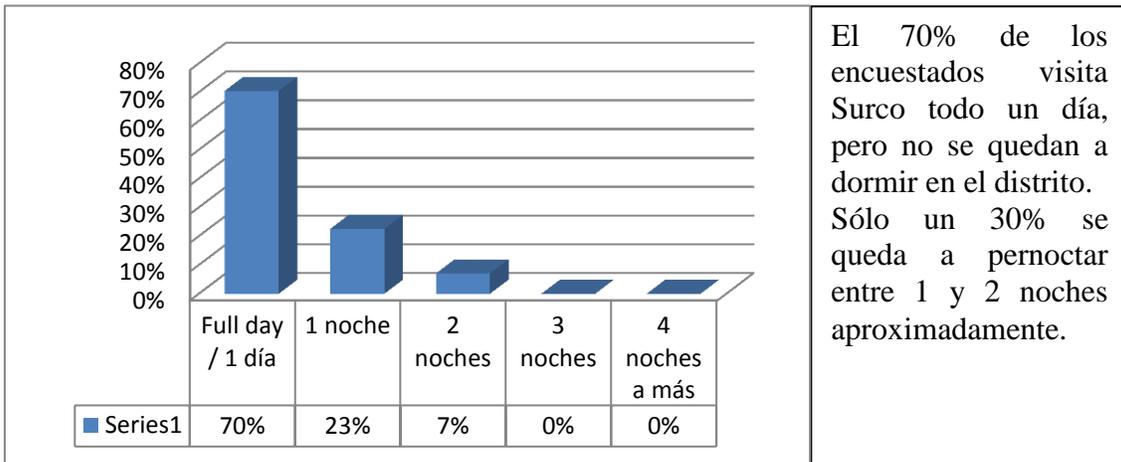
1. CANTIDAD DE VECES DE VISITA A SURCO



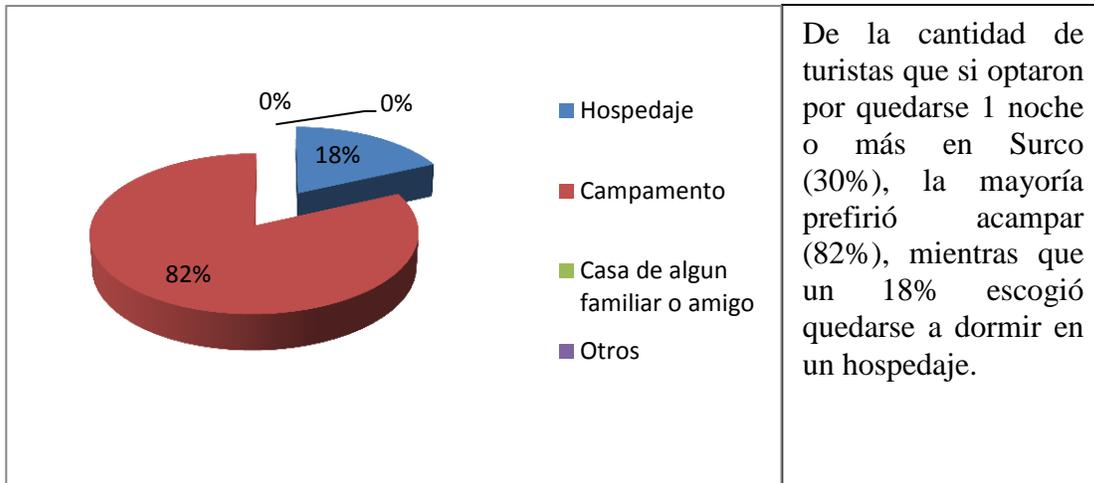
2. MOTIVACIONES DE VIAJE



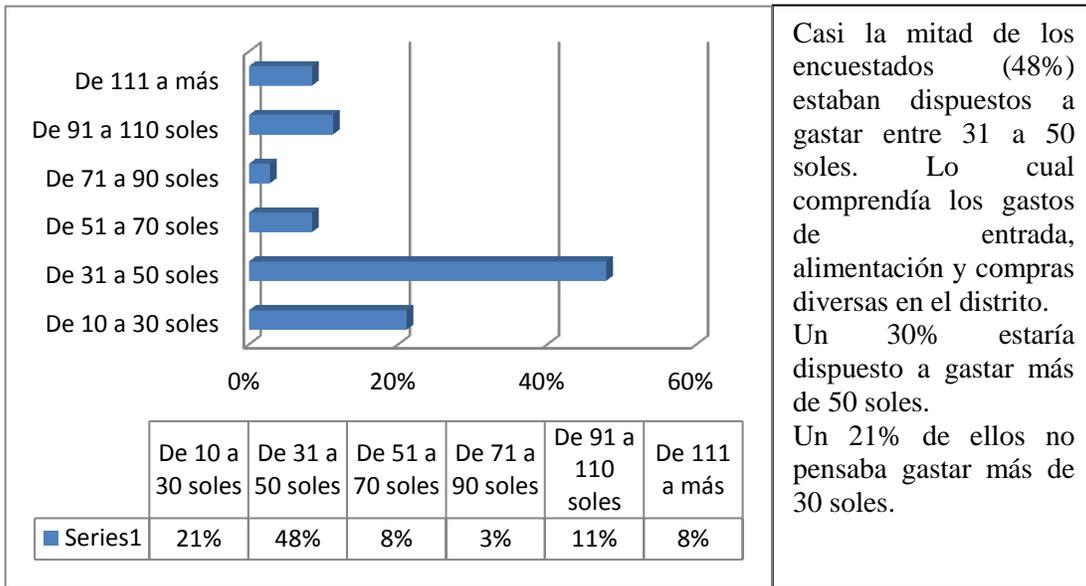
3. DÍAS DE PERMANENCIA EN SURCO



4. ALOJAMIENTO

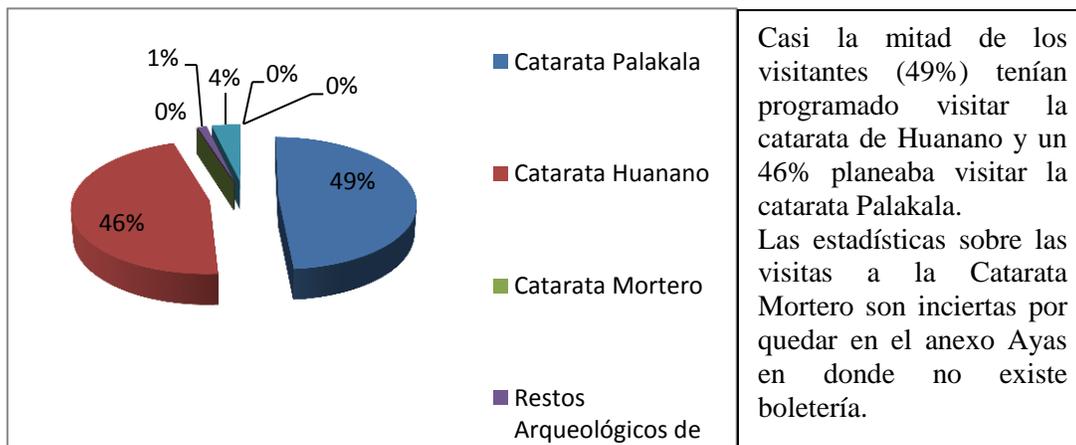


5. PRESUPUESTO DE VIAJE



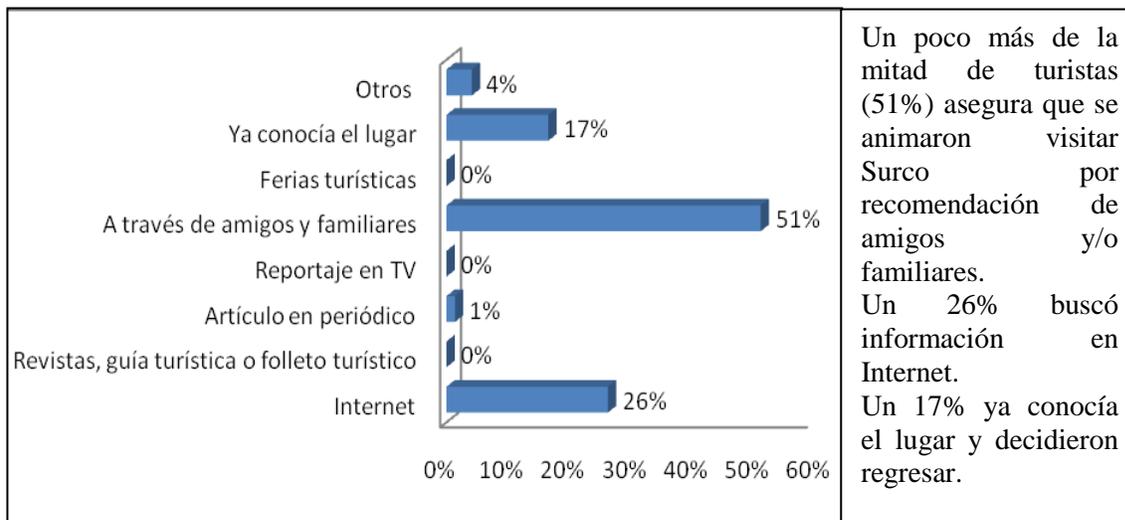
Casi la mitad de los encuestados (48%) estaban dispuestos a gastar entre 31 a 50 soles. Lo cual comprendía los gastos de entrada, alimentación y compras diversas en el distrito. Un 30% estaría dispuesto a gastar más de 50 soles. Un 21% de ellos no pensaba gastar más de 30 soles.

6. ATRACTIVO TURÍSTICO PROGRAMADO A VISITAR

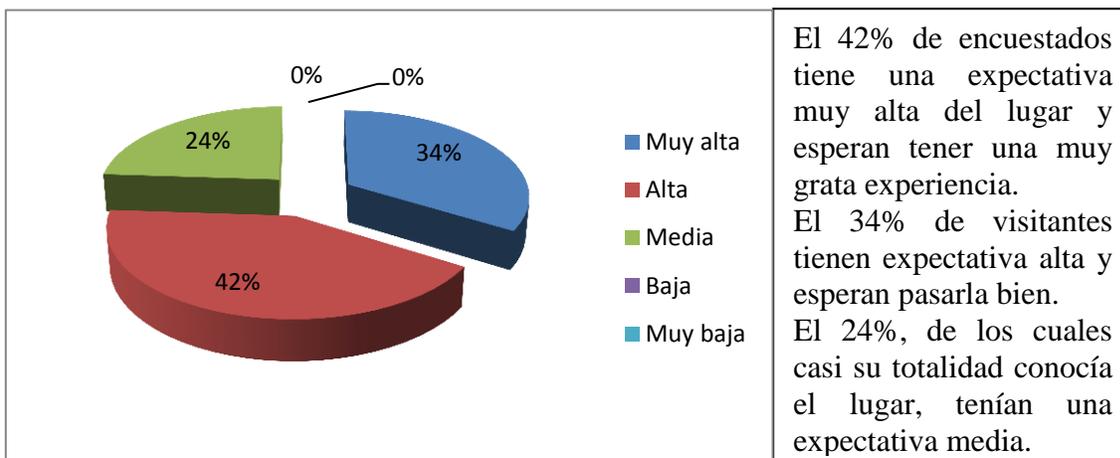


Casi la mitad de los visitantes (49%) tenían programado visitar la catarata de Huanano y un 46% planeaba visitar la catarata Palakala. Las estadísticas sobre las visitas a la Catarata Mortero son inciertas por quedar en el anexo Ayas en donde no existe boletería.

