

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

ESCUELA DE POST GRADO

MAESTRÍA EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

MENCIÓN: GESTIÓN PÚBLICA



**“LA GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL Y EL DESARROLLO TURÍSTICO
DEL DISTRITO DE HUÁNUCO - 2016”**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
MAGÍSTER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CON
MENCIÓN EN GESTIÓN PÚBLICA**

Autor

LIC. CARLOS DANTE LEONARDO BELTRÁN

Docente Asesor

MG. ROCÍO VERÓNICA RASMUZZEN SANTAMARÍA

Huánuco – Perú

2017

DEDICATORIA

A mi hijo Dylan que es la fuerza que me motiva a seguir adelante.

A mis padres Teodoro y Carmen, por su fortaleza, dedicación, paciencia y cariño durante toda mi formación. A mis hermanos Carlos, Rocío y Pilar, por ser constante ejemplo y apoyo.

*“Sólo aquellos que se arriesgan a ir muy lejos,
Pueden llegar a saber lo lejos que pueden ir”
(T.S. Elliot).*

AGRADECIMIENTO

A Dios por bendecirme y brindarme la vida cada día.

Un especial agradecimiento a la Mg. Rocío Verónica Rasmuzzen Santamaría, asesora del presente trabajo de tesis, por brindarme sus oportunas orientaciones y sabias enseñanzas.

Mi más sincero aprecio a mis amigos Henry Bocanegra y José Pablo quienes contribuyeron de una u otra manera en la culminación de esta tesis, por su apoyo y palabras de afecto, aliento y satisfacción al culminar la tesis.

Agradezco a todas las personas que directa o indirectamente participaron en la realización de este trabajo de investigación.

ÍNDICE

iii

	Pág.
DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
ÍNDICE	iii
RESUMEN	v
ABSTRACT	vii
INTRODUCCIÓN	viii
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	12
1.1 Planteamiento del Problema	12
1.2 Formulación del Problema	15
1.2.1. Problema General	15
1.2.2. Problemas Específicos	15
1.3. Objetivos	15
1.3.1. Objetivo General	15
1.3.2. Objetivos Específicos	15
1.4. Sistema de Hipótesis	16
1.6.1. Hipótesis General	16
1.6.2. Hipótesis Específicas	16
1.5. Trascendencia Teórica, técnica y académica	16
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	17
2.1 Antecedentes de la investigación	17
2.1.1. Antecedentes Internacionales	19
2.1.2. Antecedentes Nacionales	20
2.1.3. Antecedentes Locales	22
2.2. Bases teóricas	24
2.2.1. Variable Gestión Turística Municipal	24
2.2.1.1. Gestión Turística municipal	25
2.2.1.2. La sub-Gerencia de Turismo Huánuco	26
2.2.1.3. Municipalidad	27
2.2.1.4. Ley orgánica de municipalidades	28
2.2.1.4.1. Ley N° 27972	28

2.2.1.5. Ley General de Turismo	28
2.2.1.5.1. Ley N° 29408	28
2.2.1.6. Modelos de Gestión Pública	29
iv	
2.2.1.7. Turístico Sostenible	30
2.2.1.8. Regulación de los Servicios	32
2.3.1.9. Gestión cooperativa con el Sector Público y Privado	33
2.2.2. Variable Desarrollo Turístico	34
2.2.2.1. Producto turístico	34
2.2.2.2. Atractivo turístico	43
2.2.2.3. Planta Turística	50
2.3. Definiciones Conceptuales	52
2.4. Sistema de Variables	53
2.4.1. Variable Independiente	53
2.4.2. Variable Dependiente	53
2.5. Operacionalización de Variables	54
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO	55
3.1. Tipo de investigación	55
3.1.1. Enfoque de la investigación	55
3.1.2. Alcance de la investigación	55
3.1.3. Diseño de la Investigación	55
3.2. Población y Muestra	56
3.3. Técnicas e instrumentos de Recolección de Datos	45
3.4. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información	46
CAPÍTULO IV. RESULTADOS	65
4.1. Relatos y descripción de la realidad observada	70
4.2. Entrevista y estadígrafos	129
CAPÍTULO V. DISCUSIÓN	139
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	144
CAPÍTULO VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	145
Anexos	180

RESUMEN

La presente investigación v lada **“LA GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL Y EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL DISTRITO DE HUÁNUCO - 2017”** enfoca un objetivo general ***Demostrar de qué manera La Gestión Turística Municipal influye en el Desarrollo Turístico del Distrito de Huánuco - 2017.*** Fundamentando que las principales actividades dinamizadoras de la economía mundial, es por ello que se ha consolidado como uno de los sectores más importantes.

El Estado es uno de los motores que puede impulsar el desarrollo del turismo, para ello es necesario: generar políticas de estado para una actividad turística competitiva, diseñar un marco legal fuerte y consistente, modernizar la estructura orgánica y funcional de los entes responsables de la actividad turística e impulsar la modernización y descentralización, y promover la oferta turística regional. Se debe normar la sostenibilidad de la actividad turística del país y posicionar en el mercado internacional como uno de los mejores destinos turísticos.

El desarrollo socioeconómico de la Región Huánuco es necesario estimular las inversiones nacionales y extranjeras directas para la actividad turística proporcionando un marco institucional confiable y seguridad jurídica. Además, debe promover el desarrollo de una cultura turística, la conservación y el uso adecuado de recursos naturales y culturales e impulsar el mejoramiento de la calidad de los productos y servicios turísticos en base a diseño de estrategia y puesta en valor todos los recursos existentes en la Región Huánuco.

Se realizó una encuesta a los principales prestadores de servicios turísticos en nuestra provincia, y algunas entrevistas a principales gestores Municipales, lo que permitió brindar una visión real de cómo se encuentra la

gestión municipal provincial e identificar su eficacia en el aumento de la demanda y mejora de los servicios turísticos del destino.

Considerándose como una primera guía que puede aplicarse para cualquier evaluación en términos de la mejora de la eficiencia de la gestión turística municipal.

1) Se demostró que la gestión turística municipal influye significativamente en el desarrollo turístico del distrito de Huánuco, bajo la perspectiva de los turistas en un 36.7% considero como regular, y un 41.7% de igual manera manifestó como regular de acuerdo a los cuadros N°14 y N°16.

2) Se determinó que el Turismo Sostenible influye en el Desarrollo Turístico, ya que como lo manifestaron los gráficos los visitantes aprecian que los servicios ofrecidos en el distrito son regulares y la infraestructura disculpable en el distrito, para el visitante es poco satisfactorio lo cual nos indica que el turismo sostenible si influye significativamente en el desarrollo turístico ya que el rango porcentual esta sobre el 30% de insatisfacción por parte de visitante que nos avizora que no hay un turismo sostenible en el distrito de Huánuco, como se puede ver en el grafico N° 02 y el grafico N° 16.

3) Se comprendió que la regulación de los servicios influye en el desarrollo turístico ya que como lo demostraron en los gráficos los visitantes opinaron que los servicios brindados en el distrito en cuanto a la regulación de los servicios son inseguros, así como también calificaron de regular al desarrollo turístico de Huánuco, lo cual nos indica que la regulación de los Servicios Influyen significativamente en el Desarrollo Turístico del Distrito de Huánuco.

4) Se determinó la influencia de la gestión cooperativa con el sector público y privado en el desarrollo turístico, ya que como lo demostraron los gráficos los servicios brindados en el distrito sobre la gestión cooperativa con

el sector público y privado son pocos asimismo no se brinda información oportuna al visitante, lo cual nos indica que la Gestión Cooperativa con el Sector público y privado si influiría significativamente en el Desarrollo Turístico del Distrito de Huánuco.

ABSTRACT

The present research entitled "MUNICIPAL TOURISM MANAGEMENT AND TOURISM DEVELOPMENT OF HUÁNUCO DISTRICT - 2017" focuses on an overall objective Demonstrating how the Municipal Tourism Management influences the Tourism Development of the District of Huánuco - 2017. Based on the main activities of the world economy, that is why it has consolidated itself as one of the most important sectors.

The state is one of the driving forces behind the development of tourism, for it is necessary to generate state policies for a competitive tourism activity, to design a strong and consistent legal framework, to modernize the organic and functional structure of the entities responsible for tourism. tourism and promote modernization and decentralization, and promote regional tourism. It is necessary to regulate the sustainability of the tourist activity of the country and position in the international market as one of the best tourist destinations.

The socio-economic development of the Huánuco Region is necessary to stimulate national and foreign direct investments for tourism, providing a reliable institutional framework and legal security. In addition, it should promote the development of a tourism culture, the conservation and appropriate use of natural and cultural resources, and promote the improvement of the quality of tourism products and services based on strategy design and the enhancement of all existing resources in the Huanuco Region.

We conducted a survey of the main tourism service providers in our province, and interviews with key municipal managers, which allowed us to provide a real view of how the provincial municipal management is and to

identify its effectiveness in increasing demand and improvement of the tourist services of the destination

Considered as a first guide that can be applied for any evaluation in terms of improving the efficiency of municipal tourism management.

1) It was demonstrated that municipal tourism management significantly influences the tourist development of the district of Huanuco, from the perspective of tourists in a 36.7% considered as regular and 41.7% likewise manifested as regular according to tables N 14 and 16.

viii

2) It was determined that Sustainable Tourism influences the Tourist Development, since as the graphics showed the visitors appreciate that the services offered in the district are regular and the infrastructure excusable in the district, for the visitor is unsatisfactory which we indicates that sustainable tourism has a significant influence on tourism development since the percentage range is above 30% of visitor dissatisfaction that we are aware that there is no sustainable tourism in the district of Huánuco, as can be seen in the graphic N ° 02 and the graph N ° 16.

3) It was understood that the regulation of services influences the development of tourism, as shown in the graphs the visitors expressed that the services provided in the district in terms of regulation of services are unsafe, as well as qualified as regular to the tourist development of Huánuco, which indicates that the regulation of the Services Influence significantly in the Tourism Development of the District of Huanuco, as can be seen in the graph N ° 03 and the graph N ° 16.

4) The influence of cooperative management with the public and private sector in tourism development was determined, since as shown in the graphs the services provided in the district on cooperative management with the public and private sector are few, timely information to the visitor, which indicates that Cooperative Management with the public and private sector if it would significantly influence the Tourism Development of the District of Huánuco, as can be seen in the graph N ° 07 and the graph N ° 16.

INTRODUCCIÓN

El crecimiento constante del ^{ix} ismo como una de las principales actividades dinamizadoras de la economía mundial demanda de manera imperativa su desarrollo y una gestión eficiente de parte de los responsables de conducir y promover el mencionado sector, aunque el sector turístico de un país, región o comunidad en su mayor parte está desarrollado, financiado y gestionado por individuos y empresas privadas, la responsabilidad del sector público en cuanto a la garantía de su sostenibilidad a largo plazo es tan importante como la de los agentes privados.

En ese sentido se realizó la presente investigación titulada ***“LA GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL Y EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL DISTRITO DE HUÁNUCO - 2016”*** la cual nos permitirá obtener un aporte en el conocimiento técnico-teórico para poder entender mejor el desarrollo del sector turístico en el distrito de Huánuco, la cual veremos en cinco capítulos, en los cuales podrá tener información de primera mano que le permitirá conocer al detalle el contenido de cada uno de los temas tratados en la presente tesis, además cabe señalar que al haber utilizado el método científico para el desarrollo de esta tesis será de fácil entendimiento para el sector empresarial huanuqueño y comunidad en general a continuación detallaremos cada uno de los capítulos.

El Capítulo Primero, está orientado a enfocar el problema, metódicamente se considera: descripción de la realidad problemática, problema del estudio, antecedentes teóricos, definición del problema, los objetivos de la investigación. Enfoca lo referente a la hipótesis de la investigación, metódicamente, se consideró: A la hipótesis general, también

trata sobre las variables, indicadores y la definición operacional de variables e indicadores, por dimensiones, enfoca la: Importancia y limitaciones de la investigación

El Capítulo Segundo, trata sobre el marco teórico, metódicamente se considera: el marco histórico, marco legal las bases teóricas: de exposición, de comentario, de síntesis, de análisis.

El Capítulo tercero, trata sobre la metodología empleada en la investigación, metódicamente se enfoca el tipo y nivel de investigación, el método y diseño de la investigación, delimitaciones de la investigación, considera a la: Población y Muestra de la investigación, enfoca lo referido a: Las técnicas e instrumentos de la investigación. Trata sobre: los procedimientos y análisis de la información.

El Capítulo Cuarto, contiene lo referido a la: presentación de resultados de trabajo de campo contiene: el procedimiento estadístico, el análisis estadístico sintético, las mediciones de frecuencias y estimaciones.

En el Capítulo Quinto, contiene presentar discusiones de resultados mediante contraprestación de los resultados del trabajo de campo con la referencia bibliográfica de las bases teóricas y también se ha desarrollado contraprestación de hipótesis general a base de prueba de hipótesis si se rechaza o se acepta, y por último el aporte científico de la investigación. Se consigna las conclusiones y sugerencias arribadas en la presente investigación.

Con la seguridad de que el digno Jurado revisor apreciara el desarrollo y contenido de la investigación, estoy convencido de que este trabajo servirá para compartirlo tanto como información, tanto como antecedente para futuras investigaciones.

Lic. Carlos Dante Leonardo Beltrán.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO ^{xi} DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El Turismo es uno de los factores de cambio y expresión a la vez de la transformación, más palpable en este proceso a escala global, las señales que expresan tales y tan notables cambios llegan de todas partes sectoriales y territoriales por la globalización de la economía turística, acercamiento de las distancias, nuevos modos de transmitir y gestionar la información y la promoción turística así mismo lograr la competitividad en todas las escalas de destino, sostenibilidad ambiental y autenticidad cultural como nuevos factores claves de una agenda turística, en este contexto los municipios son un espacio privilegiado para experimentar en esta línea de trabajo porque son los ámbitos administrativos y comunitarios donde se dialoga permanentemente con la sociedad civil y los actores, en este caso, que configuran y desarrollan la actividad turística en destino, sean o no éstos ciudadanos de la propia comunidad.

El crecimiento constante del turismo como una de las principales actividades dinamizadoras de la economía mundial demanda de manera imperativa su desarrollo y una gestión eficiente de parte de los responsables de conducir y promover el mencionado sector, aunque el sector turístico de un país, región o comunidad en su mayor parte está desarrollado, financiado y gestionado por individuos y empresas privadas; la responsabilidad del sector público en cuanto a la garantía de su sostenibilidad a largo plazo es tan importante como la de los agentes privados.

La problemática con respecto al Turismo se centra en la carencia de un mecanismo de organización en la gestión de destino que facilite el manejo, desarrollo y promoción del distrito de Huánuco. Existe una estacionalidad turística marcada que se debe romper para la sostenibilidad económica de las comunidades y la falta de planes estratégicos que nunca se ejecutaron por falta de gestión y recursos, para empezar a competir como destino y no como un puñado de empresas que compiten entre sí.

En este contexto, reconocemos en las municipalidades una instancia decisiva para enfrentar el desafío en materias tan diversas como la identificación de oportunidades en el sector turístico que contribuyan al desarrollo local de manera sostenible en el distrito de Huánuco, tales como la captación de inversiones públicas y privadas mediante la preparación de programas y proyectos dirigidos a consolidar la oferta turística local y la participación en campañas de promoción para el mercado regional, nacional e internacional, entre otras tareas que se han incorporado a sus preocupaciones cotidianas.

Sin embargo, el desafío de asegurar un desarrollo turístico se ha transformado en un objetivo prioritario de las naciones que, para tal efecto han comprendido la necesidad de la participación de todos los actores locales para su contribución con el bienestar de la comunidad.

**Tabla N° 01
FLUJO TURÍSTICO INTERNO Y RECEPTIVO
EN EL PERÚ - 2014**

Ranking de Departamentos más visitados en el Perú. 2014. PROMPERU			
T.INTERNO	%	T. RECEPTIVO	%
1. Lima	32.4	1. Lima	71.1
2. Ica	9.8	2. Cuzco	33.4
3. Arequipa	7.9	3. Tacna	27.3
4. La Libertad	7.8	4. Puno	13.5
5. Junín	6.3	5. Arequipa	12.8
6. Piura	6.1	6. Ica	9.3

7. Lambayeque	5.6	7. Piura	4.7
8. Ancash	4.2	8. Tumbes	4
9. Cajamarca	3.8	9. La Libertad	2.9
10. Cusco	3.7	10. Ma. De Dios	2.5
11. Huánuco	2.0	Fuera de Ranking	

Fuente: MINCETUR
Elaboración: Propia

Como se puede apreciar en la tabla N°01 la capital del Perú Lima tiene el mayor flujo de turistas tanto internos como receptivos es decir extranjeros haciendo un total de 71.1%; seguido de Cusco con un 33.4% y Tacna con un 27.3; y observamos que de los 24 departamentos más visitados en las cuales Huánuco no figura lo que hace suponer que no está habiendo un buena trabajo del Turismo, tanto del sector público como privado es por eso que para revertir esta situación, como se viene desarrollando la gestión del turismo en los municipios que permitan desarrollar el turismo siguiendo las funciones que son de competencia y esto permitirá fomentar el turismo adecuadamente motivo por el cual se propone el presente proyecto de tesis, intitulado **“La Gestión Turística Municipal y el Desarrollo Turístico del Distrito de Huánuco 2017”**.

Se debe tomar en cuenta entonces que el desarrollo turístico del distrito de Huánuco se ha visto poco desarrollado en los últimos años.

Por lo cual la gestión turística municipal juega un rol preponderante sobre estas políticas, ya que son los mecanismos de gestión de turismo sostenible, regulación de servicios y gestión cooperativa con el sector público y privado las que van a permitir el desarrollo turístico del distrito de Huánuco, que cuenta con diversidad de atractivos y recursos turísticos.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. PROBLEMA GENERAL:

PG: ¿De qué manera la gestión turística municipal influye en el desarrollo turístico del Distrito de Huánuco - 2017?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS:

PE1: ¿De qué manera el turismo sostenible influye en el desarrollo turístico del Distrito de Huánuco - 2017?

PE2: ¿De qué manera la regulación de los servicios influye en el desarrollo turístico del Distrito de Huánuco - 2017?

PE3: ¿De qué manera la gestión cooperativa con el sector público y privado influye en el desarrollo turístico del Distrito de Huánuco - 2017?

1.3. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS

1.3.1. OBEJTIVO GENERAL:

OG: Demostrar de qué manera la gestión turística municipal influye en el desarrollo Turístico del Distrito de Huánuco - 2017.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

OE1: Determinar de qué manera el turismo sostenible influyen en el desarrollo turístico del Distrito de Huánuco - 2017

OE2: Comprender de qué manera la Regulación de los Servicios influyen en el desarrollo turístico del Distrito de Huánuco – 2017.

OE3: Determinar de qué manera la gestión cooperativa con el sector público y privado influyen en el desarrollo turístico del Distrito de Huánuco – 2017.

1.4. SISTEMA DE HIPÓTESIS:

1.4.1 HIPÓTESIS GENERAL

HI: La gestión turística municipal influye significativamente en el desarrollo turístico del Distrito de Huánuco – 2017

1.4.2 HIPÓTESIS NULA

Ho: La gestión turística municipal no influye significativamente en el desarrollo turístico del Distrito de Huánuco – 2017

1.4.3 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:

HE1: El turismo sostenible influye significativamente en el desarrollo turístico del Distrito de Huánuco – 2017.

HE2: La regulación de los servicios influyen significativamente en el desarrollo turístico del Distrito de Huánuco – 2017.

HE3: La gestión cooperativa con el sector público y privado influyen significativamente en el desarrollo turístico del Distrito de Huánuco – 2017.

1.5. TRASCENDENCIA TEÓRICA, TÉCNICA Y ACADÉMICA

1.5.1 TEÓRICA:

La relevancia teórica se manifiesta en que es un estudio que permitirá describir a las variables de investigación y conocer de qué manera se influye. Además, esta investigación permitirá demostrar si las teorías planteadas por los diferentes autores

sobre gestión del turismo en gobiernos locales funcionan en la realidad del distrito de Huánuco.

1.5.2 TÉCNICA: Con esta investigación se podrá verificar si la Ley General del Turismo y la Ley orgánica de Municipalidades promulgadas por el Estado Peruano; se cumplen a cabalidad y si estas realmente funcionan y están cumpliendo los objetivos de las respectivas leyes, este análisis permitirá conocer como es la gestión turística municipal en el distrito de Huánuco y poder planificar mejor las acciones, con el objetivo de alcanzar el desarrollo turístico del distrito de Huánuco.

1.5.3 ACADÉMICA: Toda investigación tiene resultados ya sean positivos o negativos, pero tienen como producto nuevos conocimientos o a veces se refuerzan las teorías ya existentes, pues en el distrito de Huánuco en tal sentido tendremos propuestas que nos permitirán identificar aspectos que no permiten alcanzar el desarrollo turístico de Huánuco que sea diferenciado y posesionado a nivel nacional e internacional.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN. (TESIS, ARTÍCULOS, CONFERENCIAS, ETC.)

2.1.1 ANTECEDENTES INTERNACIONALES:

Autor: (Olivares Diego, 2005)

Título: Sistema turístico en Nicaragua; desarrollo turístico integrado a la región del Norte y departamentos de Esteli y Nueva Segovia

Lugar: Universitat Jaume I

Conclusiones:

- 1) Nicaragua, como buena parte de América Latina, a partir de los correspondientes procesos externos de globalización e internos de estabilización socioeconómica y política (Gwartney y Lawson, 2001: 5.45), ha empezado a identificar el turismo como una de las principales fuentes de divisas del siglo XXI. Como en otros tantos países en vías de desarrollo, parte del desafío de cambiar las imágenes negativas que ofrece la pobreza, parece ser que existe una buena oportunidad para aprovechar y consolidar un elevado potencial turístico en un territorio con altas expectativas y con alicientes para la inversión.
- 2) Este país Centroamérica representa con sus 130.668Km² el 25 % del territorio mesoamericano (522.157 Km² corresponden a lagos.va su vez aporta el 13,6% de la población (4.936.600

habitantes) sobre los 36 millones del conjunto del área. Igualmente participa de las potencialidades turísticas de Centroamérica, cuyos principales productos turísticos son la cultura (Ligado tanto a la civilización precolombina, caso de los mayas en Guatemala, como al colonial) y la naturaleza (ecoturismo en Costa Rica), ya que la región concentrada el 10% de la biodiversidad del planeta. De este modo, la industria turística tiene, así como eje el aprovechamiento de las ventajas comparativas que los recursos naturales y la herencia histórica dan a cada una de las naciones.

- 3) Así pues, la república centroamericana de Nicaragua puede convertirse, en ese marco regional, en un puente económico-cultural entre regiones, naciones y continentes, lo que añadido a su importe y única biodiversidad, la confiere al país ventajas comparativas en el sector turístico (Sánchez y Moreno, 1992), el cual, en cualquier caso, debe desarrollarse en clara aceptación equilibrada de principios ecológicos, social y culturales; en otras palabras, con respecto al medio natural y cultural y con precaución en el desarrollo de proyectos turísticos y su temporalización.
- 4) En este contexto Nicaragua debe esforzarse por aparecer como destino turístico propio, competitivo y adaptado a las características e idiosincrasia del país y de su entorno. En este sentido, las tendencias del turismo mundial apuntan hacia la búsqueda de experiencias más genuinas y menos artificiales, las cuales pueden encontrar en Nicaragua un amplio escenario donde concretarlas, caso de la región Norte Las Segovias, donde sí se aplican en base a las características que requieren los espacios de interior pueden ayudar al desarrollo socioeconómico, cultural y medioambiental, de la región.
- 5) Ello nos incita a aplicar modelos de desarrollo turístico adecuado a las características fisiográficas, naturales de los diferentes espacios, que nos permita, a través de su cohesión, un desarrollo

equilibrado y sostenible. Así pues, el desarrollo turístico debe aparecer integrando en esas nuevas estructuras, valorando todos los elementos que componen su sistema, lo cual representa potenciar todos los elementos que componen su sistema, lo cual representa potenciar todos sus componentes, desde los caracteres generales (infraestructuras y servicios) a los recursos territoriales turísticos; la demanda; y los subsectores económicos relacionados de manera jerarquizada con la actividad turística.

En definitiva, el objetivo de esta publicación es dar a conocer los resultados alcanzados en la aplicación del modelo de desarrollo turístico integrados de los Departamentos de Estelí y Nueva Segovia, cuyos contenidos quedan estructurados en esta presentación general, donde se aportan los aspectos conceptuales y el método; en una primera parte con unos capítulos correspondientes al análisis de materias correspondientes a la investigación y desarrolladas por cada miembro del equipo investigador; una segunda parte donde se aborda el modelo desarrollo turístico integrado aplicado a las Segovias (Departamentos de Estelí y Nueva Segovia), y una tercera parte, dedicada al diagnóstico y al diseño de estrategias.

2.1.2 ANTECEDENTES NACIONALES:

Autor: (Gamarra Santillán, 2015)

Título: “Gestión turística municipal y la conservación del patrimonio cultural murallas de Tungasuca en el distrito de Carabaylo en el periodo marzo-septiembre 2015”

Lugar: Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Administración en Turismo y Hotelería

Conclusiones:

- 1) De la gestión turística municipal del distrito, no es eficiente y por lo tanto la conservación de la muralla Tungwasuca no fue conservada en el periodo 2015 por lo tanto la muralla construida con piedra y barro se vieron deterioradas paulatinamente por la acción del hombre y por los fenómenos climatológicos asimismo la falta de planes de conservación por parte de sus autoridades.
- 2) Se afirma que el 60% de encuestados no tienen el conocimiento de conciencia turística y requieren capacitación en prestación de servicios turísticos, la cual requieren revertir esta situación para mejorar el turismo y la concientización por parte de la actual gestión en el área de turismo y de las organizaciones comunales.
- 3) La muralla Tungwasuca una de las escasas muestras de todo lo que fue la defensa de los colli por lo que el ministerio de cultura y los y los municipios de Comas y Carabayllo deben realizar un plan para la protección y conservación para evitar que se siga destruyendo y deteriorando informar a la comunidad y esta se concientice y participe en su recuperación.

Autor: (Rodriguez Zamora, 2014)

Título: “Gestión turística municipal en la provincia de Trujillo - período 2011- 2014”

Lugar: Universidad Nacional de Trujillo, Facultad de Ciencias Sociales, Escuela Académico Profesional de Turismo.

Conclusiones:

- 1) La Gestión turística en la Provincia de Trujillo, durante el periodo 2011-2014 ha realizado diagnósticos turísticos de los recursos y los servicios turísticos del destino, lo que ha permitido que esta Gestión tenga una aceptación de Regular del 51%, seguida de un 43% de aceptación Buena. (VER CUADRO N° 02)

- 2) Entre las actividades que más ha desarrollado la Sub-Gerencia de turismo de Trujillo, destaca la Información Turística con un 71% de total. (VER CUADRO N° 03)
- 3) Con respecto a si se encuentran sensibilizados o no los escolares y taxistas, se indica que solo el 57% de los escolares, se encuentran sensibilizados turísticamente. (VER CUADRO N° 08) y un 54% indica que no todos los taxis están sensibilizados, solo las empresas con un 14%. (VER CUADRO N° 11)
- 4) El 89% de los empresarios turísticos, indica no haber recibido capacitación por parte del municipio, solo el 11% indica que Sí. (VER CUADRO N° 09).

El 66% de los encuestados determina conocer la función de los edecanes (VER CUADRO N° 13) e indica el 69% que ayudaban a mejorar la imagen de Trujillo. (VER CUADRO N° 15)

2.1.3 ANTECEDENTES LOCALES:

Autor: (Rasmuzzen Santamaria, 2013)

Título: “La gestión de marketing y el desarrollo turístico del distrito de Tomayquichua, provincia de Ambo, departamento de Huánuco, período 2013”

Lugar: Universidad de Huánuco, Maestría en Ciencias Administrativas, Mención: Gestión Pública.

Conclusiones:

- 1) Con la prueba de Hipótesis se determinó la influencia de la Gestión de Marketing en el Desarrollo Turístico del Distrito de Tomayquichua- Provincia de Ambo- Departamento de Huánuco. Período 2013, por lo que se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la nula. Viendo los resultados obtenidos tanto en la contrastación entre los Gráficos 14 y 26 sobre el tipo de turismo que se cree es el más requerido y el tipo de turismo que realmente

solicita el turista, se determinó que la brecha del 9% que existe entre turismo festivo y de aventura indica que no se ha identificado correctamente la necesidad y esto en el marketing es básico; así mismo el Gráfico 16 y 30 indica que el desarrollo del turismo para la población es regular mientras que para el turista existe una expectativa diferente de 60% lo cual indica que no se está aplicando estrategias adecuadas, por lo que se determinó la influencia de la VI sobre la VD; La gestión de marketing SI influye en el desarrollo turístico, por todo lo expuesto en los resultados presentados.

- 2) Se logró identificar la influencia de las Estrategias de Marketing en el Desarrollo Turístico del Distrito de Tomayquichua- Provincia de Ambo- Departamento de Huánuco. Período 2013, con las encuestas aplicadas se identificó que las estrategias se encuentran ausentes.

En la propuesta del Plan de Marketing Turístico se proponen estrategias claves para lograr el Desarrollo Turístico de la localidad, siendo éstas las siguientes:

- a. Estrategias de sectores
- b. Estrategia de (Cliente) turista objetivo
- c. Estrategia de Prioridades por mercados geográficos
- d. Estrategias para lograr los objetivos del plan Son:

1º Estrategias de Producto

2º Estrategia de Comunicación

3º Estrategia de Sistema de Ventas

- 3) En el planteamiento de la propuesta sobre el Plan de Marketing Turístico integrado, se explica con detalle todo el proceso, para implantar un Plan de Marketing como una de las prioridades que deberá tener en cuenta el Municipio y aplicarlo con las

consideraciones correspondientes ya que un Plan correctamente planteado SI influye en el Desarrollo Turístico ya que el documento es el resultado de una investigación con datos reales e información secundaria recabada que les permitirá una mejor toma de decisiones al respecto.

- 4) Se determinó la influencia de la atención personalizada al turista, ya que como lo demostraron los Gráficos en la encuesta a los turistas existe una insatisfacción y no se está ofreciendo los productos turísticos que ellos esperan, así mismo la estrategia de precio y promoción no es la más adecuada, y se demostró que la atención al turista no es la mejor debido a que no se cuenta con las herramientas óptimas para hacerlo, no hay disponibilidad de material publicitario , no hay información adecuada que maneje el poblador sobre sus atractivos, etc.

2.2 BASES TEÓRICAS

2.2.1 VARIABLE INDEPENDIENTE

2.2.1.1 GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL

Es un aspecto muy importante a estudiar dentro del marco de las acciones a realizar para beneficio y desarrollo económico de la localidad, así Gómez lo define: **Según (Gomez, 2004), Pg. 180). “Conjunto de acciones y actividades que a través del Estado o del sector productivo buscan que la comunidad receptora conozca, valore y propenda por el desarrollo económico y la promoción de sus valores autóctonos”** Se entiende que la gestión ayuda para que no solo no se pierda la cultura de un pueblo sino también aporta permitiendo el avance económico en determinada área de acción.

Para el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo peruano, es la cadena de procesos desarrollados por

el gobierno local para convertir un territorio en producto o destino turístico. Con la finalidad de crear un territorio turístico sostenible, capacitar al recurso humano, incorporando unidades en el gobierno local, procurando en lo posible hacer alianzas Público-Privado. Y se desarrolla en cuatro pasos (Mincetur, 2016)

- **Proceso 1.** Planificación sostenible del territorio turístico compatible con el Plan de Desarrollo Urbano Rural y/o Plan de Ordenamiento Territorial.
- **Proceso 2.** Formación de recursos humanos para la gestión y planificación.
- **Proceso 3.** Incorporar en el gobierno local una Unidad de Turismo para la gestión de recursos financieros para la ejecución de los programas de proyectos de inversión.
- **Proceso 4.** Alianza Pública – Privada, Gobierno local promoviendo la inversión local en negocios turísticos y generación de clima de negocios para atracción de turistas e inversiones externas.

2.2.1.2 MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUÁNUCO

La actual gestión municipal está precedida por el Abog. Aníbal Solórzano Ponce Alcalde Provincial en el periodo edil 2015-2018; y la sub gerente de Promoción de Turismo es la Lic. Rosaliz Margaret Garcia Trujillo. Los municipios, son entidades públicas con fines de interés general o social. Son administraciones dirigidas por un alcalde. Según (Asensio Romero, 2012) Son elegidos por un periodo

de 4 años por todos los vecinos mayores de 18 años. Es el encargado de fiscalizar el gasto con un presupuesto que limita pretensiones políticas Y sobre todo cuenta con empleados públicos que prestan servicios a la colectividad.

2.2.1.3. ÁREA DE GERENCIA DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO

La Gerencia de Desarrollo Económico es el órgano de línea encargado de planificar, organizar, dirigir, supervisar y evaluar los programas, acciones y proyectos en materias de promoción del desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa – MYPE urbana y rural y, el empleo con enfoque de turismo local sostenible; abastecimiento y comercialización de productos y servicios; así como programar ferias semanales, promoción artesanal y turística, establecer un sistema de seguridad ciudadana con participación de la sociedad civil y de la Policía Nacional.

La Gerencia de Desarrollo Económico está a cargo de un Funcionario de Confianza designado por el Alcalde, y puede ser cesado por decisión del titular del Pliego. Depende funcional y administrativamente de la Gerencia Municipal (Ver anexo N° 14).

2.2.1.4. ÁREA DE SUB-GERENCIA DE TURISMO DE LA PROVINCIA DE HUÁNUCO

La Sub Gerencia de Turismo es el órgano encargado de fomentar el Turismo Local, defender y conservar

el Patrimonio Histórico Cultural. Está a cargo de un Directivo que depende administrativa y funcionalmente de la Gerencia de Desarrollo Económico. Esta sub gerencia se encuentra bajo el cargo de la Lic. Francisca Cachay Suarez y esta área tiene entre sus principales funciones que tiene son:

1. Programar y ejecutar políticas y plan de fomento del turismo local sostenible.
2. Promover la protección y difusión del patrimonio cultural de la nación, dentro de su jurisdicción, y la defensa y conservación de los Monumentos Arqueológicos, Históricos y Artísticos colaborando con los órganos regionales y nacionales competentes para su identificación, registro, control, conservación y restauración.
3. Fomentar el turismo sostenido y regular los servicios destinados a ese fin, en cooperación con las autoridades competentes.
4. Identificar los bienes y actividades con valor y/o potencial arqueológico, histórico y turístico. Asimismo, coordinar con entidades vinculadas con el Turismo para realizar actividades conjuntas.
5. Fomentar el Turismo Local, defender y conservar el Patrimonio Histórico Cultural.
6. Elaborar el inventario de zonas turísticas, así como el potencial exportable en la Provincia de Huánuco.
7. Promover la participación de grupos folklóricos, musicales y demás manifestaciones artísticas en la Provincia.

8. Formular, ejecutar y evaluar el Plan Operativo Institucional de su dependencia; así como elaborar la estadística de las acciones y resultados de su ejecución.

9. Alcanzar información competente para la página web de la Municipalidad.

10. Otras funciones que le asigne la Gerencia de Desarrollo Económico (Ver anexo N° 14).

2.2.1.5. LEY ORGÁNICA DE MUNICIPALIDADES

Ley N°27972

Art. 82°, inciso 15.- Según (EL PERUANO, 2003) Fomentar el turismo sostenible y regular los servicios destinados a ese fin, en cooperación con las entidades competentes.

2.2.1.6. LEY GENERAL DE TURISMO

Ley N° 29408

Art. 1°. -Declaratoria de interés nacional

Declárase de interés nacional el turismo y su tratamiento como política prioritaria del Estado para el desarrollo del país.

Según (Mincetur, 2016) los ministerios, Gobiernos regionales, gobiernos locales y las entidades públicas vinculadas a las necesidades de infraestructura y servicios para el desarrollo sostenible de la actividad turística deben considerar en sus planes, presupuestos, programas, proyectos y acciones, los requerimientos del sector turismo formulados por el ente rector de esta actividad.

Art. 2°. - Objeto de la ley

Según (Mincetur, 2016) la presente ley tiene el objeto de promover, incentivar y regular el desarrollo sostenible de la actividad turística. Su aplicación es obligatoria en los tres (3) niveles de gobierno: Nacional, Regional y Local, en coordinación con los distintos actores vinculados al sector.

Art. 3° Según (Mincetur, 2016): son principios de la actividad turística los siguientes

- **Fomento de la inversión privada:** El Estado fomenta y promueve la inversión privada en turismo que contribuya a la generación de empleo, mejora de la calidad de vida de la población anfitriona y transformación de recursos turísticos en productos turísticos sostenibles.
- **Descentralización:** El desarrollo del turismo es responsabilidad e involucra la participación e integración de los gobiernos regionales, municipalidades y poblaciones locales para el beneficio directo de la población.

2.2.1.7. MODELOS DE GESTIÓN PÚBLICA

Según (Gómez Borja, Mondéjar Jiménez, & Sevilla Sevilla, 2005) parte del modelo de gestión que puede adoptar un municipio frente al tema turístico que podría caracterizar fundamentalmente a partir de dos dimensiones:

- **Nivel de sensibilidad frente al tema turístico:** Esta sensibilidad tendría mucho que ver con la importancia relativa que el sector tenga o pueda tener en la economía municipal. Por otra parte esta

importancia no es ajena a la existencia de recursos potencialmente explotables desde el punto de vista turístico.

