

UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZONICA DE MADRE DE DIOS
FACULTAD DE ECOTURISMO
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ECOTURISMO



TESIS

**“GESTION DE LA DIRECCION REGIONAL DE COMERCIO
EXTERIOR Y TURISMO - DIRCETUR Y EL DESARROLLO DE LA
ACTIVIDAD TURISTICA DE PUERTO MALDONADO, REGIÓN
MADRE DE DIOS, 2017”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ECOTURISMO**

PRESENTADA POR:

Bach. TELLO ARO, Mónica Pilar

ASESOR:

Dr. SARDON QUISPE Wilson Wily

CO ASESOR.

**Mg. ECON. ESPINOZA BARRIENTOS
Rolando.**

PUERTO MALDONADO, 2019

UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZONICA DE MADRE DE DIOS
FACULTAD DE ECOTURISMO
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ECOTURISMO



TESIS

**“GESTION DE LA DIRECCION REGIONAL DE COMERCIO
EXTERIOR Y TURISMO - DIRCETUR Y EL DESARROLLO DE LA
ACTIVIDAD TURISTICA DE PUERTO MALDONADO, REGIÓN
MADRE DE DIOS, 2017”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE: LICENCIADO EN
ECOTURISMO**

PRESENTADA POR:

Bach. TELLO ARO, Mónica Pilar

ASESOR:

Dr. SARDON QUISPE, Wilson Wily

CO ASESOR.

**Mg. ECON. ESPINOZA BARRIENTOS
Rolando.**

PUERTO MALDONADO, 2019

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con todo mi amor y cariño a ti Dios, por darme la vida, salud, cuidándome, dándome fortaleza y perseverancia, guiándome siempre en los momentos más difíciles de mi vida.

Con amor a mi padre que siempre me inculcó el estudio de niña y sé que ahora desde donde este, no ha dejado de velar por mí y orgulloso de su hija sé que siempre estará conmigo.

A mi madre, Lourdes por su amor y apoyo incondicional y a mi hija Zoe a quien amo mucho, mi inspiración. Así mismo deseo también enseñarle que cuando uno quiere alcanzar algo en la vida, no hay tiempo ni obstáculo que impida poder lograrlo.

Mónica Pilar Tello Aro

AGRADECIMIENTO

- A la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios por ser mi alma mater, de formarme y pertenecer a la gran familia UNAMAD.
- A mis profesores de la carrera Profesional de Ecoturismo, por brindarme sus enseñanzas y saberes, además de que gracias a sus consejos y apoyo me permitió continuar con este proyecto.
- A la Dra. Mirella Gavidia, mi ejemplo de persona a seguir, a mi amiga y profesora Vilma Huamán, a la profesora gloria Echegaray; maravillosas personas que siempre me apoyaron incondicionalmente. Gracias.
- Finalmente quiero agradecer infinitamente al Dr. Wilson Sardón, que me ha apoyado a cumplir un sueño más, con sus exigencias y apoyo incondicional en este proyecto. Gracias profesor.

PRESENTACION

El presente trabajo de investigación lleva por título: **“Gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR y el desarrollo de la actividad turística de Puerto Maldonado – 2017”**, Distrito y Provincia de Tambopata, Región Madre de Dios, 2019, formulada con la finalidad de realizar un estudio más profundo sobre la gestión que se desarrolla en la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR, para mejorar la competitividad en la actividad turística y las estrategias de desarrollo para promover la demanda turística en la ciudad de Puerto Maldonado.

Teniendo como principal objetivo determinar la relación que existe entre la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR y el desarrollo de la actividad turística de Puerto Maldonado en el periodo del año 2017. Así mismo, hacer de conocimiento a los profesionales del Turismo, que una gestión para un buen desarrollo solo tendrá éxito con la práctica de buenos valores, ética profesional, buenas estrategias, profesionalismo y sobre todo el amor a nuestra querida tierra. Lográndose así un buen desarrollo turístico para la región.

RESUMEN

En los últimos años se ha tenido un incremento estadístico significativo de turistas debido a las tendencias actuales del Turismo, según la fuente de la Dirección Regional de Turismo de Madre de Dios. Es por ello que la región está enfocada en tener mayor contacto con la Naturaleza y Cultura, es allí que gracias a los recursos y/o atractivos que posee Puerto Maldonado se han desarrollado diversas modalidades de Turismo acorde a las exigencias del mercado (albergues, restaurantes, Agencias de viaje, hoteles y otros) generando así empleos, y por ende el incremento de la economía.

Incentivando también en cada uno de los pobladores el deseo de promover y proteger nuestra naturaleza y no solo a quienes están directamente involucrados en esta rama del Turismo, sino también a todos los Madrediosenses y aquellos que se sientan identificados con nuestra región.

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR y el desarrollo de la actividad turística de Puerto Maldonado en el periodo del año 2017, la muestra estuvo conformada por 60 operadores Turísticos, donde se utilizó el muestreo probabilístico. El diseño de investigación empleado fue no experimental, transversal, descriptivo correlacional. Para el recojo de la información se aplicó como instrumento el cuestionario para ambas variables en una escala de Likert, de cinco puntos las mismas que fueron validadas a través de juicio de expertos y la confiabilidad de alfa de Cronbach alcanzando una alfa de 0.806 para la variable Gestión de la DIRCETUR y 0.876 para la variable Desarrollo de la actividad turística.

A través de los resultados obtenidos se observó que el 50.0% de los operadores perciben una Gestión de la DIRCETUR mala con respecto a la variable Desarrollo de la actividad Turística, el 58.3% de los operadores manifiestan como bueno. Se concluye que existe una relación positiva considerable de $r = 0,678$ entre la gestión de la DIRCETUR y el desarrollo de la actividad Turística. Se obtuvo una significancia bilateral de 0,000 la misma que está dentro del valor permitido (0,05) por lo cual se acepta la hipótesis ya que existe relación entre las variables *gestión de la DIRCETUR* y el *desarrollo de la actividad turística*.