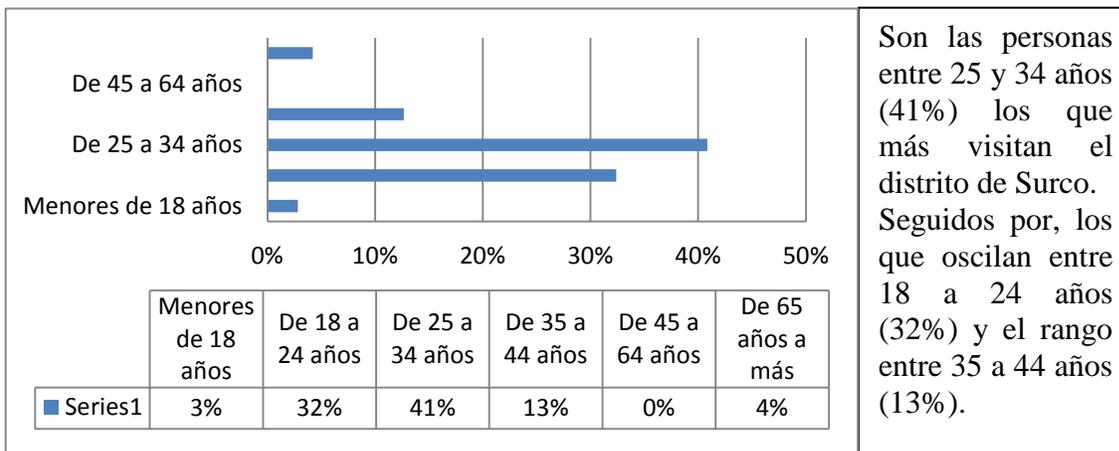
7. FUENTE DE INFORMACIÓN



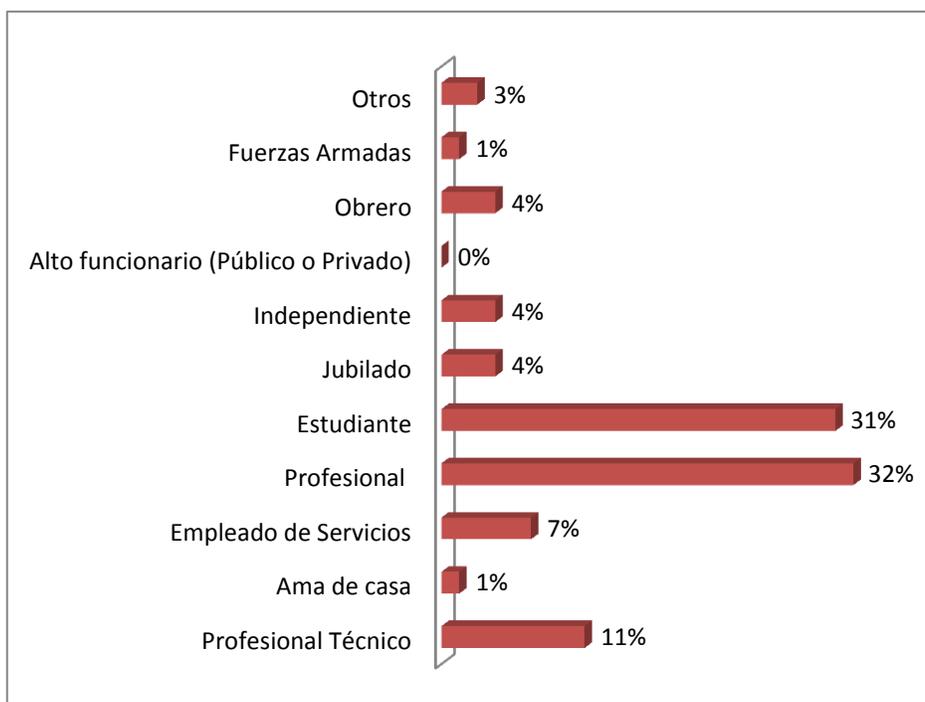
8. EXPECTATIVA DE LA VISITA



9. PROMEDIO DE EDADES DE TURISTAS

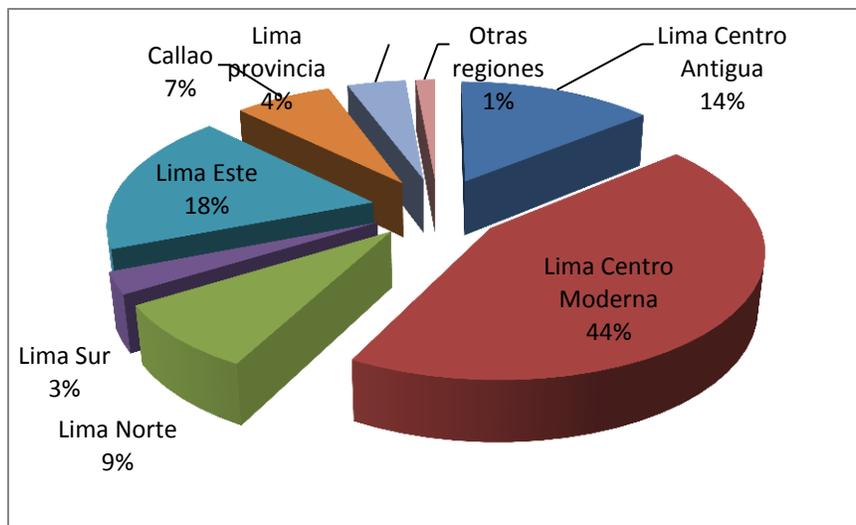


10. OCUPACIÓN DE TURISTAS



La mayoría de los visitantes de Surco son profesionales de diversas carreras (32%) y estudiantes de grado superior (31%) (Universidades e institutos). El 11% son técnicos.

11. LUGAR DE PROCEDENCIA



El 44% de los turistas o excursionistas que visitan Surco provienen de **Lima Centro Moderna** (San Miguel, Pueblo Libre, Jesús María, Magdalena, Lince, San Isidro, Miraflores, Surquillo, San Borja, Barranco, Santiago de Surco, La Molina).

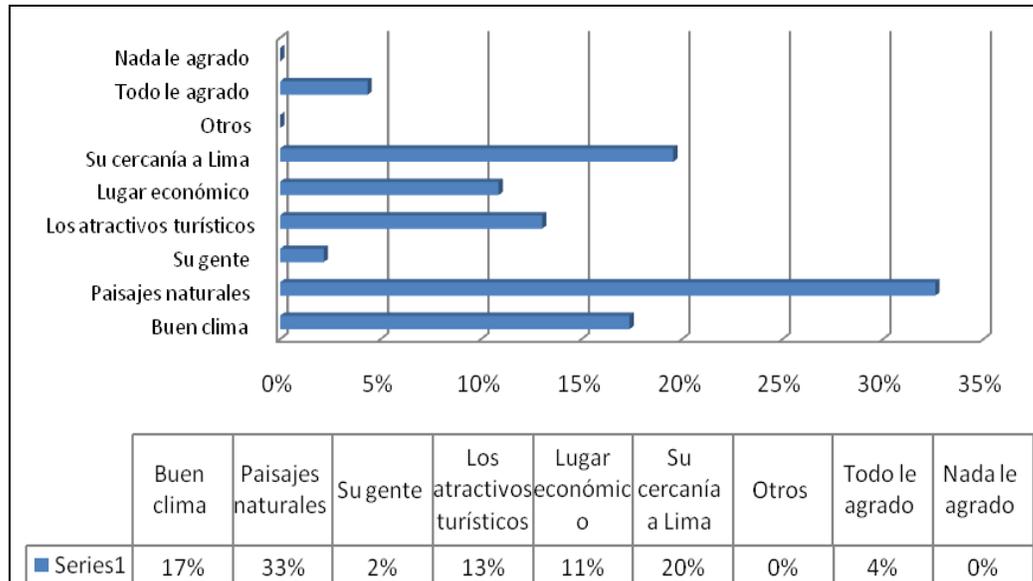
El 18% de encuestados provienen de **Lima Este** (Ate, Cieneguilla, Chaclacayo, El Agustino, Lurigancho, San Luis, Santa Anita, Chosica)