- **Tipo de relación con el sector privado:** La manera que un determinado municipio enfoque su relación con el sector privado es como consecuencia de una determinada concepción política del papel que el sector privado debe tener en la actividad económica.

2.2.1.8. TURISMO SOSTENIBLE:

El adjetivo sostenible refiere a algo que está en condiciones de conservarse o reproducirse por sus propias características, sin necesidad de intervención o apoyo externo. El término puede aplicarse sobre diversas cuestiones: métodos productivos, procesos económicos, etc.

Cuando se habla de desarrollo sostenible, por ejemplo, se está haciendo mención a la posibilidad de lograr que una región crezca a partir de la explotación de sus recursos, sin que dicha explotación lleve a poner en riesgo la existencia futura de los recursos en cuestión. El desarrollo sostenible también contempla que el crecimiento se consiga sin injerencia del exterior.

El turismo sostenible, por su parte, consiste en la actividad turística cuya huella ambiental es reducida o nula. Un viaje que contemple desplazamientos en bicicleta, caminatas para conocer los atractivos del lugar y pernoctes en un establecimiento equipado

con energía solar podrá enmarcarse en este tipo de turismo. (Pérez Porto & Ana , 2014)

En 1993, en la **Conferencia Euro mediterránea sobre Turismo y Desarrollo Sostenible**, la Organización Mundial de Turismo (OMT, 1993) en el documento titulado Tourism the year 2000 and beyond qualitative aspects definió el concepto de **Turismo Sostenible**:

“El Turismo Sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida". En la mayoría de las definiciones de este concepto se habla de:

a. **Sostenibilidad ecológica.** Es decir, que el desarrollo del turismo no cause cambios irreversibles en los ecosistemas de los diferentes destinos.

b. **Sostenibilidad social.** Refiriéndose a la capacidad de una comunidad para absorber el turismo.

c. **Sostenibilidad cultural.** Una comunidad ha de ser capaz de retener o adoptar sus propias características culturales distintivas ante la cultura del turista.

d. **Sostenibilidad económica.** Que asegure el nivel de ganancia económica que requiere el sector, para que sea viable.

2.2.1.9. REGULACIÓN DE LOS SERVICIOS

Según (EL PERUANO, 2003) con la ley orgánica de municipalidades N° 2792 en el capítulo 3 (de las competencias de las municipalidades art. 10 Inciso f dice regular el transporte colectivo, la circulación y el tránsito; en el inciso l dice exigir el cumplimiento de sus propias normas, para lo cual contara con la policía municipal; y las demás atribuciones inherentes a sus función de acuerdo a ley. Asimismo en el art. 11 que indica literalmente que: corresponde a las municipalidades provinciales, además de las competencias señaladas en el art 10. Las siguientes: de nuestro interés es priorizar el inciso C que refiere que la municipalidad debe de cooperar con la cultura, recreación y deporte. También en el inciso D nos dice cooperar con el turismo y conservación de monumentos arqueológicos e históricos en coordinación en el órgano regional; y con las políticas nacionales impartidas a través del gobierno. Y también según el art. 82 numeral 15 manifiesta que las municipalidades deben de regular los servicios destinados a la oferta turística de su jurisdicción.

Según la (RAE, 2016) regulación es la acción de regular que básicamente es de terminar las reglas o normas y nos da 4 ejemplos.

1. Medir, ajustar o computar algo por comparación o deducción.

2. Ajustar, reglar o poner en orden algo.
3. Ajustar el funcionamiento de un sistema a determinados fines.
4. Determinar las reglas o normas a que debe ajustarse alguien o algo.

2.2.1.10. GESTIÓN COOPERATIVA CON EL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO

Según (Miralbell Izard, 2010). La cooperación y coordinación entre el sector público y privado y entre las mismas administraciones es una necesidad ineludible en turismo. Por un lado, el desarrollo del turismo no sería óptimo si sólo fuera de la mano del sector privado, dado que su principal motivación es la obtención de beneficios, pero tampoco si fuera dominado totalmente por el sector público; Ya que, este acostumbra a ser menos eficiente desde el punto de vista económico. Por lo tanto, conviene que uno u otro se coordine en la definición de políticas turísticas.

La naturaleza del turismo, que combina una oferta de bienes y servicios privados como alojamiento, restauración, ocio. Y públicos como infraestructuras, sanidad, playas, equipamientos complementarios, fundamentales para el establecimiento de la experiencia turística del visitante hace que el sector público tenga un doble papel como elemento de competitividad de un destino:

- Como agente de regulación de la actividad.
- Como parte integrante del producto turístico ofrecido, en el sentido de ser gestor de bienes y servicios públicos indispensables para el normal funcionamiento del turismo en un destino.

2.2.2. VARIABLE DEPENDIENTE

2.2.2.1 DESARROLLO TURÍSTICO

La noción de desarrollo turístico se asume intuitivamente al punto en que siendo una de las expresiones más utilizadas en la literatura académica de la disciplina, son escasos los autores que proponen una definición para este concepto. No obstante, una importante cantidad de trabajos presentan diversas tipologías y modelos de desarrollo turístico, y también son numerosos los estudios que analizan el impacto que produce en la sociedad. La contribución del desarrollo turístico al desarrollo, nacional, regional o local, también se ha asumido durante mucho tiempo como una relación causal y en consecuencia, la hipótesis subyacente de la planificación turística ha sido a mayor desarrollo turístico, mayor contribución al desarrollo de las comunidades receptoras. Actualmente, esta línea de análisis parece continuar en relación al imperativo que marca la globalización: ser competitivo, asumiendo también de manera tácita que a mayor competitividad mayor nivel de desarrollo. (Begazo Domingo, 2012)

“El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos” (PEARCE, 1991)

Esta definición, puede dividirse en dos partes: la primera hace referencia a la estructura socio-productiva que en los centros receptores hace posible que el visitante disfrute de los recursos que han motivado su desplazamiento. La segunda parte se refiere al impacto económico de la actividad turística, que genera ingresos económicos provenientes de los centros emisores de turismo, y empleos.

Una característica esencial del turismo, es que su desarrollo no se presenta de manera homogénea en el espacio, sino que genera concentraciones de la actividad, siempre en relación a la materia prima del turismo, esto es, los atractivos naturales o culturales. Esto significa que si bien el turismo se conceptualiza a partir del desplazamiento de los visitantes desde un centro emisor hacia uno receptor, la unidad de análisis del desarrollo turístico es el destino. “Definimos el destino turístico de país, de región o de estado, de ciudad o de lugar, como un espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad atrayendo a turistas mediante productos perfectamente

estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles; poseedor de una marca, y que se comercializa teniendo en cuenta su característica general” (Josep Frances, 2004)

El destino turístico como unidad de análisis, admite diferentes escalas geográficas a condición de que se lo relacione con el concepto de producto global, es decir, el conjunto de prestaciones materiales e inmateriales, que incluyen los recursos, equipamientos e infraestructuras y los servicios prestados, que hacen posible que los visitantes tengan una imagen conjunta del lugar y desarrollen una experiencia integral (ATLÉS MACHIN, 1993)

La idea del destino turístico como producto, ha sido la base de un modelo muy difundido sobre las fases de evolución turística, desarrollado por Richard Butler, citado por (JIMENES MARTINEZ, 2005) que muestra el ciclo de vida de un destino en cinco etapas:

1º. Exploración: es la primera etapa del desarrollo de un destino turístico en la cual los turistas comienzan a llegar. En esta etapa se produce un bajo impacto, debido al reducido número de turistas y a la escasa oferta de equipamiento.

2º. Involucramiento: la comunidad local comienza a prestar servicios e instalaciones, lo que produce un incremento de los turistas pero con un ritmo de crecimiento todavía moderado. El contacto entre turistas y residentes es elevado.

3º. Desarrollo: en esta fase se produce el despegue del destino y un rápido incremento de los servicios

turísticos. La cantidad de turistas crece más rápidamente y se produce un fuerte impacto en la comunidad local. En las temporadas altas la cantidad de turistas puede superar la cantidad de residentes, y comienza a demandarse mayor cantidad de mano de obra para el sector.

4º. Consolidación: la cantidad de turistas sigue creciendo pero a un ritmo menor. Desde un punto de vista económico, el turismo se transforma en una de las actividades de base del destino. En esta etapa se desarrollan esfuerzos por aumentar y sostener la actividad, generalmente a través de acciones de marketing (empresariales y del destino). Surgen áreas de servicios y recreación bien delimitadas.

5º. Estancamiento: es el resultado de los elevados impactos ambientales, sociales y económicos, y como consecuencia, el deterioro de la calidad ambiental. En esta etapa se reconocen dos opciones principales:

5 a) declinación, y la pérdida de importancia en relación a otros destinos,

5 b) rejuvenecimiento, producto de una intervención planificada.

1.1 Enfoques del Desarrollo Turístico

Los modelos de desarrollo turístico son muy variados, y en algunos casos generan propuestas desde un aspecto particular, mientras que otros responden a una concepción integral. Dentro del primer tipo, (SANTANA TUREGANO, 2003) distingue en su tesis doctoral tres formas de entender el desarrollo turístico: desde un enfoque urbanístico – geográfico; a partir de un enfoque

socio – antropológico; y a partir de un enfoque socio – económico:

A) Desarrollo turístico como fenómeno urbanístico – geográfico: se basa especialmente en el impacto espacial de la actividad turística. “Si el turismo es una determinada manera de mirar el territorio, de estar en él, estudiar el desarrollo turístico desde una perspectiva urbanístico-geográfica es estudiar qué lugares se van configurando en distintas épocas como espacios preferentes para el desarrollo de las actividades turísticas, qué características tienen estos espacios y, sobre todo, cuáles son las distintas maneras en que la actividad turística se implanta en el territorio y qué transformaciones ocasiona en ellos” , (SANTANA TUREGANO, 2003)

Dentro de este enfoque (PEARCE, 1991) propone una tipología que clasifica en desarrollo integrado, referido a los modelos que tienen un solo promotor o una sola compañía; y el desarrollo catalítico, cuando al impulso inicial de un promotor le suceden nuevos emprendimientos y nuevos actores, situación que hace posible que los nuevos emprendimientos se inserten en poblaciones existentes. Otra tipología de desarrollo turístico de uso frecuente dentro de esta categoría es la de desarrollos espontáneos y desarrollos planificados.

B) Desarrollo turístico como fenómeno socio – antropológico: en este caso, se pone énfasis en las motivaciones y actitudes de los turistas y de los residentes. Un ejemplo es el modelo de evolución de los destinos a partir del perfil del turista desarrollado por Stanley Plog, que parte de dos perfiles psicológicos

opuestos: los viajeros psicocéntricos, que eligen destinos conocidos y seguros; y los viajeros alocéntricos, que prefieren la aventura y lo desconocido. Los destinos asumen entonces las características del tipo de turista que los visitan, que incluye también categorías intermedias entre ambos opuestos. Otro modelo también citado por Jiménez Martínez es el elaborado por G. Doxey, que considera las etapas de desarrollo de un destino en relación al ánimo de la población residente respecto de la llegada de los visitantes. En este caso, a un estado inicial de euforia, le sigue una etapa de apatía, luego aparece la molestia y la irritación por la presencia de turistas y finalmente el antagonismo. De la combinación de este último modelo con el ya mencionado ciclo de vida del destino, Jiménez Martínez propone un modelo muy interesante basado en la proporción existente entre turistas y residentes.

El esquema de superposición entre la afluencia de turistas y el estado de ánimo de la población residente. El resultado, es un modelo teórico donde figuran tres áreas: la primera representa una proporción turistas / residentes que hace posible la satisfacción de ambos. La segunda correlaciona la etapa de desarrollo y consolidación del destino con la apatía de algunos sectores de residentes (generalmente los que no se vinculan de manera directa con la actividad), en lo que denomina zona neutra. La zona sombreada muestra cómo a partir de un punto crítico, la posible insatisfacción de los turistas por el nivel de saturación del destino se vincula con la fase de antagonismo y

rechazo desde la actitud de los residentes (JIMENES MARTINEZ, 2005)

C) Desarrollo turísticos como fenómeno socio – económico: este enfoque pone el énfasis en el desarrollo de la oferta turística, en especial, de las empresas que satisfacen las necesidades de los turistas. Una tipología interesante en esta categoría es la de turismo fordista y turismo posfordista¹⁰.

El turismo fordista se relaciona con la idea de tiempo libre como recuperación del trabajo, también con la idea de consumo y a través de éste, demarcación e integración social. El producto característico de este período es el turismo masivo de sol y playa, estandarizado, organizado a través de circuitos y paquetes; el tipo de organización empresarial es la característica del sector industrial del período iniciado en la posguerra, esto es grandes unidades, integración vertical y economías de escala a nivel de empresas. El turismo posfordista se caracteriza por una organización flexible, que permite el armado de paquetes a medida del turista, la desintegración vertical de las grandes empresas que comienzan a terciarizar parte de los procesos productivos, y mayor énfasis puesto en la innovación.

2.2.2.2. ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Según **MINCETUR (2009)**. Son todos 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.

El atractivo Turístico en su estado inicial son recursos turísticos, es así que de acuerdo al **MINCETUR (2009)** los llamados recursos turísticos son la base del desarrollo turístico y, en función de su atractivo y singularidad, pueden tener una gran influencia en la elección del destino. Buena parte de los mismos son atractivos de carácter natural o cultural y, por su fragilidad e inestimable valor (normalmente cuanto más únicos y frágiles más atractivos) su protección y buena gestión ha de ser una prioridad. De lo contrario, se pondría en peligro el potencial del lugar como destino turístico.

Los recursos turísticos de un sitio son todas aquellas que hacen de un lugar la diferencia sobre otro sitio. Cada sitio turístico cuenta con recursos pero es su peculiaridad los que hacen la diferencia y vuelven un sitio en algo más interesante creando así una mayor demanda. Los recursos existen en todos lados, pero lo que es importante es que estos se exploten y se saque su mayor provecho.

Se puede agrupar los recursos turísticos en varios grandes grupos:

- Naturaleza: Parques naturales o marinos, playas, lagos, miradores, etc. La mayoría de ellos dependen del sector público y necesitan protección para protegerlos de un desarrollo que podría ser dañino.
- Patrimonio histórico: Museos, sitios históricos, catedrales, ciudades monumentales, etc. Muchos de estos lugares necesitarán restauración, gestión de visitas y mantenimiento. Buena parte de estos recursos también suelen depender del gobierno.

- Manifestaciones de la cultura tradicional y moderna: Arte, gastronomía, folklore, música, arquitectura, estilo de vida, etc. A menudo, la población local no se da cuenta de las diferencias entre su cultura y la de los visitantes, y del interés que despierta. Es importante que la gente local no se sienta explotada por el turista y que se proteja la integridad de la comunidad local.
- Ciudades: Los centros gubernamentales, tales como la capital de una región o país, suelen resultar atractivos porque llevan asociados una variedad de cosas que hacer o ver. El turismo generado puede ser de negocios o vacacional. Las reuniones, congresos y convenciones constituyen buena parte del turismo de ciudad.

No obstante, la simple existencia de recursos naturales o culturales no implica que sea posible practicar cierto tipo de actividades y atraer turistas de manera inmediata.

Los recursos turísticos existen en diferentes sitios pero la correcta investigación y análisis puede lograr obtener de los recursos turísticos un aprovechamiento. Los recursos turísticos se deben de dirigir estratégicamente a un cierto tipo de segmento para lograr así la satisfacción de ellos.

Recursos naturales

Los recursos naturales son el producto turístico a desarrollar en un determinado sitios turístico ya que conforman el conjunto de elementos naturales que se encuentran en la naturaleza de forma no modificada, así estos cuentan con las características necesarias

que eligen los turistas para vacacionar y ser parte de lo que estos demandan por lo que es determinante para ofertar los servicios y satisfacer las necesidades. Asimismo, los recursos naturales forman parte de la posición económica del municipio y el mismo estado por lo que la biodiversidad de flora y fauna también conforman al recurso natural haciéndolo parte de un solo producto turístico natural que puede tener un gran potencial turístico y beneficiar integralmente al sitio.

A continuación algunos autores describen lo que es un recurso natural a continuación se citan algunos.

(Goeldener y Ritchie, 2011) Mencionan que un recurso natural y el medio ambiente constituyen fundamentalmente la medición de los recursos naturales que cualquier área tiene disponibles para el uso y disfrute de los visitantes, los elementos básicos en esta categoría incluyen el aire y el clima, fisiografía de la región, forma de la tierra, terreno, flora, fauna y cuerpos de agua, playas, belleza natural, y agua para beber, y usos similares.

La demanda turística de un determinado sitio turístico depende del atractivo conformado en éste. **Como mencionan Goeldener y Ritchie (2011)** los recursos naturales también se pueden encontrar en cualquier área natural y están disponibles para su uso, pero sin embargo al desarrollar un producto con potencial que disfruten los visitantes es importante que se tenga en cuenta la importancia del cuidado y mantenimiento para que sigan existiendo en el futuro.

De acuerdo con (Tisdell, 2003) los recursos naturales usados para el turismo son típicamente mezclados y

poseen un valor económico para múltiples propósitos. Por consecuencia, hay pocos recursos naturales que son solamente recursos turísticos y normalmente esto debe de tomarse en cuenta cuando evaluando los recursos naturales usados para el turismo.

Una vez que los recursos naturales se han evaluado estos tienen un valor económico incalculable porque de ellos depende la existencia del turismo en el destino, es uno de los sustentos más importantes del país que muy difícilmente pueden tener otros países y explotados turísticamente para un desarrollo económico, social, cultural.

Según el autor (Bassols, 2000) los recursos naturales son- según la más nueva definición- aquellos muy variados medios de subsistencia de las gentes, que estas obtienen directamente de la naturaleza. Entonces por un lado, se indica que dichos recursos son muchos y muy variados; que su valor reside en ser medios de subsistencia de los hombres que habitan el planeta y por otro lado, se hace hincapié en el hecho de utilizar esas riquezas en forma directa, ya sea para usarlos conservando el mismo carácter en que la naturaleza los ofrece o bien transformándolos parcial o completamente en esa su calidad original y convirtiéndolos en nuevas fuentes de energía o en subproductos y mercancías manufacturadas.

Según el autor (Ramirez, 1992) menciona que los recursos naturales son todos aquellos factores que la naturaleza ofrece al hombre para su disfrute (clima, mares, lagos, ríos, montañas, bosques, praderas, playas, etc.). No se requiere por ello, que sean un

determinado tipo de hechos naturales sino en general todos pueden ser aprovechados como recursos turísticos, siempre que el ingenio humano encuentre la forma de hacerlos suficientemente atractivos como para originar el viaje. Como se ve la actividad turística en este sentido es creadora e ingeniosa, y la capacidad de una comunidad receptora de turismo, es la que determinará el grado de aprovechamiento de los recursos o elementos naturales, como recursos turísticos.

Es importante recalcar la importancia de la innovación dentro del recurso natural para poder ser aprovechado de una forma adecuada, ya que el visitante busca obtener una experiencia nueva en el sitio que visita. Independientemente de lo que el tipo de recurso natural sea, la manera de ofertarlo es la manera como determinará si los recursos naturales se aprovechan adecuadamente.

Otro de los recursos que muchas veces motivan el desplazamiento de las personas son aquellos que guardan un valor cultural muy importante y trascendental para un determinado destino.

Recursos culturales

Los recursos culturales son indicadores de la variedad de actividades con los que cuentan la sociedad ya que existen vínculos entre la historia y la evolución de un sitio determinado. Es por esto que los recursos naturales constituyen la identidad de las comunidades y de esta manera es de suma importancia cuidar ya que son únicos y representativos del patrimonio

turístico que hacen posible un producto turístico de calidad.

Montero (2010) explica que los recursos culturales tangibles pueden fundamentar una oferta diferenciada de productos turísticos culturales. En estos casos se configuran como elementos motivadores que generan desplazamiento de visitantes con expectativas culturales tangibles de los municipios. Desde esta perspectiva el patrimonio cultural tangible de los municipios se convierte en un elemento básico para el diseño de las estrategias de marketing turístico, de acuerdo a la especificidad del destino y a su posicionamiento competitivo.

Blanco (1992) menciona que los recursos culturales son el resultado de la creatividad humana. Dentro de este tipo caben, en general, todas aquellas manifestaciones socioculturales como son: Las obras de creación estética (pintura, escultura, música, danza, artesanías, arquitectura, etc.) pasadas y presentes.

Las obras derivadas de la técnica y de la experimentación científica, en todo el ámbito de la civilización antigua y moderna (edificios, presas, diques, puentes, viaductos, caminos subterráneos, otros medios y vías de comunicación y transporte, complejos urbano-industriales, centros deportivos, artísticos, de exposiciones, enseñanza e investigación, congresos, seminarios, desfiles, etc.) Los eventos y espectáculos, públicos y privados, permanentes o eventuales.

2.2.2.3. PLANTA TURÍSTICA

Es el conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan servicio al turismo y fueron creados para este fin. Estos se clasifican en:

1. **Alojamiento:** Según la OMT, éste se divide en hoteleros y extra hoteleros. Los primeros están conformados por:

- Hoteles que ofrecen alojamiento con o sin servicios complementarios (alimentación, congresos y eventos). Estos dependen de la categoría de cada establecimiento que se puede clasificar de 5 a 1 estrellas, según la reglamentación vigente en nuestro país, siendo el de 5 estrellas el que brinda mayores y mejores servicios complementarios.
- Hoteles-apartamento **según GOMEZ, J: (2004, pg. 180) “Conjunto de acciones y actividades que a través del Estado o del sector productivo buscan que la comunidad receptora conozca, valore y propenda por el desarrollo económico y la promoción de sus valores autóctonos.** Pueden ofrecer todos los servicios de los hoteles, pero que cuentan adicionalmente con instalaciones y equipamiento para la conservación, preparación y consumo de alimentos fríos y calientes. Van de 5 a 3 estrellas.
- Moteles: Se encuentran ubicados en las carreteras o autopistas, poseen entrada independiente desde el exterior al alojamiento y pueden tener garaje individual o parqueo colectivo. En el Perú no cuenta con este tipo de alojamiento según el reglamento general.
- Hostal o pensión: Cumplen las funciones de un hotel, pero no alcanzan las condiciones mínimas

indispensables para considerárseles como tales. Puede ser de 3 a 1 estrellas⁴.

- Los extras hoteleros agrupan a: Campamentos que son terrenos de uso privado en los que se instalan sistemas de alojamiento, tales como tiendas de campañas o caravanas móviles. Cuentan con instalaciones comunes (sanitarios, lugares para el aseo, el lavado y el tendido de ropa, zonas recreativas). Casa de alojamiento, normalmente particulares, que prestan servicios en época de alta demanda turística y que contribuyen a ampliar la oferta de un determinado destino. Casas rurales, comprende las habitaciones de las comunidades campesinas que han sido adaptadas especialmente para recibir a turistas. Apartamentos que han sido adaptados para permanencias largas.

2. Restaurantes: Son aquellos establecimientos que expenden comidas y bebidas preparadas al público en el mismo local, prestando el servicio en las condiciones señaladas en el reglamento de restaurantes en el Perú y de acuerdo a las normas sanitarias correspondientes. Los restaurantes en atención a la calidad de sus instalaciones, equipamiento y servicio que proporcionan, tienen una categoría genérica, que corresponde a Primera, Segunda y Tercera categoría y dentro de éstas, categorías específicas de 5, 4, 3, 2 y 1 tenedor. Los servicios de comidas y bebidas brindadas en los comedores de los establecimientos de hospedaje tanto a sus huéspedes como al público en general, ostentan la misma categoría que tiene asignada el establecimiento de hospedaje.

3. Servicios de operadores turísticos: Normalmente se considera operador turístico a la empresa que ofrece productos o servicios turísticos, generalmente contratados por él, e integrados por más de uno de los siguientes ítems: transporte, alojamiento, traslados, excursiones, etc.

Puede ser operador mayorista si trabaja exclusivamente con agencias de viajes o mayorista y minorista en caso de ampliar su oferta al público en general.

2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES

- **Desarrollo.-** Fase de la evolución de un país, caracterizada por el aumento de la renta nacional por habitante. Proceso caracterizado por una rápida acumulación de capital, elevación de la productividad, mejora del nivel de estructura turística técnicas, aumento de población, y creación o perfeccionamiento de la infraestructura.
- **Gestión.-** Acción y efecto de gestionar. Acción y efecto de administrar. “Hacer las cosas bien”.
Gestionar.- Hacer diligencias para lograr un negocio o un fin.
- **Turismo.-** m. En definición de la **Organización Mundial del Turismo-** consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual (al menos durante una noche y como máximo 365 días), por ocio, negocios u otros motivos. Si no se realiza pernoctación, se consideran excursionistas.
- **Gestión Municipal.-** Comprende las acciones que realizan las dependencias y organismos municipales, encaminadas al logro de objetivos y cumplimiento de metas.

- **Desarrollo Turístico.-** La provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turistas, y los efectos asociados tales como la creación de empleos o la creación de ingresos (Pearce, 1991).
- **Turismo Sostenible.-** La OMT, “El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.

2.4. SISTEMA DE VARIABLES

➤ **Variable Independiente**

GESTION TURÍSTICA MUNICIPAL

D1 Turismo Sostenible

D2 Regulación de los Servicios Turísticos

D3 Gestión cooperativa con el sector público y privado

➤ **Variable Dependiente**

DESARROLLO TURÍSTICO

D1 Atractivos Turísticos

D2 Planta Turística

2.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS TURISTAS	ITEMS EMPRESARIOS
VI: GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL	Turismo Sostenible	Nivel de los servicios ofrecidos.	Preg. 01	Preg. 01
		Infraestructura Ofrecida.	Preg. 02	Preg. 02
	Regulación de los servicios	Disponibilidad de medios de transporte.	Preg. 03	Preg. 03
		Accesibilidad al lugar turístico	Preg. 04	Preg. 04
		Nivel de Transitabilidad en las zonas escogidas.	Preg. 05	Preg. 05
	Gestión Cooperativa con el Sector Público y Privado	Nivel de inversión Pública.	Preg. 06	Preg. 06
		Nivel de inversión Privada.	Preg. 07 - 14	Preg. 07 - 14
VD: DESARROLLO TURÍSTICO	Atractivos Turísticos	Cantidad de atractivos propuestos	Preg. 08	Preg. 08
		Categorías de los atractivos ofrecidos	Preg. 09	Preg. 09
		Condiciones de uso.	Preg. 10	Preg. 10
	Planta Turística	Servicio de alojamiento	Preg. 11	Preg. 11
		Servicio de alimentación	Preg. 12	Preg. 12
		Servicio de operadores turísticos.	Preg. 13 – 15 – 16	Preg. 13

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.1.1 ENFOQUE:

Según (Hernandez y otros, 2014) Este enfoque investigativo plantea la unidad de la ciencia, es decir, la utilización de una metodología única que es la misma de las ciencias exactas y naturales, debido que esta investigación, su medio principal es la medición y el cálculo y éstos nos ayudará a probar nuestra hipótesis planteada, en tal sentido la investigación corresponde al tipo cuantitativo.

3.1.2 NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN:

Según (Hernandez y otros, 2014) este nivel de investigación consiste en determinar la relación que existe entre dos o más variables en un contexto determinado. En este caso se trata de una relación de asociación o de covarianza entre las variables investigadas. Se ejecutan con el propósito de saber cómo se pueden comportar un concepto o variable conociendo el comportamiento de otra u otras variables relacionadas, en tal sentido la presente investigación corresponde al nivel de investigación descriptivo correlacional.

3.1.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN:

LOS DISEÑOS NO EXPERIMENTALES TRANSECCIONALES CORRELACIONALES.

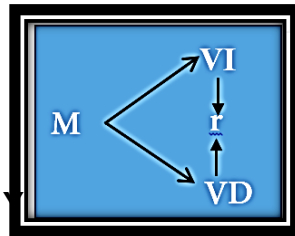
Según (Hernandez y otros, 2014) tienen como objetivo describir relaciones entre dos o más variables en un momento determinado. Se trata también de descripciones, pero no de variables individuales sino de sus relaciones; Es decir, este diseño lo que mide es la influencia entre variables en un tiempo determinado,

por tanto la presente investigación se ajusta al diseño no experimental transaccional.

Dónde:

X: Gestión Turística Municipal

Y: Desarrollo Turístico

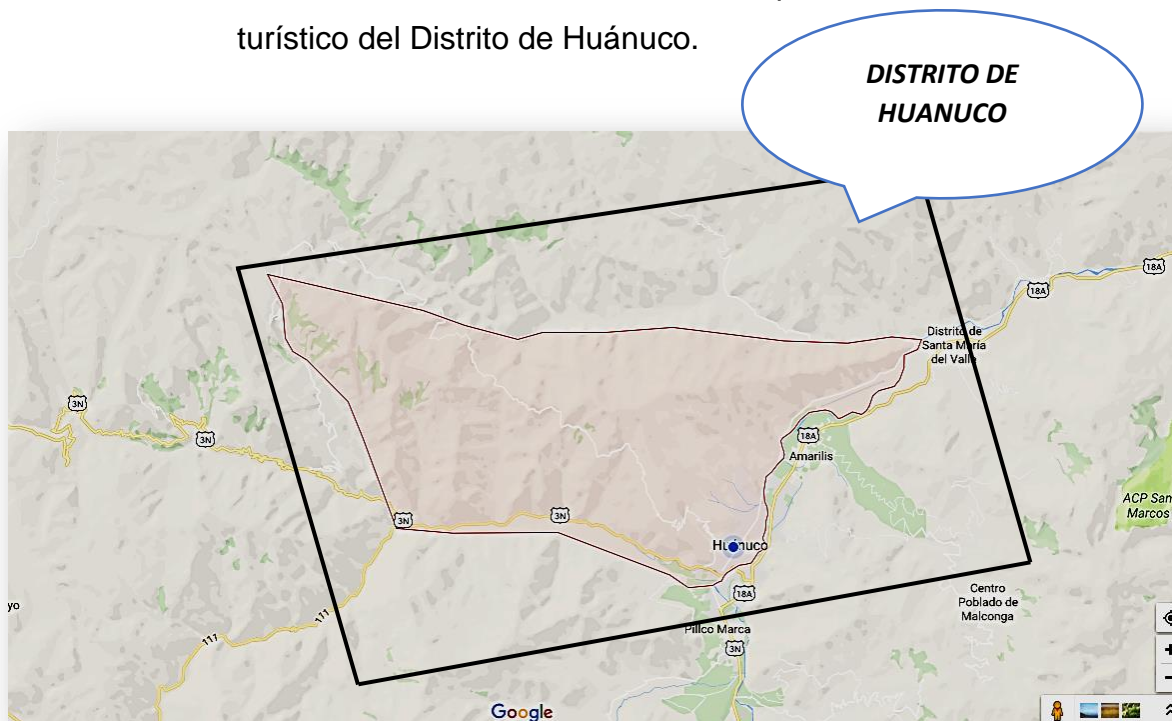


3.2 POBLACIÓN

La población para la presente investigación será

3.2.1. POBLACIÓN 01

La población objeto de estudio está conformada por los turistas que visitan el distrito de Huánuco y quienes por esta condición se encuentran en la capacidad de valorar el turístico del Distrito de Huánuco.



Fuente: Google Mapas (2017) Elaborado con datos de Mincetur.
Elaboración: Propia

Tabla N° 02
ARRIBO DE HUÉSPEDES NACIONALES Y EXTRANJEROS
A LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE COLECTIVO,
SEGÚN DEPARTAMENTO, 2011- 2013

Departamento	2011			2012		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
Total	37 402 265	31 635 302	5 766 963	43 230 946	35 961 779	7 269 167
Amazonas	241 650	234 515	7 135	239 415	231 039	8 376
Áncash	950 042	918 101	31 941	1 011 729	979 458	32 271
Apurímac	296 963	290 546	6 417	291 960	285 295	6 665
Arequipa	1 612 086	1 316 928	295 158	1 698 897	1 376 904	321 993
Ayacucho	254 511	247 558	6 953	242 287	235 852	6 435
Cajamarca	657 214	639 950	17 264	654 875	640 893	13 982
Cusco	2 073 203	837 442	1 235 761	2 347 256	908 858	1 438 398
Huancavelica	117 254	116 808	446	144 547	143 618	929
Huánuco	488 499	485 136	3 363	517 724	514 838	2 886
Ica	1 069 403	891 397	178 006	1 170 328	973 445	196 883
Junín	946 422	940 420	6 002	991 540	984 161	7 379
La Libertad	1 220 463	1 164 745	55 718	1 376 436	1 326 934	49 502
Lambayeque	761 288	736 151	25 137	787 712	760 800	26 912
Lima y Callao 1/	22 489 970	19 254 334	3 235 636	27 067 579	22 658 658	4 408 921
Loreto	420 365	305 335	115 030	484 981	356 363	128 618
Madre de Dios	268 479	205 431	63 048	281 096	210 816	70 280
Moquegua	136 445	129 458	6 987	156 466	147 758	8 708
Pasco	204 533	202 816	1 717	223 280	221 750	1 530
Piura	859 859	798 839	61 020	985 287	921 498	63 789
Puno	681 434	417 211	264 223	720 531	410 150	310 381
San Martín	754 973	741 668	13 305	830 284	817 860	12 424
Tacna	398 422	286 649	111 773	459 278	330 355	128 923
Tumbes	157 211	138 952	18 259	153 257	137 215	16 042
Ucayali	341 576	334 912	6 664	394 201	387 261	6 940

Fuente: Censo Estadístico Mincetur
 Elaboración: Mincetur

Para hallar la muestra de estudio de la población, se escogió el muestreo probabilístico. En la que todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra. Y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de muestreo/análisis.

Para el presente proyecto de investigación se ha determinado aplicar la fórmula para la población finita ya que elegimos trabajar con la PEA 517,724 personas.

MUESTRA

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

- Donde:

Población finita **517,724 personas**

Dado para alfa = **95%** de nivel de confianza

Z (1-alfa) = **1.96**

Precisión = **5%**

p = q = **0.5**

Según la fórmula:

n = 384

3.2.2. POBLACIÓN 02

La población objeto está conformada por las empresas que pueden percibir la gestión turística en el distrito de Huánuco según la base de datos de la DIRCETUR contamos con un marco listado muestral no probabilístico escogido por juicio del investigador y son los de los siguientes sectores:

MUESTRA

Para determinar la muestra de la población N°2 este se llevó a cabo por el muestreo no probabilístico.