Palabras clave: Gestión, Desarrollo turístico.

SUMMARY

In recent years there has been a significant statistical increase in tourists due to current tourism trends, according to the source of the Regional Tourism Office of Madre de Dios. That is why the region is focused on having greater contact with Nature and Culture, it is there that thanks to the r Palabras clave: Gestión, Desarrollo turístico. esources and / or attractions that Puerto Maldonado has, various Tourism modalities have been developed according to the demands of the market (hostels, restaurants , Travel agencies, hotels and others) thus generating jobs, and therefore the increase in the economy. Also encouraging in each of the residents the desire to promote and protect our nature and not only those who are directly involved in this branch of Tourism, but also all Madrediosenses and those who feel identified with our region. The objective of this research was to determine the relationship between the management of the Regional Directorate of Foreign Trade and Tourism - DIRCETUR and the development of the tourist activity of Puerto Maldonado in the period of 2017, the sample consisted of 60 Tour Operators , where probabilistic sampling was used. The research design used was non-experimental, transversal, descriptive correlational. To collect the information, the questionnaire was applied as an instrument for both variables on a Likert scale, with five points that were validated through expert judgment and the reliability of Cronbach's alpha reaching an alpha of 0.806 for the variable Management of DIRCETUR and 0.876 for the variable Development of tourism activity. Through the results obtained, it was observed that 50.0% of the operators perceive a bad DIRCETUR Management with respect to the variable Development of the Tourist activity, 58.3% of the operators declare as good. It is concluded that there is a considerable positive relationship of $r = 0.678$ between the management of DIRCETUR and the development of the Tourist activity. Having a bilateral significance of 0.000, which is within the allowed value (0.05), the hypothesis is accepted in the sense that there is a relationship between the management variables of DIRCETUR and the development of tourism activity.

Keywords: Management, Tourism development

ÍNDICE

AGRADECIMIENTO	ii
PRESENTACION.....	iii
RESUMEN	iv
ÍNDICE	vi
INTRODUCCION.....	x
CAPITULO I: PROBLEMA DE LA INVESTIGACION	1
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	1
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.2.1 Problema general	3
1.2.2 Problemas específicos	3
1.3 OBJETIVOS.....	3
1.3.1 Objetivo general	3
1.3.2 Objetivos Específicos	3
1.4 VARIABLES	4
1.4.1 Variable independiente	4
1.4.2 Variable dependiente.....	4
1.5 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES.....	4
1.6 HIPOTESIS	6
1.6.1 Hipótesis general	6
1.6.2 Hipótesis específicas	6
1.7 JUSTIFICACIÓN	7
1.8 CONSIDERACIONES ÉTICAS.....	8
CAPITULO II: MARCO TEORICO.....	9
2.1 ANTECEDENTES.....	9
2.1.1 Antecedentes Internacionales	9
2.1.2 Antecedentes Nacionales	10
2.1.3 Antecedentes Locales	10
2.2 MARCO TEÓRICO	11
2.2.1 Gestión del turismo.....	11
2.2.1.1 Política Turística	15
La DIRCETUR en la Región Madre de Dios	18

2.3	DEFINICIÓN DE TÉRMINOS.....	22
CAPITULO III: METODOLOGIA DE INVESTIGACION		27
3.1	TIPO DE ESTUDIO	27
3.2	DISEÑO DE ESTUDIO	27
3.3	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	28
3.3.1	Población	28
3.4	MÉTODOS Y TÉCNICAS	30
1.1.	Método de análisis de datos	33
CAPITULO IV: RESULTADOS		36
4.1.	Resultados de descriptivos:	36
4.1.	Resultados inferenciales:	52
4.1.1.	Pruebas de normalidad	53
4.1.2.	Prueba de hipótesis general	54
4.1.3.	Hipótesis específica 1	55
4.1.4.	Hipótesis específica 2	57
4.1.5.	Hipótesis específica 3	58
CONCLUSIONES		62
RECOMENDACIONES.....		63
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....		65
ANEXO 01 :		71

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Distribución de la Población	28
Tabla 2 : Distribución de la muestra.....	30
Tabla 3 : Validación del instrumento.....	32
Tabla 4 : Escala de medición de confiabilidad.....	33
Tabla 5 : Estadísticas de fiabilidad.....	33
Tabla 6 : Nivel de medición de las variables	34
Tabla 7 : Escala de interpretación de la puntuación promedio por variable.....	36
Tabla 8: Escala de interpretación de la puntuación promedio por dimensión	36
Tabla 9: Distribución porcentual de las variables Gestión de la DIRCETUR y Desarrollo de la actividad turística por categoría.....	37
Tabla 10: Distribución de la variable Gestión DIRCETUR por dimensiones según puntuación media	39
Tabla 11: Resultados porcentuales de la variable Gestión de la DIRCETUR por categorías.	40
Tabla 12: Resultados porcentuales de la dimensión Instrumentos administrativos por categoría.	41
Tabla 13: Resultados porcentuales de la dimensión Alianzas estratégicas por categorías.	43
Tabla 14: Resultados generales de la dimensión proyectos e inversión de productos turísticos por categorías.....	45
Tabla 15: Distribución de la variable Desarrollo de la actividad turística por dimensiones según puntuación media	46
Tabla 16: Resultados porcentuales de la variable desarrollo de la actividad turística por categorías	47
Tabla 17: Resultados porcentuales de la dimensión oferta por categoría.....	48
Tabla 18: Resultados porcentuales de la dimensión competitividad por categorías ...	50
Tabla 19: Resultados porcentuales de la dimensión promoción por categorías	51
Tabla 20: Prueba de normalidad	53
Tabla 21: Correlación entre las variables Gestión de la DIRCETUR y Desarrollo de la actividad turística	54
Tabla 22: Correlación entre las variables Gestión de la DIRCETUR y Oferta	56
Tabla 23: Correlación entre las variable Gestión de la DIRCETUR y la Competitividad	

turística	57
Tabla 24: Correlación entre las variables Gestión de la DIRCETUR y la promoción	
turística	59