El 14% de visitantes residen en **Lima Centro Antigua** (Rímac, Cercado de Lima, Breña, La Victoria, San Luis)

Un 9% de los visitantes residen en **Lima Norte** (Carabayllo, Comas, Independencia, Los Olivos, Puente Piedra, San Martín de Porres, Ancón)

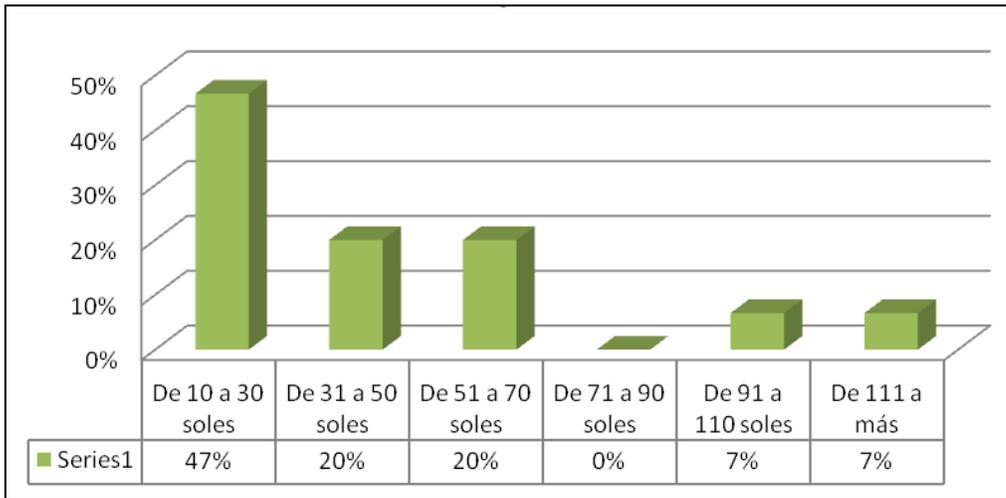
II. ESTADISTICAS SOBRE LA PERCEPCION DE LOS TURISTAS LUEGO DE LA VISITA

1. LO MÁS AGRADABLE DE LA VISITA



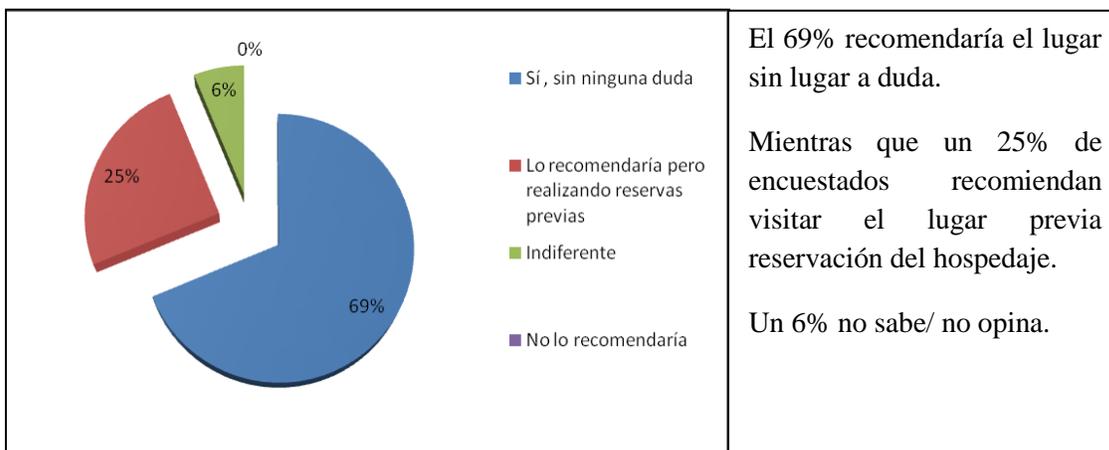
Al 33% de los visitantes lo que más le agrado fueron los paisajes naturales. En segundo lugar, la cercanía con que se encuentra Surco de Lima Metropolitana o lugar de procedencia (20%). Seguido de su buen clima (17%), sus atractivos turísticos en general (13%) y considerarlo un lugar económico para realizar turismo.