En tal sentido el tamaño de la muestra será igual a la población por tratarse de un número reducido de empresas y el alcance del investigador, quedando distribuido de la siguiente manera. (Ver tablas N°03, 04, 05)

Restaurante  **43**

Hoteles	→	16
Agencias de Viaje	→	07
TOTAL	=	66

Tabla N°03

Restaurantes del distrito de Huánuco Registrados por Dircetur

RESTAURANTES DEL DISTRITO DE HUÁNUCO			
N°	NOMBRE COMERCIAL	RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN
1	LA CABAÑA - POLLERIA	LA CABAÑA E.I.R.L	Jr. 28 de Julio # 869
2	VENECIA	HUASCO VELEZ DE VILLA, BERTHA	Pj. Luis Benjamín 4), Prolongacion Abtao # 429, Huánuco
3	SABOR A NORTE	BALDEON MARTINEZ, BLANCA TRINIDAD	Jr. 2 de Mayo # 845
4	RICO POLLO - POLLERIA	MARTEL CAVERO LINCOLN ANDRES	28 de Julio # 688
5	RECREO FALCON	SUCESION FALCON CALDAS ALEJANDRO	Jr. 2 de Mayo # 190
6	DELICIAS DEL MAR - CEVICHERIA	RECAVARREN MALLQUI JUAN CARLOS	Jr. Damaso Beraun # 850
7	POLLOS Y PARRILLAS CARLOS	ORTIZ RODRIGUEZ MARTHA	Jr. 28 de Julio # 861
8	TODO SABOR SF - POLLERIA CHIFA	MINAYA VILLANUEVA EDGARDO JESUS	Jr. 2 de Mayo # 971
9	KOKOROCO	POMA JAIMES MAGDA	Jr. 28 de Julio # 707
10	SAN FELIPE BRASA	SAN FELIPE BRASA E.I.R.L.	Jr. 2 de Mayo # 1041
11	LA ORIGINAL OLLA DE BARRO	RUIZ RIVERA LIZ IVONNE	Jr. General Prado # 865
12	MARIO'S	BARTOLO HILARIO HONORATO	Jr. 28 de Julio # 879
13	SAN FELIPE GRILL	MINAYA VILLANUEVA EDGARDO JESUS	Jr. 2 de Mayo # 1041
14	KHON WA	CHIFA KHON WA S.C.R.L.	Jr. Damaso Beraun # 627
15	HONG KONG	NELY REYES ALVINO	Jr. Abtao # 890
16	EL PULPO I	CHAUPIS TRUJILLO PATRICIA	Jr. San martin 965
17	JAA MAY - CHIFA	PIO PATRICO, JAVIER LUCIO	Jr., Prolongacion Abtao 555
18	RESTAURANT EL PEROL	EMPRESA DE SERVICIOS EL PEROL E.I.R.L.	Jr. Abtao # 895
19	CHIFA YI	ZENG HAI YING	Jr. Huánuco 625
20	POLLERIA SHORTON GRILL	POLLERIA SHORTON GRILL S.AC	Jr. Damaso Beraun # 685
21	CHANQUES - CEVICHERIA	QUIÑONEZ RAFAEL MELLIR	Jr. 2 de Mayo # 1354

22	SEÑOR LIMON	AYALA CHOTA LIZ GRACIELA	Jr. 2 de Mayo # 1478
23	CARMENCITA	AGUIRRE SAMBRANO CARMEN	Jr. General Prado # 858
24	EL CHINITO	PÉREZ RUIZ ROSALINDA	Jr. Huánuco (hotel cuzco)
25	LOOKOS BURGER GRILL	GÓMEZ Y LÓPEZ JUAN CARLOS	Jr. Crespo Castillo # 471
26	EL LEÑADOR	PÉREZ ESPINOZA , HÉCTOR JOSEPH	Jr. Bolívar # 349
27	TRADICIONES HUANUQUEÑAS	RONALD BACA CAMPANA	Jr. Huallayco # 2444
28	MAYITA'S BURGER	FIGUEROA MENESES RINA MAY	Jr. Progreso # 351
29	EL MORDISCO III	ALVARADO LINO MARLENY YANETH	Jr. Dos de Mayo # 501
30	AL CARBON	AL CARBON S.R.L.	Jr. 2 de Mayo # 959
33	POLLERIA EL DORADO	BECERRA HUAMAN ROCIO GABY	Jr. Huallayco # 915 2do. Piso
34	RINCONCITO HUANUQUEÑO	RESTAURANTE TURISTICO RINCONCITO HUANUQUEÑO E.I.R.L	Jr. 2 de Mayo # 2444
35	CEVICHERIA EL PULPO	SAAVEDRA DE DAGA VILMA SONIA	Jr. Aguilar # 965
36	SR. CEVILLANO	SABOR Y SAZON DE MI TIERRA	Jr. 28 de Julio # 1106
37	EL ENCUENTRO	ESPEJO NUNJA VILMA	
38	CHIFA KHONWA	CHIFA KHON WA S.C.R.L.	Jr. Dámaso Beraun # 627
39	RESTAURANTE CEBICHERIA FRIEND'S	DIAZ ARCAYO RUSELL	Jr. Dos de Mayo # 1383
40	CEVICHERIA EL MORDISCO	ALVARADO LINO MARLENY	Jr. Dos de Mayo # 501
41	RESTAURANTE LA CHINITA	ANTIALON HUAMAN JUDY EMIGINIA	Av. Alameda de la Republica # 421
43	RESTAURANTE CEBICHERIA DON SABINO	RESTOBAR CEBICHERIA DON SABINO E.I.R.L	Jr. Malecon Centenario Leoncio Prado # 379

Fuente : Dircetur 2016
Elaboración: Dircetur

Tabla N°04

Hoteles del distrito de Huánuco Registrados por DIRCETUR

HOTELES DEL DISTRITO DE HUÁNUCO				
Nº	NOMBRE COMERCIAL	CATEGORIA	AZON SOCIAL	UBICACIÓN
1	MARIÑO	HOTEL ***(03) ESTRELLAS	MARIÑO PARDAVE MARIO (OBSERVADO)	Jr. Huánuco # 540
2	JOSE GALVEZ	HOTEL **(02) ESTRELLAS	COMERCIALIZACION Y SERVICIOS JOSE GALVEZ E.I.R.L.	Jr. 28 de Julio # 946
3	KHON WA	HOTEL **(02) ESTRELLAS	CHIFA KHON WA S.C.R.L.	Jr. General Prado # 820
4	GRIMA	HOTEL ***(03) ESTRELLAS	GRIMA HOTEL EIRL	Jr. Damaso Beraun # 880
5	SOSA	HOTEL **(02) ESTRELLAS	COMPAÑÍA HOTELERA SOSA S.R.L	Jr. General Prado # 872
6	LACOSTA	HOTEL **(02) ESTRELLA)	LA COSTA HOTEL E.I.R.L	Jr. Abtao # 831
7	EL VIAJERO	HOTEL **(02) ESTRELLA)	HOTEL LAS AVENTURAS DEL VIAJERO SAC	Jr. Huallayco # 585
8	GRAND HOTEL HUANUCO	HOTEL ****(04) ESTRELLAS	INKA CONFORT HOTELES DEL PERU SAC	Jr. Dámaso Beraún # 775
9	CONTINENTAL TOURS	HOTEL ** (02) ESTRELLAS	CONTINENTAL TOUS S.R.L	Jr. Hermilio Valdizan
10	KOTOSH	HOTEL ** (02) ESTRELLAS	EDITH OBREGON FALCON	Jr. Huallayco # 738
11	HOTEL GARU	HOTEL ***(03) ESTRELLAS	HOTEL GARU E.I.R.L.	Jr. Pedro Puelles # 465
12	REAL HOTEL	HOTEL ***(03) ESTRELLAS	REAL HOTEL S.R.LTDA	Jr. Dos de Mayo # 1105
13	SANTORINI	HOTEL **(02) ESTRELLAS	HERRERA SANTOS OSCAR ADRIAN	Jr. Damaso Beraun # 993
14	EL VIAJERO	HOTEL **(02) ESTRELLAS	HOTEL LAS AVENTURAS DEL VIAJERO SAC	Jr. Huallayco # 585
15	HUALLAYCO	HOTEL **(02) ESTRELLAS	KATHRYN YEIMI AGUI BERNAL	Jr. Huallayco # 523
16	FINHA	HOTEL **(02) ESTRELLAS	MEZA CAMPOS NOEMI MERY	Jr. Ayacucho # 535

Fuente : Dircetur 2016
Elaboración: Dircetur

Tabla N°05

Agencias de Viaje del distrito de Huánuco Registrados por DIRCETUR

TOUR OPERADORAS DEL DISTRITO DE HUÁNUCO			
N°	NOMBRE COMERCIAL	REPRESENTANTE LEGAL	UBICACIÓN
1	HIGH TOURS	MIKER CORNELIO COTRINA	Jr. Dámaso Beraún # 849
2	E & V TRAVEL TOUR OPERADOR	TOLENTINO GONZALES, EDER AUGUSTO	Jr. General Prado # 603 Segundo Nivel
3	EXCURSIONES ECOTUR	ANTEZANA ANDRADE, CESAR AUGUSTO	Jr. Tarma 186 – Huánuco
4	TOURS TERRA NOVA	SILVIA MEDRANO PULIDO	Jr. Damaso beraun # 431 int. A
5	KOTOSH MAIS TOURS	MAIS SILVA ANTONIO	
6	VEROKA TOURS	ECHEVARRIA LÓPEZ RAUL PIBERT	
7	VIAJEROS PERU	BENDEZU IMAÑA KESAREL	Jr. 28 de Julio N°916, Huánuco

Fuente : Dircetur 2016

Elaboración: Dircetur

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
<p>1º La Observación: Técnica que observa la causa y el efecto de observar un fenómeno, una comunidad o un acontecimiento, que tiene un propósito para la investigación, se debe estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones para conseguir mejores resultados.</p>	<p>1º La Guía de Observación: Se elaborará una guía de observación para hacer los apuntes a los procesos de toda esta investigación. La que nos ayudará a comprender un poco mejor a las variables y poder aportar en la comprobación la hipótesis que planteo.</p>
<p>2º La Encuesta: Es una técnica basada en obtener información a través de una serie de preguntas que puede ser aplicada a una muestra representativa para luego ser tabulada, A su vez, puede ser rellenada por el encuestado marcando las respuestas, pueden ser masivas e individuales.</p>	<p>2º El Cuestionario: Se elaborará un cuestionario de 14 preguntas para los propietarios de los negocios seleccionados en la muestra (alojamiento, restaurantes y agencias de viajes) con alternativas de fácil entendimiento, con respuestas cerradas y en escala, este cuestionario fue aplicado a los N pobladores de la localidad, obtenido en el muestreo probabilístico. Así mismo se consideró un cuestionario de 16 preguntas para el turista visitante al distrito de Huánuco, con la intención de conocer su perspectiva.</p>
<p>3º La Entrevista: Esta técnica que se basa en una serie de preguntas relacionadas a la investigación, pero en este caso será cara a cara, para entender mejor al entrevistado y captar las respuestas y lo que su lenguaje corporal expresa, para una mejor percepción del problema, además de que esta técnica tiene carácter individualista.</p>	<p>3º La Guía de Entrevista: Se elaborará con 6 preguntas sustanciales a modo de resumen, dirigida a la encargada del área de promoción turística de la Municipalidad Provincial de Huánuco.</p>

3.4. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE DATOS

3.4.1 ESTADÍSTICA

Nos permite clasificar, calcular, analizar y resumir información numérica que se obtiene de manera sistemática de manera que describan en forma precisa las variables analizadas haciendo rápida su lectura e interpretando los fenómenos observados en la muestra

3.4.2 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

Para el Procesamiento y Análisis de la información, el procedimiento es: Codificación, Tabulación y Análisis Estadístico; para el cual es útil el Software Estadístico SPSS Versión 22. Lo que permitirá aplicar procedimientos estadísticos y gráficos para su mayor comprensión.

CAPÍTULO VI RESULTADOS

6.1. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS DEL CUESTIONARIO N° 1 APLICADA A LOS TURISTAS (Preguntas del N° 1 al N°16)

CUADRO N°1

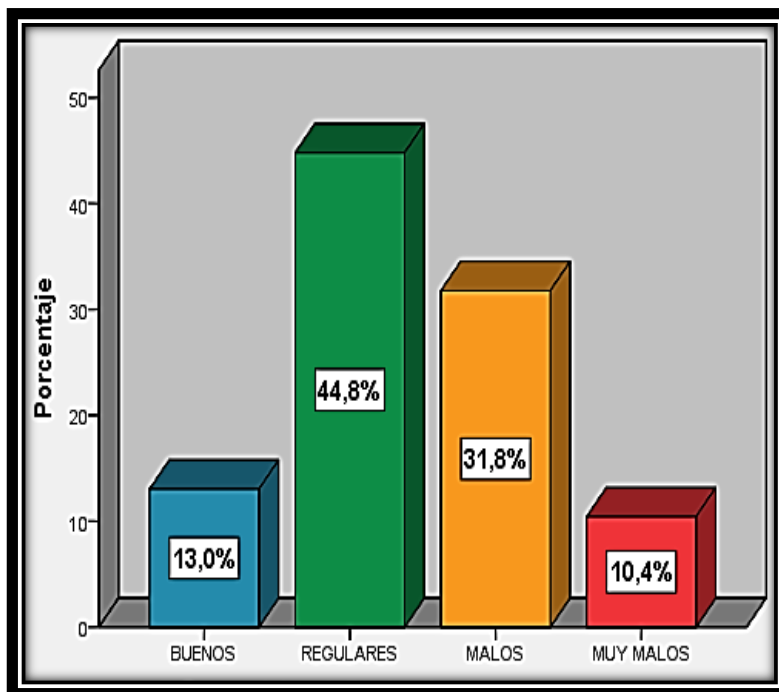
¿En su visita al distrito de Huánuco, usted como considera los servicios que ha recibido en general?

		Frecuencia <i>fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BUENOS	50	13,0 %	13,0 %	13,0 %
	REGULARES	172	44,8 %	44,8 %	57,8 %
	MALOS	122	31,8 %	31,8 %	89,6 %
	MUY MALOS	40	10,4 %	10,4 %	100,0 %
Total		384	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
Elaboración: Propia

GRÁFICO N°1

¿En su visita al distrito de Huánuco, usted como considera los servicios que ha recibido en general?



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

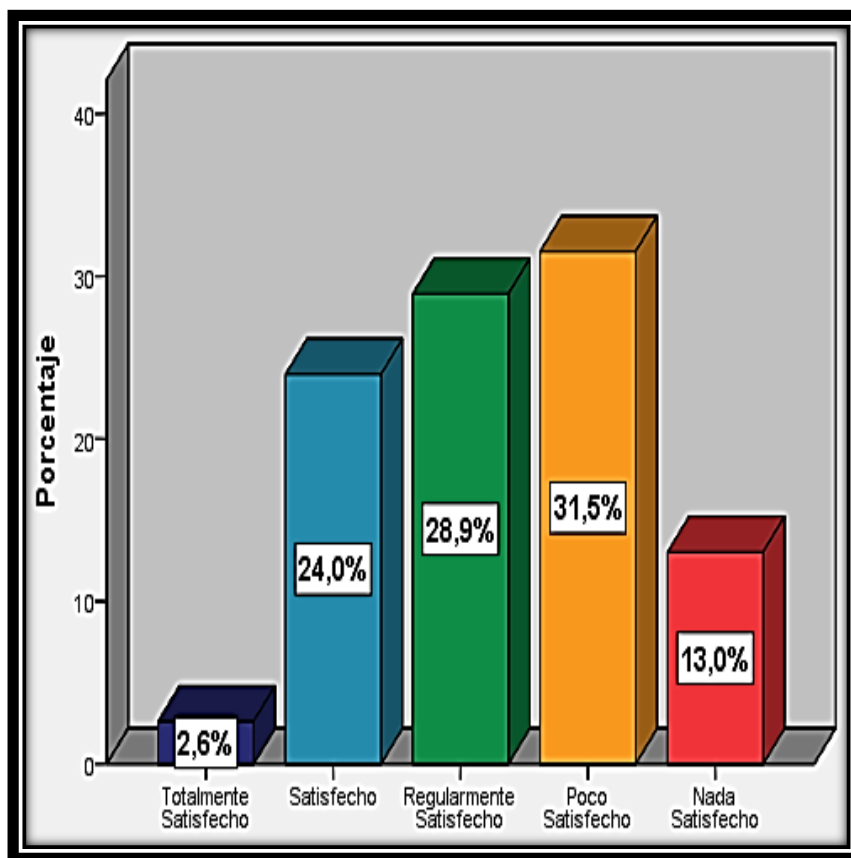
Según el gráfico N°1 el 44.8% de los visitantes encuestados consideran que los servicios que ha recibido son regulares; por otro lado un 31.8% lo considera malo; el 13.0% considera que los servicios recibidos fueron buenos mientras que solo un 10.4% considera que los servicios recibidos fueron muy malos. La tendencia nos muestra una clara inclinación de regular hacia malo quedando evidente que los servicios no fueron los más eficientes para los turistas.

CUADRO N°2
¿Teniendo en cuenta la infraestructura del distrito
(carreteras, servicios turísticos, etc.) Usted se encuentra?

		Frecuencia <i>fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente Satisfecho	10	2,6 %	2,6 %	2,6 %
	Satisfecho	92	24,0 %	24,0 %	26,6 %
	Regularmente Satisfecho	111	28,9 %	28,9 %	55,5 %
	Poco Satisfecho	121	31,5 %	31,5 %	87,0 %
	Nada Satisfecho	50	13,0 %	13,0 %	100,0 %
	Total	384	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
Elaboración: Propia

GRÁFICO N°2
¿Teniendo en cuenta la infraestructura del distrito
(carreteras, servicios turísticos, etc) Usted se encuentra?



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el grafico N°2 nos muestran que un 31,5% de los encuestados se encuentran poco satisfechos; mientras que el 28,9% se encuentra regularmente satisfechos asimismo un 24,0% se encuentran satisfechos; de otro modo el 13,0% se encuentra nada satisfecho y solo el 2,6% se encuentra totalmente satisfecho.

Por consiguiente, el mayor porcentaje de los visitantes consideraron estar poco satisfechos; probablemente por una deteriorada infraestructura que no satisface las expectativas de los visitantes. Pero sin embargo existe un pequeño porcentaje que afirma estar totalmente satisfecho lo que evidencia que hay que seguir mejorando.

CUADRO N°3

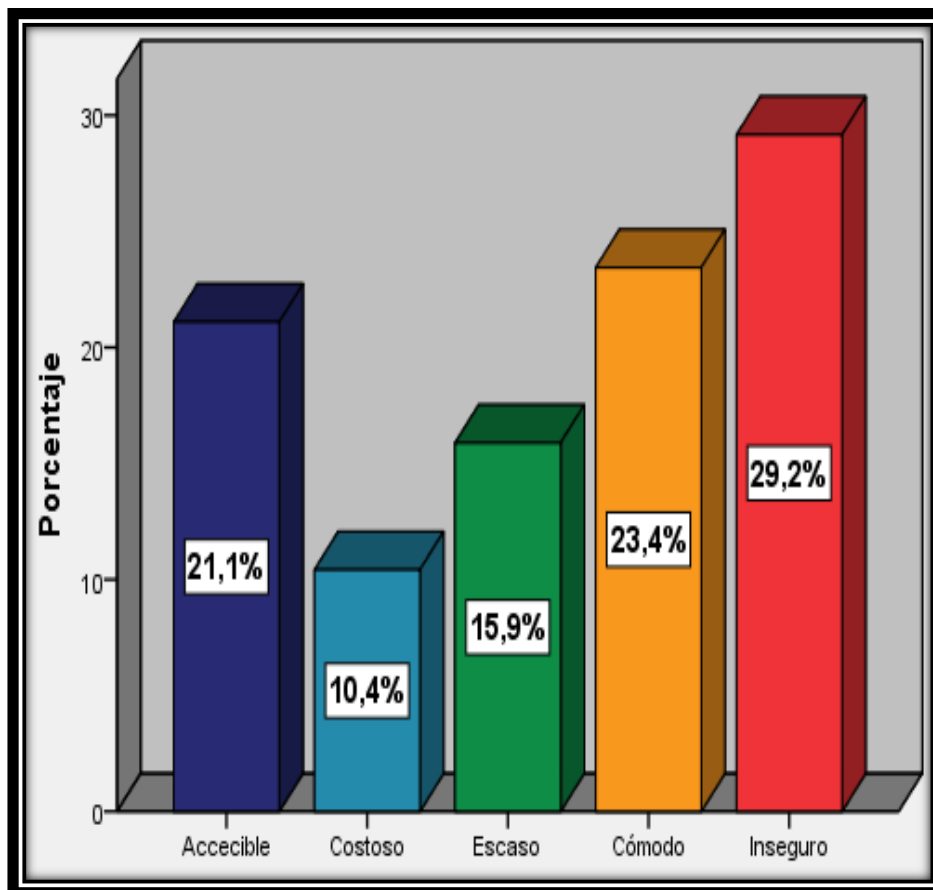
¿En cuanto a la disponibilidad de medios de transporte en su estadía en el distrito para las diversas visitas realizadas este fue?

		Frecuencia <i>fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Accesible	81	21,1 %	21,1 %	21,1 %
	Costoso	40	10,4 %	10,4 %	31,5 %
	Escaso	61	15,9 %	15,9 %	47,4 %
	Cómodo	90	23,4 %	23,4 %	70,8 %
	Inseguro	112	29,2 %	29,2 %	100,0 %
Total		384	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
Elaboración: Propia

GRÁFICO N°3

¿En cuanto a la disponibilidad de medios de transporte en su estadía en el distrito para las diversas visitas realizadas este fue?



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el grafico N°3 nos muestran los siguientes resultados; en un 29,2% manifestaron que el servicio de transporte es inseguro mientras que un 23,4% manifestaron que el servicio fue cómodo, y un 21,1% manifestaron que el servicio de transportes es accesible; así mismo un 5,9% piensan que los medios de transportes son escasos y finalmente un 10,4% de encuestados expresaron que los medios de transportes fueron costosos.

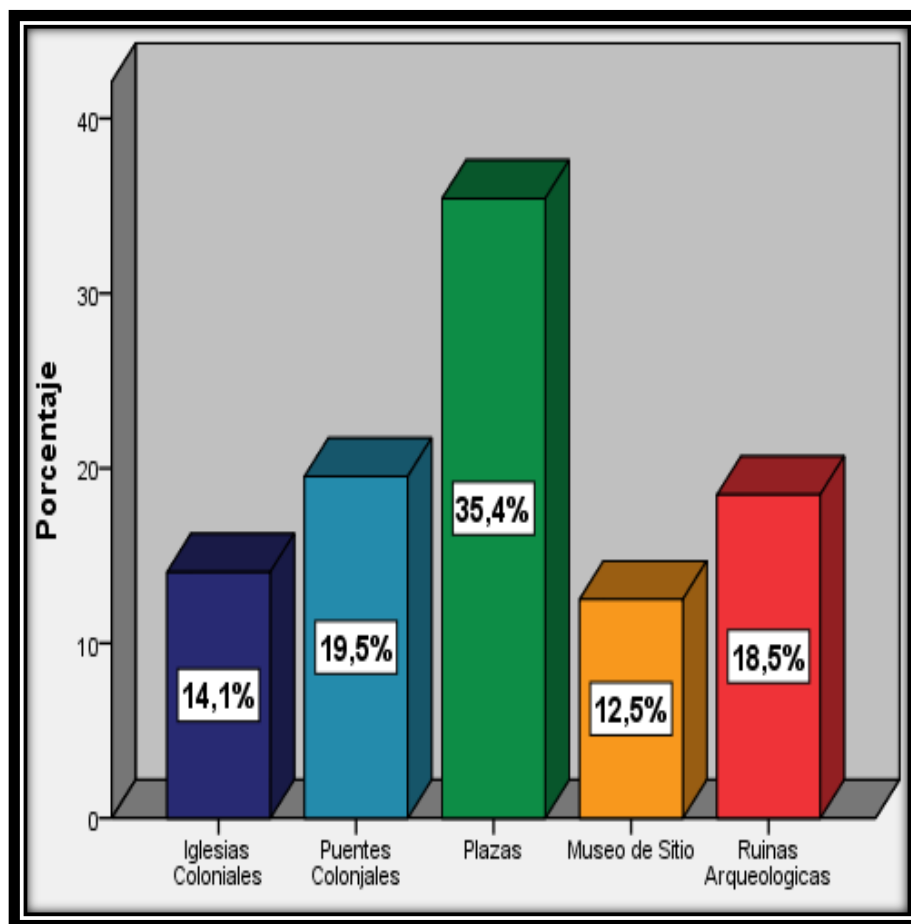
La gran mayoría de los visitantes se sienten inseguros esto probablemente a la poca presencia de agentes policiales, así como también agentes municipales en los lugares turísticos, y una cantidad minoritaria afirmo en cuanto a la disponibilidad de medios de transportes como costosos probablemente esto por los servicios de taxi que realizan los conductores que se aprovechan del desconocimiento de las distancias de parte de los turistas.

CUADRO N°4
¿En su visita al Distrito usted logro tener acceso a los lugares turísticos?

		Frecuencia <i>fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Iglesias Coloniales	54	14,1 %	14,1 %	14,1 %
	Puentes Coloniales	75	19,5 %	19,5 %	33,6 %
	Plazas	136	35,4 %	35,4 %	69,0 %
	Museo de Sitio	48	12,5 %	12,5 %	81,5 %
	Ruinas Arqueologicas	71	18,5 %	18,5 %	100,0 %
	Total	384	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
Elaboración: Propia

GRÁFICO N°4
¿En su visita al Distrito usted logro tener acceso a los lugares turísticos?



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el gráfico N°4 nos muestran que un 35.4% de los visitantes encuestados tubo accesos a las plazas; además un 19.5% logro tener accesos a puentes coloniales de manera similar un 18.5% logro tener acceso a ruinas arqueológicas; por otro lado el 14.1% tuvo acceso a iglesias coloniales, finalmente el 12.5% logro tener acceso a museos de sitio.

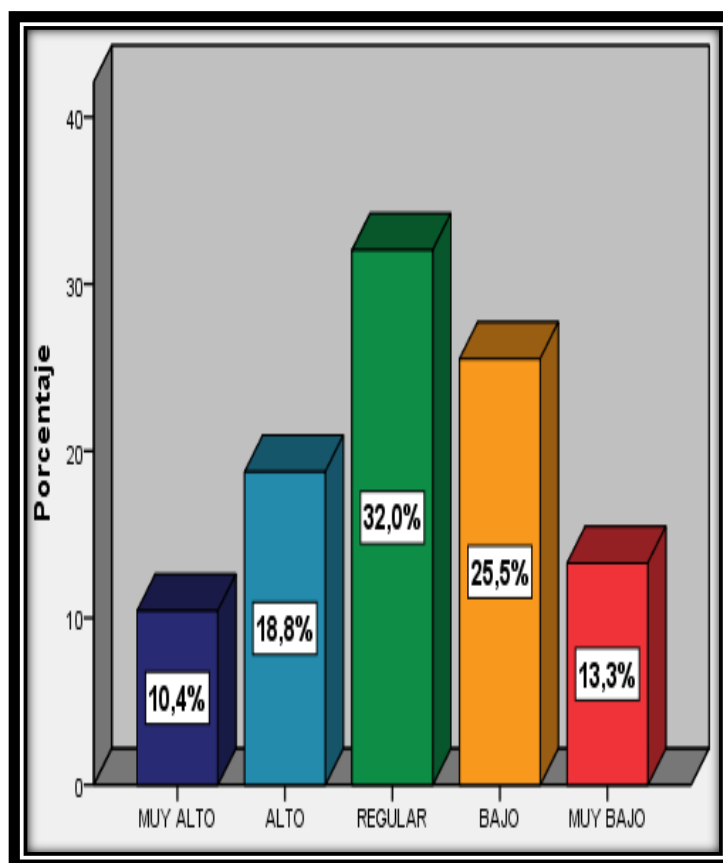
La tendencia nos muestra una clara inclinación hacia los accesos de las plazas de la ciudad por estar ubicado en un lugar céntrico. Por otro lado la minoría respondió que visito el museo de sitio esto probablemente debido al poco interés de los turistas y a la falta de promoción del museo de sitio de la ciudad de Huánuco.

CUADRO N°5
¿En las zonas escogidas para su visita en el distrito de
Huánuco, cómo estuvo el nivel de transitabilidad?

		Frecuencia <i>fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MUY ALTO	40	10,4 %	10,4 %	10,4 %
	ALTO	72	18,8 %	18,8 %	29,2 %
	REGULAR	123	32,0 %	32,0 %	61,2 %
	BAJO	98	25,5 %	25,5 %	86,7 %
	MUY BAJO	51	13,3 %	13,3 %	100,0 %
Total		384	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
Elaboración: Propia

GRÁFICO N°5
¿En las zonas escogidas para su visita en el distrito de Huánuco, cómo estuvo el nivel de transitabilidad?



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el gráfico N°5 nos muestran los resultados en un 32.0% de los visitantes encuestados señala que el nivel de transitabilidad estuvo regular; frente a un 25.5% que señala que el nivel de transitabilidad estuvo mientras que un 18.8% manifestó un alto nivel de transitabilidad; así mismo un 13.3% manifestó un muy bajo nivel de transitabilidad y finalmente un 10.4% señaló que el nivel de transitabilidad estuvo muy alto.

La mayoría de los turistas considera el nivel de transitabilidad como regular probablemente esto se deba por la cantidad de movilidad que existe en la ciudad como son los ticos, colectivos, combis, ómnibus, y moto taxis por el contrario una minoría manifestó que es muy alto esto probablemente al poco servicio que se brinda exclusivamente al transporte de turistas.

CUADRO N° 6

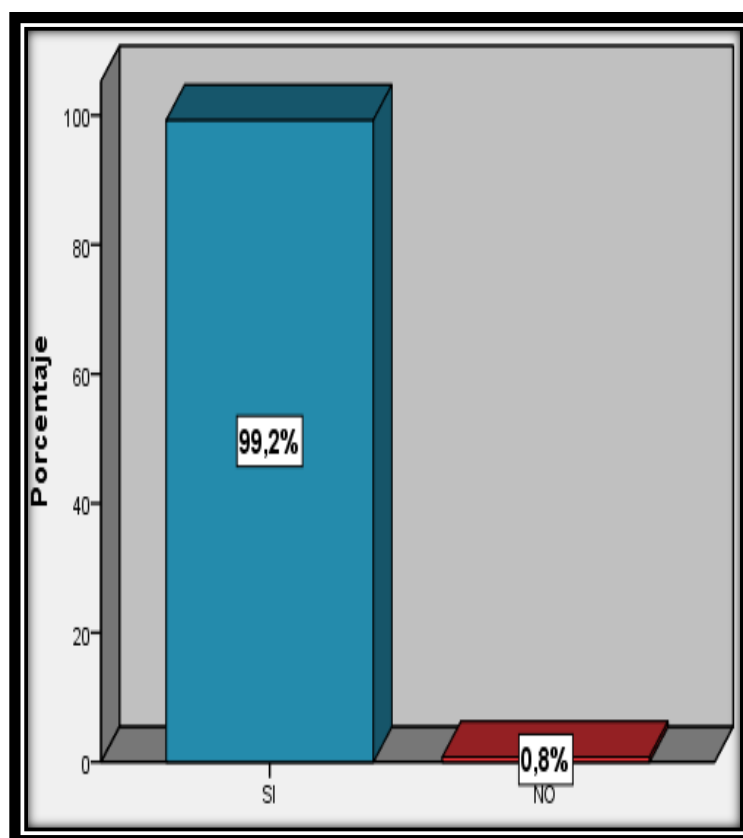
¿Considera Usted que la Municipalidad Provincial de Huánuco debería invertir en mayores obras públicas para el desarrollo turístico?

		Frecuencia <i>Fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	381	99,2 %	99,2 %	99,2 %
	NO	3	8 %	,8 %	100,0 %
Total		384	100,0 %		

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 6

¿Considera Usted que la Municipalidad Provincial de Huánuco debería invertir en mayores obras públicas para el desarrollo turístico?



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el gráfico N°6 nos muestran los resultados en un 99.2% que optó por señalar que, si se debería invertir en mayores obras para el desarrollo turístico, frente al otro porcentaje que manifestó en un 0.8% que no se debería invertir en obras públicas.

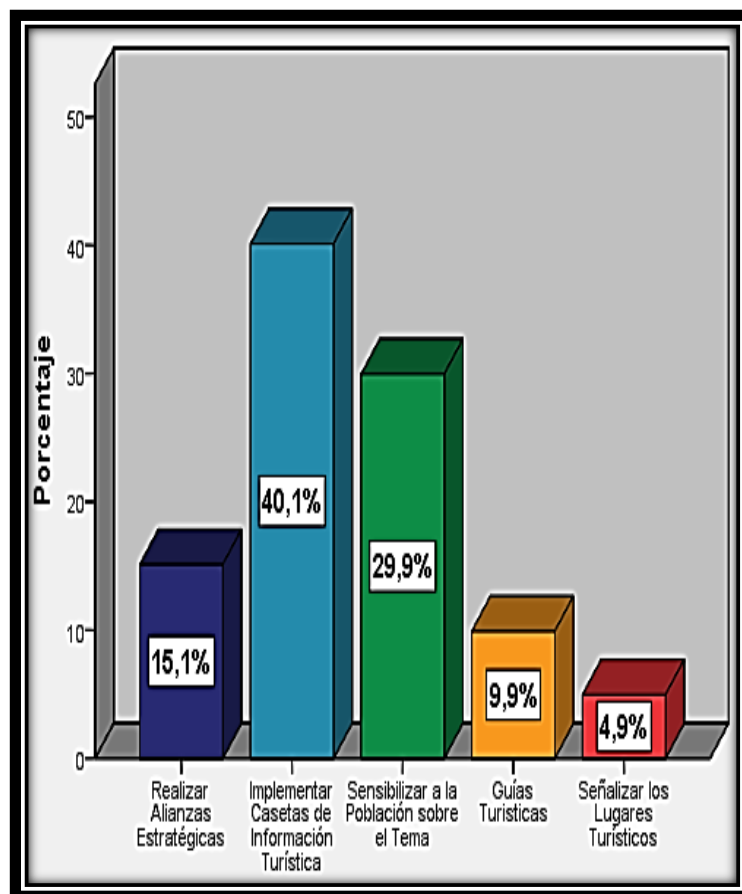
Por consiguiente, un porcentaje muy elevado de visitantes consideraron que se debería invertir en mayores obras públicas probablemente por ser un aspecto de crecimiento sostenible y sustentable que está dando la industria del turismo y un aspecto importante es que también podemos preservar nuestras tradiciones, costumbres e historia, por el contrario, un porcentaje mínimo manifestó que no se debería invertir en obras públicas porque considero que en estas se observa intereses políticos y por otra parte se presume un enriquecimiento ilícito por parte de los que realizan las licitaciones para estas obras.

CUADRO N° 7
¿Qué recomendaciones le haría Usted al empresario privado para invertir en el distrito de Huánuco?

		Frecuencia <i>Fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Realizar Alianzas Estratégicas	58	15,1 %	15,1 %	15,1 %
	Implementar Casetas de Información Turística	154	40,1 %	40,1 %	55,2 %
	Sensibilizar a la Población sobre el Tema	115	29,9 %	29,9 %	85,2 %
	Guías Turísticas	38	9,9 %	9,9 %	95,1 %
	Señalar los Lugares Turísticos	19	4,9 %	4,9 %	100,0 %
Total		384	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
 Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 7
¿Qué recomendaciones le haría Usted al empresario privado para invertir en el distrito de Huánuco?



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
 Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el gráfico N°7 terminada la visita del visitante, le recomienda al empresario privado Huanuqueño en un 40.1% que le hubiera gustado contar con mayor Información Turística, el 29.9% consideran que se debería Sensibilizar a la Población, un 15.1% sugirió realizar alianzas estratégicas ya que mejoraría notablemente su desarrollo en conjunto, el 9.9% propuso implementar guías turísticas de información turística, y un 4.9% expuso que ayudaría señalar los lugares turísticos.

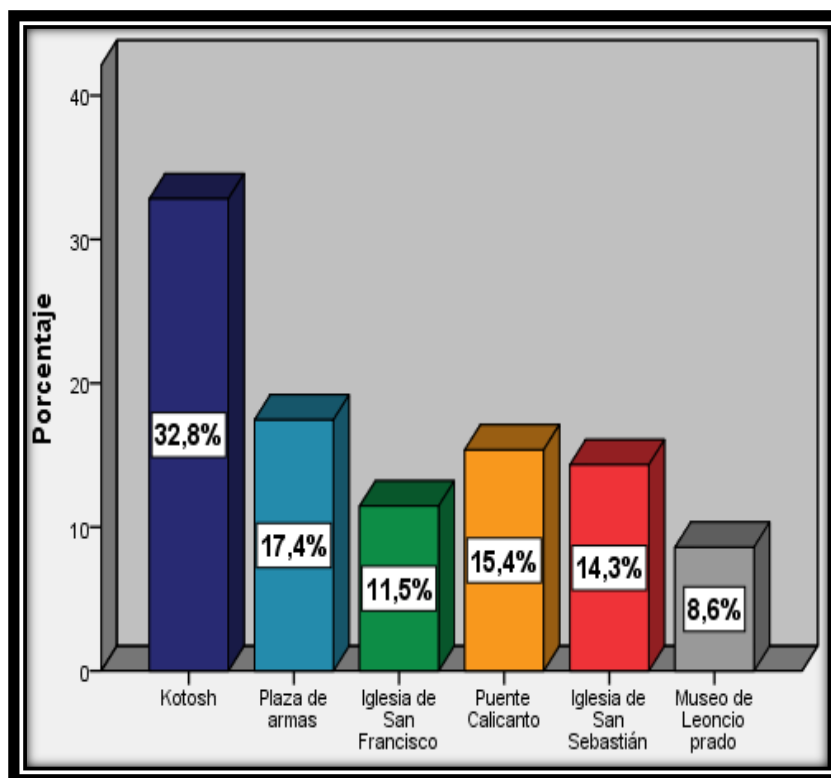
La mayoría de los turistas recomendaron al empresario Huanuqueño invertir en casetas turísticas probablemente un esfuerzo en conjunto podría aumentar la información oportuna brindada a los turistas para que puedan visitar los diferentes atractivos turísticos que se encuentran en el distrito y no tengan la necesidad de ir a otros destinos mayormente publicitados mientras que un porcentaje mínimo recomendó que se deberían señalar los lugares turísticos probablemente si verían estas señales podrían darse cuenta los lugares turísticos y visitarlos también recomendaron señalar los caminos hacia los distintos lugares turísticos.

CUADRO N° 8
¿De los atractivos turísticos con los que cuenta el distrito de Huánuco
cual considera Usted que es el más popular y emblemático?

		Frecuencia <i>Fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Kotosh	126	32,8 %	32,8 %	32,8 %
	Plaza de armas	67	17,4 %	17,4 %	50,3 %
	Iglesia de San Francisco	44	11,5 %	11,5 %	61,7 %
	Puente Calicanto	59	15,4 %	15,4 %	77,1 %
	Iglesia de San Sebastián	55	14,3 %	14,3 %	91,4 %
	Museo de Leoncio prado	33	8,6 %	8,6 %	100,0 %
	Total	384	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
 Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 8
¿De los atractivos turísticos con los que cuenta el distrito de Huánuco
cual considera Usted que es el más popular y emblemático?



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
 Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el grafico N°8 nos muestran los resultados de los atractivos más emblemáticos en el distrito de Huánuco son: en un 32.8% Kotosh importante lugar arqueológico que es el más popular manifestaron, mientras que un 17.4% opinaron que sería Plaza de Armas, un 15.4% manifestaron que sería el Puente Calicanto, asimismo un 14.3% respondió la Iglesia San Sebastián, un 11,5 considero que sería Iglesia de San Francisco y finalmente un porcentaje reducido del 8.6% concluyo que serían el museo de Leoncio Prado.