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1: Resultados generales de la variable Gestión de la DIRCETUR	40
Gráfico 2: Resultados generales de la dimensión instrumentos administrativos.....	42
Gráfico 3: Resultados generales de la dimensión Alianzas estratégicas	44
Gráfico 4: Resultados generales de la dimensión proyectos e inversión de productos turísticos	45
Gráfico 5: Resultados generales de la variable desarrollo de la actividad turística..	47
Gráfico 6: Resultados generales de la dimensión oferta	49
Gráfico 7: Resultados generales de la dimensión competitividad.....	50
Gráfico 8: Resultados generales de la dimensión promoción.....	51

INTRODUCCION

Una buena gestión favorece las buenas relaciones y el trabajo mancomunado de los operadores turísticos e involucrados en el turismo logran excelentes resultados, así con el único fin de una organización de gestión y un plan estratégico para desarrollar el trabajo y lograr el desarrollo de la región.

Por ello, Las actividades turísticas para que sean competitivas y competentes en los destinos ya sean regionales o nacionales deben ser planificadas desde un punto de vista macro y aceptada a nivel micro por la región o comunidad donde también se debe incluir a los operadores turísticos, a los que prestan los servicios en sus diferentes formas.

Puerto Maldonado es una ciudad que conforme han pasado los años ha aumentado su desarrollo en todos los aspectos, pero principalmente en el turismo, según las estadísticas de la DIRCETUR, los turistas llegan a Puerto Maldonado y conforme pasan el tiempo se va incrementando y es por eso también que el crecimiento económico ha sido en beneficio para los pobladores de la región. Ya sean desde los empresarios, como hasta el agricultor que ofrecen sus productos en el mercado.

Para lograr los resultados en esta tesis se desarrollaron encuestas que fueron dirigidas a los operadores turísticos quienes son los más involucrados en el tema para el desarrollo de nuestra región. Lográndose así satisfactoriamente resultados conforme a la realidad.

A lo largo de esta investigación se observaron que, durante el tiempo de gestión de la DIRCETUR, se pudieron observar ciertas falencias y debilidades dentro de la Dirección de Comercio Exterior y Turismo DIRCETUR Madre de Dios, únicamente por ser una institución dependiente del Gobierno Regional de Madre de Dios-GRMDD y por tal razón los procesos de transferencia que en este se realicen.

Así mismo es por esa razón de mi investigación que se ha basado en determinar la relación que existe entre la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR y el desarrollo de la actividad turística de Puerto Maldonado

2017. A fin que en un futuro las próximas gestiones tengan una mejora, y a su vez un eficaz trabajo para el desarrollo de Puerto Maldonado, Madre de Dios.

El contenido del presente trabajo de investigación, se pone a consideración de los señores jurados y a los interesados en esta área, que consta de cuatro capítulos, de acuerdo al reglamento vigente y distribuid de la siguiente manera: El primer capítulo, se refiere al planteamiento del problema basado en el área de investigación, descripción y planteamiento del problema, asimismo se incluye los objetivos general y específicos de la justificación e Hipótesis. El segundo capítulo contiene el marco teórico del actual, así mismo se encuentran las bases teóricas, los antecedentes relacionadas a la tesis en mención, ya sean locales, nacionales o internacionales, información sobre la Dirección de Comercio Exterior y Turismo. El tercer capítulo muestra la metodología usada, el tipo de estudio, la población y los métodos que se usaron para el tratamiento de datos, el procedimiento de análisis e interpretación de datos y el procedimiento de la prueba de hipótesis. En el cuarto capítulo, se dan a conocer los resultados de la investigación de acuerdo a las dimensiones e indicadores e igualmente se presenta la prueba de hipótesis, las conclusiones, sugerencias, referencias bibliográficas y los anexos respectivos.

Los documentos adjuntados dejan constancia y además certifican mi reconocimiento infinito a las dignas autoridades de la carrera profesional de ecoturismo, así mismo a los docentes de ésta mi casa de estudios, que gracias a ellos se pudo dar término y así haber culminado con la aspiración profesional anhelada.

CAPITULO I: PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El turismo en la ciudad de Puerto Maldonado se ha desarrollado aproximadamente desde la década del año 70, ya que desde esa época se han terminado de conectar las regiones de Madre de Dios, Puno y Cusco, mediante la carretera que une a estos tres departamentos; sin embargo, los últimos años se ha tenido un incremento significativo debido a las tendencias actuales del turismo, que están enfocadas en tener mayor contacto con la naturaleza y cultura. Esto debido a los recursos naturales que tenemos y/o los diferentes atractivos que posee Puerto Maldonado.

Se observa que se ha desarrollado diversas modalidades de turismo acorde a las exigencias del mercado (turismo naturaleza, deporte de aventura, turismo místico. entre otros), y principalmente a la empresa privada. De acuerdo a las estadísticas de la DIRCETUR en el año 2017 arribaron 370,626 turistas aproximadamente, esto hace que las autoridades competentes tomen acciones para garantizar la calidad de los servicios turísticos ofertados, para brindar un turismo responsable y sostenible.

El Reglamento de la Ley General de Turismo – Ley N° 29408, establece que “MINCETUR aprueba, mediante Resolución Ministerial, el Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR, el cual es herramienta de visión para reconocer los lineamientos y estrategias que se deben seguir para desarrollar la actividad turística en el Perú”, “marcando las pautas sobre la necesidad de actuar en forma conjunta con los diversos sectores, promoviendo un modelo de desarrollo turístico armónico, tanto social como ambiental, considerando el enfoque descentralizado”; así como “las zonas de desarrollo y los corredores turísticos que permiten diversificar la oferta turística nacional”.