2. GASTO PROMEDIO



El 47% gasto en promedio 20 soles.
 Un 20% de turistas gasto aproximadamente 40 soles.
 Otro 20% gasto una suma aproximada de 60 soles.
 Y fueron los que se quedaron en hospedaje y consumieron sus alimentos en el distrito los que gastaron más de 91 soles en varios días.

3. RECOMENDARÍA EL LUGAR

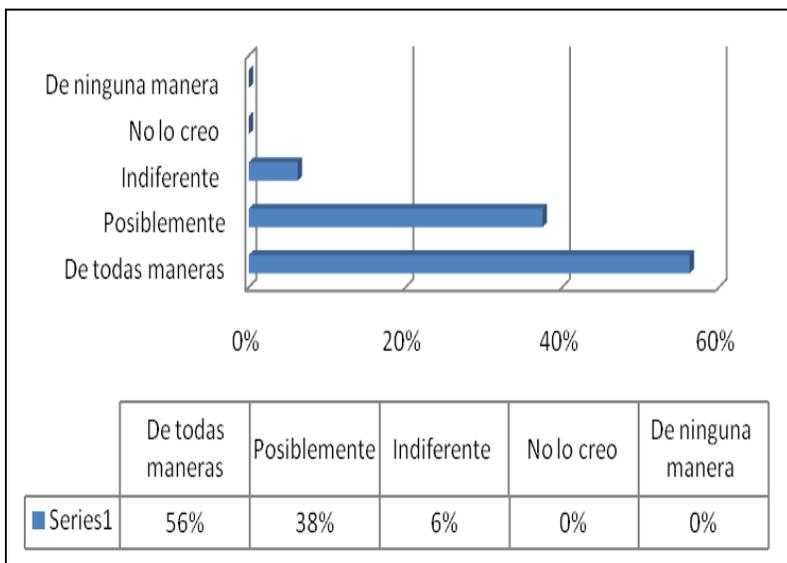


El 69% recomendaría el lugar sin lugar a duda.

Mientras que un 25% de encuestados recomiendan visitar el lugar previa reservación del hospedaje.

Un 6% no sabe/ no opina.

4. REGRESARÍA A SURCO

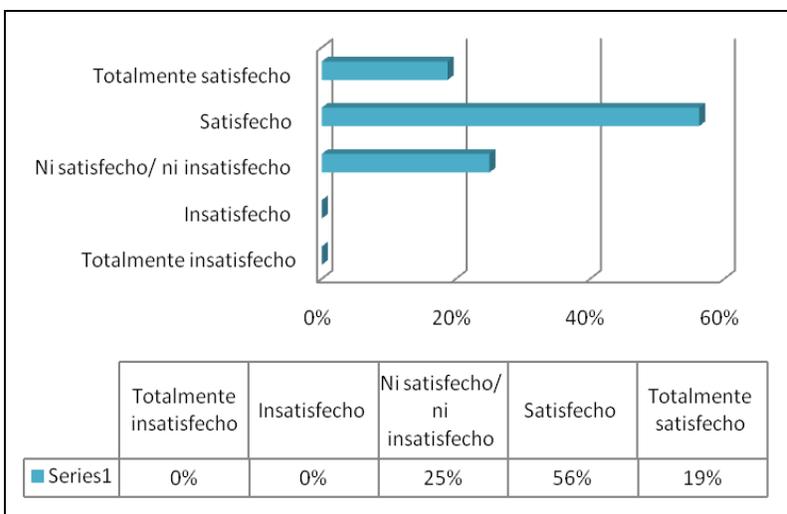


El 56% está dispuesta a volver a visitar Surco de todas maneras, porque desean conocer otros recursos turísticos, o para regresar con a más personas y más días.

El 38% se muestra indeciso en su decisión y posiblemente regresarían al distrito.

Y un 6% no sabe/ no opina del tema.

5. GRADO DE SATISFACCIÓN TURISTICA



El 75% de los turistas que visitaron Surco quedaron **Muy satisfechos** y **Satisfechos** de lo que conocieron y vivieron en el lugar.

Mientras que un 25% no quedo ni satisfecho ni insatisfecho.

6. NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL TURISTA

ASPECTOS EVALUADOS EN SURCO	PROMEDIO
Trato a los turistas	4,29
Limpieza / Higiene de los atractivos turísticos	3,44
Seguridad / vigilancia	3,79
Servicios higiénicos	3,14
Precios/ Tarifas	3,86
Señalización	4,07
Conservación de atractivos turísticos	4,13
Accesibilidad - Carretera Central	4,00
Rutas de acceso a los atractivos turísticos	3,60

Clasificación mínima aceptable: 4.00

Escala: 0= No opina, 1=Pésimo y 5= Excelente

- Se calificaron una serie de aspectos referidos al performance del lugar en donde el “trato a los turistas” es el aspecto con mayor puntuación, seguido del estado de conservación de los recursos turísticos, la señalización, y la accesibilidad al distrito por la Carretera Central.
- La señalización está considerada como buena, pero necesita su respectivo mantenimiento.
- A pesar de existir tachos de basura, los desperdicios suelen encontrarse en los caminos y en los atractivos turísticos; por ello, los turistas conscientes del cuidado del medio ambiente, recomiendan educar al turista que visita los atractivos turísticos. Aunándose a ello, otro problema de higiene son las heces de animales dispersas en toda la ruta a los atractivos turísticos.
- La seguridad la consideran regular, ya que en fines de semana cualquiera, solo la encuentran en la parte baja del distrito.
- Los servicios higiénicos en general obtuvieron el puntaje más bajo. Argumentan que en temporada alta de visitas los servicios higiénicos encontrados en el camino suelen estar sucios y no reciben una limpieza frecuente ni mantenimiento.
- Las tarifas y precios de entrada están considerados casi buenos, pero al parecer falta algún medio para comunicar las mejoras realizadas en relación al turismo y gracias al dinero recaudado por el concepto de boletos vendidos.

SERVICIOS EVALUADOS EN SURCO	PROMEDIO
Hotel, Hostal, Zona de camping.	3,80
Restaurante, Puestos de comida, kiosco	3,55
Transporte público a San Jerónimo de Surco	3,36
Agencia de viaje o Tour operador	2
Servicio de información turística	4

Clasificación mínima aceptable: 4.00

Escala: 0= No tomó el servicio, 1=Totalmente insatisfecho y 5= Totalmente satisfecho

- El servicio que logra cumplir con las expectativas de los turistas es el servicio de información turística.
- Por otro lado, los servicios que no llegan a obtener el valor mínimo permitido (4.00) son el de alojamiento, restaurantes, transporte público a Surco y el servicio de las agencias de viaje o tour operadores que vendieron los paquetes turísticos desde Lima.

III. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES:

1. La mayoría de los visitantes llegan por primera vez al lugar (73%). Esto está muy relacionado a la fuente de información que usan al momento de decidir su destino de viaje, ya que son las recomendaciones de amigos y/o familiares (51%) conocedores del lugar su fuente de información más importante al momento de decidir su destino de viaje. Por tal motivo, es de gran importancia brindar la mejor de las impresiones desde su primera visita, para asegurar así sus posteriores visitas y la favorable difusión del lugar.
2. Hasta ahora más de la mitad de los visitantes recomendarían el distrito de Surco sin lugar a duda.
3. El 73% de turistas que visitan el distrito son jóvenes de 18 a 34 años, los cuales tienen acceso permanente a medios de información como Internet. Por tal motivo, se hace necesario actualizar y mejorar la información presentada en la página Web oficial de la municipalidad de Surco. Además, se puede hacer uso de las redes sociales existentes en la Internet para promocionar a Surco como distrito turístico.
4. El mayor motivo por el cual los turistas visitan Surco es por sus paisajes naturales (33%). Lo cual indica que, hay que darle mucha importancia a la conservación y protección de los recursos naturales del mal uso de algunos turistas.
5. El 70% visita Surco todo un día, pero no pernoctan en el distrito. Es así que, se hace necesario realizar actividades turísticas para motivar la

prolongación del tiempo de visita, además de habilitar más capacidad instalada de alojamiento en el distrito.

6. Por otro lado, el 30% se queda a pernoctar entre 1 y 2 noches en promedio. De estos últimos, el 82% acampan. Para lo cual se debe habilitar mejor las zonas de camping, así como también prestar servicios de alquiler de equipos para acampar.
7. El 48% de los encuestados tenían un presupuesto de 31 a 50 soles para gastarlo dentro del distrito. Sin embargo, el 47% de turistas aseguraron haber gastado un promedio de 10 a 30 soles en el distrito. Lo cual nos dice que, se está dejando ir dinero que los turistas tenían pensado gastar, y esto por la falta de servicios, productos y actividades insuficientes para ofrecerles.
8. La señalización debe ser armonioso con la naturaleza, procurando no afectar el escenario paisajístico natural, como sí ocurre en la catarata de Palakala, donde se aprecia unas grandes letras amarillas con el nombre de la catarata, lo cual afecta la naturalidad del paisaje.
9. El tipo de turista que llega a Surco proviene de Lima Centro Moderna (44%) y Lima Este (18%) y son en su mayoría profesionales (32%) y estudiantes de universidades e institutos (31%). Tomar en cuenta para la promoción del lugar.
10. Las expectativas de los turistas antes de visitar el lugar fue: Muy altas (34%) y altas (42%). Mientras que el nivel de satisfacción después de la visita fue: Muy satisfechos (19%) y Satisfechos (56%). Se deduce que no se están satisfaciendo las expectativas de los turistas, tal como se indica en el apartado II.6 *Nivel de satisfacción del turista*.

Recomendaciones y observaciones de los propios visitantes del distrito de Surco - Huarochirí

Los siguientes párrafos son opiniones brindadas por los visitantes (transcritas textualmente) después de haber visitado el distrito de Surco.

• Les recomendarías que coloquen más tachos de basura en el camino y que mejoren el camino hacia Palacala. (Liz Chalán – estudiante univ.)

• Mejorar en los servicios higiénicos, poner tachos de basura camino a las cataratas. Gracias. (Cielo- estudiante universitaria)

• No me agrado que no hubieran tiendas más arriba en la caminata. (Gabriel Salazar – estudiante)

- Me gusto ir a Palacala, pero lo malo fue que no pensé que haría tanto frio. Estudio Marketing y pude ver que hay mucha oportunidad de negocio para esta temporada principalmente en comida y bebidas calientes o frazadas. Mi grupo volverá el año que viene, pero esta vez nos prepararemos más. Nos gustaría encontrar un lugar donde comer por la noche, algo caliente. Exploten todo lo bueno que tienen y gracias a la señora que vendía comida en el camino a las cataratas, me cayó del cielo cuando estaba cansadísimo. Acampamos de las cataratas a 40 minutos más arriba. (Martin Manchego – estudiante de Marketing)

- Fomentar más el turismo gastronómico, probamos una patasca que estaba riquísima en un restaurant pero le faltaba más organización ya que recién eran las dos y media de la tarde y ya no quedaba comida que ofrecían en sus carteles. Tienen que tener en cuenta que la gente de fuera por su ritmo de vida está acostumbrada a almorzar un poco más tarde sobre todo si te vas de paseo. Por lo demás, la gente me pareció super amable, cosa que no había experimentado en otro lugar. (Rosa Bocanegra-secretaria)

- Los invitamos a conversar con los turistas, y los que van al camping, a hablar de la basura. Que pésimo las masa de basura. Que triste que la gente no cuida la naturaleza aunque la municipalidad ya colocaron tantos basureros, el río y arriba de la catarata está hecho un desastre. Ojala puedan educar a los visitantes. Suerte. De ahí fue bonito. Gracias. (Inés Rummel – Trabajadora social)

- Recomendar a los hostales más aseo en sus habitaciones. Debería colocarse letreros en las cataratas de prohibido tirar basura. (Anderson Velásquez-agróonomo)

- Que exista un buen acceso para los sitios turístico ya que las personas adultas no pueden realizar caminatas largas en caminos tan agrestes. (Kristyan Mendoza- universitario)

- El lugar es hermoso, económico, cercano a Lima. Buen clima, buenos paisajes. Tiene todo para ser un gran lugar turístico, como les decía a unas amistades. En un viaje de hora y media desde lima puedes ver los mismos paisajes como si estuvieras en Huancayo o Arequipa. En un paseo previo escuche a una persona que había alquilado un burro de un poblador para que traslade a su familiar de avanzada edad, y le dijo: “amigo porque no le pones a tu burro cordones de seguridad? Inviertes más, así das un mejor servicio. De esta manera puedes cobrar más y ganas tú y los visitantes”. Coincido plenamente con él. Este lugar tiene todo para ser un gran lugar turístico por las razones anteriormente mencionadas. Yo creo que se DEBE INVERTIR UN POCO MAS EN TURISMO, difusión y sobre

todo deben estar preparados para ofrecer un mejor servicio tanto al turista nacional y al extranjero, que dicho sea de paso pude ver a varios de ellos. Los comentarios que he escuchado de algunos visitantes en mis paseos anteriores, es muy alentador. En su mayoría reconocen el trabajo del municipio, pero también señalan que si hubiera una mayor promoción del turismo en dicha zona, se triplicaría el número de visitantes y fuera aún más conocido de lo que es. (Carlos Gamboa)

- En las páginas web donde aparece información respecto a San Jerónimo de Surco indican que queda en el km 63 y en realidad queda en el km 67, esto puede crear confusión y desconcierto a los turistas que van por su cuenta. Deben poner un poco más de depósitos donde, la gente que hace la ruta, boten la basura. Restringir a un área determinada la presencia de los vendedores ambulantes, porque propician que se ensucien la ruta. (Giovanna Castillo- ingeniera)

- Todo me pareció bueno, cada día más avanzara en su forma turística ya que no era muy conocido, sería conveniente que en la entrada de carretera tengan alguna señalización del lugar más explícito. Gracias. (Dilan- empleado)

- Más puestos de comida en la zona y en el transcurso del camino hacia las cascadas de Palakala. Lugares donde alquilen o vendan carpas, ponchos para acampar en la zona. (Aracelli Quintanilla- bibliotecaria)

- El acceso a la carretera es buena, la orientación recibida en la caseta turística también, sin embargo el camino hacia la catarata se presenta muy accidentado, teniendo en cuenta que debe ser apto para todos y que toma aprox. 3 horas, la señalización es buena pero podría ser mejor, el uso de pintura se podría mejorar a carteles. La verdad es q yo la pase muy bien y desearía regresar pronto, solo espero que el camino mejore. Hasta luego y gracias. (Evelyn CG- estudiante)

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL
INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

(ELABORADO POR MINCETUR)

FICHA Nº

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*):

UBICACIÓN (*):

Región: Lima

Provincia: Huarochirí

Distrito: Surco

CATEGORÍA (*):

TIPO (*):

SUB TIPO (*):

DESCRIPCION (*):

Datos sobresalientes que detallan las características del recurso

.....
.....