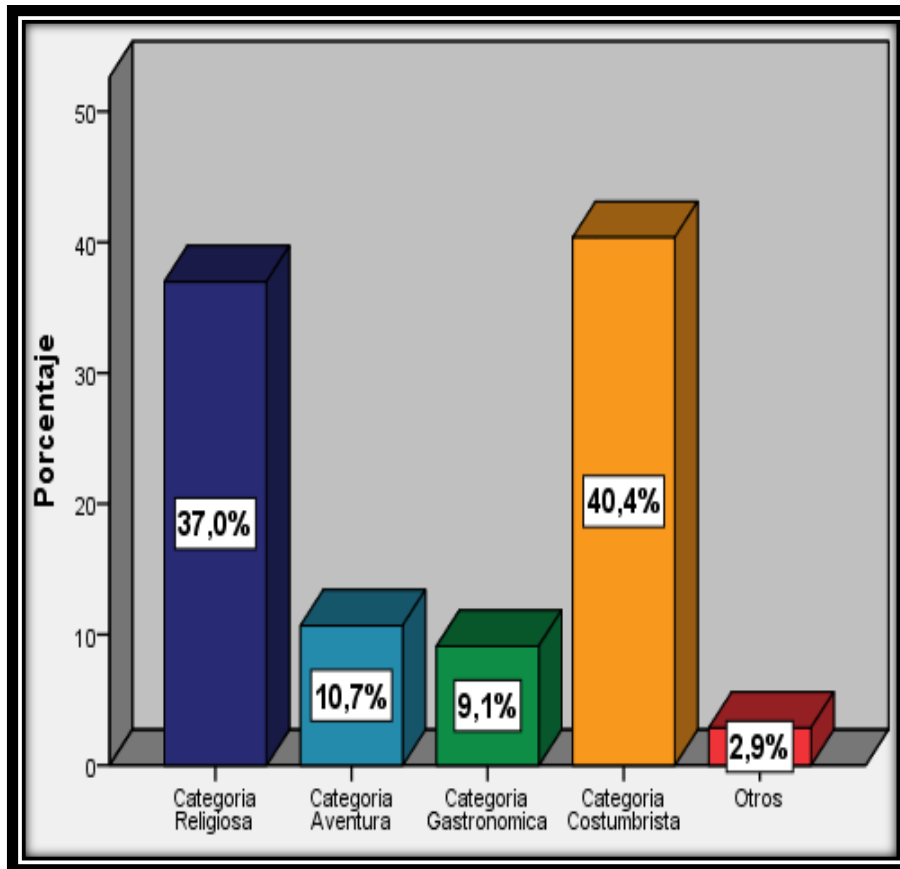
La tendencia nos muestra una inclinación marcada hacia el centro arqueológico Kotosh como popular y emblemático probablemente debido a su reconocimiento, restauración e historia que representa el sitio arqueológico para la preservación e identidad que representaría para la historia de Huánuco por otro lado la minoría considero al menos popular y emblemático al Museo de Leoncio prado probablemente debido a que se encuentra cerrado la mayoría del tiempo impidiendo su conocimiento y difusión de dicho museo.

CUADRO N° 9
Dentro de las siguientes categorías de los atractivos ofrecidos en el distrito, cuáles son los más demandados.

		Frecuencia <i>fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Categoría Religiosa	142	37,0 %	37,0 %	37,0 %
	Categoría Aventura	41	10,7 %	10,7 %	47,7 %
	Categoría Gastronómica	35	9,1 %	9,1 %	56,8 %
	Categoría Costumbrista	155	40,4 %	40,4 %	97,1 %
	Otros	11	2,9 %	2,9 %	100,0 %
	Total	384	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
 Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 9
Dentro de las siguientes categorías de los atractivos ofrecidos en el distrito, cuáles son los más demandados.



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
 Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el gráfico N°9 nos muestran los resultados realizados a los visitantes concluyeron en un 40.4% que las categorías de los atractivos ofrecidos son en la categoría costumbrista, mientras que un 37.0% opinaron que se encuentran en la categoría religiosa, un 10.7% manifestaron que sería en la categoría de aventura, asimismo un 9.1% respondió la categoría gastronómica y finalmente un porcentaje reducido del 2.9% concluyó que serían otros.

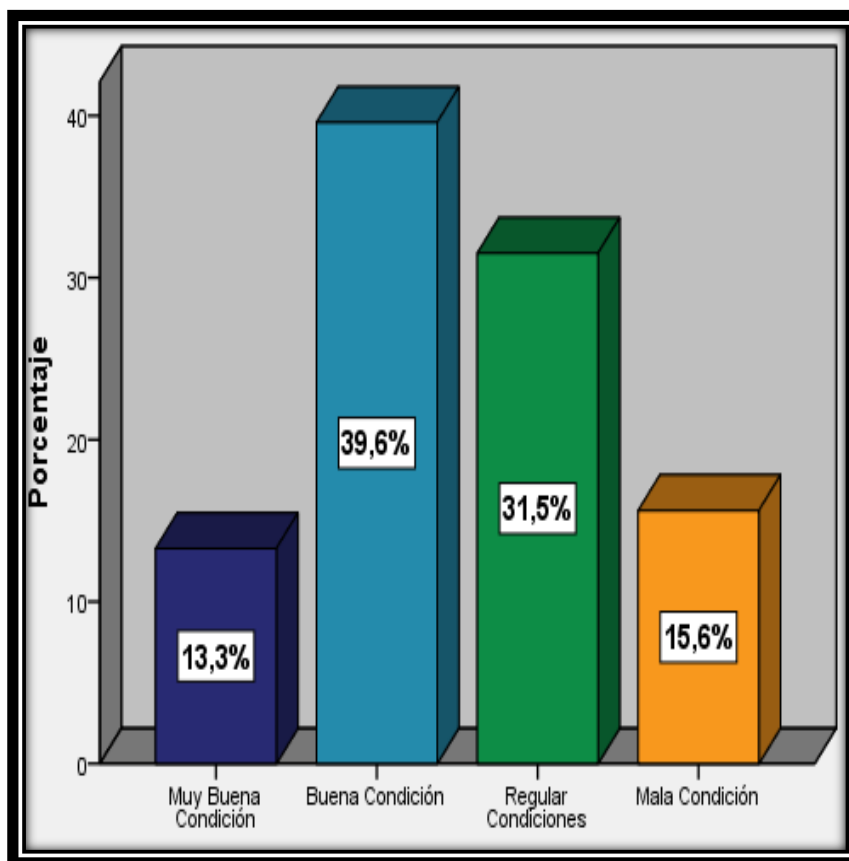
La mayoría de los turistas considera como los atractivos más demandados a la categoría costumbrista probablemente esto se deba por la cantidad de visitantes que convoca este tipo de categoría como los negritos de Huánuco y los carnavales por el contrario una minoría manifestó que otros probablemente por actividades distintas que la ciudad todavía no ofrece.

CUADRO N° 10
¿En qué condiciones ha encontrado Usted los
atractivos turísticos visitados en el distrito?

		Frecuencia <i>fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Buena Condición	51	13,3 %	13,3 %	13,3 %
	Buena Condición	152	39,6 %	39,6 %	52,8 %
	Regular Condición	121	31,5 %	31,5 %	84,5 %
	Mala Condición	60	15,6 %	15,6 %	100,0 %
	Total	384	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
 Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 10
¿En qué condiciones ha encontrado Usted los
atractivos turísticos visitados en el distrito?



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
 Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el gráfico N°10 nos muestran los resultados realizados a los visitantes concluyeron en un 39.6% que los atractivos turísticos se encuentran en una buena condición, mientras que un 31.5% opinaron que se encuentran en regular condición, y el 15.6% manifestaron estar los atractivos turísticos en mala condición, y un porcentaje minoritario del 13.3% concluyeron en estar en muy buena condición.

De esto podemos deducir que el mayor porcentaje de los turistas encuestados percibe que los atractivos se encuentran en buenas condiciones de conservación probablemente debido a que la mayor parte de los turistas han visitado Kotosh por ser un destino emblemático de la ciudad se encuentra en constante limpieza protección y preservación, además se encuentra señalizado. Por otro lado un porcentaje moderado considera que los atractivos están en malas condiciones de conservación probablemente debido a que visitaron los atractivos descuidados donde no hay mantenimiento o señalización.

CUADRO N° 11

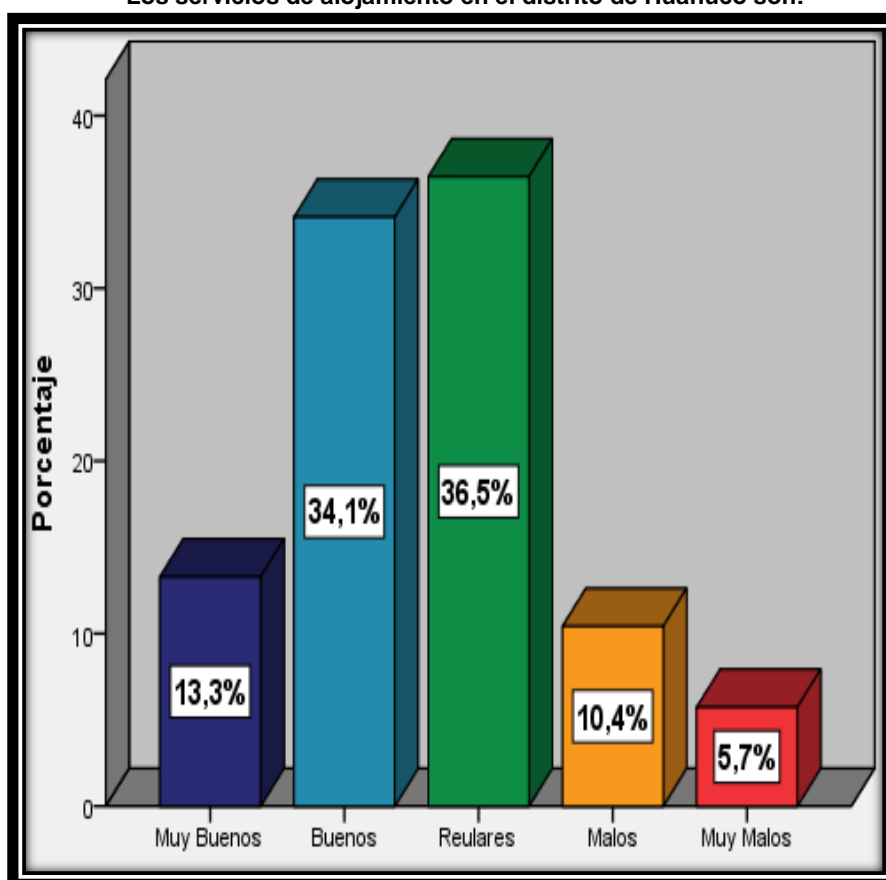
Los servicios de alojamiento en el distrito de Huánuco son:

		Frecuencia <i>fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Buenos	51	13,3 %	13,3 %	13,3 %
	Buenos	131	34,1 %	34,1 %	47,4 %
	Regulares	140	36,5 %	36,5 %	83,9 %
	Malos	40	10,4 %	10,4 %	94,3 %
	Muy Malos	22	5,7 %	5,7 %	100,0 %
	Total	384	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 11

Los servicios de alojamiento en el distrito de Huánuco son:



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el gráfico N°11 nos muestran los resultados realizados a los visitantes que consideraron en un 36.5% afirman que los servicios de alojamiento son regulares, y el 34.1% de encuestados opinan que son buenos, mientras que el 13.3% aducen que son muy buenos, un 10.4% opinaron que son malos, y el último porcentaje del 5.7% respondieron que son muy malos los servicios de alojamiento.

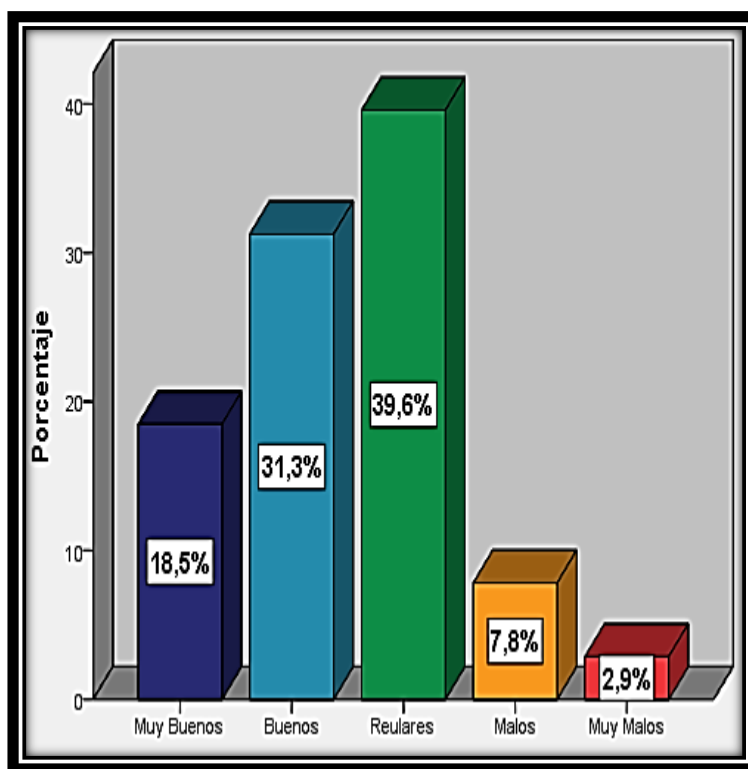
Por lo tanto, los visitantes consideraron en su mayoría que los servicios de alojamiento son regulares esto probablemente a que la mayoría de los establecimientos de alojamiento en el distrito de Huánuco son de 2 estrellas, no cumpliendo con los niveles de exigencia de algunos visitantes. (Ver tabla N° 4). Finalmente, la minoría opinó que son muy malos, probablemente por la mala experiencia dada en el alojamiento escogido.

CUADRO N° 12
Los servicios de alimentación en el distrito de Huánuco son:

		Frecuencia <i>fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Buenos	71	18,5 %	18,5 %	18,5 %
	Buenos	120	31,3 %	31,3 %	49,7 %
	Regulares	152	39,6 %	39,6 %	89,3 %
	Malos	30	7,8 %	7,8 %	97,1 %
	Muy Malos	11	2,9 %	2,9 %	100,0 %
	Total	384	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
 Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 12
Los servicios de alimentación en el distrito de Huánuco son:



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
 Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el grafico N°12 nos muestran los resultados en un 39.6% de los encuestados señala que los servicios de alimentación son regulares, mientras que el 31.3% expresan que son buenos, y un 18.5% manifiestan que son muy buenos, el 7.8 % concluyen que son malos, y por último el 2.9% respondieron que son muy malos.

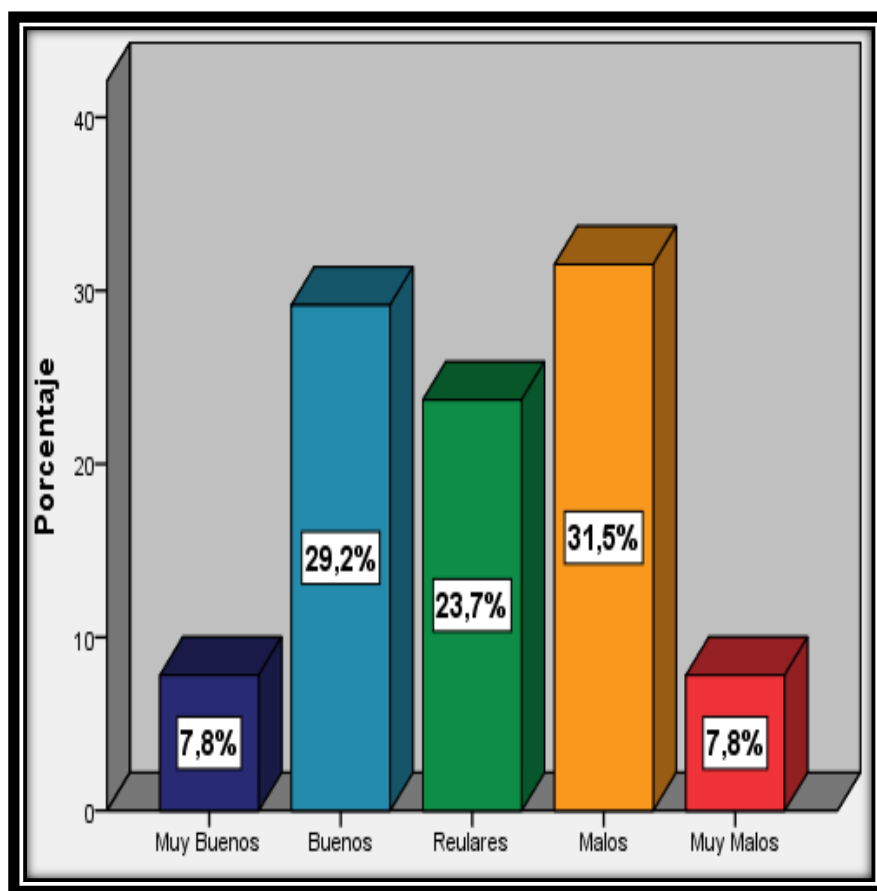
Por lo tanto, los visitantes consideraron en su mayoría que los servicios de alimentación son regulares, lo que probablemente hace suponer que dichos establecimientos no cubrieron las expectativas de los visitantes por otro lado solo un pequeño porcentaje manifestó que los servicios son malos y muy malos probablemente exista deficiencia y falta de capacitación a dichos establecimientos.

CUADRO N° 13
Los servicios de operadores turísticos en el distrito de Huánuco son:

		Frecuencia <i>fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Buenos	30	7,8 %	7,8 %	7,8 %
	Buenos	112	29,2 %	29,2 %	37,0 %
	Regulares	91	23,7 %	23,7 %	60,7 %
	Malos	121	31,5 %	31,5 %	92,2 %
	Muy Malos	30	7,8 %	7,8 %	100,0 %
	Total	384	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
 Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 13
Los servicios de operadores turísticos en el distrito de Huánuco son:



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
 Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el grafico N°13 los entrevistados concluyeron en un 31.5% que los operadores turísticos son malos, mientras que el otro porcentaje del 29.2% manifestaron que son buenos los operadores turísticos, y el 23.7% concluyen que son regulares, mientras que resultaron un empate del 7.8% que los operadores turísticos son muy buenos y muy malos.

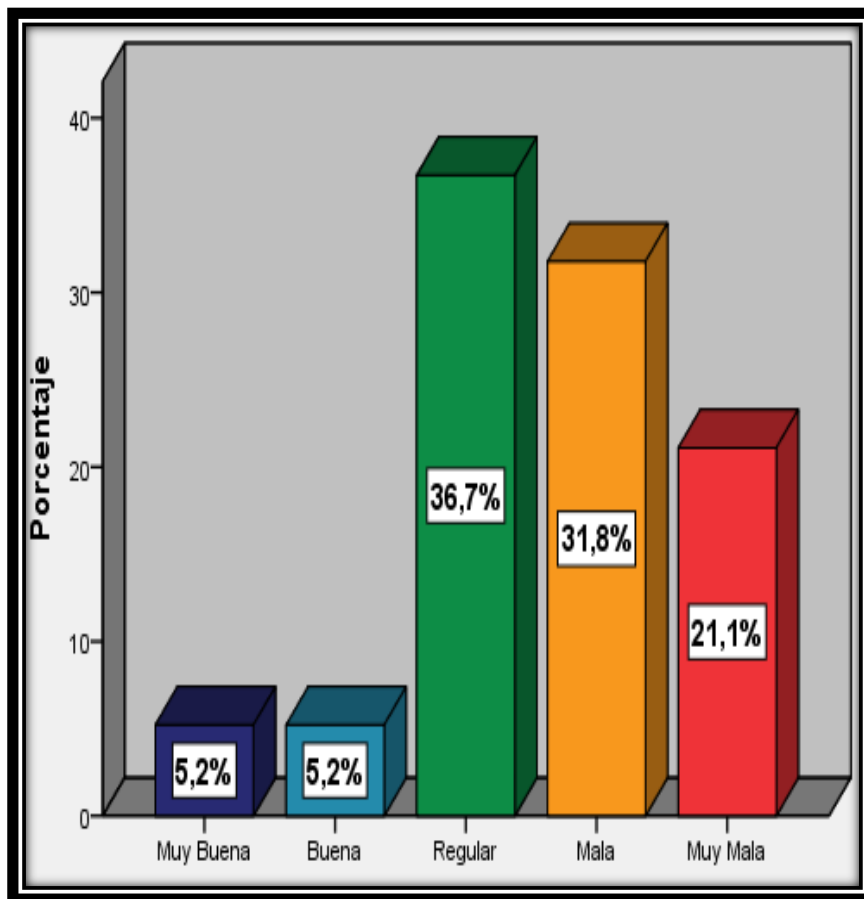
Por consiguiente, un gran número de encuestados manifestó que los operadores turísticos de la ciudad de Huánuco son malos, esto probablemente nos advierte que además de ser muy pocos los operadores les falta profesionalismo en el desarrollo de sus actividades. Por otro lado un pequeño grupo manifiesta que el servicio a de los operadores turísticos son muy buenas esto probablemente se deba que existe profesionalismo uy ética en algunas empresas privadas en el sector de turismo y que deben ser un ejemplo ha seguir por los otros.

CUADRO N° 14
Su percepción respecto a la gestión turística municipal del distrito de Huánuco es.

		Frecuencia <i>fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Buena	20	5,2%	5,2%	5,2 %
	Buena	20	5,2%	5,2%	10,4 %
	Regular	141	36,7%	36,7%	47,1 %
	Mala	122	31,8%	31,8%	78,9 %
	Muy Mala	81	21,1%	21,1%	100,0 %
Total		384	100,0%	100,0%	

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
 Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 14
Su percepción respecto a la gestión turística municipal del distrito de Huánuco es.



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
 Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el gráfico N°14 los entrevistados concluyeron en un 36.7% y opinan que es regular la gestión turística por parte de la municipalidad de Huánuco, por otro lado, el 31.8% manifiestan que es mala la conducción del departamento de turismo, y un 21.1% es muy mala la gestión turística en esta municipalidad, y por último resulta un empate del 5.2% que es muy mala y a la vez buena, la gestión turística en la municipalidad de Huánuco.

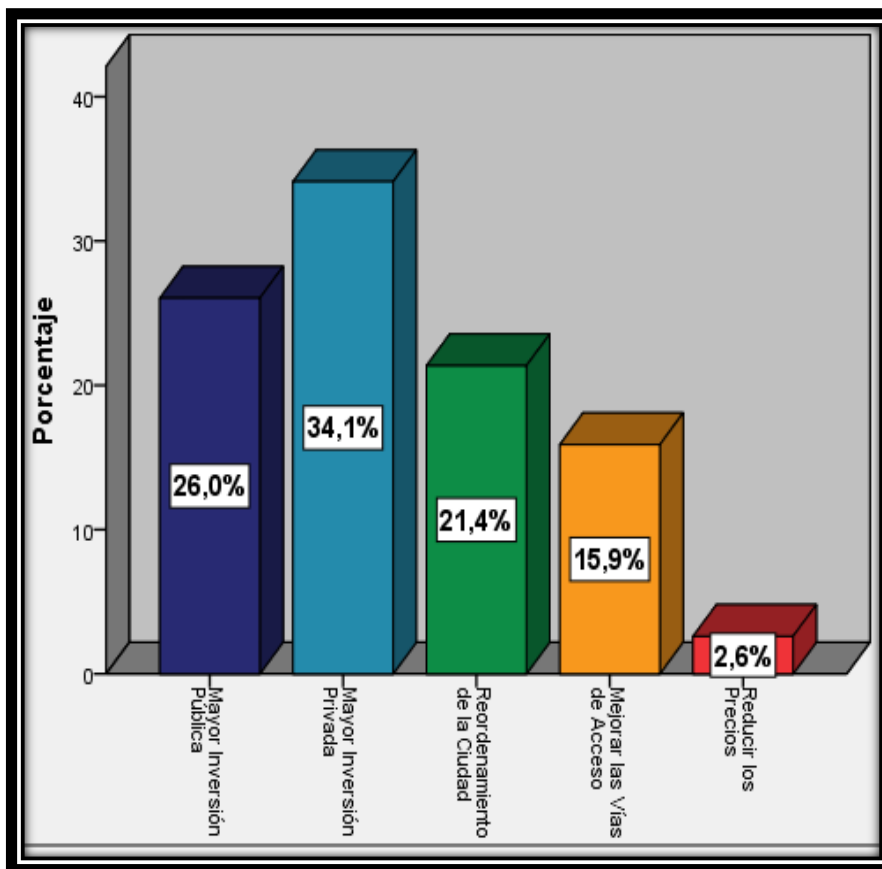
Por lo tanto, la tendencia de los encuestados por mayoría es una percepción negativa respecto a la gestión municipal probablemente esta respuesta no es ajena a la realidad pues es de conocimiento que la municipalidad piensa que desarrollar el turismo solo es publicidad, propaganda y no toma en cuenta que una actividad turística tendría que ser sostenible y sustentable en el tiempo.

CUADRO N° 15
¿Qué recomendaría Usted, para mejorar el desarrollo turístico del distrito?

		Frecuencia <i>fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mayor Inversión Pública	100	26,0 %	26,0 %	26,0 %
	Mayor Inversión Privada	131	34,1 %	34,1 %	60,2 %
	Reordenamiento de la Ciudad	82	21,4 %	21,4 %	81,5 %
	Mejorar las Vías de Acceso	61	15,9 %	15,9 %	97,4 %
	Reducir los Precios	10	2,6 %	2,6 %	100,0 %
Total		384	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
 Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 15
¿Qué recomendaría Usted para mejorar el desarrollo turístico del distrito?



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
 Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el gráfico N°15 los entrevistados concluyeron en un 34.1% que manifestaron la una mayor necesidad de inversión privada para el desarrollo turístico del distrito, frente a un 26.0% respondieron que se necesita una mayor inversión pública en el sector turístico distrital de Huánuco, y un 21.4% nos manifiestan que se necesita un reordenamiento de la ciudad, mientras que un 15.9% expresan que se debe mejorar las vías de acceso, por último el 2.6% opinan que se debe reducir los precios exorbitantes de los servicios al turista.

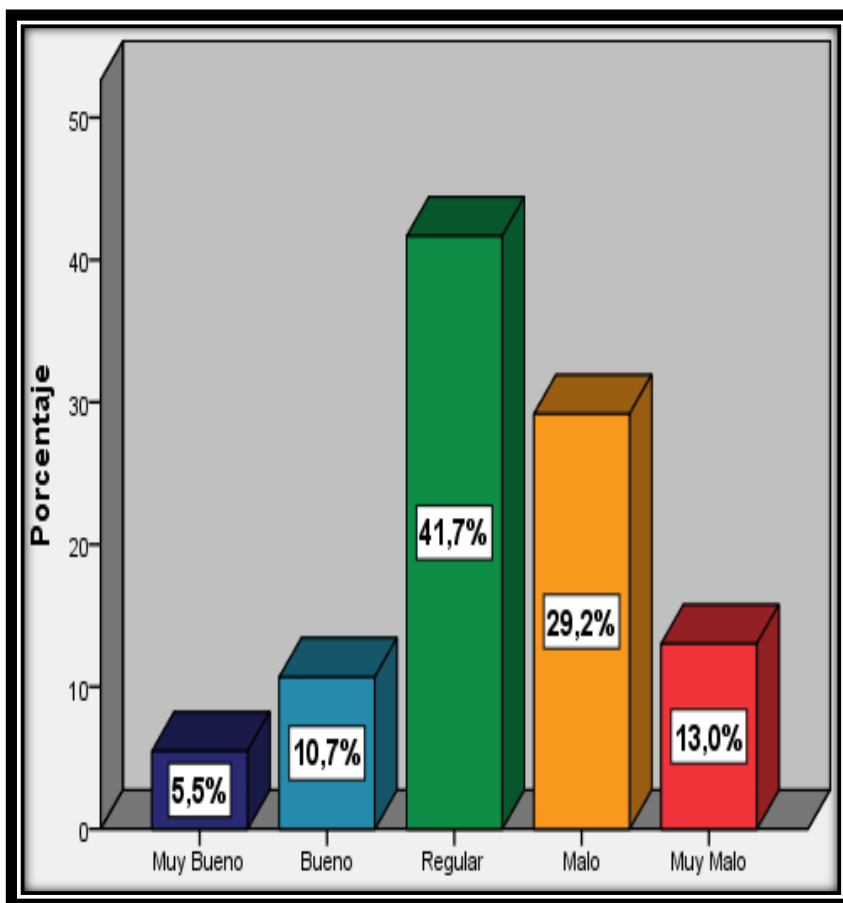
Según la interpretación podemos decir que un alto porcentaje de visitantes consideran que para mejorar el desarrollo turístico es necesaria mayor inversión privada otro porcentaje considerable cree que es necesita mayor inversión pública en conclusión lo que los turistas quieren es mayor inversión ya sea pública o privada evidentemente esto mejoraría la calidad de los servicios y por ende se cubriría las expectativas de los visitantes.

CUADRO N° 16
¿Qué opina respecto al desarrollo turístico del distrito de Huánuco?

		Frecuencia <i>fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Bueno	21	5,5 %	5,5 %	5,5 %
	Bueno	41	10,7 %	10,7 %	16,1 %
	Regular	160	41,7 %	41,7 %	57,8 %
	Malo	112	29,2 %	29,2 %	87,0 %
	Muy Malo	50	13,0 %	13,0 %	100,0 %
Total		384	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
 Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 16
¿Qué opina respecto al desarrollo turístico del distrito de Huánuco?



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°1
 Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el grafico N°16 nos muestran los resultados realizados a los visitantes que consideraron en un 41.7% que el desarrollo turístico del distrito de Huánuco es regular, mientras que un 29.2% contestaron que es malo, un 13.0% concluyeron que es muy malo, mientras que un 10.7% expresaron que es muy bueno, y la minoría del 5.5% respondieron que es muy bueno.

Un alto porcentaje de encuestados manifiesta que el desarrollo turístico del distrito de Huánuco es regular y lo que es más evidente aun el mayor porcentaje de encuestados manifiesta que el desarrollo turístico en el distrito de Huánuco es malo o muy malo; en ese sentido nos permitimos afirmar que la gestión municipal tiene que reestructuras o reorientar sus planes y proyectos del sector turístico puesto que lo que ha venido desarrollando hasta el momento no ha tenido un impacto positivo en los visitantes.

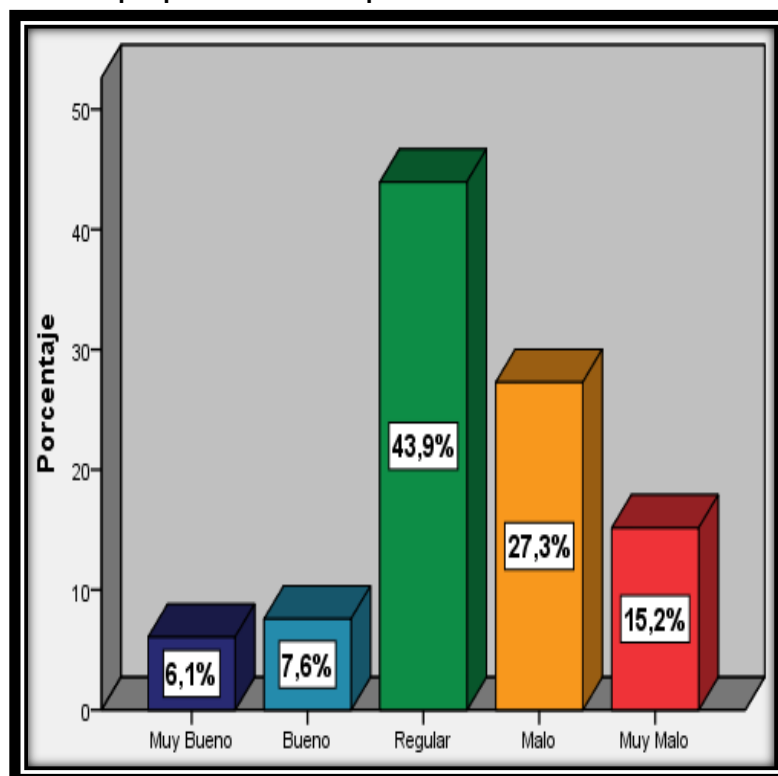
6.2. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS DEL CUESTIONARIO N° 2 DIRIGIDO A LOS DUEÑOS Y ADMINISTRADORES DE RESTAURANTES, HOTELES Y AGENCIAS DE VIAJES DEL DISTRITO DE HUÁNUCO (Preguntas del N°1 – N°14).

CUADRO N° 17
¿Cómo considera usted el Apoyo brindado para ofrecer servicios de calidad por parte de la Municipalidad Provincial de Huánuco?

		Frecuencia <i>fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Bueno	4	6,1 %	6,1 %	6,1 %
	Bueno	5	7,6 %	7,6 %	13,6 %
	Regular	29	43,9 %	43,9 %	57,6 %
	Malo	18	27,3 %	27,3 %	84,8 %
	Muy Malo	10	15,2 %	15,2 %	100,0 %
	Total	66	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°2
 Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 17
¿Cómo considera usted el Apoyo brindado para ofrecer servicios de calidad por parte de la Municipalidad Provincial de Huánuco?



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°2
 Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el gráfico N° 17 nos muestra el resultado de un 43.9% de los encuestados manifestaron que es regular el apoyo brindado para ofrecer servicios de calidad por parte de la Municipalidad Provincial de Huánuco, frente a un 27.3% manifestaron que es mala, y un 15.2% que es muy mala, mientras que en un 7.6% contestaron que es buena, y el 6.1% que es la minoría que es muy buena.

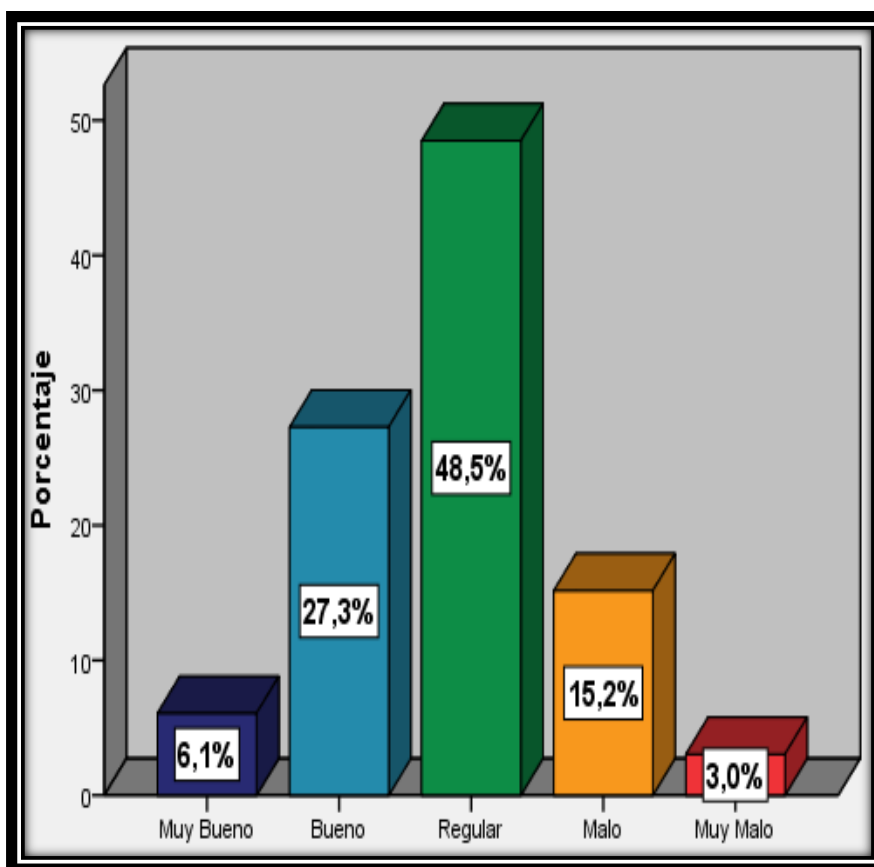
En su mayoría para, los administradores y dueños de los restaurantes hoteles y agencias de viajes el apoyo brindado por la municipalidad es regular y para un grupo pequeño es muy buena lo que hace suponer que el apoyo que brinda la municipalidad no está siendo percibida por la mayoría de los empresarios.

CUADRO N° 18
¿Cómo considera Usted la infraestructura disponible en el distrito de Huánuco para ofrecer los servicios del negocio

		Frecuencia <i>fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Bueno	4	6,1 %	6,1 %	6,1 %
	Bueno	18	27,3 %	27,3 %	33,3 %
	Regular	32	48,5 %	48,5 %	81,8 %
	Malo	10	15,2 %	15,2 %	97,0 %
	Muy Malo	2	3,0 %	3,0 %	100,0 %
	Total	66	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°2
 Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 18
¿Cómo considera Usted la infraestructura disponible en el distrito de Huánuco para ofrecer los servicios del negocio



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°2
 Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el gráfico N° 18 nos muestra el resultado de un 48.5% expresaron que es regular, la infraestructura disponible en el distrito de Huánuco para ofrecer los servicios del negocio, y un 27.3% que es bueno, y con un 15.2% es malo, mientras que un porcentaje del 6.1% nos contestaron que es muy bueno y un 3.0% señaló que es muy malo.