Para ello, se considera que “el turismo debe trabajar en estrecha

relación con los gobiernos locales tomando en cuenta el reordenamiento territorial, mediante planes urbanísticos diseñados con visión turística. Estas acciones permiten desarrollar la economía local promoviendo los emprendimientos de las actividades turísticas”. (PENTUR 2025).

El turismo es una actividad que genera desarrollo de acuerdo a los recursos y atractivos que posee, esto hace que se genere alternativas de empleos, teniendo como resultado el incremento de la economía tanto directa como indirectamente, para ello es importante la identificación de los actores principales en un destino turístico; la sociedad, entidades públicas y privadas con el fin que se pueda desarrollar de manera sostenible.

En indagaciones preliminares, se ha podido observar que la gestión turística en Puerto Maldonado, lamentablemente no se ha profundizado en el análisis de la problemática de la ciudad como destino turístico a fin de encontrar alternativas de solución; aun así, se han abordado algunos problemas como: La falta de infraestructura en la ciudad, lo cual mella la posibilidad de diversificar actividades ligadas al turismo, las actividades que desarrolla la DIRCETUR no están enfocadas a lo que las empresas turísticas requiere, es allí donde se genera un conflicto entre los actores turísticos. Por otro lado, si bien Puerto Maldonado cuenta con recursos naturales y culturales eso no garantiza el incremento de la demanda en un destino turístico; es por ello, que las autoridades competentes deben de desarrollar estrategias para promocionar el destino de acuerdo a las tendencias y los medios adecuados para dar a conocer y promover la visita a la ciudad, así mismo se desconoce otras opciones de desarrollo turístico en Puerto Maldonado, y los mecanismos que se están utilizando para agregar valor a los diferentes recursos turísticos y de esta manera poder incrementar la demanda turística generando beneficios a los diferentes actores turísticos involucrados directa e indirectamente.

Por lo que, en la presente investigación mediante un estudio teórico profundo se considera que un modelo de gestión del destino turístico debe tener en cuenta los principios de la buena gobernanza, desarrollándose todas las estrategias que contribuya a una gestión eficaz, es importante involucrar a los actores principales (públicos, privados, sociedad civil) para determinar el papel que desempeñan, de esta manera desarrollar un turismo sostenible, y

por ende el incremento de la competitividad turística.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Problema general

¿Cuál es la relación que existe entre la Gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR y el desarrollo de la actividad turística de Puerto Maldonado en el periodo del año 2017?

1.2.2 Problemas específicos

¿Qué relación existe entre la Gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR a nivel de desarrollo de políticas con la oferta Turística en la ciudad Puerto Maldonado en el periodo del año 2017?

¿Qué relación tiene la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR a través de estrategias para promocionar los atractivos turísticos con la Competitividad turística en la ciudad de Puerto Maldonado?

¿Cómo se relaciona la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR con la promoción turística en la ciudad de Puerto Maldonado?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general

Determinar la relación que existe entre la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR y el desarrollo de la actividad turística de Puerto Maldonado 2017.

1.3.2 Objetivos Específicos

- 1) Identificar la relación que existe entre la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR a nivel de desarrollo de políticas con la oferta Turística en la ciudad Puerto Maldonado 2017.

- 2) Evaluar la relación que existe entre la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR a través de estrategias para promocionar los atractivos turísticos con el incremento de la competitividad turística en la ciudad de Puerto Maldonado.

- 3) Determinar la relación que existe entre de la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR con la promoción turística en la ciudad de Puerto Maldonado.

1.4 VARIABLES

1.4.1 Variable independiente

Gestión de la DIRCETUR

1.4.2 Variable dependiente

Desarrollo de la actividad Turística

1.5 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

VARIABLE	DIMENSION	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICION
GESTION DEL DIRCETUR	Instrumentos administrativos	MOF ROF PEI	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	Bueno muy bueno malo muy malo
	Alianzas Estratégicas	Cantidad de Universidades, Institutos, Operadores Turísticos, Guías, Municipalidad, ONG s, SERNANP, IPERU, POLICIA TURISMO,	11,12,13,14,15,16,17,18,19,20	
	Proyectos e Inversión de productos Turísticos.	Número de actividades realizadas en ferias, congresos, talleres, proyectos inversión, circuitos, corredores turísticos, INFRAESTRUCTURA TURISTICA	21,212,23,24,25,26,27,28,29,30	
Desarrollo de la actividad Turística	Oferta	atractivos turísticos instalaciones turísticas productos turísticos	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	Bueno muy bueno malo muy malo
	Competitividad	Políticas públicas y regulaciones seguridad salud e higiene prioridad de la actividad turística calidad de la infraestructura turística, aérea y de rutas competitividad de los precios internos recursos culturales y naturales conectividad incremento de la demanda	11,12,13,14,15,16,17,18,19,20	
	Promoción	imagen /marca atractivos turísticos artesanías	21,212,23,24,25,26,27,28,29,30	

1.6 HIPOTESIS

1.6.1 Hipótesis general

Hi: Existe relación directa y significativa entre la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR y el desarrollo de la actividad turística de Puerto Maldonado 2017.

Ho: No existe relación directa y significativa entre la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR y el desarrollo de la actividad turística de Puerto Maldonado 2017.

1.6.2 Hipótesis específicas

H1: La gestión de la DIRCETUR a nivel del desarrollo de políticas contribuye significativamente a Mejorar La oferta Turística en Puerto Maldonado.

Ho: La gestión de la DICRETUR a nivel del desarrollo de políticas no contribuye significativamente a Mejorar la turística en Puerto Maldonado.

H2: La gestión de la DIRCETUR a través de estrategias para promocionar los atractivos turísticos permite el incremento de la competitividad turística en la ciudad de Puerto Maldonado.

Ho: La gestión de la DIRCETUR a través de estrategias para promocionar los atractivos turísticos no permite el incremento de la competitividad turística en la ciudad de Puerto Maldonado.