PARTICULARIDADES (*):

Singularidades del recurso que lo diferencian de otros

.....
.....

ESTADO ACTUAL:

Estado de conservación en el que se encuentra el recurso

OBSERVACIONES (*):

.....
.....

TIPO DE VISITANTE:

() Extranjero () Nacional () Regional () Local

Indicar el grado de afluencia de 1 a 4, siendo 4 el de mayor nivel y 1 el menor nivel de afluencia.

ACCESO HACIA EL RECURSO

Considerando como referencia la capital de la provincia

TERRESTRE: (se puede marcar con X más de una opción)

- A caballo
- Acémila
- A pie
- Automóvil Particular
- Bus Público
- Bus Turístico
- Camioneta de doble tracción
- Ferrocarril
- Combi
- Mini-Bus Público
- Mini-Bus Turístico
- Mototaxi
- Taxi
- Otro.....

AÉREO:

- Avión
- Avioneta
- Helicóptero
- Otro.....

MARITIMO:

- Barco
- Bote
- Deslizador
- Yate
- Otro

LACUSTRE / FLUVIAL:

- Barco
- Balsa
- Bote
- Deslizador
- Lancha
- Yate
- Canoa
- Otro.....

RUTA DE ACCESO AL RECURSO

Especificar cada uno de los recorridos y tramos existentes desde la capital de provincia al recurso turístico. Considerar el tipo de vía, la distancia y el tiempo utilizado; lo cual se definirá en Kilómetros y Horas para cada medio de acceso. Puede existir más de un recorrido para llegar al recurso.

Recorrido	Tramo	Acceso	Medio de transporte	Vía de acceso	Distancia en Km./ Tiempo

- 1 Se utilizarán números para cada recorrido (1, 2, 3,....).
- 2 Se señalarán los lugares que forman el tramo.
- 3 Se indicará el acceso correspondiente: aéreo, terrestre, marítimo, lacustre/fluviál.
- 4 Se refiere al medio de transporte utilizado en el tramo (bus, taxi, caballo,....)
- 5 En vías de acceso terrestre considerar los siguientes casos: trocha carrozable, sendero, camino de herradura, afirmado, asfaltado u otros.

TIPO DE INGRESO:

- Libre:
- Previa presentación de boleto o ticket
- Semi-restringido (previo permiso)
- Otro.....

EPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO (se puede marcar con X más de una opción)

Mencionar si la visita se realiza durante:

- Todo el Año
- Esporádicamente-algunos meses
- Fines de semana
- Feriados

HORARIO DE VISITA:
.....

ESPECIFICACIONES:
.....

INFRAESTRUCTURA (se puede marcar con X más de una opción)

DENTRO DEL RECURSO

- Agua
- Desagüe
- Luz
- Teléfono
- Alcantarillado
- Señalización
- Otra

FUERA DEL RECURSO (del poblado más cercano)

- Agua
- Desagüe
- Luz
- Teléfono
- Alcantarillado
- Señalización
- Otra

Será considerada dentro del recurso la infraestructura que se encuentre dentro del perímetro del mismo..

ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO (*)

(Se puede marcar con X más de una opción)

NATURALEZA

- Observación de Aves
- Observación de Fauna
- Observación de Flora

DEPORTES / AVENTURA

- Ala Delta
- Caminata
- Caza
- Ciclismo
- Camping

- Escalada en hielo
- Escalada en Roca
- Esqui sobre hielo
- Motocross
- Parapente
- Pesca de altura
- Pesca submarina
- Puenting
- Sandboard

DEPORTES ACUATICOS

- Buceo
- Canotaje
- Esqui Acuático
- Kayac
- Motonáutica
- Natación
- Pesca deportiva
- Remo
- Tabla Hawaiana (Surfing)
- Vela (Windsurf)

PASEOS

- Cruceros
- Paseos en bote
- Paseos en Caballitos de Totora
- Paseos en caballo
- Paseos en Carruaje
- Paseos en Lancha o canoa
- Paseos en Pedalones
- Paseos en Yate
- Excursiones
- Sobrevuelo en aeronave

FOLCLORE

- Actividades Religiosas y/o Patronales
- Ferias

Degustación de platos típicos

Rituales Místicos

OTROS

Actividades Culturales

Actividades Sociales

Compras de Artesanía

Estudios e Investigación

Realización de Eventos

Toma de Fotografías y Filmaciones

Otro.....

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO:

Marcar con una X los servicios que funcionan:

Alojamiento:

Hoteles

Apart-Hoteles

Hostales

Albergues

Casas de Hospedajes

Eco-lodges

Resorts

Otro.....

Alimentación:

Restaurantes

Bares

Cafeterías

Snacks

Fuentes de Soda

Venta de comida rápida

Kioskos de venta de comida y/o bebidas

Otro.....

Otros servicios:

Agencias de Viajes

Servicios de guiados

- Alquiler de Caballos
- Servicio de Correos
- Alquiler de Pedalones
- Servicio de Estacionamiento
- Alquiler de bicicletas
- Servicios de Fax
- Alquiler de Botes
- Servicios de internet
- Alquiler de Carruajes
- Servicios de Salvavidas
- Alquiler de Equip. para Turismo de Aventura
- Servicio de Taxis
- Bancos – Cajeros
- Tópico
- Casa de Cambio
- Venta de Artesanía
- Centro de Interpretación
- Venta de Material Información (libros, revistas, postales, videos, etc.)
- Facilidades para los Discapacitados
- Museos de Sitio
- Venta de Materiales para Fotografías
- Oficina de Información
- Otro.....
- Seguridad/POLTUR especificar
- Servicios Higiénicos

Lugares de Esparcimiento:

- Discotecas
- Casinos de Juego
- Pubs
- Peñas
- Night Clubs
- Juegos infantiles
- Cines o teatros
- Maquinas Tragamonedas
- Otros.....

SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO TURISTICO: (del poblado más cercano)

Alojamiento:

- Hoteles
- Apart-Hoteles
- Hostales
- Albergues
- Casas de Hospedajes
- Ecolodges
- Resorts
- Otro

Alimentación:

- Restaurantes Bares Cafeterías
- Snacks Fuentes de Soda Venta de comida rápida
- Kioskos de venta de comida y/o bebidas

Otros servicios:

- Agencias de Viajes
- Servicios de guiados
- Alquiler de Caballos
- Servicio de Correos
- Alquiler de Pedalones
- Servicio de Estacionamiento
- Alquiler de bicicletas
- Servicios de Fax
- Alquiler de Botes
- Servicios de internet
- Alquiler de Carruajes
- Servicios de Salvavidas
- Alquiler de Equipos para Turismo de Aventura
- Servicio de Taxis
- Bancos - Cajeros
- Tópico
- Casa de Cambio

- Venta de Artesanía
- Centro de Interpretación
- Venta de Material Información (libros, revistas, postales, videos, etc.)
- Facilidades para los Discapacitados
- Museos de Sitio
- Venta de Materiales para Fotografías
- Oficina de Información
- Seguridad/POLTUR especificar
- Servicios Higiénicos
- Otro.....