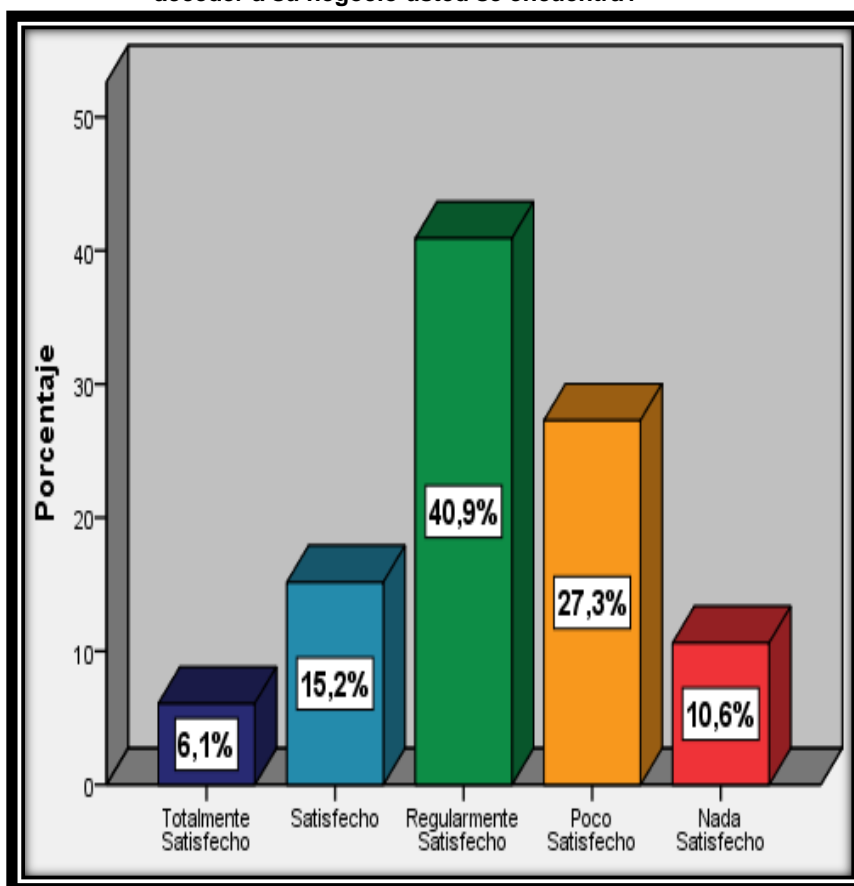
En su mayoría para, los administradores y dueños de los restaurantes hoteles y agencias de viajes la infraestructura con la que cuenta el distrito de Huánuco es regular; mientras que otro pequeño grupo considera que la infraestructura es muy mala. Esto probablemente es por qué falta mucho por mejorar la infraestructura del distrito.

CUADRO N° 19
¿Respecto a la disponibilidad de los medios de transportes para acceder a su negocio usted se encuentra?

		Frecuencia <i>fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente Satisfecho	4	6,1 %	6,1 %	6,1 %
	Satisfecho	10	15,2 %	15,2 %	21,2 %
	Regularmente Satisfecho	27	40,9 %	40,9 %	62,1 %
	Poco Satisfecho	18	27,3 %	27,3 %	89,4 %
	Nada Satisfecho	7	10,6 %	10,6 %	100,0 %
	Total	66	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°2
 Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 19
¿Respecto a la disponibilidad de los medios de transportes para acceder a su negocio usted se encuentra?



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°2
 Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el grafico N° 19 nos muestra el resultado de un 40.9% opinan que es regularmente satisfecho, respecto a la disponibilidad de los medios de transportes para acceder a su negocio, mientras que un 27.3% respondieron poco satisfecho, el 15.2% contestaron estar satisfecho, un 10.6% nada satisfecho y finalmente un 6.1% concluyeron estar nada satisfecho.

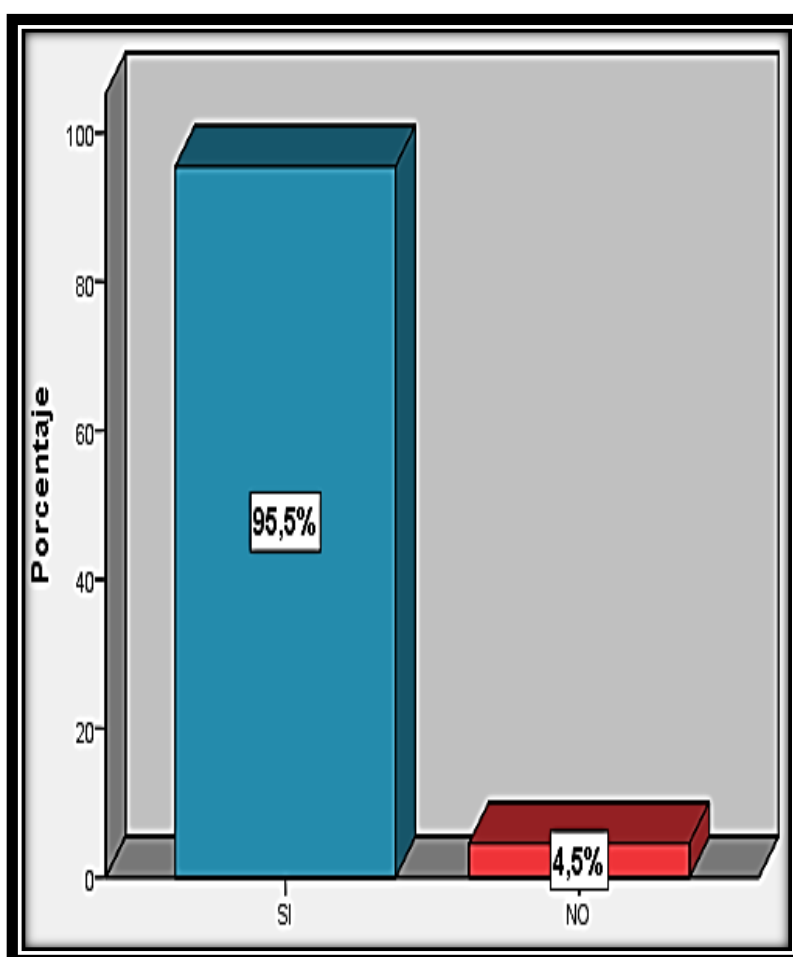
En su mayoría los administradores y dueños de los restaurantes hoteles y agencias de viajes se encuentran regularmente satisfechos por otro lado unos pocos se encuentran totalmente satisfechos con la disponibilidad de los medios de transportes para acceder a su negocio porque probablemente existe un desorden en el transporte en el distrito de Huánuco.

CUADRO N° 20
¿Considera Usted que los visitantes al distrito de Huánuco contaron con accesibilidad para llegar a los lugares turísticos?

		Frecuencia <i>fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	63	95,5 %	95,5 %	95,5 %
	NO	3	4,5 %	4,5 %	100,0 %
	Total	66	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°2
 Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 20
¿Considera Usted que los visitantes al distrito de Huánuco contaron con accesibilidad para llegar a los lugares turísticos?



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°2
 Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el gráfico N° 20 concluyeron en su gran mayoría de encuestados que el 95.5% si, consideran que los visitantes al distrito de Huánuco contaron con accesibilidad para llegar a los lugares turísticos, frente a un 4.5% no, consideran que los visitantes al distrito de Huánuco contaron con accesibilidad para llegar a los lugares turísticos.

En su mayoría para, los administradores y dueños de los restaurantes hoteles y agencias de viajes los visitantes que llegaron al distrito de Huánuco si contaron con accesibilidad para llegar a los lugares turísticos y un escaso número de empresarios consideran que no contaron con dicha accesibilidad. Esto probablemente se debe a que existe gran cantidad de oferta como son servicio de taxis, moto taxis, colectivos y servicio público de microbuses hacia los distintos lugares turísticos.

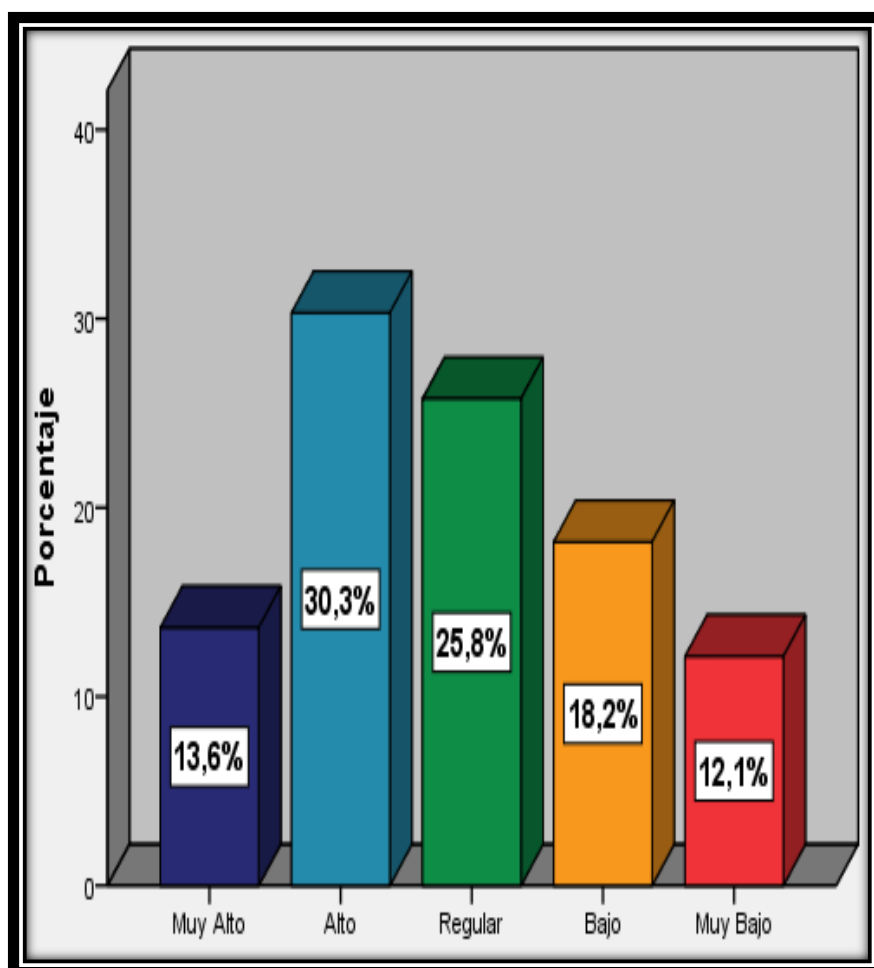
CUADRO N° 21
En los lugares propuestos para visitar en el distrito de Huánuco
¿Considera Usted que el nivel de transitabilidad es?

		Frecuencia <i>fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Alto	9	13,6 %	13,6 %	13,8 %
	Alto	20	30,3 %	30,3 %	43,9 %
	Regular	17	25,8 %	25,8 %	69,7 %
	Bajo	12	18,2 %	18,2 %	87,9 %
	Muy Bajo	8	12,1 %	12,1 %	100,0 %
Total		66	100,0 %	100,0	

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°2

Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 21
En los lugares propuestos para visitar en el distrito de Huánuco
¿Considera Usted que el nivel de transitabilidad es?



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°2

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el gráfico N° 21 nos muestra el resultado en un 30.3% alto en las zonas de visita del turista, otro porcentaje significativo manifestó en un 25.8% regular la transitabilidad, mientras que un 18.2% dijo bajo en cuanto a la transitabilidad, el 13.6% señaló muy alto en cuanto a la transitabilidad, y una escasa minoría manifestó con un 12.1% muy alto.

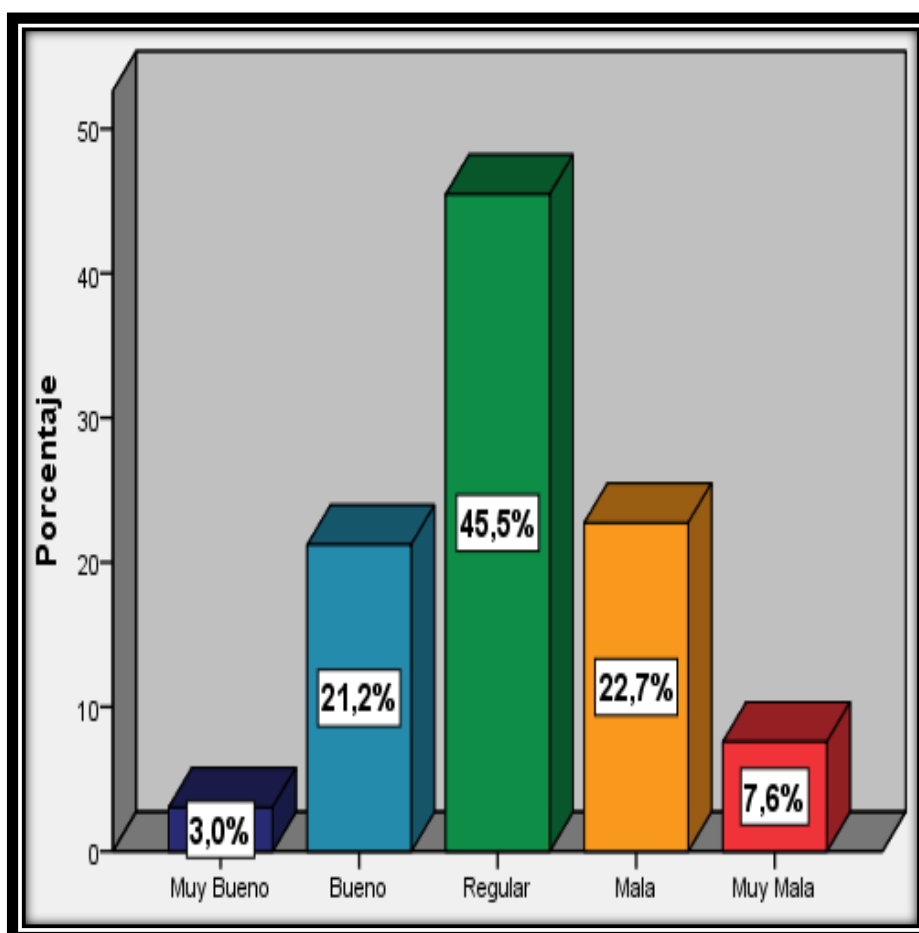
Podemos deducir que los dueños y administradores de los restaurantes, hoteles y agencias de viaje en el mayor porcentaje considera que el nivel de transitabilidad en los lugares propuestos para visitar es alto frente a un escaso número de encuestados que cree que en los lugares propuestos para visitar el nivel de transitabilidad es muy bajo probablemente estos resultados deben que los lugares propuestos si tienen lugares de acceso por tener pistas, carreteras asfaltadas debidamente señalizada lo cual hace una fácil transitabilidad.

CUADRO N° 22
¿Cómo considera Usted el desarrollo turístico del distrito en los últimos 5 años?

		Frecuencia <i>fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Bueno	2	3,0 %	3,0 %	3,0 %
	Bueno	14	21,2 %	21,2 %	24,2 %
	Regular	30	45,5 %	45,5 %	69,7 %
	Mala	15	22,7 %	22,7 %	92,4 %
	Muy Mala	5	7,6 %	7,6 %	100,0 %
Total		66	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°2
 Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 22
¿Cómo considera Usted el desarrollo turístico del distrito en los últimos 5 años?



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°2
 Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el gráfico N° 22 nos muestran los resultados en un 45.5% que el desarrollo turístico del distrito de Huánuco es regular, mientras que un 22.7% contestaron que fue una mala gestión estos 5 últimos años sobre el desarrollo turístico del distrito, el 21.2% concluyeron que es bueno el desarrollo turístico, mientras que un 7.6% expresaron que es muy mala, y la minoría del 3.0% respondieron que es muy bueno.

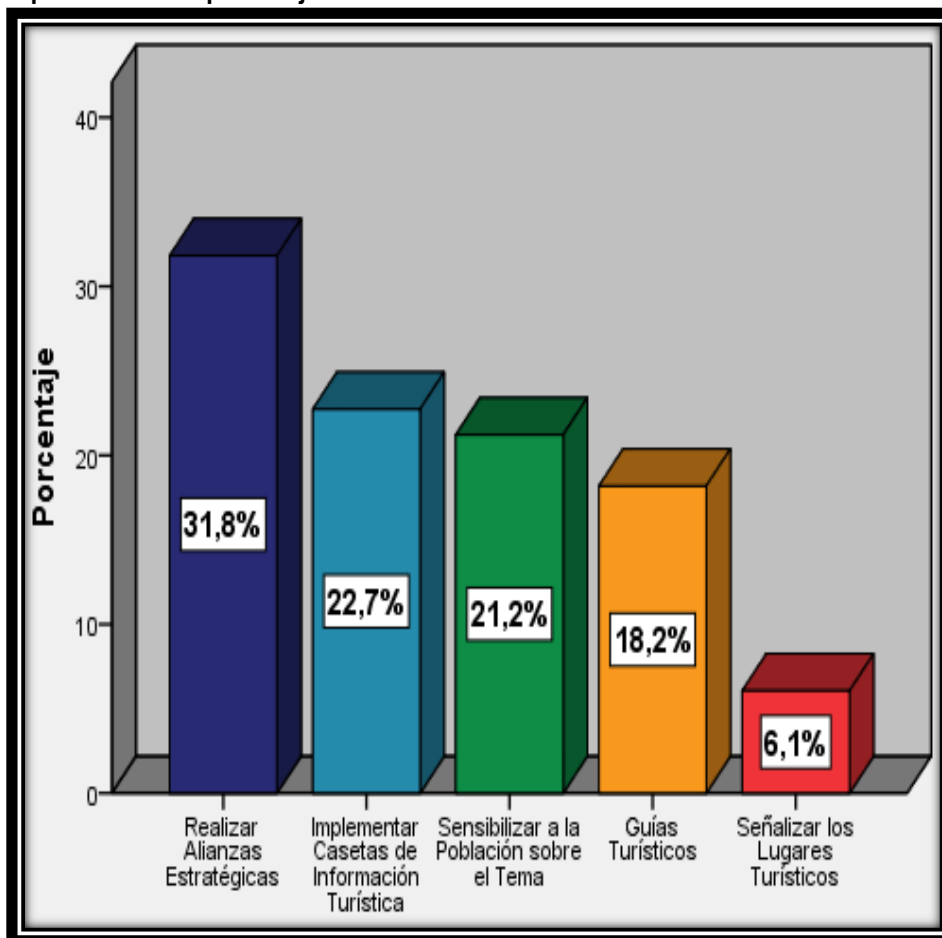
Podemos deducir que los dueños y administradores de los restaurantes, hoteles y agencias de viaje en el mayor porcentaje considera que el desarrollo turístico en los últimos 5 años ha sido regular frente a un escaso número de encuestados que considera que el desarrollo turístico ha sido muy bueno de esto podemos decir que la mayoría percibe un escaso desarrollo turístico del distrito probablemente porque no existen proyectos de gran envergadura que permitan cambiar esta situación.

CUADRO N° 23
¿En su calidad de empresario privado cual sería la propuesta de inversiones que usted haría para mejorar el desarrollo turístico del distrito de Huánuco?

		Frecuencia <i>fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Realizar Alianzas Estratégicas	21	31,8 %	31,8 %	31,8 %
	Implementar Casetas de Información Turística	15	22,7 %	22,7 %	54,5 %
	Sensibilizar a la Población sobre el Tema	14	21,2 %	21,2 %	75,8 %
	Guías Turísticos	12	18,2 %	18,2 %	93,9 %
	Señalizar los Lugares Turísticos	4	6,1 %	6,1 %	100,0 %
Total		66	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°2
 Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 23
¿En su calidad de empresario privado cual sería la propuesta de inversiones que usted haría para mejorar el desarrollo turístico del distrito de Huánuco?



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°2
 Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el gráfico N° 23 opinaron en su gran mayoría de encuestados en un 31.8% realizar alianzas estratégicas, el 22.7% consideran que implementar casetas de información en festividades, un 21.2% dijo realizarían campañas de sensibilización sobre el turismo a la población, el 18.2% propuso implementar guías de turismo, y un 6.1% expuso que ayudarían señalizando los lugares turísticos.

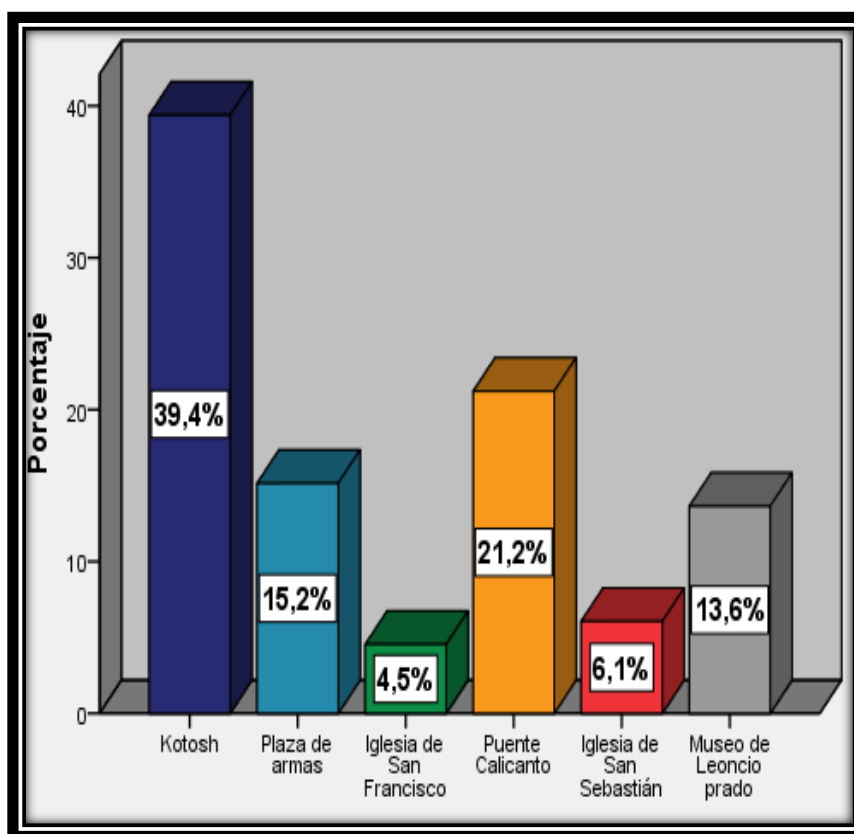
Podemos deducir que los dueños y administradores de los restaurantes, hoteles y agencias de viaje en el mayor porcentaje considera que la propuesta de inversión para mejorar el desarrollo turístico del distrito de Huánuco es realizar alianzas estratégicas; frente a un pequeño número que cree que debería invertir en señalización para mejorar el desarrollo turístico del distrito de Huánuco probablemente esto nos hace suponer que haciendo dichas alianzas entre empresas todos aportarían al beneficio común.

CUADRO N° 24
¿De los atractivos turísticos con los que cuenta el distrito de Huánuco
cual considera Usted que es el más popular y emblemático?

		Frecuencia <i>fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Kotosh	26	39,4 %	39,4 %	39,4%
	Plaza de armas	10	15,2 %	15,2 %	54,5%
	Iglesia de San Francisco	3	4,5 %	4,5 %	59,1%
	Puente Calicanto	14	21,2 %	21,2 %	80,3%
	Iglesia de San Sebastián	4	6,1 %	6,1 %	86,4%
	Museo de Leoncio prado	9	13,6 %	13,6 %	100,0%
	Total	26	39,4 %	39,4 %	
Total	66	100,0 %			

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°2
 Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 24
¿De los atractivos turísticos con los que cuenta el distrito de Huánuco
cual considera Usted que es el más popular y emblemático?



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°2
 Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el gráfico N° 24 opinaron que los atractivos más emblemáticos en el distrito de Huánuco son, en un 39.4% Kotosh importante lugar arqueológico que es el más popular manifestaron, mientras que un 21.2% opinaron que sería el Puente Calicanto, un 15.2% manifestaron que sería la Plaza de Armas, asimismo un 13.6% respondió que sería el museo de Leoncio Prado, un 6,1 considero que sería Iglesia de San Sebastián y finalmente un porcentaje reducido del 4.5% concluyo que serían la Iglesia San Francisco.

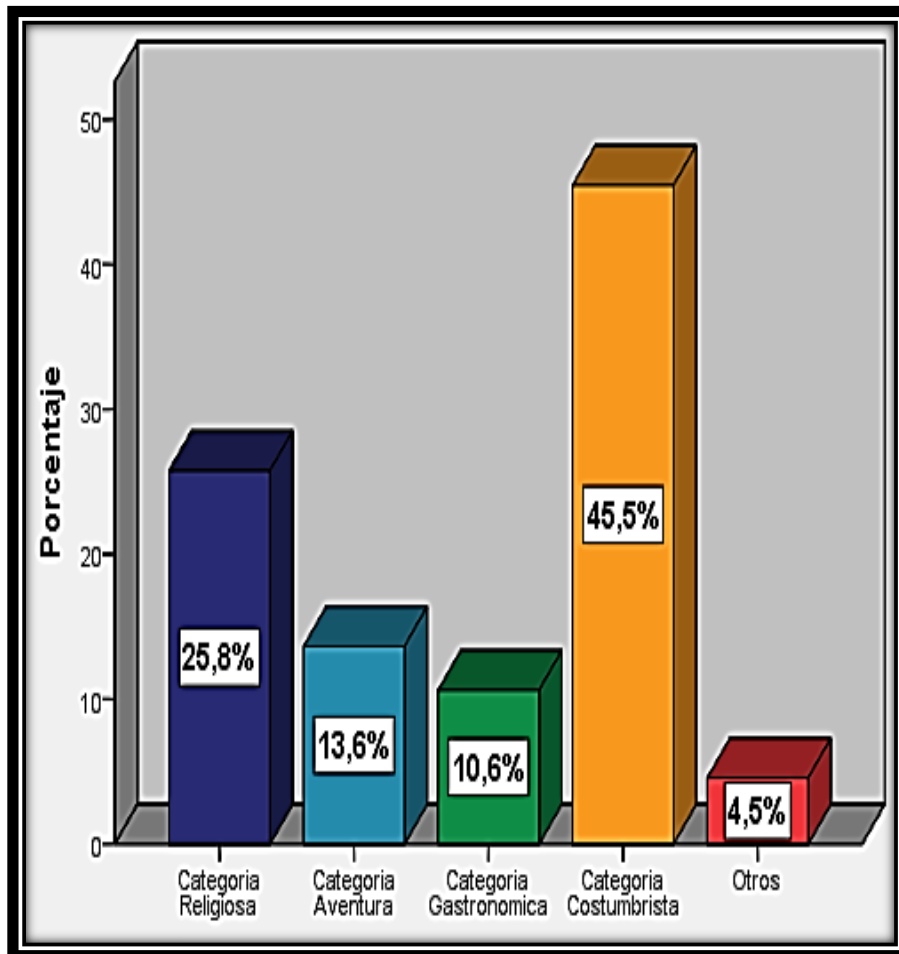
Podemos deducir que los dueños y administradores de los restaurantes, hoteles y agencias de viaje en el mayor porcentaje considera que sería el centro arqueológico Kotosh como popular y emblemático probablemente debido a su reconocimiento, restauración e historia que representa el sitio arqueológico para la preservación e identidad que representaría para la historia de Huánuco por otro lado la minoría considero al menos popular y emblemático al Museo de Leoncio Prado probablemente debido a que se encuentra cerrado la mayoría del tiempo impidiendo su conocimiento y difusión de dicho museo.

CUADRO N° 25
Dentro de las siguientes categorías de los atractivos
ofrecidos en el distrito, cuáles son los más demandados.

		Frecuencia <i>fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Categoría Religiosa	17	25,8 %	25,8 %	25,8 %
	Categoría Aventura	9	13,6 %	13,6 %	39,4 %
	Categoría Gastronómica	7	10,6 %	10,6 %	50,0 %
	Categoría Costumbrista	30	45,5 %	45,5 %	95,5 %
	Otros	3	4,5 %	4,5 %	100,0 %
	Total	66	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°2
 Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 25
Dentro de las siguientes categorías de los atractivos
ofrecidos en el distrito, cuáles son los más demandados.



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°2
 Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el gráfico N° 25 opinaron que las categorías más demandadas son en un 45.5% que el más demandado es la categoría costumbrista, mientras que un 25.8% opinaron que se encuentran en la categoría religiosa, un 13.6% manifestaron que sería en la categoría de aventura, asimismo un 10.6% respondió la categoría gastronómica y finalmente en un porcentaje reducido del 4.5% concluyo que serían otros.

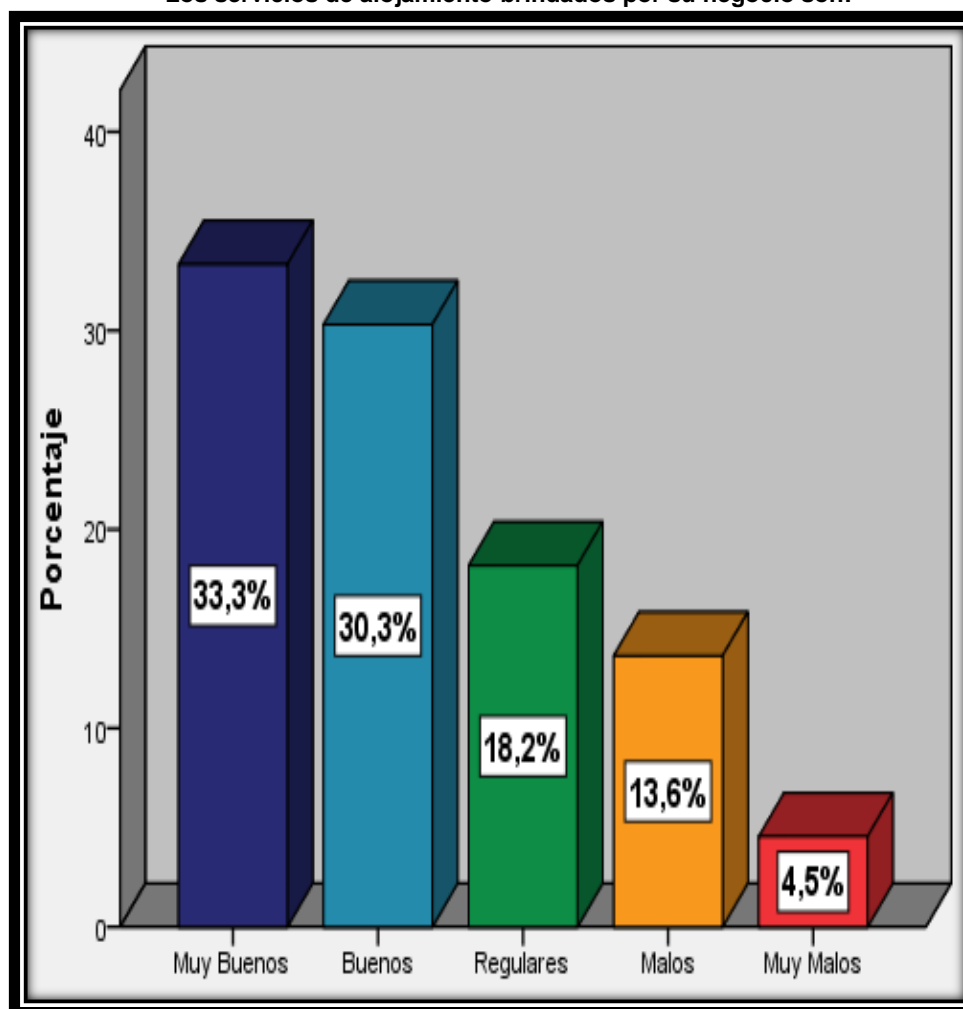
Podemos deducir que los dueños y administradores de los restaurantes, hoteles y agencias de viaje en el mayor porcentaje considera como los atractivos más demandados a la categoría costumbrista probablemente esto se deba por la cantidad de visitantes que convoca este tipo de categoría como los negritos de Huánuco y los carnavales por el contrario una minoría manifestó que otros probablemente por actividades distintas que la ciudad todavía no ofrece.

CUADRO N° 26
Los servicios de alojamiento brindados por su negocio son:

		Frecuencia <i>fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Buenos	22	33,3 %	33,3 %	33,3 %
	Buenos	20	30,3 %	30,3 %	63,6 %
	Regulares	12	18,2 %	18,2 %	81,8 %
	Malos	9	13,6 %	13,6 %	95,5 %
	Muy Malos	3	4,5 %	4,5 %	100,0 %
	Total	66	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°2
 Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 26
Los servicios de alojamiento brindados por su negocio son:



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°2
 Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el gráfico N° 26 opinaron de los servicios de alojamiento en un 33.3% manifestaron que son Muy Buenos, el 30.3% de encuestados confirman que son buenos, mientras que el 18.2% aducen que son Regulares, un 13.6% opinaron que son malos, y el último porcentaje del 4.5% respondieron que son muy malos los servicios de alojamiento.

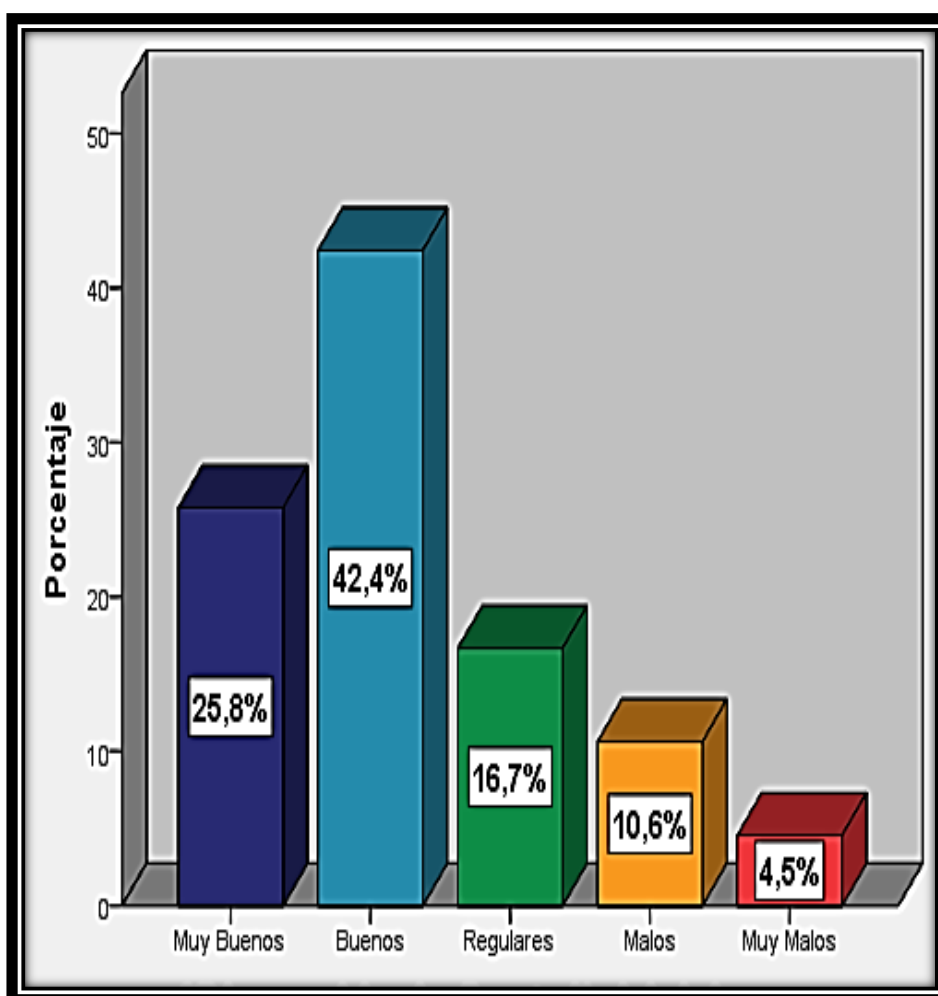
Podemos deducir que los dueños y administradores de los restaurantes, hoteles y agencias de viaje en el mayor porcentaje considera que los servicios de alojamiento son muy buenos o buenos frente a un número muy reducido que cree que el servicio de alojamiento es muy malo esto probablemente a que la mayoría de los dueños y no administradores no han realizado una autoevaluación de la calidad de sus servicios que lo norma la DIRCETUR.

CUADRO N° 27
Los servicios de alimentación brindados por su negocio son:

		Frecuencia <i>fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Buenos	17	25,8 %	25,8 %	25,8 %
	Buenos	28	42,4 %	42,4 %	68,2 %
	Regulares	11	16,7 %	16,7 %	84,8 %
	Malos	7	10,6 %	10,6 %	95,5 %
	Muy Malos	3	4,5 %	4,5 %	100,0 %
	Total	66	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°2
 Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 27
Los servicios de alimentación brindados por su negocio son:



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°2
 Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el grafico N°27 nos muestran los resultados en un 42.4% de los encuestados afirman que los servicios de alimentación son buenos, mientras que un 25.8% expresan que son muy buenos, también un 16.7% concluyen que son regulares, mientras que el 10.6% manifiestan que son malos, y por último el 4.5% respondieron que son muy malos.

Podemos deducir que los dueños y administradores de los restaurantes, hoteles y agencias de viaje en el mayor porcentaje consideran que los servicios de alimentación brindados son buenos, frente a un pequeño porcentaje que manifestó que los servicios brindados son muy malos de estos resultados podemos opinar que probablemente se debe a un exceso de confianza de los empresarios aunado a un sentimiento de apoyo a su empresa y no necesariamente a una radiografía de la calidad del servicio y de productos que brinda.