H3: La gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo- IRETUR permite el incremento de la promoción turística en la ciudad de Puerto Maldonado.

Ho: La gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo- DIRCETUR no permite el incremento de la promoción turística en la ciudad de Puerto Maldonado.

1.7 JUSTIFICACIÓN

La investigación se justifica en el campo teórico, debido a que llenará vacíos teóricos y enriquecerá el conocimiento científico por cuanto va a demostrar en qué medida la gestión turística de la DIRCETUR puede ayudar en el desarrollo del turismo sostenible en Puerto Maldonado; teniendo en cuenta que no existen aún estudios al respecto.

Con el presente trabajo se pretende abrir nuevas vías hacia el desarrollo del turismo para todos, sin que exista discriminación ni etiquetas en este sector.

Metodológicamente, se va a validar instrumentos de colecta de datos para analizar la gestión turística de la DIRCETUR que puede ayudar en el desarrollo del turismo sostenible en esta región de la selva sur del Perú.

El presente trabajo tiene como finalidad contribuir con la imagen que proyecta la ciudad de Puerto Maldonado, usando información de la situación real, aportando sugerencias para una mejor gestión turística de la región, que ayude a descubrir nuevas alternativas turísticas, que diversifique las actividades e incremente el flujo de visitas a la ciudad y además contribuya con su desarrollo integral.

Desde el punto de vista social, la investigación es importante por cuanto contribuirá a dar propuestas de desarrollo turístico sostenible en Puerto Maldonado.

El interés por ejecutar la presente investigación, radica como aporte práctico que servirá en la toma de decisiones para desarrollar alternativas para un cambio de enfoque de gestión turística para la región de Madre de Dios, como también servirá como antecedente no solo para la actual gestión sino también para las futuras gestiones y como aporte teórico servirá en adelante para las investigaciones como fuente de consulta.

1.8 CONSIDERACIONES ÉTICAS

La presente investigación denominada “La gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR y el desarrollo de la actividad turística de Puerto Maldonado 2017”; se tomó en cuenta en la parte ética que:

- 1) Esta investigación ha sido realizada por la autora para que sea aceptada como Tesis para la obtención del título profesional.
- 3) Esta investigación es original; no corresponde a ninguna publicación anterior.
- 4) En este informe se presentan datos obtenidos en campo mediante instrumentos de recopilación de información, los cuales han servido para el análisis y obtención de los resultados.

CAPITULO II: MARCO TEORICO

2.1 ANTECEDENTES

2.1.1 Antecedentes Internacionales

Según Paloma (2015) “el inventario turístico es el primer recurso básico para tomar decisiones; el cual debe estar integrado a un plan de desarrollo que tome en cuenta las particularidades físicas, sociales, económicas y políticas; y que considere a los impactos”; la creación de infraestructura y la oferta de recursos turísticos básicos y de calidad. Asimismo “debe permitir el diseño de instrumentos, de coordinación entre el gobierno, la inversión privada y el sector civil, además debe aportar herramientas financieras y de inversión orientados a capitalizar sosteniblemente los recursos turísticos y humanos del lugar”.

SECTUR, (2011) llega a las siguientes conclusiones: “evaluar la planeación y gestión turística municipal por parte de la secretaría general de la misma”. Aquí se demuestra que importantes “son las municipalidades como colaboradores y participantes en las acciones del desarrollo turístico, siendo necesario que el municipio asuma el liderazgo local, con la finalidad de que garantice la protección del ambiente y se consolide como el sostén básico” de actividad turística. Además de ser el que contribuya con “fortalecer las mejoras en las condiciones de vida de su comunidad. Por eso se hace necesario Incorporar a los Municipios en el desarrollo de planes y estrategias orientados al desarrollo del turismo en el país”.

El presente autor (Enricci, 2004) propone que “este turismo científico debe estar orientado a promover acciones que produzcan ingresos económicos para su localidad, así como generar una mejor enseñanza y aprendizaje en base a experiencias prácticas reales”, el

mismo que va a permitir el desarrollo.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

Flores, (2011) en su investigación realizada en Ayacucho. Esta investigación concluye que “la ciudad de Ayacucho tiene una grave debilidad turística ya que no cuenta con una gestión adecuada de sus atractivos turísticos los mismos que son un excelente potencial para generar economía en la región”. Como también, esta investigación demostró que la Región de “Ayacucho proyecta una imagen de inseguridad y desconfianza hacia los Turistas Nacionales y Extranjeros, debido a los acontecimientos en la época del terrorismo. Lamentablemente aun es un estigma que pesa sobre la ciudad.”

Vargas Granilla & Antitupa Yarihuaman, (2017) concluyeron que: “El 57.5% de la población indican que existen impedimentos para que la ciudad crezca turísticamente. Los pobladores en su mayoría identifican como atractivos turísticos el obelisco, el serpentario, el jaguar”. Asimismo, “Desconociendo los atractivos focales por lo que el turista se desplaza por los atractivos como lago Sandoval, Lago Valencia, Colpa Chuncho, Colpa Guacamayo. Lugares naturales que ayudan al desarrollo turístico del distrito de Tambopata”.

Nuñez (2018) en su investigación del, llegó a la conclusión que: los Impactos de la DIRCETUR son positivos y negativos según su magnitud siendo los positivos la mejora de los servicios, sobretodo en el ámbito del hospedaje y alimentación y según el factor esto repercute en el aspecto social y económico” donde la generación de empleo y el crecimiento de emprendimientos son indicadores de este tipo de impacto.

2.1.3 Antecedentes Locales

Chulla (2011) en su tesis llegó a las siguientes conclusiones: “la conciencia turística si favorece al desarrollo del turismo en el albergue Posada Amazonas y a la Comunidad Nativa Infierno, siendo una las

bases fundamentales para el desarrollo responsable y sostenible”. Además, “se reconoce que el turismo es beneficioso para desarrollar a la región y considera que es muy importante que ese desarrollo sea sostenible con el ambiente y la biodiversidad”.