Lugares de Esparcimiento:

- Discotecas
- Casinos de Juego
- Pubs
- Peñas
- Night Clubs
- Juegos infantiles
- Cines o teatros
- Máquinas Tragamonedas
- Otros

DATOS COMPLEMENTARIOS:

INDICAR SI EL RECURSO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES:

.....

.....

.....

.....

PROPIEDAD DEL RECURSO TURÍSTICO:

.....

.....

.....

ADMINISTRADO POR:

.....

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS (*):

.....

.....

.....
MATERIAL AUDIO VISUAL ACTUAL DEL RECURSO TURISTICO:

FOTOGRAFIAS () VIDEOS () CD ()

OTROS ()

ESPECIFICAR:

.....
INSTITUCION ENCARGADA DEL LLENADO DE LA FICHA (*):

.....
PERSONA ENCARGADA DEL LLENADO DE LA FICHA (*)

.....
FECHA:

.....
FIRMA Y SELLO DE LA INSTITUCION / PERSONA RESPONSABLE (*):

.....
FIRMA SELLO

Entrevistas

Entrevista con Ingeniera María Isabel Quiroz – pobladora de la Comunidad de Ayas y fundadora de la empresa « Vacas Felices »

Día: Domingo 27 de junio 2010

Lugar: Comunidad Rural de Ayas

OBJETIVO: Conocer la labor de la empresa “Vacas Felices” en la comunidad rural de Ayas y la percepción que tiene sobre la comunidad.



Imagen : Archivo propio

María Isabel Quiroz – Ingeniera Agrónoma. Nació en Cajamarca y pertenece una familia de 12 hijos. En su infancia vivía al lado de sus padres en una chacra de 10 hectáreas, donde

cultivaban frutales y a su vez criaban cuyes conejos, patos. Fue ahí donde aprendió a valorar la técnica de la agricultura ecológica ancestral del tiempo de los Incas, los multicultivos (maíz, frejoles, zapallos, etc.)

Años después, se traslado a Lima a estudiar ingeniería agrónoma en la Universidad Nacional Agraria La Molina. Pero fue en el transcurso de sus estudios que se dio cuenta que ella no concebía la agricultura tal como se la enseñaban en la universidad. La UNALM tenía la tendencia de la agricultura biológica: Policultivos.

Es ahí donde comienza a interesarse por la agricultura alternativa con mayor fuerza y realiza la “Guía Metodológica para el trabajo de comunidades campesinas” proyecto que ganó un concurso y le permitió viajar por varios lugares del Perú poniendo en práctica su idea.

Luego de formar una familia y tener dos hijas, crea “Vacas Felices” E.I.R.L., que es una microempresa de responsabilidad social empresarial que beneficia y mejora la calidad de vida de consumidores y productores, a través de los alimentos sanos y los puestos de trabajo respectivamente.



“Vacas Felices” nace a fines de 1997, como una expresión de las experiencias agroecológicas y filosofía de vida de la líder fundadora: Ing. María Isabel Quiroz Cisneros, quien va integrando a toda su familia en el negocio. Tiene la visión de ser una empresa sostenible en el tiempo, que se pueda replicar en otros pueblos, promoviendo una labor de conciencia y educación y pretenden ser un ejemplo de vida.

Vacas Felices se inicia con la crianza certificada del ganado lechero y cultivo de pastos para su libre pastoreo, en uno de los últimos reductos verdes de Chorrillos. Actualmente y desde el 2008 el equipo humano y vacuno se encuentra reubicado en las

montañas de Lima; donde se han integrado en la comunidad rural de Ayas, en el distrito de Surco, en la Provincia de Huarochirí.

Vacas criada libremente en las chacras de Ayas, realmente felices.



Imagen : Archivo propio

Ahora junto a 6 jóvenes familias crían a sus vacas libres y más felices, con más diversidad de pastos naturales y con fuente de agua y aire más limpios. Su estrategia como productores agroecológicos es adaptar, aplicar y diversificar tecnologías y procesos que les permitan ser sostenibles ambiental y socialmente. Acercando a productores y consumidores responsables para compartir experiencias que los enriquezcan mutuamente.

Planta de producción de “Vacas Felices”



Imagen : Archivo propio

Desde el 2006 han empezado a entender la pasión por el arte de la elaboración y el disfrute de los quesos artesanales, así han nacido el “Ayasino Feliz” (queso prensado y maduro, suave al paladar en honor al pueblo que nos ha acogido), “Quesoke Feliz” (oke= azul en quechua, queso de venas azules), entre los “Viejitos Felices”, y entre los más jóvenes preparan unas muy suaves trenzas de “Mozzarella Feliz”, y un tipo “Cottage Feliz” súper deliciosos. De los cuáles cada molde es único y especial y los más conocidos y sabrosos yogures, entre ellos el “marimanguito feliz” sumamente deliciosos.



Bioferia de Surco



Imagen : Archivo propio

En la actualidad los encontramos en la Bioferia de Miraflores, los sábados 8:30 a.m. a 2:30 p.m. al costado del Parque Reducto # 2 y en la Bioferia de Santiago de Surco los sábados 8:30 a.m. a 4:00 p.m. en el Parque de la Amistad.

Información sobre la Comunidad Rural de Ayas:

La Ing. María Isabel proporcionó la siguiente información de la comunidad rural de Ayas:

- Los proyectos que se han venido promoviendo en la localidad de Ayas no han sido sostenibles en el tiempo por venir de fuera, por ser impuestos y por falta de interés de la población.
- Algunos de los pobladores les gusta la lectura, pero lamentablemente su educación es mala o pésima.

- Existe una biblioteca pero se encuentra cerrada por mala gestión de representantes de la UGEL. Por ello, existió una iniciativa de realizar una comisión de la biblioteca, ya que la Ing. María Isabel cuenta con una donación de libros brindada por la institución “Lluvia Editores” quienes donaron 7 cajas de libros, pero el Profesor principal y algunos miembros de APAFA no apoyan la iniciativa y son los niños los perjudicados e impedidos de usar dichos libros.
- Existen asociaciones como APES (Asociación de Productores Ecológicos de Surco) pero con muy pocos asociados ya que los comuneros son muy difíciles de agrupar.

Algunas características de la Comunidad Rural de Ayas:

- Crianza libre de ganado
- Nunca se ha escuchado de asaltos, no hay delincuencia
- El poblado de Ayas tiene un potencial en cereales
- La enfermedad de mayor gravedad en la comunidad es la Uta.
- Existe una pequeña Asociación de Productores Orgánicos de Ayas.



Imagen : Archivo propio

En casa de la Ing. María Isabel Quiroz, degustando productos artesanales elaborados en Ayas.



Imagen : Archivo propio

Entrevista con el Sr. Gustavo Sedano – Poblador de Ayas y emprendedor de negocio ecológico.

Día: Domingo 27 de junio 2010 - Lugar: Comunidad Rural de Ayas

OBJETIVO: Conocer el emprendimiento de un poblador de Ayas y saber cuál es su visión de su localidad.



Imagen : Archivo propio

El Sr. Gustavo Sedano poblador de Ayas, es un emprendedor que asociado a la bióloga Gracile Sangay Quiroz conocida como Polet, hija de la Ing. María Isabel, iniciaron la producción de Hongos Setas, los cuales son comercializados en la Bioferia de Miraflores junto a los productos de las “Vacas Felices”.

Sus hongos Setas los cultiva en mangas en bolsas con sustrato de cebadilla o chala, y otros residuos de la agroindustria.

Hasta el momento, cuenta con dos espacios de producción que poco a poco va perfeccionando.