CUADRO N° 28

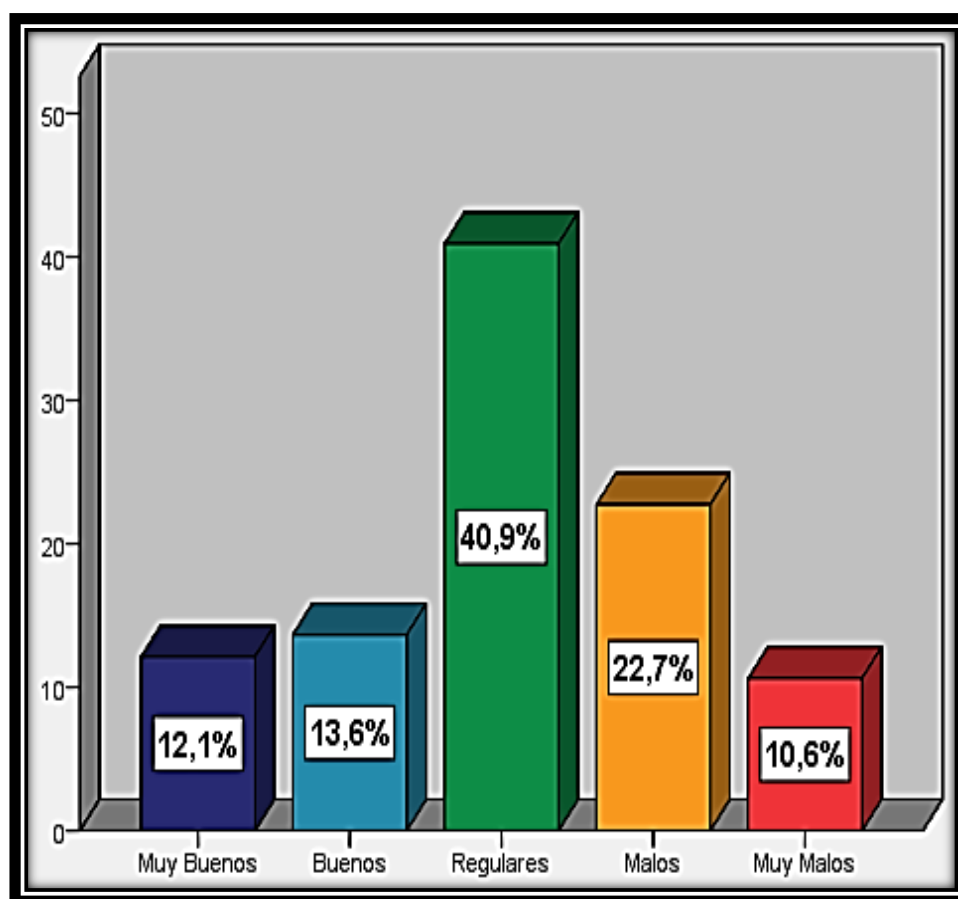
Los servicios de operadores turísticos brindados por su negocio son:

		Frecuencia <i>fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Buenos	7	12,1 %	12,1 %	12,1 %
	Buenos	9	13,6 %	13,6 %	25,8 %
	Regulares	27	40,9 %	40,9 %	66,7 %
	Malos	15	22,7 %	22,7 %	89,4 %
	Muy Malos	8	10,6 %	10,6 %	100,0 %
	Total	66	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°2
Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 28

Los servicios de operadores turísticos brindados por su negocio son:



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°2
Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el gráfico N°28 nos muestran los resultados realizados a los encuestados en cuanto a los servicios brindados por su negocio, un 40.9% que los operadores turísticos son regulares, mientras que el 22.7% manifestaron que son malos los operadores turísticos, y el 13.6% concluyen que son buenos, mientras que un 12.1% que los operadores turísticos son muy buenos y una minoría del 10.6% muy malos.

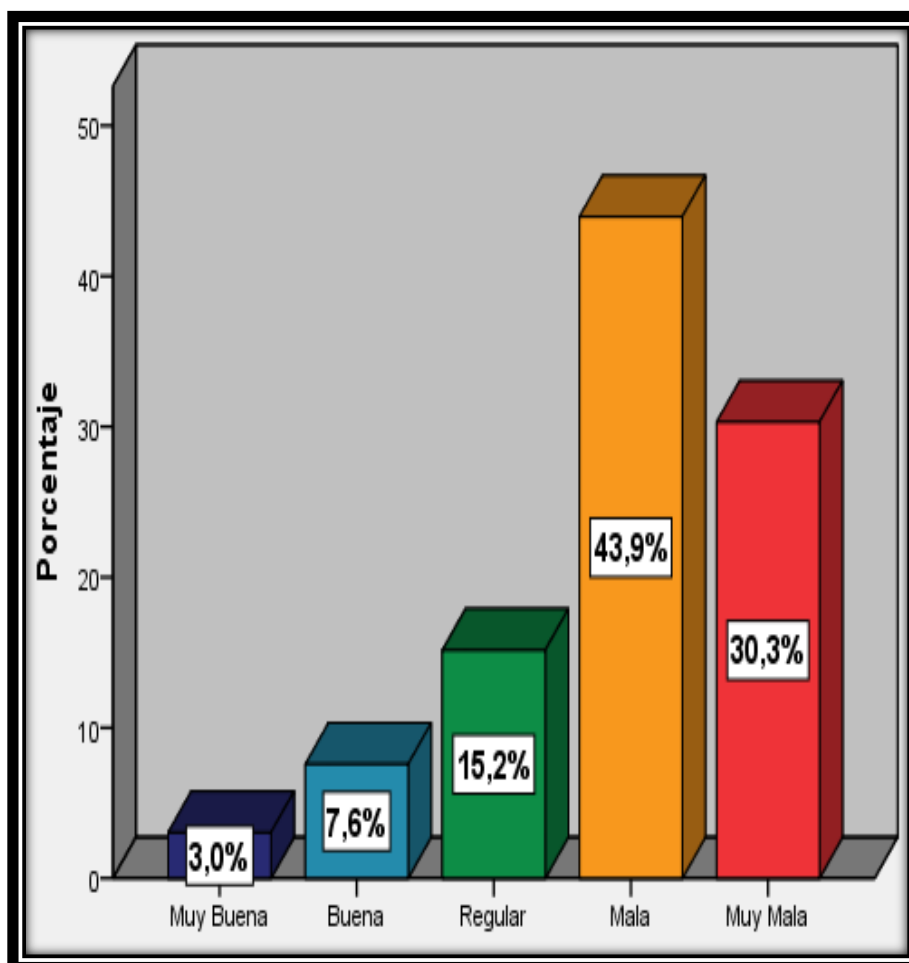
Podemos deducir que los dueños y administradores de los restaurantes, hoteles y agencias de viaje en el mayor porcentaje consideran que los operadores turísticos de la ciudad de Huánuco son regulares, esto probablemente nos advierte que además de ser muy pocos los operadores les falta profesionalismo en el desarrollo de sus actividades. Por otro lado, un pequeño grupo manifiesta que el servicio de los operadores turísticos son muy malos esto probablemente se deba a que existe profesionalismo y ética en algunas empresas privadas en el sector de turismo y que deben ser un ejemplo a seguir por los otros a pesar de ser un grupo minoritario.

CUADRO N° 29
¿Cómo considera la Gestión Turística Municipal en cuanto al soporte al empresario privado en el distrito de Huánuco?

		Frecuencia <i>fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Buena	2	3,0 %	3,0 %	3,0 %
	Buena	5	7,6 %	7,6 %	10,6 %
	Regular	10	15,2 %	15,2 %	25,8 %
	Mala	29	43,9 %	43,9 %	69,7 %
	Muy Mala	20	30,3 %	30,3 %	100,0 %
	Total	66	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°2
 Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 29
¿Cómo considera la Gestión Turística Municipal en cuanto al soporte al empresario privado en el distrito de Huánuco?



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°2
 Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el gráfico N°29 nos muestran los resultados en un 43.9% que opinan que es mala la gestión turística por parte de la municipalidad de Huánuco, por otro lado, el 30.3% manifiestan que es muy mala la conducción del departamento de turismo, y un 15.2% manifiesta que es regular la gestión turística en esta municipalidad, un 7.6% que es buena, y una minoría del 3.0% manifestó que es muy buena la gestión turística en la municipalidad de Huánuco.

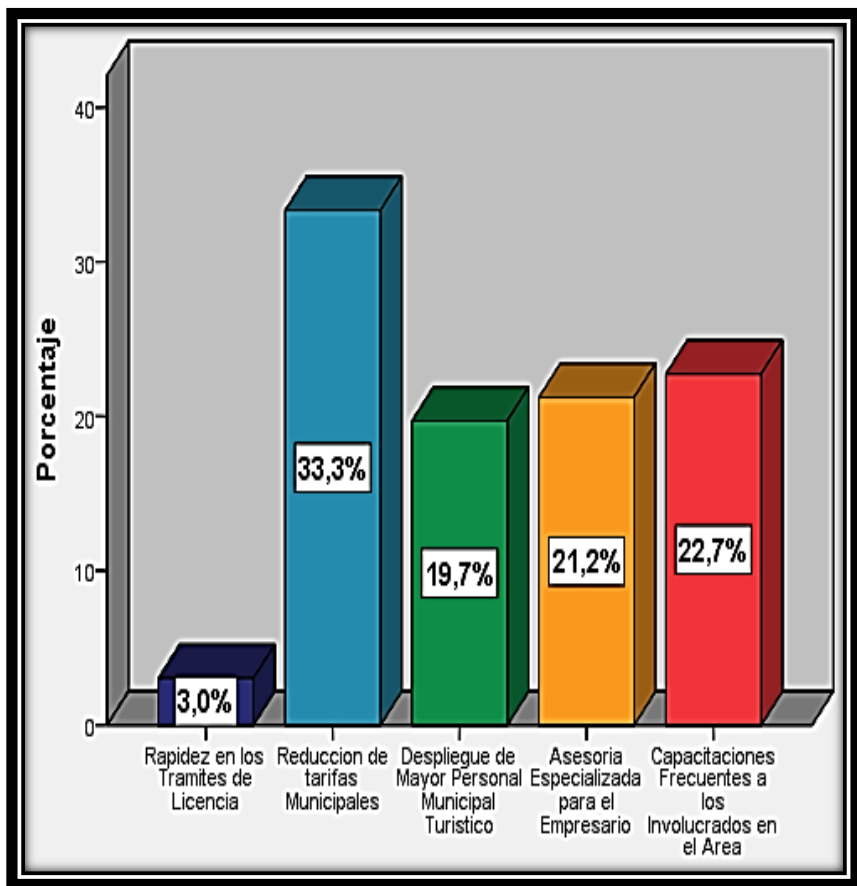
Podemos deducir que los dueños y administradores de los restaurantes, hoteles y agencias de viaje en el mayor porcentaje consideran como mala respecto a la gestión municipal sobre el soporte al empresario privado, esta respuesta no es ajena a la realidad probablemente la municipalidad piensa que desarrollar el turismo solo es publicidad, propaganda y no toma en cuenta que una actividad turística tendría que ser sostenible y sustentable en el tiempo.

CUADRO N° 30
¿Qué recomendaciones propondría Usted para mejorar el desarrollo turístico del distrito?

		Frecuencia <i>fi</i>	Porcentaje %	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Rapidez en los Trámites de Licencia	2	3,0 %	3,0 %	3,0 %
	Reducción de tarifas Municipales	22	33,3 %	33,3 %	36,4 %
	Despliegue de Mayor Personal Municipal Turístico	13	19,7 %	19,7 %	56,1 %
	Asesoría Especializada para el Empresario	14	21,2 %	21,2 %	77,3 %
	Capacitaciones Frecuentes a los Involucrados en el Área	15	22,7 %	22,7 %	100,0 %
Total		66	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Aplicación del Cuestionario N°2
 Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 30
¿Qué recomendaciones propondría Usted para mejorar el desarrollo turístico del distrito?



Fuente: Aplicación del Cuestionario N°2
 Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Según el gráfico N°30 nos muestran los resultados en un 33.3% de los encuestados que manifiestan que se debería reducir las tarifas municipales para una mayor inversión privada para el desarrollo turístico del distrito, frente a un 22.7% respondieron que se necesita de capacitaciones frecuentes a los involucrados en el área, y un 21.2% nos manifiestan que se necesita una asesoría especializada para el empresario, mientras que un 19.7% expresan que se debe realizar un despliegue de mayor personal municipal turístico y, por último con un 3.0% opinan que se debe dar rapidez en los trámites de licencia.

Podemos deducir que los dueños y administradores de los restaurantes, hoteles y agencias de viaje en el mayor porcentaje consideran que para mejorar el desarrollo turístico es necesaria la reducción de tarifas municipales probablemente consideraron que esto sería un punto a favor de los empresarios ya que con esto les permitiría seguir con su inversión en el rubro por otra parte un número minoritario cree que con mayor rapidez en los trámites de licencia se podría generar mayor facilidades para el empresario Huanuqueño, en conclusión lo que los administradores y dueños opinan es mayor inversión ya sea pública o privada evidentemente esto mejoraría la calidad de los servicios y por ende se cubriría las expectativas de los visitantes

6.3 RESUMEN DEL RESULTADO DE LA GUÍA DE OBSERVACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN: “LA GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL Y EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL DISTRITO DE HUÁNUCO - 2017”

Esta guía se llevó a cabo en las siguientes fechas desde el 06/06/17 – hasta el 20/07/17.

1) En el distrito se pueden ubicar casetas de información turística.

Fecha de observación	Alternativa		Ubicación
06/06/17	SI	X	En la Plaza de Armas Huánuco.
	NO		

Interpretación: Como hemos podido observar, está caseta se encuentra ubicada en la plaza de armas con forma de una cabeza de los negritos de Huánuco, se encuentra vacía sin un guía que, de mayores alcances del distrito, al encontrarse vacía solo sirve como botadero de basura por las personas o de escondite para las personas indigentes de la ciudad, sin en vargo la municipalidad opta por alquilarlo los fines de semana donde se venden artesanías (Ver anexo N°7).

2) En el distrito se puede ubicar policías turísticos que ayuden al visitante.

Fecha de observación	Alternativa		Ubicación
09/06/17	SI		No se evidencia.
	NO	X	

Interpretación: Estas no se pueden evidenciar ya que no tienen un objetivo claro de cómo se debe mejorar la estadía del visitante y mucho menos cuales son los beneficios que trae el ingreso de turistas, notablemente se puede observar que solo impulsan los afiches y conferencias **solo en fechas festivas** sin ningún interés de capacitar a los empresarios o generar reuniones para acordar una agenda que beneficie tanto al sector público como privado y que este sea un fruto de mejoras continuas que beneficien sosteniblemente al distrito sin la necesidad de derivarlos a otros atractivos que si están mejor posicionados por el **Interés** que le ponen sus autoridades, solo se encuentran a la policía de turismo en su oficina de Jr.: Simón Bolívar 064 (Ver anexo N° 10).

3) Las señalizaciones entre los jirones principales de la ciudad enmarcan los atractivos turísticos.

Fecha de observación	Alternativa		Ubicación
12/06/17	SI		No se observa.
	NO	X	

Interpretación: Como pude apreciar en los jirones principales tales como 28 de julio, creso y castillo, abtao, Hermilio valdizan, 2 de mayo no se visualizan ningún tipo de señalización hacia ningún atractivo turístico, sin embargo en los lugares turísticos se puede visualizar un pequeño letrero de unos escasos 10 centímetros por 14 centímetros que es casi imperceptible para el visitante que no conoce la ciudad ni el lugar turístico tampoco en la carretera central ya que es un acceso importante mediante el cual se podrían informar mejor sobre los lugares que ofrece el distrito, (ver anexo N°8), además no cumplen con el manual de señalización turística del Perú (Ver anexo N° 9).

4) ¿Los museos de sitio ubicados en el distrito se encuentran en buenas condiciones?

Fecha de observación	Alternativa		Ubicación
13/06/17	SI		Se observa que están en regulares condiciones.
	NO	X	

Interpretación: Bueno estos se observan que están en una condición regular ya que no se evidencia un plan para proteger y preservar nuestros museos de sitios ya sea porque no existen capacidad de gestión de las entidades encargadas como la DIRCETUR o el Ministerio de Cultura que no realizan ningún esfuerzo significativo por preservar, restaurar y menos promover los museos de nuestro distrito de Huánuco, además estos se encuentran cerrados y no son de fácil acceso ya que pese a haber un horario este no se cumple. (Ver anexo N° 12).

5) ¿Los atractivos turísticos son accesibles?

Fecha de observación	Alternativa		Ubicación
20/07/17	SI		No son accesibles.
	NO	X	

Interpretación: Estos en su gran mayoría no son accesibles ya que la mayoría de ellos no están abiertos al público y no son revalorados tampoco por las autoridades por falta de gestión turística. (Ver anexo N° 11 y 12).

6) Existe una amplia oferta de alojamiento en el distrito.

Fecha de observación	Alternativa		Ubicación
16/06/17	SI	X	Si se evidencia amplia oferta del servicio.
	NO		

Interpretación: Si bien es cierto que existen servicios de alojamiento, como en cualquier otro destino turístico. (Ver tabla N° 04).

7) Existe variedad de servicios de alimentación en el distrito.

Fecha de observación	Alternativa		Ubicación
20/06/17	SI	X	Si se evidencia amplia oferta del servicio.
	NO		

Interpretación: Si bien es cierto que existen servicios de alimentación, pero no se observa un servicio de calidad o en todo caso no se aprecia comida típica exclusivamente en el distrito de Huánuco estas se encuentran ubicada en los alrededores de otros distritos como Pillco Marca (salida de Huánuco) o por la salida al aeropuerto por las Moras (ultimas cuabras del jirón Huallayco). (Ver anexo N° 13). (Ver tabla N° 03).

8) Los servicios de operadores turísticos funcionan de acuerdo a la demanda.

Fecha de observación	Alternativa		Ubicación
26/06/17	SI	X	Si se evidencia ofertas del servicio.
	NO		

Interpretación: Este tipo de servicio es muy escaso y si prestan el servicio es con un número máximo de 10 personas caso contrario se eleva el costo del servicio en un 80 % por otro lado la gran deficiencia que pude observar es que la mayoría de estos no cuentan con permisos de acuerdo a los permisos otorgados por la municipalidad y estos operan de manera particular sin que se pueda garantizar un servicio de calidad en cuanto a la satisfacción del turista tanto local como internacional haciendo estos uno de los puntos críticos en cuanto a la oferta y demanda del servicio. (Ver Tabla N° 05).

9) El distrito en general muestra orden y limpieza.

Fecha de observación	Alternativa		Ubicación
01/07/17	SI		No se evidencia orden y limpieza.
	NO	X	

Interpretación: En este punto se observó una falta de gestión política de las autoridades para impulsar el ordenamiento y limpieza, no existe un compromiso para ello. (Ver anexo N° 14 - CD).

10) La Municipalidad de Huánuco se preocupa por brindar un mejor servicio.

Fecha de observación	Alternativa		Ubicación
13/07/17	SI		No se evidencia.
	NO	X	

Interpretación: Se observó que no existen políticas de gestión turísticas que involucren un plan del trato al turista y tampoco un mantenimiento de los lugares turísticos y mucho menos la capacidad para impulsar que estos sean sostenibles pareciera que la actual gestión no le interesa el tema turístico y no se aprecia movimiento económico por el turismo como si se evidencian en otros distritos que si se enfocan planes para mejorar y garantizar el sostenimiento del turismo. (Ver Guía de Entrevista).

6.4. PROCESAMIENTO DE LA GUÍA DE ENTREVISTA REALIZADA A LA SUB GERENCIA DE TURISMO DE LA MUNICIPALIDAD DE HUÁNUCO (PREGUNTAS DEL N° 1 AL N°6) REPRESENTADA POR LA LIC. ROSALIZ MARGARET GARCÍA TRUJILLO.

Esta guía se llevó a cabo la fecha 11/09/17.

1. A la pregunta: Planifica charla a los prestadores de servicios para una mejora del turismo.

Responde: Si se programa reuniones de coordinación para poder organizar los eventos.

2. A la pregunta: Propone la sub gerencia métodos para evaluar los servicios prestados.

Responde: No, nosotros solo aprobamos, los que proponen son los de logística.

3. A la pregunta: Se realiza capacitaciones para los servidores de turismo por parte de la municipalidad.

Responde: Si se realiza, ahora se capacita a los trilobites a través de los policías de turismo, también a los hoteles y restaurantes para ver la atención al cliente.

4. A la pregunta: Coordina con las empresas públicas y privadas para mejorar el servicio a los turistas.

Responde: Si se coordina con las personas que tienen comunicación con los turistas para un mejor trato.

5. A la pregunta: Se propone nuevas normas para mejorar los puntos turísticos en el distrito de Huánuco.

Responde: Se Coordina con la dirección desconcentrada de cultura para poder salvar el patrimonio cultural de las ruinas de Kotosh.

6. Ala pregunta: Que es lo que usted propone para mejorar el desarrollo turístico del distrito de Huánuco.

Responde: El buen trato al cliente con charlas de concientización a la población Huanuqueña para que pueda valorar el turismo, nuestras costumbres y sepan más del turismo

6.5. PRUEBA DE HIPÓTESIS DEL RESULTADO DE LA APLICACIÓN A LOS VISITANTES

6.5.1 DE LA HIPÓTESIS GENERAL:

Hi: La gestión turística municipal influye significativamente en el desarrollo turístico del Distrito de Huánuco – 2017

Ho: La gestión turística municipal no influye significativamente en el desarrollo turístico del Distrito de Huánuco – 2017

Cuadro N° 31

Tabla cruzada del cuadro N° 14 y cuadro N° 16 Gestión Turística Municipal * Desarrollo Turístico del Distrito								
			Opinión respecto al desarrollo turístico del distrito de Huánuco					Total
			Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo	
percepción respecto a la gestión turística municipal del distrito de Huánuco	Muy Buena	% dentro de la gestión turística municipal del distrito de Huánuco	47,6%	52,4%				100,0%
		% dentro de desarrollo turístico del distrito de Huánuco	47,6%	26,2%				5,4%
		% del total	2,6%	2,8%				5,4%
	Buena	% dentro de la gestión turística municipal del distrito de Huánuco		47,6%	52,4%			100,0%
		% dentro de desarrollo turístico del distrito de Huánuco		23,8%	6,8%			5,4%
		% del total		2,6%	2,8%			5,4%
	Regular	% dentro de la gestión turística municipal del distrito de Huánuco			70,9%	22,0%	7,1%	100,0%
		% dentro de desarrollo turístico del distrito de Huánuco			62,1%	27,7%	20,0%	36,5%
		% del total			25,9%	8,0%	2,6%	36,5%
	Mala	% dentro de la gestión turística municipal del distrito de Huánuco	9,0%	17,2%	32,8%	32,8%	8,2%	100,0%
		% dentro de desarrollo turístico del distrito de Huánuco	52,4%	50,0%	24,8%	35,7%	20,0%	31,6%
	Muy Mala	% del total	2,8%	5,4%	10,4%	10,4%	2,6%	31,6%
% dentro de la gestión turística municipal del distrito de Huánuco				12,3%	50,6%	37,0%	100,0%	
% dentro de desarrollo turístico del distrito de Huánuco				6,2%	36,6%	60,0%	21,0%	
% del total				2,6%	10,6%	7,8%	21,0%	
Total		% dentro de la gestión turística municipal del distrito de Huánuco	5,4%	10,9%	41,7%	29,0%	13,0%	100,0%

	% dentro de desarrollo turístico del distrito de Huánuco	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% del total	5,4%	10,9%	41,7%	29,0%	13,0%	100,0%

Fuente: Aplicación realizada a los Turistas (cuestionario N° 1)

Elaboración: Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El cuadro N° 31 nos muestra los resultados de la tabulación cruzada entre la variable Gestión Turística Municipal y la variable Desarrollo Turístico, obtenidos de la encuesta aplicada a los visitantes, donde podemos apreciar de acuerdo el programa SPSS quien ejecuta el cruce de las tablas N°14 y 16, el resumen arroja lo siguiente, en la parte de color rosado el % total deducido de las respuestas individuales de los encuestados indica que el 2,6% considera muy buena tanto la gestión y el desarrollo turístico en la ciudad de Huánuco, y otro 2,8% considera muy buena tanto la gestión y el desarrollo turístico, haciendo un total deducido en un 5,4%, encontrando una coincidencia significativa entre estas alternativas.

Así mismo observamos que el siguiente cruce de datos en la parte de color anaranjado el % total arroja en Buena para la gestión turística 2,6% y tanto la gestión y el desarrollo turístico tanto la gestión y el desarrollo turístico y 2,8%, regular tanto la gestión y el desarrollo turístico haciendo un total deducido de 5,4%, encontrando una coincidencia significativa entre estas alternativas.

Luego vemos en el cruce de color verde el % total arrojado por el programa indica 25.9% en regular tanto la gestión y el desarrollo turístico, el 8,0% malo tanto la gestión y el desarrollo turístico y el 2,6% muy malo, tanto la gestión y el desarrollo turístico, haciendo un total de 39,5%, en este caso vemos que no hay una coincidencia significativa quedando el valor de regular predominante en este cruce.

Tenemos en la parte amarilla respecto al cruce de datos el % total de mala es repartido en 2,8% muy buena, 5,4% buena, 10,4% regular, 10,4% mala y 2,6% muy mala, tanto la gestión y el desarrollo turístico, por lo que predomina regular y mala sumando un 20,8%, haciendo un total de 31,6% por se deduce en este caso que la percepción de los visitantes respecto a la gestión y desarrollo turístico esta entre regular y mala de acuerdo a los datos obtenidos.

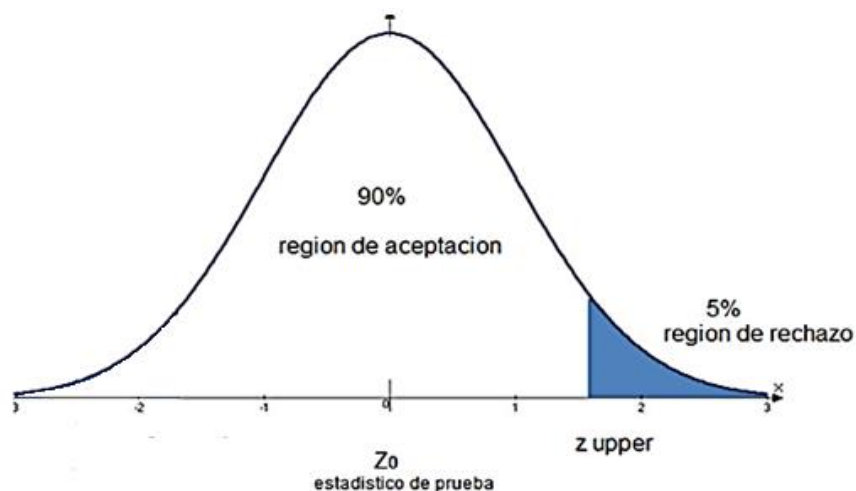
Y finalmente en la parte celeste podemos apreciar el cruce final de muy mala el % total indica 2,6% regular, 10,6% mala, 7,8% muy mala, tanto la gestión y el desarrollo turístico, haciendo un total de 21,0%, lo que nos indica en este cruce que la percepción del visitante resalta entre mala y muy mala.

Por lo tanto como resultado final en la parte roja de la tabla observamos el 5,4% muy buena, el 10,9% buena, el 41,7% regular el 29% mala y el 13% muy mala, tanto la gestión y el desarrollo turístico, lo que nos indica que la percepción de los visitantes de acuerdo a este cruce de datos coincide entre los valores de regular, mala y muy mala, en 83,7%, lo cual es una alerta para las autoridades de nuestra ciudad ya que la percepción de los visitantes demuestra que no es nada favorable y esto va en contra del desarrollo turístico de la ciudad, comprobando de esta manera que efectivamente hay influencia de la gestión turística municipal en el desarrollo turístico, como se muestra en la prueba de chi cuadrado a continuación:

Cuadro N° 32

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	305,746 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	285,478	16	,000
Asociación lineal por lineal	108,689	1	,000
Coefficiente de contingencia	0,655		,000
N de casos válidos	386		

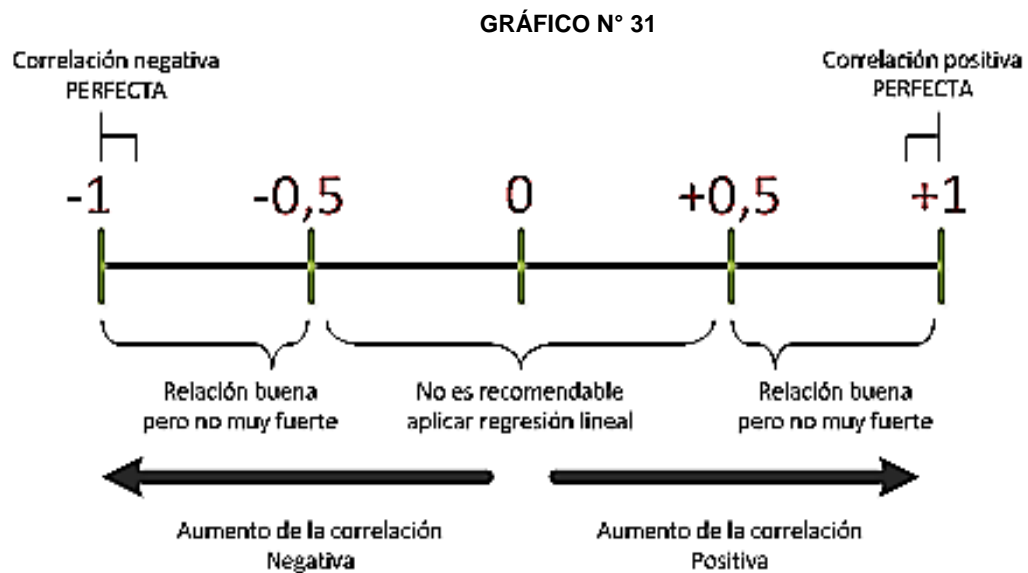
Fuente: Fuente: Aplicación realizada a los Turistas
Elaboración: Propia



ANÁLISIS E INTERPRETACION

El cuadro N° 32 nos muestran las medidas simétricas y la prueba chi cuadrada, en la que se aprecia que existe una influencia positiva entre la variable independiente gestión turística municipal con la variable dependiente desarrollo turístico, puesto que los valores del coeficiente son positivos (0,655), en tal sentido con un nivel de significancia del 0,05 según la prueba $p < 0,05$ entonces rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, es decir nos ubicamos en la zona de aceptación, dicha fuerza de asociación se muestra en una escala de relación buena.

Tomando como referencia la escala valorativa propende en el cuadro N° 32



Fuente: Roberto Hernández Sampieri
Elaboración: Propia

6.6. PRUEBA DE HIPÓTESIS DE LA APLICACIÓN A LOS DUEÑOS Y ADMINISTRADORES.

6.6.1. DE LA HIPÓTESIS GENERAL

Hi: La gestión turística municipal influye significativamente en el desarrollo turístico del Distrito de Huánuco – 2017

Ho: La gestión turística municipal no influye significativamente en el desarrollo turístico del Distrito de Huánuco – 2017

Cuadro N° 33

Tabla cruzada del cuadro N° 22 y cuadro N° 29 Gestión Turística Municipal * Desarrollo Turístico del Distrito								
			¿Cómo considera Usted el desarrollo turístico del distrito en los últimos 5 años?					Total
			Muy Bueno	Bueno	Regular	Mala	Muy Mala	
¿Cómo considera la Gestión Turística Municipal en cuanto al soporte al empresario privado en el distrito de Huánuco?	Muy Buena	% dentro de Gestión Turística Municipal			50,0%	50,0%		100,0%
		% dentro de desarrollo turístico			3,3%	6,7%		3,0%
		% del total			1,5%	1,5%		3,0%
	Buena	% dentro de Gestión Turística Municipal		40,0%	40,0%	20,0%		100,0%
		% dentro de desarrollo turístico		14,3%	6,7%	6,7%		7,6%
		% del total		3,0%	3,0%	1,5%		7,6%
	Regular	% dentro de Gestión Turística Municipal		10,0%	50,0%	30,0%	10,0%	100,0%
		% dentro de desarrollo turístico		7,1%	16,7%	20,0%	20,0%	15,2%
		% del total		1,5%	7,6%	4,5%	1,5%	15,2%
	Mala	% dentro de Gestión Turística Municipal	6,9%	13,8%	48,3%	24,1%	6,9%	100,0%
		% dentro de desarrollo turístico	100,0%	28,6%	46,7%	46,7%	40,0%	43,9%
		% del total	3,0%	6,1%	21,2%	10,6%	3,0%	43,9%
Muy Mala	% dentro de Gestión Turística Municipal		35,0%	40,0%	15,0%	10,0%	100,0%	
	% dentro de desarrollo turístico		50,0%	26,7%	20,0%	40,0%	30,3%	
	% del total		10,6%	12,1%	4,5%	3,0%	30,3%	
Total	% dentro de Gestión Turística Municipal	3,0%	21,2%	45,5%	22,7%	7,6%	100,0%	
	% dentro de desarrollo turístico	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	3,0%	21,2%	45,5%	22,7%	7,6%	100,0%	

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El cuadro N° 33 es un tipo tabla estadística bidimensional que nos muestra los resultados de la tabulación cruzada entre la variable Gestión Turística Municipal y la variable Desarrollo Turístico, obtenidos de la encuesta aplicada a los a los dueños y administradores de los hoteles, restaurantes y operadores turísticos, aquí podemos observar inicialmente en el primer cruce de color rosado respecto a muy buena en gestión turística el % total deducido de acuerdo al programa SPSS arroja 1,5% regular y 1,5% mala, tanto para gestión turística municipal y desarrollo turístico, dándonos una coincidencia significativa entre ambos valores.

Así mismo observamos en el cruce de datos en la parte de color anaranjado el % total arroja en Buena para gestión turística municipal el 3,0% indica bueno, otro 3,0% regular y 1,5% mala, tanto para gestión turística municipal y desarrollo turístico, dándonos una coincidencia significativa entre ambos valores.

También observamos en la franja de color verde respecto al cruce con regular el % total arroja 1,5% en bueno, 7,6% en regular, 4,5% en malo y 1,5% en muy malo, tanto para gestión turística municipal y desarrollo turístico, dándonos valores más altos en regular siendo esta la percepción de dueños y administradores de los hoteles, restaurantes y operadores turísticos.

En la franja de color amarillo se puede identificar respecto a la percepción mala % total deduce el 3,0% como muy bueno, el 6,1%bueno, el 21,2% regular, el 10,6% mala y el 3,0% muy mala, indicándonos un valor preponderante tanto para gestión turística municipal y desarrollo turístico.

En la franja de color celeste respecto al aspecto muy mala, el % total del cruce de datos arroja el 10,6% bueno, el 12,1% regular, el 4,5% mala y el 3,0% muy mala, tanto para gestión turística municipal y desarrollo turístico.

Finalmente a modo de resumen observamos que el % total de esta tabla bidimensional cruzada arroja en 3,0% muy bueno, 21,2% bueno, el 45,5% en regular, el 22,7% en malo y el 7,6% muy malo, tanto para gestión turística municipal y desarrollo turístico, haciendo una sumatoria simple tendremos

que entre regular y malo 68,2%, lo que alerta a que se deben tomar medidas para mejorar el desarrollo turístico de nuestra ciudad en cooperación con dueños y administradores de los hoteles, restaurantes y operadores turísticos, articuladamente de la gestión turística municipal, por lo tanto queda demostrada la influencia de la gestión turística municipal en el desarrollo turístico, como se aprecia a continuación en la prueba chi cuadrado.

Cuadro N° 34

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9,450 ^a	16	,894
Razón de verosimilitud	10,791	16	,822
Asociación lineal por lineal	,326	1	,568
N de casos válidos	66		

Fuente: Fuente: Aplicación realizada a los Turistas
Elaboración: Propia

a. 21 casillas (84,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,06.

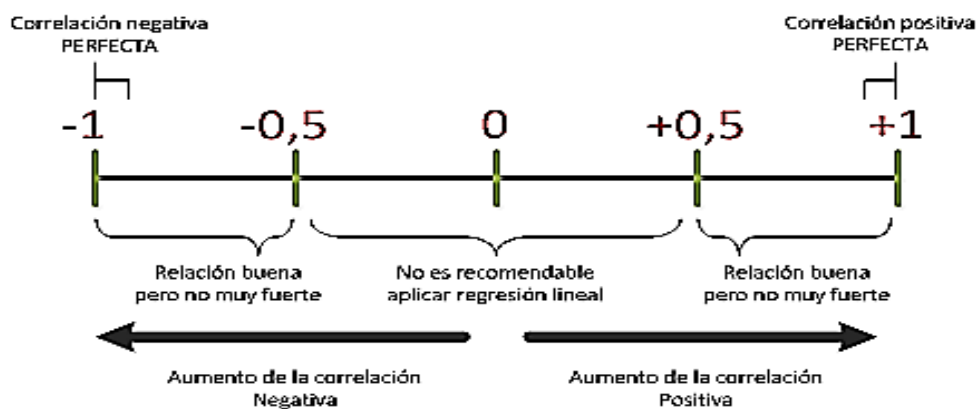


ANÁLISIS E INTERPRETACION

El cuadro N° 34 nos muestran las medidas de la prueba chi cuadrada, en la que se aprecia que existe una influencia positiva entre la variable independiente gestión turística municipal con la variable dependiente desarrollo turístico, puesto que los valores del coeficiente son positivos (0,894), en tal sentido con un nivel de significancia del 0,05 según la prueba $p > 0,05$ entonces rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis

alterna, es decir nos ubicamos en la zona de aceptación, dicha fuerza de asociación se muestra en una escala de relación buena.

GRÁFICO N° 34



Fuente: Roberto Hernández Sampieri
Elaboración: Propia

Estadísticos del cuestionario N°2 aplicado a los dueños y gerentes.