Otros investigadores como Vargas y Antitupa (2017) también llegaron a la conclusión que en el “desarrollo del turismo de Tambopata tiene mucha contribución la conciencia turística, y consideran que es base primordial para un turismo responsable y sostenible ya que intervienen actitudes y/o comportamientos que deben ser positivos hacia el turista”, para el cuidado del ambiente y la biodiversidad; así como para la recuperación de la cultura y la naturaleza locales, generando una buena impresión en el turista, quien a su vez pueda volver a visitar o recomendar a otras personas a que visiten esta región.

Asimismo Beingolea y Gonzales (2016) al estudiar concluyen que la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo no está cumpliendo con la satisfacción de los prestadores de servicios turísticos en el tema de capacitaciones, y que existe la falta de prioridad política e institucional de la gestión del Turismo, además del poco interés de los empleados para proponer que debe realizarse en su Plan Operativo e Institucional de la gestión del Turismo. Y por último la falta de interés y compromiso real de las autoridades concernientes al tema Turístico para mejorar y desarrollar el Turismo de mejor manera en Puerto Maldonado.

2.2 MARCO TEÓRICO

2.2.1 Gestión del turismo

La gestión turística en el área geográfica y social de Puerto Maldonado se encuentra supeditada básicamente por la Dirección Regional de Turismo del departamento de Madre de Dios.

El turismo, según la definición de la Organización Mundial del Trabajo (OMT, 2010) define: “El conjunto de actividades que realizan

las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios”.

0

Guzman (2015, pág. 35) en su estudio considera que “el turismo es un fenómeno social originado como consecuencia del tiempo libre de las personas, las que hacen que esta actividad se convierta en un sector económico y que su principal naturaleza sean los viajes” donde se consume ese tiempo libre de forma provechosa.

Esta perspectiva teórica manifiesta que este fenómeno social y económico puede dejar sugerentes inversiones y ganancias al sector cuando es bien administrado.

Por otro lado según conforme avanza el tiempo y con ello la evolución del turismo Chacaltana, (1999, pág. 6), sostiene que, “estos cambios han influido decisivamente en la evolución del turismo en el país, el número de tasas han ido aumentando logrando casi triplicar en tan solo 5 años, según los estudios y estadísticas que la muestra en su gráfico”.

Según McIntosh y Ritchie (1999, pág. 56) el turismo es “como la ciencia, el arte y la actividad de atraer y transportar visitantes, alojarlos y satisfacer con buen gusto sus necesidades y deseos”. Asimismo, considera al turismo como un ente que genera economía y trabajo local; además de ser “un instrumento para el desarrollo económico lo cual requiere una planificación adecuada y una amplio panorama de todos los que están relacionados al turismo como son los aspectos histórico, económicos, sociales, psicológicos, culturales y ambientales”.

Moreno (2008) propone que el turismo tenga una amplia definición, la cual contenga a “la oferta y la demanda como dos elementos esenciales y que tenga interacción con todos los participantes, ya sean beneficiados o afectados lo que permitiría se

pueda reconocer a todos los actores que intervienen”. De esta forma el autor llega a “una visión del turismo que reconoce y admite la multiplicidad de factores que lo conforman” (p.76).

Se considera que el turismo se ha venido definiendo de diferentes maneras, ya sea como una variedad de actividades que los seres humanos realizan en viajes y visitas a distintas regiones al lugar de origen, o procedencia; además ya sea por un determinado tiempo, pudiendo ser las razones como: ocio, salud, negocios, diversión, entre otras. Llamándose así mismo también “turismo, recreación”.

Cuando el turismo nacional e internacional ha sido y seguirá siendo el medio más importante para el intercambio cultural y ancestral, además que ofrece experiencias únicas, no solo de nuestra historia pasada sino también de nuestra actual existencia. El turismo es una actividad muy bonita y no solo positiva en cuanto a la conservación de flora y fauna sino también a la cultura de cada lugar (ICOMOS, 1999, pág. 43) “el turismo debe contribuir con generar beneficios a la comunidad anfitriona, además de promover importantes medios y motivaciones para el cuidado y mantenimiento tanto de su patrimonio como de sus tradiciones vivas”, considerando siempre las comunidades cercanas y los potenciales beneficiarios.

La gerencia y la ciudad:

Ornes (2001, pág. 90) afirma que: “La evolución de las ciudades ha estado marcada por los avances que en materia social y económica fundamentalmente éstas han podido lograr, pasando de la época rural, la industrial, hasta la contemporánea o moderna”, llegándose a consolidar como centro urbano.

Para el desarrollo de las ciudades se tiene que “considerar algunas variables como son el gobierno local, la administración de los recursos, la organización, las políticas públicas, etc, para esto se

requiere buscar metodologías que garanticen al sector público ser eficiente”, donde se asumen responsabilidades gerenciales

Por otro lado Fuller (2008, pág. 16) señala que “la actividad turística de la actualidad tiene sus orígenes en la globalización de la economía y de la cultura, permitiendo a sus beneficiados que puedan acceder de manera directa, a otras culturas y a otros lugares diferentes a los suyos”; lo cual favorece para que los países puedan promocionar su diversidad cultural y natural.

Asimismo la autora reflexiona que “la globalización hace uso del actual internet, lo que ha permitido que muchas poblaciones locales promocionen sus patrimonios artísticos a todo el mundo y hace que el turismo desempeñe un rol muy importante” en la conservación y promoción de bienes naturales y culturales, haciendo que se refuerce la capacidad para entender y hacer uso de los conceptos de turismo sostenible como cliché para la protección del patrimonio.