Sus problemas están relacionados con la capacidad de producción y oferta de los hongos Setas. Por ello, aun no ha hecho negociaciones con empresas como los supermercados de Plaza Vea o Wong.



Imagen: Archivo propio

Gustavo, luego de hacernos una breve explicación sobre emprendimiento y enseñarnos su producción no solo de los hongos, sino de col de bruselas, tomates cherry, rocotos orgánicos, entre otros; propone desarrollar la actividad turística en la localidad de Ayas, haciendo un uso sostenible de los recursos turísticos que poseen.



La Catarata Mortero, se encuentra a 2 horas a pie o 50 minutos en carro; y los Restos Arqueológicos de Huacapuné que se ubican a 3600msnm.

La idea de Gustavo es desarrollar el Turismo vivencial o participativo donde los turistas puedan ser partícipes de las labores del campo de los pobladores ayasinos así como compartir su estilo de vida en general.

Gustavo es consciente que hacen falta los servicios básicos para atender a los turistas, como alojamiento, servicios higiénicos (no cuentan con desagüe), entre otros.

También describió que le gustaría que se realice en su comunidad:

- Turismo gastronómico con alimentos propios de la localidad y que aseguren una buena alimentación, además de enseñar a los turistas las propiedades de dichos productos.
- Creación del plato típico del pueblo de Ayas.
- Que la localidad sea considerado un lugar de descanso para los turistas.



Imagen: Archivo propio. Fotografía tomada con pobladores de Ayas, días previos a la Jornada de Organización Comunal.

Entrevista con el Sr. Antonio Yacsavilca, Presidente de la Comunidad Rural de Ayas, Anexo del distrito de Surco

Día: Martes 29 de junio 2010

Lugar: Comunidad Rural de Ayas

OBJETIVO: Conseguir el respaldo de una autoridad de la Comunidad Rural de Ayas y obtener información de la localidad.

Para realizar el encuentro con el Presidente de la Comunidad rural de Ayas, se solicitó su número a Gustavo Sedano. Se contactó con el presidente de la comunidad rural vía telefónica y se fijó una fecha y hora para el encuentro. Por cuestiones de formalidad, se preparó una carta de presentación donde se le explicaba los motivos de la visita, además de explicarle la naturaleza del estudio.

La entrevista se realizó en el local comunal de la comunidad rural de Ayas.



INFRAESTRUCTURA DEL LOCAL COMUNAL

- Está construido de concreto y posee 2 niveles
- Posee servicios higiénicos, pero sin desagüe
- Cuenta con unas 50 sillas de plástico
- un televisor y una pizarra acrílica.

Se consiguieron datos como:

- El actual presidente del anexo es interino, su periodo de actuación se extiende de abril a diciembre 2010.
- Población: 75 familias en la localidad
- En el último presupuesto participativo se acordó colocar desagüe a la comunidad.
- El colegio solo cuenta con nivel inicial y primaria, la secundaria está en Surco. De los 30 niños ayasinos dentro de primaria e inicial, 14 van al colegio local, los demás asisten a colegios de Matucana o Chosica.

- Cultivos: papa, habas, maíz, manzana delicia, palta fuerte y chirimoya son las principales.
- Servicio de Agua: pagan a un comité por el mantenimiento interno 3 soles mensuales.
- Servicio de luz: pagan según recibo
- Por cada hectárea pagan 42 soles anuales al Ministerio de Agricultura.
- La comunidad rural cuenta con aproximadamente unas 170 hectáreas.
- Analfabetismo: 10% de la comunidad
- Ayas posee dos reservorios de 120m³ y 100m³.
- Las mujeres a los 18 años de edad ya están formando sus familias
- Agricultura: cultivo ecológico y convencional
- Comercialización de productos: Chosica y Lima.
- Tendencias: incremento de la plata fuerte y hans.
- La participación de la comunidad: la cantidad promedio de las personas que participan en las asambleas oscila entre las 20 y 30 personas.
- Días Festivos: 16, 17 y 18 de diciembre, se celebra a la virgen Purísima de las Cruces.
- Dieta de los pobladores: nutrición insuficiente, y se ha comenzado por consumir productos que vienen de Lima, desplazando a los productos autóctonos de la localidad.
- Existe unas 80 hectáreas en las alturas (3000 m.s.n.m.) donde se puede cultivar papa.

Entrevista con Fernando Vera Revollar - Coordinador Nacional de Turismo Rural Comunitario – Mincetur

Día: Martes 06 de julio de 2010

Lugar: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – Oficina del Programa Turismo Rural Comunitario.

OBJETIVO: Solicitar asesoría sobre cómo poder relacionarnos con las comunidades en Surco y que ésta acuda y responda favorablemente al estudio, involucrándose en el taller-capacitación a realizarse en Ayas.

Recomendó investigar la pobreza de la comunidad rural de Ayas y conocer cuáles son las causas de su situación actual a consideración de los propios pobladores.

Asimismo, sugirió establecer indicadores propios para la investigación, para ello recomendó revisar la ENAHO y el IDH.

El Sr. Fernando Vera Revollar opinó que muchos de los problemas en las localidades son por la mala transmisión de información. Por ello, considera:

- Brindar información de base a las comunidades rurales, explicándoles las funciones del Estado y como ellos pueden aprovechar los beneficios del sistema.
- Realizar un Manual (en CD) donde se explique de forma resumida y de fácil entendimiento las funciones del Estado: ABC del sistema.
- Una de las mejores formas de transferencia de conocimientos es a través de audiovisuales, para ello nos recomendó buscar en la Facultad de Letras- E.A.P. de Comunicación trabajos sobre transferencia de información básica a comunidades rurales.
- Para generar interés en los pobladores, apelar al sentimiento de “trabajar para sus hijos y nietos”.

Visita a las Bioferias de los distritos de Miraflores y de Santiago de Surco

Día: Sabado 24 de febrero 2011

Lugar: Comunidad Rural de Ayas

OBJETIVO: Conocer el desempeño y desarrollo de los agricultores de la comunidad de Ayas del distrito de Surco en las bioferias de Miraflores y Surco donde comercializan sus productos semanalmente.

Estas bioferias están vigentes hace más de 1 año en ambas localidades, cuyo horario de atención son los sábados de 9am hasta las 5pm.

Los pobladores preparan sus cultivos durante la semana y se organizan de modo tal que los viernes coordinan el traslado de sus productos hasta Lima con su transportista.

Luego los sábados ya están listos con sus productos para ofrecerlos en las bioferias.

En dichas bioferias, tanto en la localidad de Miraflores como la Surco, participan solo 2 representantes de la comunidad de Ayas con sus respectivos stands, tales como Apes liderado por el Presidente de la Comunidad y Vacas Felices, liderado por Polet.



Estos agricultores nos comentaron que se juntan y contratan un camión que les traslade sus productos a Lima 1 vez por semana, ya luego ellos se encargan de distribuirlos para cada bioferia.

Para participar de las mismas, deben contar con una certificación, la cual tiene un costo de US\$ 1,000 y para obtenerla deben pasar por un periodo de transición que dura 3 años.

Los productos que se ofrecen en la bioferia de Miraflores tienen un precio ligeramente más elevado a los ofrecidos en Surco debido a sus costos de transporte hasta ese distrito y por los costos del espacio asignado para sus stands. Como detalle adicional nos indicaron que el stand de Miraflores tiene un costo de S/.27 x m² con un área de 6m², mientras que en Surco, los stands tienen un costo de S/.30 por área. Los mismos pobladores consideran que si todos en su comunidad se juntaran, tendrían más producción para abastecer la demanda y así poder formar pequeños clusters que los ayuden a superarse y salir adelante.



Imágenes tomadas en la Bioferia de Surco, ubicada en el Parque de la Amistad.