		6) ¿Cómo considera Usted el desarrollo turístico del distrito en los últimos 5 años?	13) ¿Cómo considera la Gestión Turística Municipal en cuanto al soporte al empresario privado en el distrito de Huánuco?
N	Válido	66	66
	Perdidos	0	0
Media		3,11	3,91
Mediana		3,00	4,00
Varianza		,866	1,038
Asimetría		,138	-,984
Error estándar de asimetría		,295	,295
Curtosis		-,120	,692
Error estándar de curtosis		,582	,582
Mínimo		1	1
Máximo		5	5

6.7. CONTRASTACIÓN DESCRIPTIVA DE LAS HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:

Tomando en cuenta los valores porcentuales máximos de cada indicador medido.

- **HE1:** El Turismo Sostenible influye significativamente en el Desarrollo Turístico del Distrito de Huánuco – 2017.

GRÁFICO N°2
¿Teniendo en cuenta la infraestructura del distrito (carreteras, servicios turísticos, etc) Usted se encuentra?

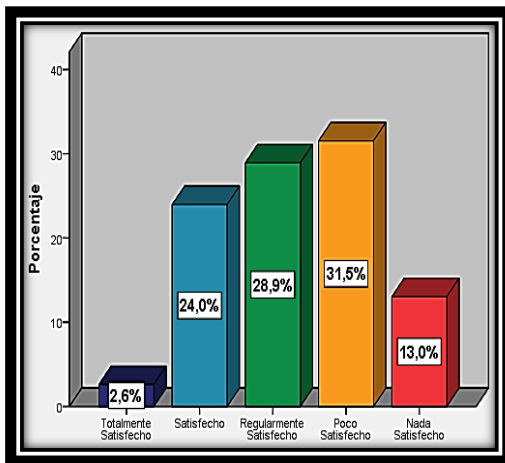
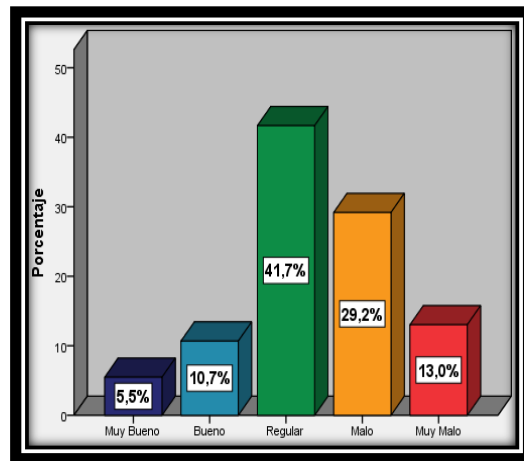


GRÁFICO N°16
¿Qué opina respecto al desarrollo turístico del distrito de Huánuco?



Contrastación Descriptiva:

Los visitantes opinan que los servicios brindados en el distrito son regulares y la infraestructura dispensable en el distrito para el visitante es poco satisfactorio lo cual nos indica que el turismo sostenible si influye significativamente en el desarrollo turístico ya que el rango porcentual esta sobre el 30% de insatisfacción por parte de visitante que nos alerta que no hay un turismo sostenible en el distrito de Huánuco.

- **HE2** La Regulación de los Servicios Influyen significativamente en el Desarrollo Turístico del Distrito de Huánuco – 2017.

GRÁFICO N°3
 ¿En cuanto a la disponibilidad de medios de transporte en su estadía en el distrito para las diversas visitas realizadas este fue?

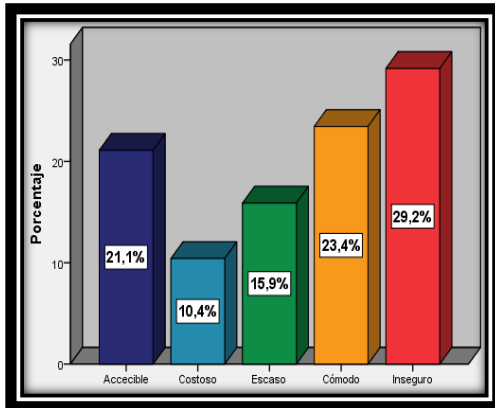
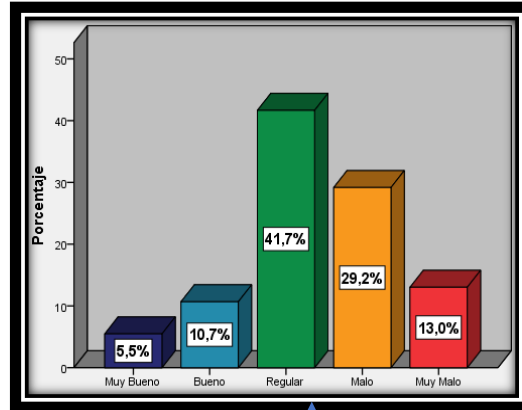


GRÁFICO N°16
 ¿Qué opina respecto al desarrollo turístico del distrito de Huánuco?



Contrastación Descriptiva:

Los visitantes opinan que los servicios brindados en el distrito en cuanto a la regulación de los servicios son inseguro, y consideraron como regular respecto al desarrollo turístico de Huánuco, lo cual nos indica que la regulación de los Servicios Influyen significativamente en el Desarrollo Turístico del Distrito de Huánuco.

- **HE3** La Gestión Cooperativa con el Sector público y privado influyen significativamente en el Desarrollo Turístico del Distrito de Huánuco – 2017.

GRÁFICO N° 7
¿Qué recomendaciones le haría Usted al empresario privado para invertir en el distrito de Huánuco?

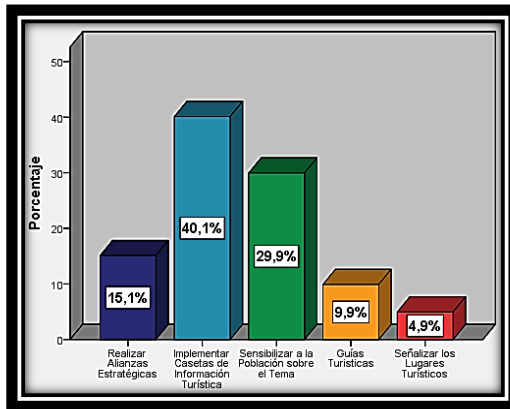
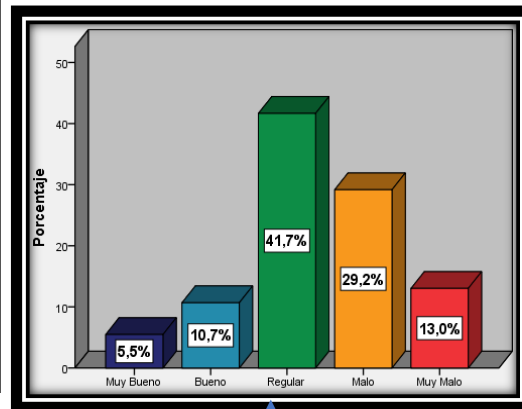


GRÁFICO N°16
¿Qué opina respecto al desarrollo turístico del distrito de Huánuco?



Contrastación Descriptiva:

Los visitantes opinan que los servicios brindados en el distrito en cuanto a la gestión cooperativa con el sector público y privado son pocos ya que recomendaron trabajar de una manera más articulada entre los empresarios y la comuna edil asimismo manifestaron poder tener un sitio informativo el cual instruiría oportunamente a los visitante que arriban a nuestra ciudad, por otra parte consideraron como regular respecto al desarrollo turístico de Huánuco, lo cual nos indica que la Gestión Cooperativa con el Sector público y privado si influiría significativamente en el Desarrollo Turístico del Distrito de Huánuco.

6.6. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

6.6.1 DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL

- **Según (Gomez, 2004)**, Pg. 180). “Conjunto de acciones y actividades que a través del estado o del sector productivo buscan que la comunidad receptora conozca, valore y propenda por el desarrollo económico y la promoción de sus valores autóctonos” Se entiende que la gestión ayuda para que no solo no se pierda la cultura de un pueblo sino también aporta permitiendo el avance económico en determinada área de acción.
- **Según la tesis de (Gamarra Santillán, 2015)**: “Gestión turística municipal y la conservación del patrimonio cultural murallas de Tungasuca en el distrito de Carabayllo en el periodo marzo-septiembre 2015”.

Concluyo: De la gestión turística municipal del distrito, no es eficiente y por lo tanto la conservación de la muralla Tungasuca no fue conservada en el periodo 2015 por lo tanto la muralla construida con piedra y barro se vieron deterioradas paulatinamente por la acción del hombre y por los fenómenos climatológicos asimismo la falta de planes de conservación por parte de sus autoridades.

- **Según los resultados de la investigación en el cuadro N°14** los entrevistados concluyeron en una tendencia de regular, mala y muy mala, (36.7%, 31.8%, 21.1%) de la gestión turística en la municipalidad de Huánuco.
- Por lo tanto, la presente tesis concuerda con Gómez que una buena gestión turística municipal ayudaría al avance económico del distrito, de igual manera Gamarra Santillán coincide en cuanto a la falta de planes por las autoridades del distrito elevaría el desarrollo turístico y económico en consecuencia rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la

hipótesis alterna ***“La gestión turística municipal influye significativamente en el desarrollo turístico del Distrito de Huánuco – 2017”***

6.6.2 DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: DESARROLLO TURÍSTICO

- **Según (Villena Elescano, 2012)** Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista. Visto a nivel de los objetivos del viaje el producto está formado por los recursos que generan una motivación, las facilidades que posibilitan la permanencia y el acceso que hace factible los desplazamientos. El producto adopta la forma de paquete, programa o circuito.
- **Según la tesis de (Rasmuzzen Santamaria, 2013):** “La gestión de marketing y el desarrollo turístico del distrito de Tomayquichua, provincia de Ambo, departamento de Huánuco, período 2013”.

Concluyo: Se determinó la influencia de la atención personalizada al turista, ya que como lo demostraron los gráficos en la encuesta a los turistas existe una insatisfacción y no se está ofreciendo los productos turísticos que ellos esperan, así mismo la estrategia de precio y promoción no es la más adecuada, y se demostró que la atención al turista no es la mejor debido a que no se cuenta con las herramientas óptimas para hacerlo, no hay disponibilidad de material publicitario , no hay información adecuada que maneje el poblador sobre sus atractivos, etc.

- **Según los resultados de la investigación en el cuadro N°16** los entrevistados concluyeron en una tendencia de regular, mala y muy mala, (41.7%, 29.2%, 13.0%) del desarrollo turístico del Distrito de Huánuco.
- En tal sentido, la presente tesis concuerda con Villena Elescano ya que si no se ofrece un conjunto de bienes y servicios requeridos por el turista no generara la suficiente motivación de acceso y permanencia en el distrito lo cual no generaría paquetes, programas o circuitos para el desarrollo turístico de Huánuco de igual manera Rasmuzzen Santamaria expresa en su conclusión que existe una insatisfacción del turista ya que no se cuenta con herramientas óptimas para un buen servicio sobre sus atractivos, ya que aplicando una buena organización de la planta turística optimizaría el desarrollo turístico por lo tanto rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna ***“La gestión turística municipal influye significativamente en el desarrollo turístico del Distrito de Huánuco – 2017”***

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES

De acuerdo a los objetivos planteados y a los resultados obtenidos durante el desarrollo de los capítulos anteriores de la presente tesis, se pueden establecer las siguientes conclusiones:

- 1) Se demostró que la gestión turística municipal influye significativamente en el desarrollo turístico del distrito de Huánuco, bajo la perspectiva de los turistas en un 36.7% considero como regular, y un 41.7% de igual manera manifestó como regular de acuerdo a los cuadros N°14 y N °16.

- 2) Se determinó que el Turismo Sostenible influye en el Desarrollo Turístico, ya que como lo manifestaron los gráficos los visitantes aprecian que los servicios ofrecidos en el distrito son regulares y la infraestructura disculpable en el distrito, para el visitante es poco satisfactorio lo cual nos indica que el turismo sostenible si influye significativamente en el desarrollo turístico ya que el rango porcentual esta sobre el 30% de insatisfacción por parte de visitante que nos avizora que no hay un turismo sostenible en el distrito de Huánuco, como se puede ver en el grafico N° 02 y el grafico N° 16.

- 3) Se comprendió que la regulación de los servicios influye en el desarrollo turístico ya que como lo demostraron en los gráficos los visitantes opinaron que los servicios brindados en el distrito en cuanto a la regulación de los servicios son inseguros, así como también calificaron de regular al desarrollo turístico de Huánuco, lo cual nos indica que la regulación de los Servicios Influyen significativamente en el Desarrollo Turístico del Distrito de Huánuco, como se puede ver en el grafico N° 03 y el grafico N° 16.

4) Se determinó la influencia de la gestión cooperativa con el sector público y privado en el desarrollo turístico, ya que como lo demostraron los gráficos los servicios brindados en el distrito sobre la gestión cooperativa con el sector público y privado son pocos asimismo no se brinda información oportuna al visitante, lo cual nos indica que la Gestión Cooperativa con el Sector público y privado si influiría significativamente en el Desarrollo Turístico del Distrito de Huánuco, como se puede ver en el grafico N° 07 y el grafico N° 16.

CAPÍTULO VIII

RECOMENDACIONES

1. Mejorar los entes reguladores (DIRCETUR, policía de turismo, municipalidad distrital) mejoren los programas de capacitación respecto a la imagen que proyecta Huánuco, ya que como se ha demostrado en la investigación estas variables están relacionadas, A mejor gestión municipal existirá mayor desarrollo turístico, como la municipalidad de Trujillo, Arequipa, Puno, etc. (Ver anexo N° 16).

2. Promover la práctica del turismo sostenible realizando para ello programas de concientización para el mantenimiento y mejora de nuestros recursos por ejemplo involucra a las universidades que tienen los programas de turismo y así lograr iniciativas universitarias. (Ver anexo N° 16).

3. Articular políticas públicas entre gobiernos regionales, gobiernos locales e instituciones del estado como, ministerio de transporte, dirección regional de comercio exterior y turismo, con el fin de mejorar la propuesta de servicios a los visitantes (Ver anexo N° 16) y así lograr mayor identificación en la región.

4. Trabajar coordinadamente con la municipalidad así como los empresarios para mejorar el servicio que se le brinda al visitante de manera que se pueda evidenciar en planes y propuestas que sean ejecutadas por las entidades encargadas, asimismo la subgerencia de turismo debería coordinar y realizar reuniones con los dueños a fin de poder proponer estrategias que ayuden a mejorar los servicios brindados por estos, lo cual mejoraría notablemente la gestión cooperativa con el sector público y privado en el Distrito de Huánuco (Ver anexo N° 16).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alfaro Beltran, F., & Alfaro Escolar, M. (1999). 63 Diagnostico d productividad por multimomentos . En F. Alfaro Beltran, & M. Alfaro Escolar, *Diagnostico d productividad por multimomentos* (págs. 17-18-23). Barcelona: marcobo BOIXAREU EDITORES.
- Asensio Romero, P. (2012). El libro de la gestión municipal: Claves del éxito para políticos y directivos locales. Madrid: Diaz de Santos.
- Avila Bercial, R. (2002). Turismo sostenible. En R. Avila Bercial, *la aplicacion del concepto turismo sostenible en los paises desarrollados* (págs. 25-26-27). Madrid: IEPALA EDITORIA, 2002/KATE.
- Bassols. (2000). *EVALUACIÓN DEL POTENCIAL EN MUNICIPIOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE METODOLOGÍAS PARTICIPATIVAS*. Mexico.
- Begazo Domingo, J. (2012). *Las Megatendencias del Turismo en el Tercer Milenio*. Lima: San Marcos.
- Belén Gómez, M., & López Palomeque, F. (2002 |). Regionalizacion turistica del mundo. En M. Belén Gómez, & F. López Palomeque, *Regionalizacion turistica del mundo* (págs. 45 - 46). Barcelona: UNIVERSITAT DE BARCELONA.
- Buitrago Esquinas, E. (2005). ESTRUCTURA y POLITICA TURISTICA de SEVILLA. En E. M. Buitrago Esquinas, *ESTRUCTURA y POLITICA TURISTICA de SEVILLA* (págs. 44-45). Sevilla: Juan Carlos Martínez Coll.
- Cabarcos Novás, N. (2010). Promoción Y Venta de Servicios Turísticos. Vigo: Ideaspropias Editorial S.L.
- De La Cruz Sosa, C. (2000). *Los servicios Turisticos, cualidades y medicion*. Lima: San Marcos.
- EL PERUANO. (26 de 05 de 2003). Ley organica de Municipalidades. *Cambio de la Ley de mUicipalidades*, pág. 15.
- Esteban Alberdi, C., & Rubio Andrada, L. (2006). Empresas de Intermediacion Turistica y Nuevas Tecnologias, Estudio de Segmento Minorista para Viajes de Ocio. En C. Esteban Alberdi, & L. Rubio Andrada, *Empresas de Intermediacion Turistica y Nuevas Tecnologias, Estudio de Segmento Minorista para Viajes de Ocio*. (págs. 24-25). Madrid: VISION NET.
- Gamarra Santillán, P. J. (2015). *Gestion Turistica municipal y la conservacion del patrimonio cultural murallas de tumgasuca en el distrito de Carabayllo en el periodo marzo - setiembre 2015*. Carabayllo: Tesis.

- Goeldener y Ritchie, y. (2011). *EVALUACIÓN DEL POTENCIAL EN MUNICIPIOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE METODOLOGÍAS PARTICIPATIVAS*. MEXICO: UNI COLINA.
- Gómez Borja, M. Á., Mondéjar Jiménez, J. A., & Sevilla Sevilla, C. (2005). *Gestión del turismo cultural y de ciudad*. Sevilla: Universidad de Castilla de la Mancha.
- Gomez, J. (2004). *Conciencia Turistica*. Caracas: Carabobo.
- Hauyón Dall'Orto, J. L. (1998). Peru: proyecto nacional de turismo. En J. L. Hauyón Dall'Orto, *Peru: proyecto nacional de turismo* (págs. 161 - 163). Lima: Jose Luis Hauyón Dall'Orto.
- Hernandez y otros. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Mc Graw Hill Education.
- Inei. (Diciembre de 2014). <https://www.inei.gob.pe/>. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1173/cap20/cap20.pdf
- MERINO Maria , & Julian , P. P. (27 de 11 de 2013). *Definicion.De*. Obtenido de <http://definicion.de/producto-turistico/>
- MINCETUR - Boletín Cultura Turística. (12 de Enero de 2012). <http://www.mincetur.gob.pe/>. Obtenido de http://www.mincetur.gob.pe/newweb/portals/0/turismo/cultura_turistica/boletin3.pdf
- Mincetur. (15 de noviembre de 2015). *PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA REGIÓN AYACUCHO 2004 – 2014*. Obtenido de http://www.mincetur.gob.pe/newweb/portals/0/turismo/pertur/pertur_ayacucho.pdf
- Mincetur. (16 de Noviembre de 2016). <http://www.mincetur.gob.pe>. Obtenido de <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=3247>
- Mincetur. (15 de Noviembre de 2016). <http://www.mincetur.gob.pe/>. Obtenido de http://www.mincetur.gob.pe/newweb/portals/0/turismo/capacitacion/gestion_turistica_municipal/sesion_01.pdf
- MINCETUR. (24 de Febrero de 2016). *Repositorio de documentos institucionales*. Obtenido de http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/documentos/institucional/RM_NRO_062_2016_MINCETUR.pdf
- Miralbell Izard, O. (2007). *Gestión de Oficinas de Turismo*. Barcelona: Editorial UOC.
- Miralbell Izard, O., Arcarons Simón, R., Capellà i Hereu, J., González Reverté, F., & Pallàs i de Pineda, J. M. (2010). *Gestión pública del turismo*. Barcelona: Editorial UOC.

- Olivares Diego, L. (2005). *Sistema Turístico en Nicaragua; Desarrollo turístico integrado a la región del norte y departamento de esteli y nueva segovia* . Nicaragua : Tesis .
- OMT. (1993). Tourism the year 2000 and beyond qualitative aspects. *Tuismo Sostenible* . España.
- OMT. (1994). *Desenvolvimiento de Turismo Sustentável: Manual para Organizadores Locales*. Brasilia: Ministério Da Indústria Do Comercio Do Turismo.
- Pérez P., J. y., & Merino, M. (14 de junio de 2013). *Definiciones De*. Obtenido de <http://definicion.de/producto-turistico/>: <http://definicion.de/producto-turistico/>
- Pérez Porto , J., & Ana , G. (23 de 11 de 2014). *Definicion.de*. Obtenido de <http://definicion.de/sostenible/>
- PROMDE. (2002). *Mejores Prácticas municipales en Desarrollo Económico Local*. Miraflores, Perú.
- RAE. (17 de 11 de 2016). *Real Academia Española* . Obtenido de [www.rae.es: http://dle.rae.es/?id=VkMYOa2|VkMn9cm](http://dle.rae.es/?id=VkMYOa2|VkMn9cm)
- Ramirez. (1992). *EVALUACIÓN DEL POTENCIAL EN MUNICIPIOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE METODOLOGÍAS PARTICIPATIVAS*. Mexico.
- Rasmuzzen Santamaria, R. V. (2013). *“La gestión de marketing y el desarrollo turístico del distrito de Tomayquichua, provincia de Ambo, departamento de Huánuco, período 2013*. Huanuco: Tesis.
- Rodriguez Zamora, A. F. (2014). *Gestión turística municipal en la provincia de Trujillo - período 2011- 2014*. Trujillo: Tesis.
- Saavedra C, E., Duran P, E., & Durandal C, C. (2004). *Promoción turística: una llave para el desarrollo de Chuquisaca*. La Paz: Fundación PIEB.
- Sánchez Ulloa, R. (2001). *Ordenamiento territorial*. Santiago de Chile: IICA.
- Tisdell. (2003). *EVALUACIÓN DEL POTENCIAL EN MUNICIPIOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE METODOLOGÍAS PARTICIPATIVAS*. Mexico.
- UNMSM. (17 de Noviembre de 2016). *UNMSM. Facultad de Ciencias Administrativas*. Obtenido de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v03_n6/rol.htm
- Valdés Peláez, L., & Ruiz Vega, A. V. (1996). *Turismo y promoción de destinos turísticos: implicaciones empresariales*. Gijón: Universidad de Oviedo.
- Villena Elescano, C. (2012). *Planificacinn Turistica de Nuevos Destinos*. Lima: MAD CORPSA.

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

“LA GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL Y EL DESARROLLO

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>General:</p> <p>¿De qué manera la Gestión Turística Municipal influye en el Desarrollo Turístico del Distrito de Huánuco - 2016?</p> <p>Específicos:</p> <p>✚ ¿De qué manera el Turismo Sostenible influyen en el Desarrollo Turístico del Distrito de Huánuco - 2016?</p> <p>✚ ¿De qué manera la Regulación de los Servicios Influyen en el Desarrollo Turístico del Distrito de Huánuco - 2016?</p> <p>✚ ¿De qué manera la Gestión Cooperativa con el Sector público y privado influyen en el Desarrollo Turístico del Distrito de Huánuco - 2016?</p>	<p>General:</p> <p>Demostrar de qué manera la Gestión Turística Municipal influye en el Desarrollo Turístico del Distrito de Huánuco - 2016.</p> <p>Específicos:</p> <p>✚ Determinar de qué manera el Turismo Sostenible influyen en el Desarrollo Turístico del Distrito de Huánuco - 2016</p> <p>✚ Comprender de qué manera la Regulación de los Servicios Influyen en el Desarrollo Turístico del Distrito de Huánuco - 2016</p> <p>✚ Determinar de qué manera la Gestión Cooperativa con el Sector público y privado influyen en el Desarrollo</p>	<p>General:</p> <p>HI - “La Gestión Turística Municipal influye significativamente en el Desarrollo Turístico del Distrito de Huánuco - 2016”.</p> <p>Ho - “La Gestión Turística Municipal no influye significativamente en el Desarrollo Turístico del Distrito de Huánuco - 2016”.</p> <p>Específicas</p> <p>✚ El Turismo Sostenible Influye significativamente en el Desarrollo Turístico del Distrito de Huánuco - 2016.</p> <p>✚ La Regulación de los Servicios Influyen significativamente en el Desarrollo Turístico del Distrito de Huánuco - 2016.</p> <p>✚ La Gestión Cooperativa con el Sector público y privado influyen significativamente en el Desarrollo Turístico del Distrito de Huánuco - 2016.</p>	<p>Variable Independiente Gestión Turística Municipal</p> <p>Dimensiones:</p> <p>1. Turismo Sostenible 2. Regulación de Servicios Turísticos 3. Gestión Cooperativa</p> <p>Variable Dependiente Desarrollo Turístico</p> <p>Dimensiones</p> <p>1. Atractivo Turístico 2. Planta Turística</p>	<p>Tipo de Investigación Descriptivo Explicativo</p> <p>Enfoque El presente trabajo es de enfoque cuantitativo</p> <p>Alcance El presente trabajo es de alcance de estudio de Investigación Descriptiva.</p> <p>Nivel El presente trabajo es de nivel Descriptiva correlacional.</p> <p>Diseño El presente trabajo es de diseño no experimental.</p> <p>Población P1) 517,724 turistas. P2) 66 dueños y admón.</p> <p>Muestra M1) 384 turistas M2) 66 dueños y admón.</p>

	Turístico del Distrito de Huánuco - 2016			
--	--	--	--	--

TURÍSTICO EN LA PROVINCIA DE HUÁNUCO – 2017”

Cuestionario N° 01

Cuestionario dirigido a los turistas del distrito de Huánuco respecto a la gestión turística municipal y el desarrollo turístico del distrito de Huánuco - 2017

Se solicitó marcar con una X la alternativa que considera acorde a su respuesta, información que servirá para el análisis de la investigación.

1) ¿En su visita al distrito de Huánuco, usted como considera los servicios que ha recibido en general?

- a) Muy buenos ()
 b) Buenos ()
 c) Regulares ()
 d) Malos ()
 e) Muy malos ()

2) ¿Teniendo en cuenta la infraestructura del distrito (carreteras, servicios turísticos, etc) Usted se encuentra...

- a) Totalmente Satisfecho ()
 b) Satisfecho ()
 c) Regularmente Satisfecho ()
 d) Poco Satisfecho ()
 e) Nada Satisfecho ()

3) ¿En cuanto a la disponibilidad de medios de transporte en su estadía en el distrito para las diversas visitas realizadas este fue...?

- a) Accesible ()
 b) Costoso ()
 c) Escaso ()
 d) Cómodo ()
 e) Inseguro ()

4) ¿En su visita al Distrito usted logro tener acceso a los lugares turísticos?

LUGARES TURISTICOS	SI	NO
a) Iglesias Coloniales		
b) Puentes coloniales		
c) Plazas		
d) Museo de Sitio		
e) Ruinas Arqueológicas		
f) Otros		

5) ¿En las zonas escogidas para su visita en el

distrito de Huánuco, como estuvo el nivel de transitabilidad?

- a) Muy Alto ()
 b) Alto ()
 c) Regular Alto ()
 d) Bajo ()
 e) Muy Bajo ()

6) ¿Considera Usted que la Municipalidad Provincial de Huánuco debería invertir en mayores obras públicas para el desarrollo turístico?

- a) Si ()
 b) No ()
 c) Por que.....

7) ¿Qué recomendaciones le haría Usted al empresario privado para invertir en el distrito de Huánuco?

.....

8) ¿De los atractivos turísticos con los que cuenta el distrito de Huánuco cual considera Usted que es el más popular y emblemático?

.....

9) Dentro de las siguientes categorías de los atractivos ofrecidos en el distrito, cuales son los más demandados.

CATEGORIAS	SI	NO
a) Categoría Religiosa		
b) Categoría Aventura		
c) Categoría Gastronómica		
d) Categoría Costumbrista		
e) Otros		

10) ¿En qué condiciones ha encontrado Usted los atractivos turísticos visitados en el distrito?

- a) Muy buena condición ()
 b) Buena condición ()
 c) Regular condiciones ()
 d) Mala condición ()
 e) Muy mala condición ()

11) Los servicios de alojamiento en el distrito de Huánuco son:

- a) Muy Buenos ()
 b) Buenos ()
 c) Regulares ()
 d) Malos ()
 e) Muy Malos ()

12) Los servicios de alimentación en el distrito de Huánuco son:

- a) Muy Buenos ()
 b) Buenos ()
 c) Regulares ()
 d) Malos ()
 e) Muy Malos ()

13) Los servicios de operadores turísticos en el distrito de Huánuco son:

- a) Muy Buenos ()
 b) Buenos ()
 c) Regulares ()
 d) Malos ()
 e) Muy Malos ()

14) Su percepción respecto a la gestión turística municipal del distrito de Huánuco es.

- a) Muy Buena ()
 b) Buena ()
 c) Regular ()
 d) Mala ()
 e) Muy Mala ()

15) Que recomendaría Usted para mejorar el desarrollo turístico del distrito.

- a) Mayor Inversión Pública ()
 b) Mayor Inversión Privada ()
 c) Reordenamiento de la ciudad ()
 d) Mejorar las vías de acceso ()
 e) Reducir los precios ()
 f) Otros ()

16) ¿Qué opina respecto al desarrollo turístico del distrito de Huánuco?

- a) Muy Bueno ()
 b) Bueno ()
 c) Regulares ()
 d) Malos ()
 e) Muy Malo ()

Gracias por su colaboración para esta investigación

Lic. Carlos Dante Leonardo Beltrán

Cel. 942524524

Email: carleodante@hotmail.com

Cuestionario N° 02

Cuestionario dirigido a los dueños y administradores de restaurantes, hoteles y agencias de viajes. Conteste el presente cuestionario según sus criterios, marque con un aspa las respuestas que considere correctas a su criterio.

Se solicitó marcar con una X la alternativa que considera acorde a su respuesta, información que servirá para el análisis de la investigación.

1) ¿Cómo considera usted el Apoyo brindado para ofrecer servicios de calidad por parte de la Municipalidad Provincial de Huánuco?

- a) Muy bueno ()
 b) Bueno ()
 c) Regular ()
 d) Malo ()
 e) Muy malo ()

2) ¿Cómo considera Usted la infraestructura disponible en el distrito de Huánuco para ofrecer los servicios del negocio

- a) Muy bueno ()
 b) Bueno ()
 c) Regular ()
 d) Malo ()
 e) Muy malo ()

3) ¿Respecto a la disponibilidad de los medios de transportes para acceder a su negocio usted se encuentra...?

- a) Totalmente Satisfecho ()
 b) Satisfecho ()
 c) Regularmente satisfecho ()
 d) Poco satisfecho ()
 e) Nada Satisfecho ()

4) ¿Considera Usted que los visitantes al distrito de Huánuco contaron con accesibilidad para llegar a los lugares turísticos?

- a) Si ()
 b) No ()
 c) Porque.....

5) En los lugares propuestos para visitar en el distrito de Huánuco ¿considera Usted que el nivel de transitabilidad es?

- a) Muy Alto ()
 b) Alto ()
 c) Regular ()
 d) Bajo ()
 e) Muy Bajo ()

6) ¿Cómo considera usted el desarrollo turístico del distrito en los últimos 5 años?

- a) Muy bueno ()
 b) Bueno ()
 c) Regular ()
 d) Mala ()
 e) Muy mala ()

7) ¿En su calidad de empresario privado cual sería la propuesta de inversiones que usted haría para mejorar el desarrollo turístico del distrito de Huánuco?

.....
 8) ¿De los atractivos turísticos con los que cuenta el distrito de Huánuco cual considera Usted que es el más popular y emblemático?

.....
 9) Dentro de las siguientes categorías de los atractivos ofrecidos en el distrito, cuales son los más demandados.

CATEGORIAS	SI	NO
a) Categoría Religiosa		
b) Categoría Aventura		
c) Categoría Gastronómica		
d) Categoría Costumbrista		
e) Otros		

10) Los servicios de alojamiento brindados por su negocio son:

- a) Muy Buenos ()
 b) Buenos ()
 c) Regulares ()
 d) Malos ()
 e) Muy Malos ()

11) Los servicios de alimentación brindados por su negocio son:

- a) Muy Buenos ()
 b) Buenos ()
 c) Regulares ()
 d) Malos ()
 e) Muy Malos ()

12) Los servicios de operadores turísticos brindados por su negocio son:

- a) Muy Buenos ()
 b) Buenos ()
 c) Regulares ()
 d) Malos ()
 e) Muy Malos ()

13) ¿Cómo considera la Gestión Turística Municipal en cuanto al soporte al empresario privado en el distrito de Huánuco?

- a) Muy Buena ()
 b) Buena ()
 c) Regular ()
 d) Mala ()
 e) Muy Mala ()

14) ¿Qué recomendaciones pondría Usted para mejorar el desarrollo turístico del distrito?

- a) Rapidez en los trámites de licencias ()
 b) Reducción de tarifas Municipales ()
 c) Despliegue de Mayor Personal Municipal Turístico ()
 d) Asesoría especializada para el empresario. ()
 e) Capacitaciones frecuentes a los involucrados en el área turística. ()
 f) Otros:..... ()

Gracias por su colaboración para esta investigación

Lic. Carlos Dante Leonardo Beltrán

Cel. 942524524

Email: carleodante@hotmail.com

GUÍA DE OBSERVACIÓN

Se realizó esta guía con el objetivo de realizar un diagnóstico respecto a la Gestión Turística Municipal y el desarrollo turístico del Distrito de Huánuco.

- 1) En el distrito se pueden ubicar casetas de información turística.

ALTERNATIVA		UBICACIÓN
SI		
NO		

- 2) En el distrito se puede ubicar policías turísticas que ayuden al visitante.

ALTERNATIVA		UBICACIÓN
SI		
NO		

- 3) Las señalizaciones entre los jirones principales de la ciudad enmarcan los atractivos turísticos.

ALTERNATIVA		UBICACIÓN
SI		
NO		

- 4) ¿Los museos de sitio ubicados en el distrito se encuentran en buenas condiciones?

ALTERNATIVA		UBICACIÓN
SI		
NO		

- 5) ¿Los atractivos turísticos son accesibles?

ALTERNATIVA		UBICACIÓN
SI		
NO		

- 6) Existe una amplia oferta de alojamiento en el distrito.

ALTERNATIVA		UBICACIÓN
SI		
NO		

- 7) Existe variedad de servicios de alimentación en el distrito.

ALTERNATIVA		UBICACIÓN
SI		
NO		

- 8) Los servicios de operadores turísticos funcionan de acuerdo a la demanda.

ALTERNATIVA		UBICACIÓN
SI		
NO		

- 9) El distrito en general muestra orden y limpieza.

ALTERNATIVA		UBICACIÓN
SI		
NO		

- 10) La Municipalidad de Huánuco se preocupa por brindar un mejor servicio.

ALTERNATIVA		UBICACIÓN
SI		
NO		

Gracias por su colaboración para esta investigación
 Lic. Carlos Dante Leonardo Beltrán
 Cel. 942524524
 Email: carleodante@hotmail.com

GUÍA DE ENTREVISTA

Investigación: “LA GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL Y EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL DISTRITO DE HUÁNUCO – 2017”

Dirigido a la Gerencia de Desarrollo Económico específicamente a la Sub Gerencia de Turismo, representada por la Lic. Rosaliz Margaret García Trujillo Buenas tardes Lic. Rosaliz Margaret García Trujillo, queremos agradecerle el tiempo que nos ha brindado para poder realizar esta entrevista. También queremos mencionarle que los comentarios e información que nos proporcione serán muy valiosos para el proyecto de tesis a realizar.

1. Planifica charla a los prestadores de servicios para una mejora del turismo

.....
.....

2. Propone la sub gerencia métodos para evaluar los servicios prestados

.....
.....

3. Se realiza capacitaciones para los servidores de turismo por parte de la municipalidad

.....
.....

4. Coordina con las empresas públicas y privadas para mejorar el servicio a los turistas.

.....
.....

5. Se propone nuevas normas para mejorar los puntos turísticos en el distrito de Huánuco.

.....
.....

6. Que es lo que usted propone para mejorar el desarrollo turístico del distrito de Huánuco.

Gracias por su colaboración para esta investigación

Lic. Carlos Dante Leonardo Beltrán

Cel. 942524524

Email: carleodante@hotmail.com

FUENTES SECUNDARIAS DE CONSULTA



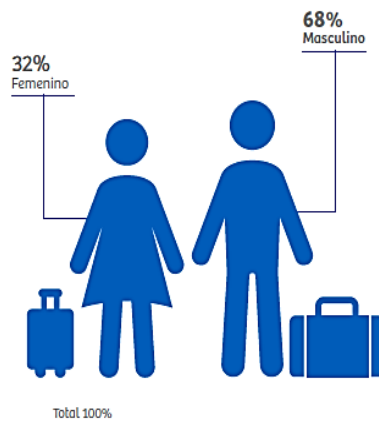
1. Características sociodemográficas

Estado civil

Soltero	43%
Con una pareja	57%
Total 100%	

Grado de instrucción

Primaria	11%
Secundaria completa	19%
Superior técnica completa	11%
Superior universitaria incompleta	42%
Superior universitaria completa	17%
Total 100%	



Tenencia de hijos

Si tengo hijos	51%
No tengo hijos	49%
Total 100%	

Lugar de residencia

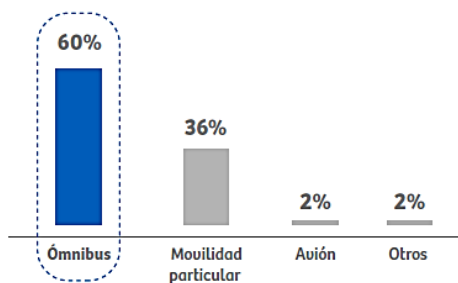
1	Lima	52%
2	Junín	10%
3	San Martín	9%
4	Ucayali	7%
5	Áncash	5%
6	Pasco	6%
7	Cajamarca	2%
8	Arequipa	2%
9	La Libertad	1%
10	Otros	9%
Total 100%		

Fuente: DIRCETUR
Elaboración: Propia

2. Aspectos previos del viaje

Medio de transporte más utilizado

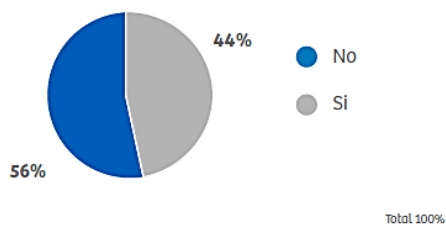
Medio de transporte más utilizado para llegar a Huánuco



Lima, principal mercado emisor de turistas, tiene una distancia de 8 horas con Huánuco.