El turismo tiene importancia como una actividad económica para el desarrollo de los pueblos, permite realizar actividades recreativas y generar ingresos en el mercado y por lo tanto el desarrollo integral de los lugares donde se desarrolle. Toselli (2006, pág. 177) sostiene que el “turismo puede ser un positivo instrumento de desarrollo, todo desde una visión socio - económica que permita una equitativa distribución de los beneficios, ya sean, económico, social y cultural en comunidades anfitrionas, reflejado en una mejora de la educación”; al mismo tiempo genera empleo y diferentes tipos de oportunidades de inversión laboral.

Para Arturo y Adela (s.f. pág. 89) la actividad turística es relativamente joven en cuanto a sus bases socioeconómicas, además porque “incluye una gran variedad de sectores económicos

y disciplinas científicas”. La dificultad a la hora de hacer definiciones unánimes de la actividad turística ha originado múltiples definiciones. Así cada profesional define al turismo según su competencia, “un economista considera al consumo como el tema central, un psicólogo considera a los comportamientos y motivaciones turísticos, al geógrafo le interesa la base del territorio”; lo que es relevante que todo el sector turístico debe generar desarrollo.

También se considera que es esencial elaborar un marco conceptual comúnmente aceptado sobre el turismo y los diversos elementos que lo componen para, entre otras cosas, eliminar los problemas actuales de comparabilidad y calidad de las estadísticas turísticas internacionales, generados por las distintas fuentes y principios que inspiran a los demás oficiales de estadísticas en los diversos países, cuando efectivamente existen, Así, algunos países registran en sus estadísticas los tiempos de permanencia, los ingresos por la frontera, etc. dichas estadísticas son imprescindibles para evaluar los impactos del turismo, la evolución, crecimiento y distribución espacial de la industria turística, los ingresos turísticos, la demanda existente, los aportes del turismo a las acciones comerciales internacionales, etc., se muestran útiles a la hora de comparar la industria turística con otros sectores de la economía y para planificar y comercializar la actividad en un área determinada.

2.2.1.1 Política Turística

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define a la Política Turística: “como la acción que desarrolla el sector público desde el conjunto de administraciones e instituciones que lo componen que afectan de manera relevante a la actividad pública”. También se le define como “el conjunto de medidas adoptadas por la Administración Nacional de Turismo (ANT) para el mayor aprovechamiento de los recursos Turísticos” (ARCORACI, 2009,

pág. 45).

Objetivos de la Política Turística

Entre los principales objetivos está el de darle potencia al turismo receptivo tratando de aplicar diferentes medidas como la devaluación de la moneda, campañas de publicidad, fortalecer la imagen del país en el exterior, presentación de productos turísticos en ferias y exposiciones internacionales, apoyar al emprendimiento turístico y brindar facilidades para el establecimiento de inversión extranjera.

La política turística tiene objetivos que están asociados en ocho niveles. El objetivo principal es promover “el crecimiento en cantidad, calidad y permanencia de los destinos turísticos”. (ARCORACI, 2009, pág. 1):

Estos objetivos son los siguientes:

- 1. Objetivo Estructural:** Está orientado a mejorar la competencia y romper la estacionalidad de los atractivos turísticos. También en mejorar la calidad certificada de la oferta, la integración de los servicios aéreos entre los destinos, manteniendo de forma semestral los itinerarios turísticos y rompiendo así el sistema radial actual.

De esta forma se debe orientar a la generación de un servicio de transporte terrestre óptimo, usando el mismo criterio que en el transporte aéreo, “la profesionalización del personal, la creación de un barómetro nacional de investigación y asistencia sectorial permanentes para analizar el cambio turístico en el espacio del turismo y la difusión sostenida” (Arcoraci, 2009).

- 2. Objetivo Social:** Está orientado al aumento de la cantidad de puestos de trabajo y así mejorar la calidad de vida de las

poblaciones que reciben al turismo.

- 3. Objetivo Ambiental:** Orientado principalmente a establecer como requisito importante los “Estudios de Impacto Ambiental (EIA)”, como una acción previa a la instalación de la infraestructura a instalarse. Estos EIA tienen diferentes criterios de acuerdo a los tipos de ecosistemas y atractivos. Este objetivo también comprende la creación de Áreas Protegidas tanto sean naturales y/o culturales, alentando la aparición de Parques Naturales Privados y de Custodios Privados.
- 4. Objetivo Territorial:** Permite promover “la asociación de los actores locales en Cámaras, Agremiaciones, Asociaciones, etc., y de los municipios según su geografía en Productos Turísticos / Pueblos Turísticos, Corredores Turísticos, Regiones Turísticas” (ARCORACI, 2009), ya sean nacionales e internacionales
- 5. Objetivo Cultural:** Orientado a crear conciencia y capacitación a los actores locales que reciben turistas, para que así puedan unir sus conocimiento y hacer una rápida identificación de los Productos Turísticos e incentivar las manifestaciones culturales, como una forma de enriquecimiento de esos productos.
- 6. Objetivo en Infraestructura:** Enfocado en la adecuación de los centros de arribo de turistas como aeropuertos y puertos. Para ello, se debe mejorar las rutas al destino turístico y la creación de Redes Nacionales, Regionales y Provinciales de información turística que incluya la interpretación y la modernización de las comunicaciones con el fin de captar la atención de los turistas.

- 7. Objetivo legal:** Orientado a la vigencia de un marco legal que permita una seguridad jurídica adecuada, para alentar así la inversión turística. También a la habilitación de créditos de fomento para que Hoteles, Restaurantes, Atractivos y Servicios Turísticos sean alentados.
- 8. Objetivo Regional:** Está orientado a “promover la instalación en cada municipio de una administración participativa local de los Parques Nacionales, Monumentos Históricos”. (ARCORACI, 2009, págs. 1,2)

La DIRCETUR en la Región Madre de Dios

La información que de este apartado, es parte de las indagaciones de esta investigación, y que además han sido extraídos de la memoria anual de gestión, 2017 del DIRCETUR Madre de Dios (GOREMAD, 2017), información y datos oficiales que se encuentran en la tesis son confiables, reales y provienen de datos consignados en diversos documentos que son las fuentes de información sobre la gestión de la institución.