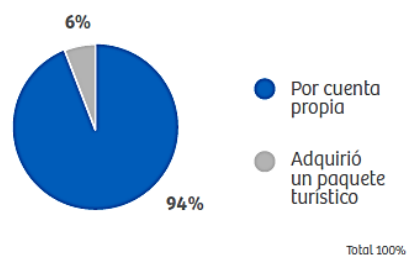
Total 100%

Búsqueda de información turística antes del viaje



Total 100%

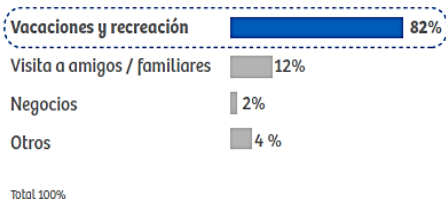
Uso de agencia de viajes



Total 100%

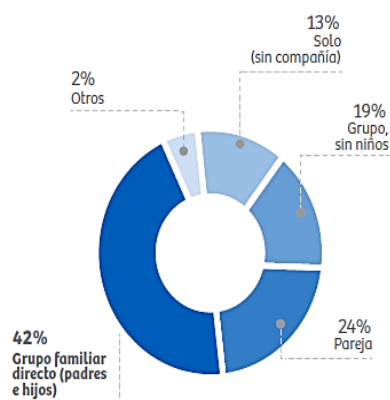
3. Características del viaje

Principal motivo de viaje



Total 100%

Conformación del grupo de viaje



Total 100%

Permanencia, gasto y grupo de viaje en Huánuco



Promedio
3 noches



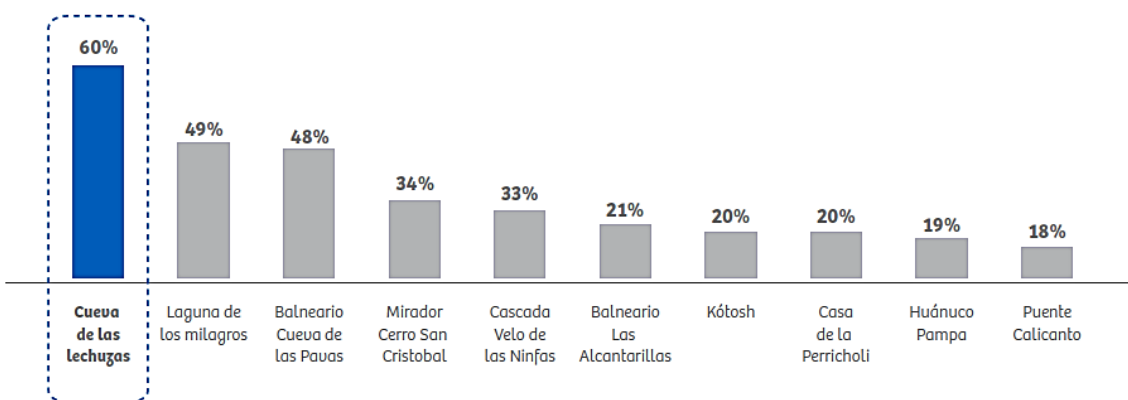
Promedio
S/ 543



Promedio
4 personas

4. Atractivos visitados en el destino

Atractivos turísticos visitados



Total múltiple

5. Actividades realizadas en el destino

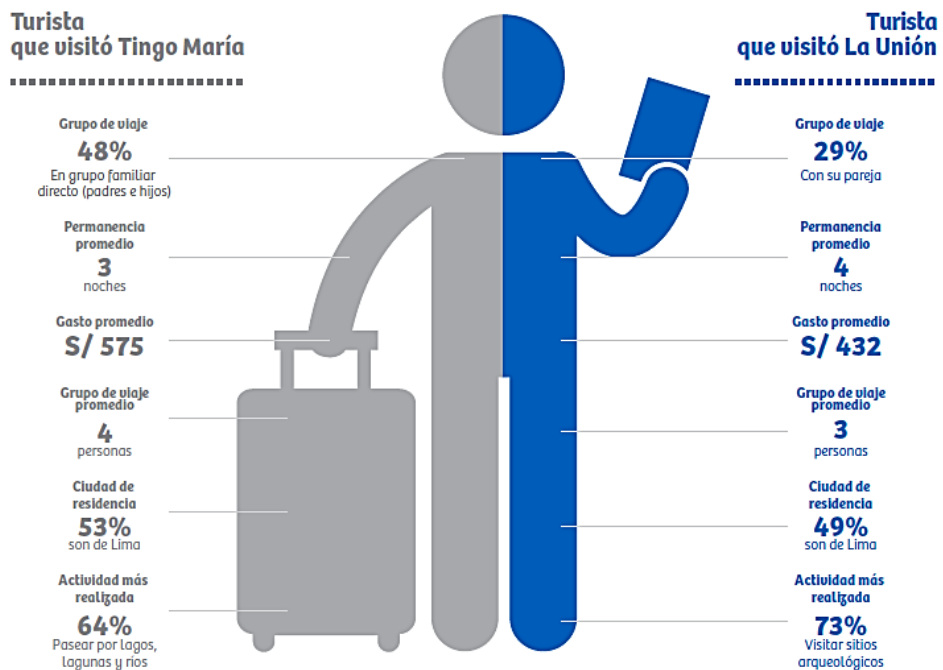
Actividades realizadas

Pasear por lagos, lagunas y ríos	52%
Pasear por el campo/por zonas naturales	43%
Ir a restaurantes	35%
Visitar reservas naturales	32%
Observar flora y fauna en su ambiente natural	28%
Ir a zoológicos	27%
Pasear por parques/plazas	26%
Visitar sitios arqueológicos	22%
Compra de artesanías	22%
Realizar trekking	20%

Total múltiple



6. Comparativo entre el turista que visitó Tingo María y La Unión



Caseta de Información Turística



Fuente: Aplicación de la guía de observación
Elaboración: Propia



Fuente: Aplicación de la guía de observación
Elaboración: Propia

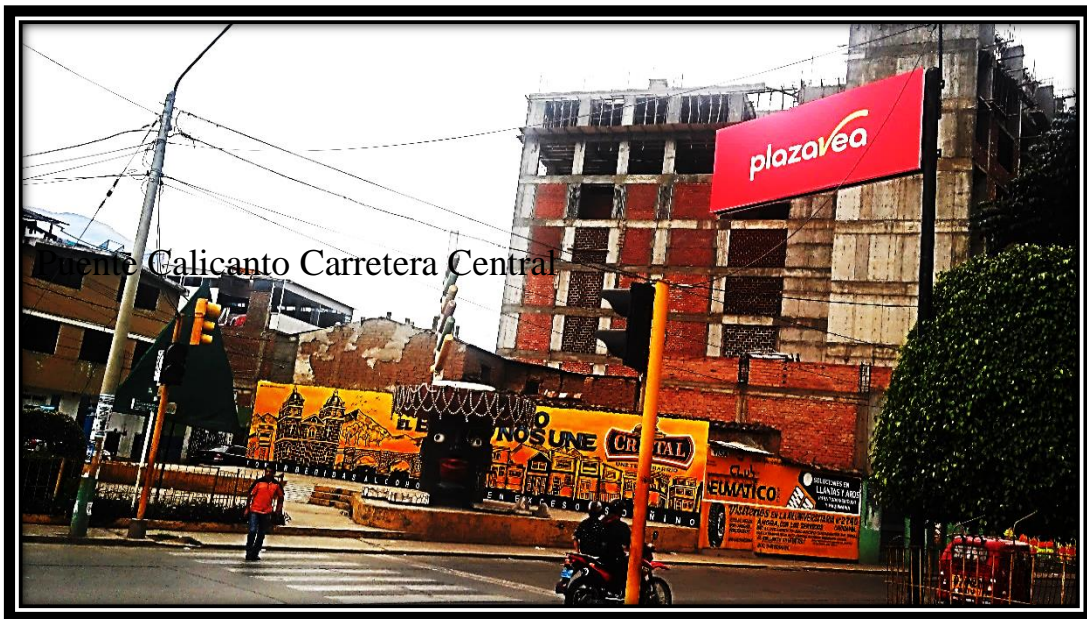


Fuente: Aplicación de la guía de observación
Elaboración: Propia
Señalización que Enmarcan los Atractivos

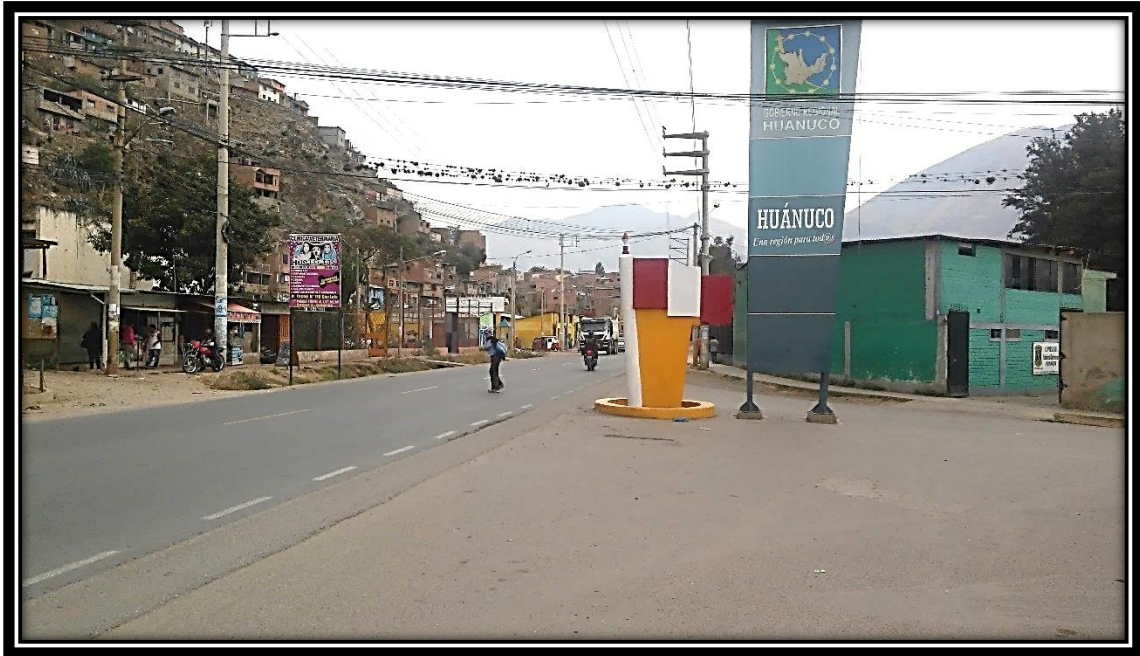


Puente Calicanto

Fuente: Aplicación de la guía de observación
Elaboración: Propia



Fuente: Aplicación de la guía de observación
Elaboración: Propia



Fuente: Aplicación de la guía de observación
Elaboración: Propia

4.1. TIPOS DE LETREROS

Los letreros se clasifican en tres grupos:

- Letreros de la Serie A: Para señales ubicadas en carreteras asfaltadas. Son letreros de gran tamaño debido a la velocidad de circulación de este tipo de vías.
- Letreros de la Serie B: Para señales ubicadas en carreteras no asfaltadas, en caminos rurales y en los ingresos y alrededores de sitios turísticos. Por su velocidad son señales de escala intermedia
- Letreros de la Serie C: Para señales ubicadas en el ámbito de los sitios e instalaciones de servicios, siendo mayormente zonas de acceso peatonal y/o acémilas; por tanto, son señales de menor escala. No aplica al interior de los recursos turísticos cuando se trate de sitios arqueológicos o áreas naturales protegidas.

Es importante anotar que, en el ancho de los letreros, en relación a las medidas indicadas en los cuadros y galería de letreros son referenciales, el ancho es flexible, en concordancia y armonía con el texto de los letreros.

Cuadro N° 10

4.1.1 Letreros de la Serie A

Tipo de Letrero	Detalle	Número de Iconos	Ancho Total		Alto Total	
			Mínimo	Máximo	Mínimo	Máximo
A1-CTL	Con texto lateral	1	2.50	4.00	0.75	1.20
A2-CTL	Con texto lateral	2	2.50	4.00	1.00	1.30
A3-CTL	Con texto lateral	3	2.50	4.00	1.20	1.80
A4-CT	Solo texto	--	2.50	4.00	0.75	1.20

Cuadro N° 11

4.1.2 Letreros de la Serie B

Tipo de Letrero	Detalle	Número de Iconos	Ancho Total		Alto Total	
			Mínimo	Máximo	Mínimo	Máximo

Cuadro N° 12

4.1.3 Letreros de la Serie C

Tipo de Letrero	Detalle	Número de Iconos	Ancho Total		Alto Total	
			Mínimo	Máximo	Mínimo	Máximo
Para servicios						
C1(h) - ST	Solo Icono	1	0.45	0.60	0.45	0.60
C2(h) - ST	Solo Icono	2	0.90	1.20	0.45	0.60
C3(v) - ST	Solo Icono	2	0.45	0.60	0.90	1.20
Para Atractivos y Actividades						
C4(v) - CT	Vertical con texto	1	0.45	0.60	0.90	1.20
C5(h) - CT	Horizontal con texto	1	0.90	1.20	0.45	0.60
C6(h) - CT	Horizontal con texto	2	1.20	1.30	1.20	1.30
C7(v) - CT	Vertical con texto	2	0.45	0.60	0.90	1.20
Para Centros Urbanos						
C8(TP) - CT	Tipo poste con texto	1	0.70	0.90	0.25	0.30
C9(TM) - CT	Tipo Muro con texto	1	0.70	0.90	0.30	0.50

Fuente: DIRCETUR
Elaboración: Propia

Fuente: DIRCETUR
Elaboración: Propia



Ubicación de la Policía de Turismo

ANEXO N° 10

Fuente: Aplicación de la guía de observación
Elaboración: Propia



Fuente: Aplicación de la guía de observación
Elaboración: Propia

Iglesia San Sebastián

Fuente: Atractivos de Huánuco
Elaboración: Propia

Iglesia San Francisco



ANEXO N° 12

Museos de Sitio

Fuente: Atractivos de Huánuco
Elaboración: Propia

Fuente: Atractivos de Huánuco
Elaboración: Propia

Museos de Ciencias



Fuente: Atractivos de Huánuco
Elaboración: Propia

Fuente: Atractivos de Huánuco
Elaboración: Propia

Museo Regional de Huánuco Oficina de
Atención





Fuente: Atractivos de Huánuco
Elaboración: Propia

Museo Regional de Huánuco Horario de Atención



Fuente: Atractivos de Huánuco
Elaboración: Propia

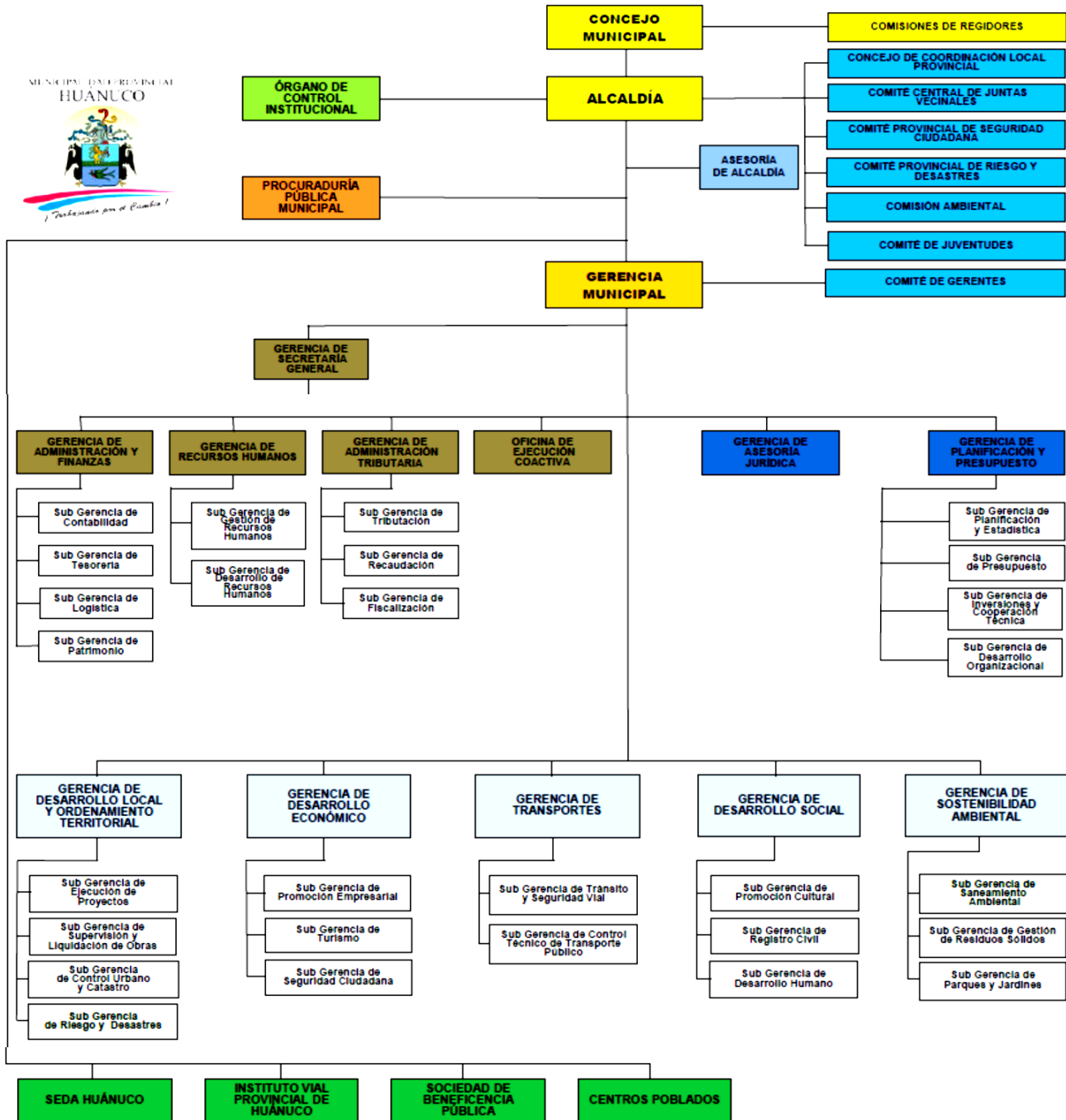
Recreos y Restaurantes de Huánuco



Fuente: Recreos turísticos de Huánuco
Elaboración: Propia

ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUÁNUCO - 2015

ANEXO: 1



LEYENDA:

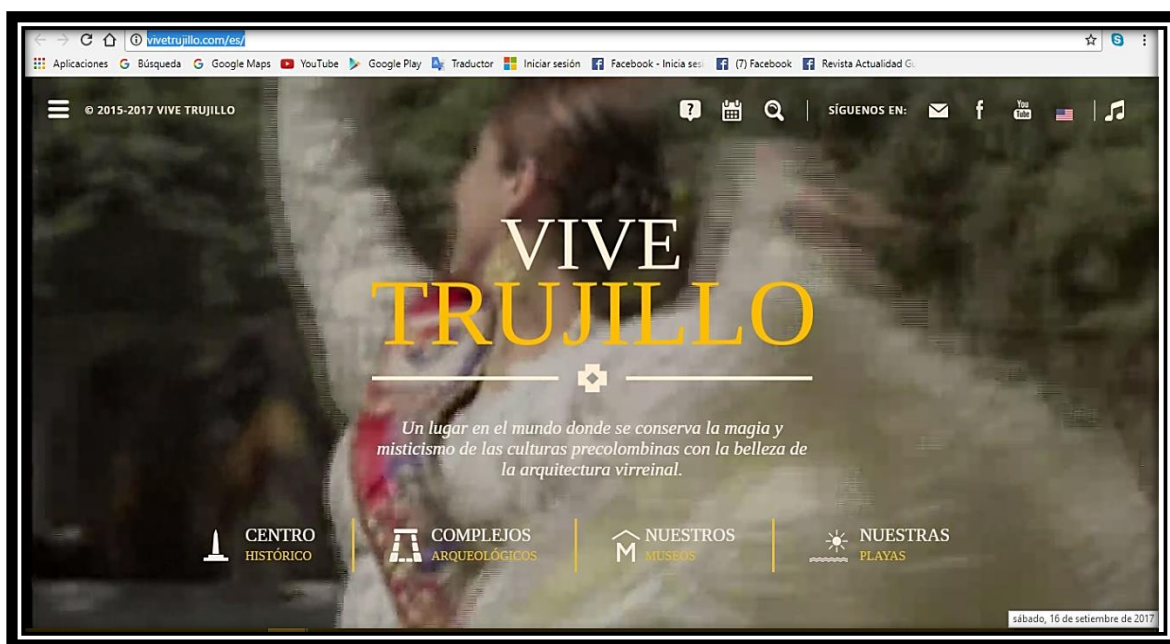
- : Órganos Normativos, de Fiscalización y de Gobierno
- : Órgano de Alta Dirección
- : Órganos Consultivos y de Participación Vecinal
- : Órgano de Control
- : Órgano de Defensa
- : Órganos de Apoyo
- : Órganos de Asesoría
- : Órganos de Línea
- : Órganos Descentralizados
- : Sub Gerencias que se Dividen las Unidades Orgánicas de Órganos

ANEXO N° 14

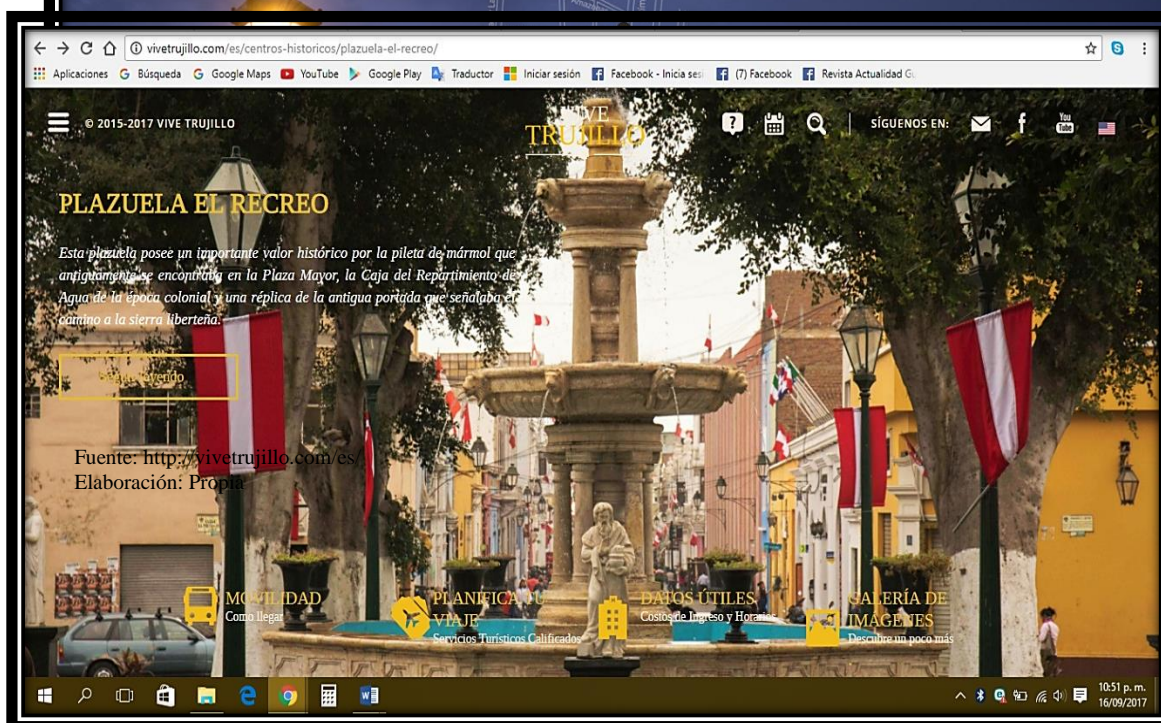
Orden y Limpieza da la Ciudad
Video - CD

ANEXO N° 15

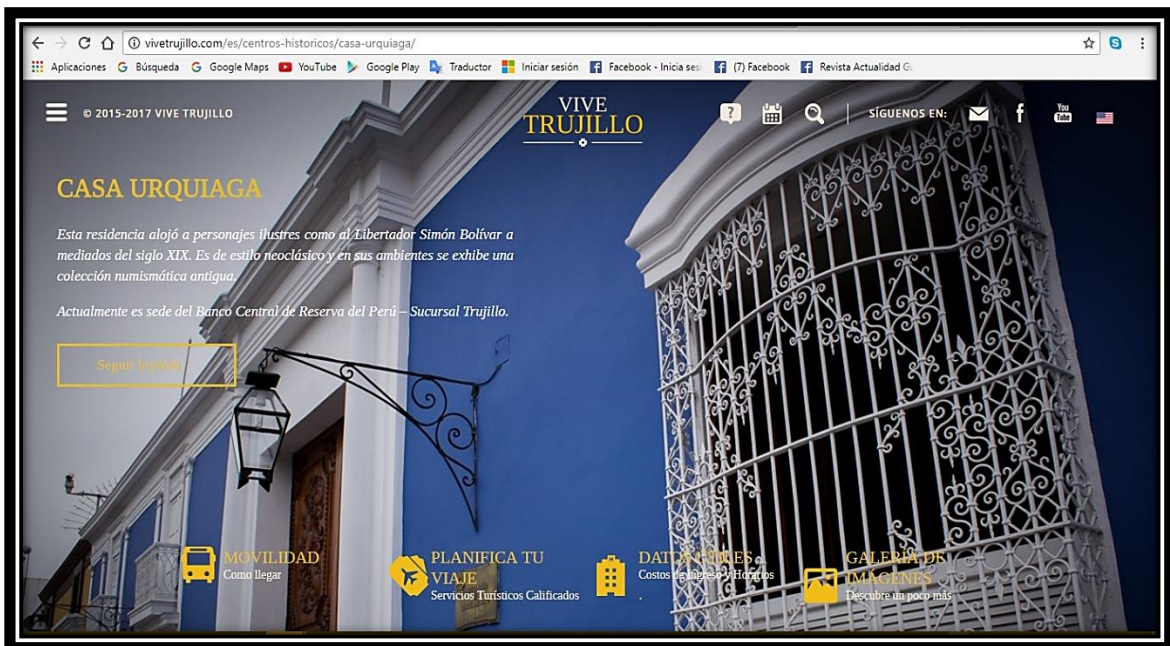
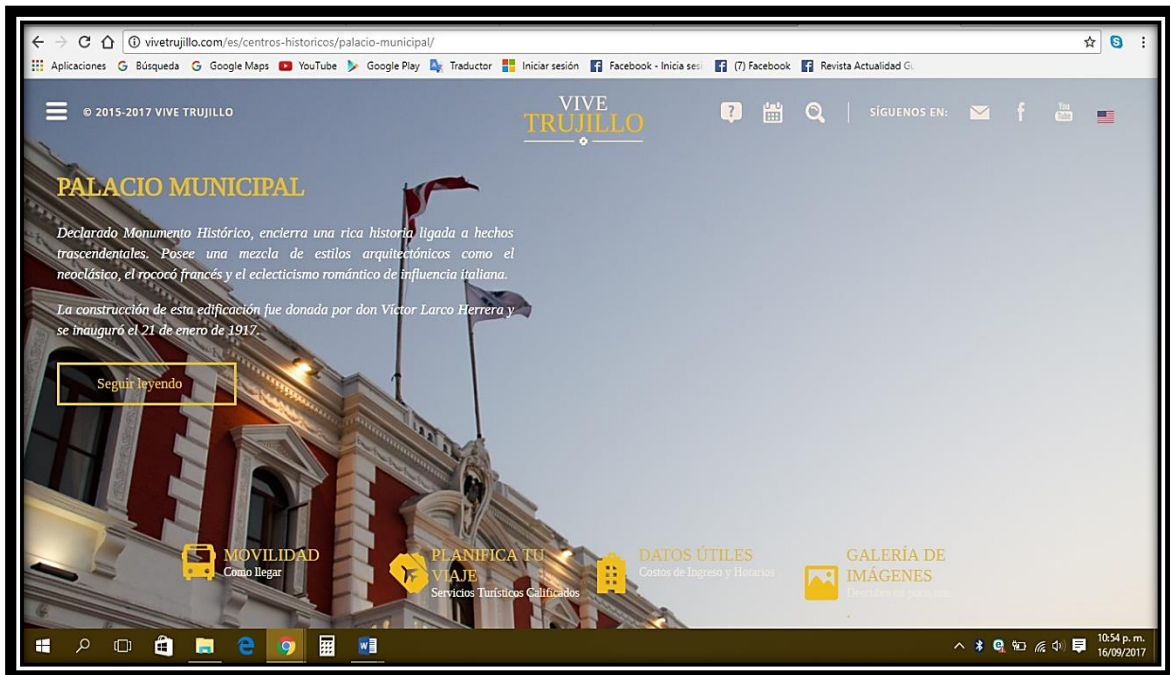
Municipalidad de Trujillo



Fuente: <http://vivetrujillo.com/es/>
Elaboración: Propia



Fuente: <http://vivetrujillo.com/es/>
Elaboración: Propia





vivetrujillo.com/es/programas/cultura-turistica/

© 2015-2017 VIVE TRUJILLO

VIVE TRUJILLO

SÍGUENOS EN: [Facebook icon] [YouTube icon] [Twitter icon]

TRUJILLO




Jr. Pizarro 412, 1er piso.
Centro Histórico de Trujillo.
(044) 484 240 Anexo 317

CULTURA TURÍSTICA

FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA TURÍSTICA

Clubes de Turismo Escolar
Promovemos una cultura turística mediante la realización de actividades que busquen rescatar y fortalecer la identidad en los escolares de las principales instituciones educativas locales, a través de charlas de capacitación, sensibilización y talleres de marinera, cerámica, dibujo y pintura, manualidades, entre otros.



vivetrujillo.com/es/programas/marinera-para-todos/

© 2015-2017 VIVE TRUJILLO

VIVE TRUJILLO

SÍGUENOS EN: [Facebook icon] [YouTube icon] [Twitter icon]

PLAZUELA LA MERCED



Subgerencia de Turismo
 Fuente: <http://vivetrujillo.com/es/>
 Elaboración: Propia
 (044) 484 240 Anexo 317

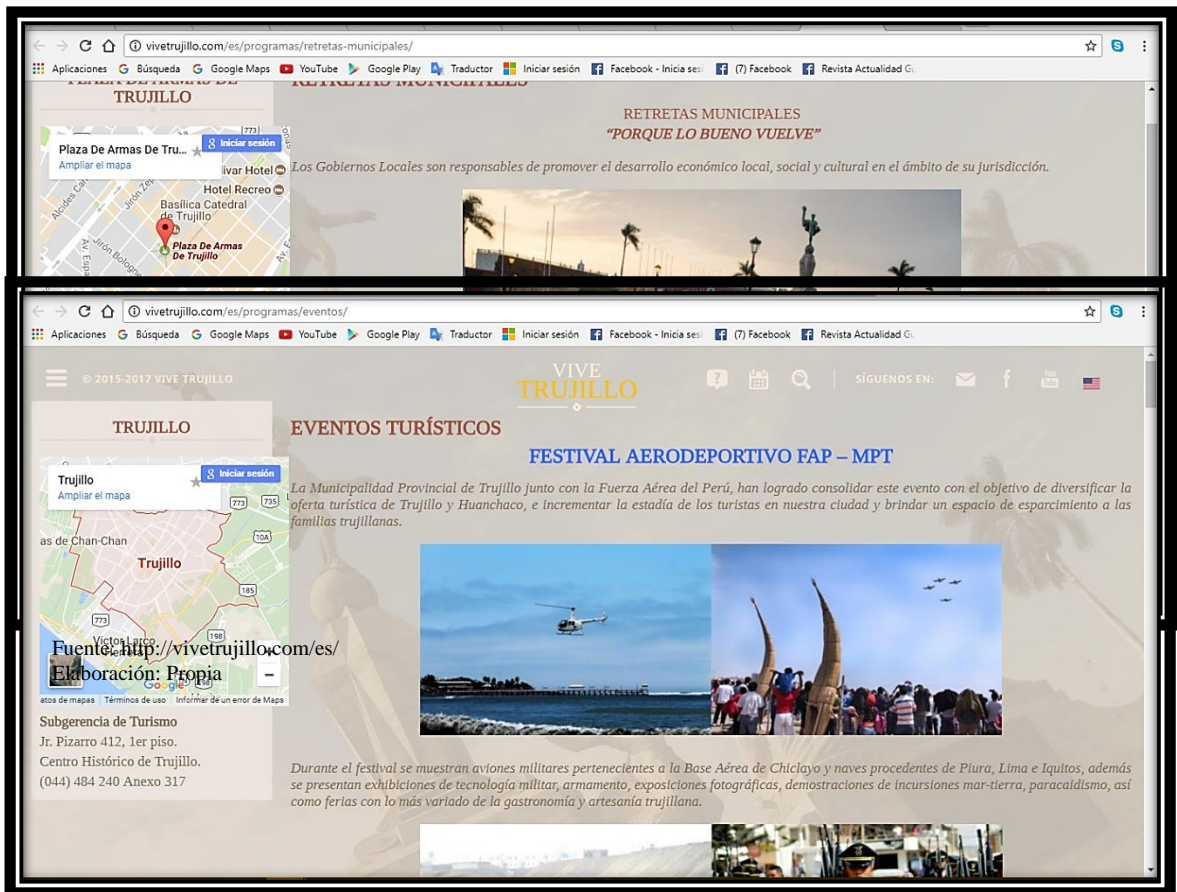
MARINERA PARA TODOS



MARINERA
PARA TODOS

Fortalece la identidad cultural de la población trujillana, a través del aprendizaje de la Marinera, recuperando espacios públicos y promocionar al Centro Histórico de Trujillo como lugar que mantiene su identidad, tradición y cultural viva a través de las exhibiciones de marinera, impulsando el desarrollo turístico sostenible en la Provincia de Trujillo.

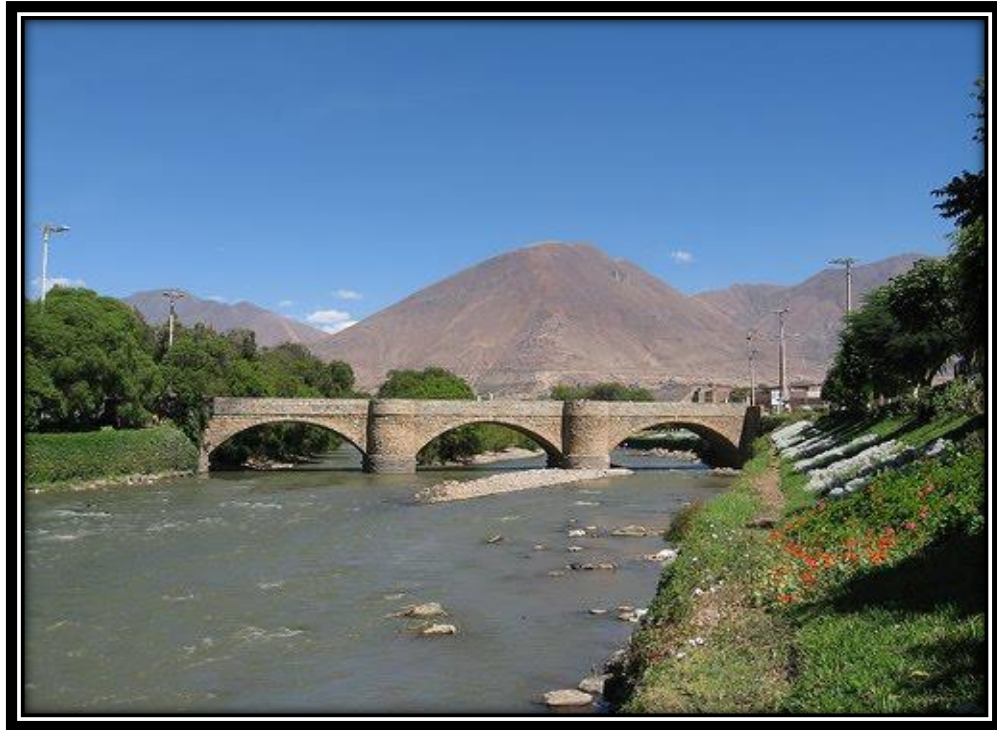




Fuente: <http://vivetrujillo.com/es/>
Elaboración: Propia

**PANEL
FOTOGRAFICO**

Puente Calicanto



Plaza de Armas Huánuco



Manos Cruzadas