Ubicación:

DEPARTAMENTO: Madre de Dios

PROVINCIA: Tambopata

DISTRITO: Tambopata

CIUDAD: Puerto Maldonado

DIRECCIÓN: Jr. San Martín FONAVI F - 20

Visión:

“Madre de Dios está posicionada como una Región exportadora y

turística, con imagen ganada en los mercados internacionales a través de la oferta de bienes y servicios de calidad, con un valor agregado, diversificada, sostenible y sustentable en el tiempo”. (GOREMAD, 2017).

El Comercio Exterior y Turismo contribuyen a forjar una sociedad con cultura exportadora, conciencia turística, con mejores niveles de empleo, mejor distribución de ingresos, mejores condiciones para exportadores y mayor acceso a mercados, gracias a la facilitación del comercio exterior, la promoción del turismo y artesanía, la inteligencia comercial, el liderazgo y la articulación eficiente con los sectores económicos y gubernamentales.

Misión:

“Es el agente articulador, organizado, eficiente y generador de confianza en el sector privado, que lidera la acción la acción del estado en Comercio Exterior, Turismo y Artesanía”, (GOREMAD, 2017) orientado a:

- ❖ Optimizar y aprovechar las condiciones de accesos a los mercados internacionales de los bienes y servicios regionales.
- ❖ Promover la competitividad descentralización, sostenibilidad, sustentabilidad y diversificación de la oferta exportadora, turística y artesanal.
- ❖ Promover el posicionamiento internacional de la imagen de la región en los ámbitos de su competencia.
- ❖ Su capital humano promueve los valores culturales Nacionales, así como la cultura exportadora.

La Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) Puerto Maldonado (GOREMAD, 2017), Tiene las siguientes funciones generales.

Comercio

- Fortalecimiento y seguimiento de actividades del CERX "Comité Regional de Exportaciones" para su consolidación.
- Otorgamiento de clase y categoría a Hospedajes, Restaurantes y Agencias de Viaje y turismo.
- Capacitación en Calidad de Servicios Turísticos.
- Actividades de sensibilización en Cultura Turística, ESNNA.
- Suscripción de códigos de conducta con operadores turísticos y entrega de placas distintivas
- Realización de viaje de familiarización y presstour.
- Workshop "Naturaleza y Biodiversidad Puerto Maldonado"
- Actualización y ejecución del "Plan Regional de Comercio Exterior"-PERX,
- Participación en Ferias Regionales e Interregionales para la Identificación de Oportunidades Comerciales
- Fomentar la cultura exportadora.
- Asesoramiento y asistencia técnica en materia de Comercio Exterior

Turismo

- ✓ Gestionar Asistencia Técnica-PER
- ✓ Retomar el PERTUR
- ✓ Reactivación del Comité Consultivo Regional de Turismo
- ✓ Desarrollo de actividades de seguridad turística con la Red de protección al turista.

Artesanía

- ✓ Implementación de Stand de Artesanías en el Embarcadero Turístico.
- ✓ Firma del Convenio para la Creación del Centro de Recepción Turística, Información, Contactos y Oportunidades de Negocios.
- ✓ Participación de Artesanos en Ferias Nacionales.

Actividades realizadas por DIRCETUR 2017-2018

La DIRCETUR está conformada por tres subdirecciones y cada una de ellas desarrollan acciones de planificación, promoción y desarrollo para que así contribuyan en el logro de un mejor posicionamiento del departamento de Madre de Dios, como destino turístico y que de tal forma se logren la exportación de los productos regionales.

A continuación, las actividades realizadas en el año 2017 por cada sub dirección:

Subdirección de Turismo

- a. Taller de Manipulación de alimentos:** Realizado los días 6, 7 y 8 de noviembre del año 2017 dirigido a emprendedores que brindan el servicio de alimentación, con el objetivo de que puedan manipular alimentos con higiene en el que se beneficiaron 34 personas.

- b. Taller de atención al cliente:** Se realizó los días 15, 16 y 17 de noviembre del año 2017, dirigido a emprendedores que brindan el servicio de Alimentación durante la llegada del Papa con el objetivo de brindar un buen servicio a los visitantes nacionales y extranjeros en el que se benefició a 29 personas.

- c. Taller de atención al cliente:** Realizado los días 15, 16 y 17 de noviembre del año 2017, dirigido a emprendedores que brindan el servicio de hospedaje durante la llegada del Papa en el que se benefició a 17 personas.

- d. Técnicas de Administración de Compras y Almacén:** Se realizó del 3 al 14 de julio del año 2017 dirigido a restaurantes se realizó en la Cámara de Comercio de Madre de Dios con el objetivo de dar técnicas en compras y almacén de tal manera que optimicen sus

recursos en el que se benefició 15 personas.

- e. **Gestión de Housekeeping:** Ejecutado del 10 al 21 de julio del año 2017 dirigido a hospedajes, evento que se realizó en la Cámara de Comercio de Madre de Dios con el objetivo de implementar técnicas de limpieza y arreglo de habitación, en el que asistieron 15 personas.
- f. **Técnica de Transportistas:** Fue realizada del 1 al 3 de agosto del año 2017 dirigida a transportistas se realizó en la Cámara de Comercio de Madre de Dios con el objetivo de mejorar el buen servicio, asistiendo 10 personas.
- g. **Manipulación Alimentos (Iberia).** Actividad realizada del 9 al 11 de agosto del año 2017 dirigido a los restaurantes y población en general de Iberia con el objetivo de que puedan aplicar técnicas de higiene y sanitizar para el expendio de alimentos, en el que asistieron 10 personas.
- h. **Manipulación de alimentos (Iñapari).** Evento realizado desde 15 al 17 de agosto del año 2017 dirigido a restaurantes y población en general de Iñapari con el objetivo de que puedan aplicar técnicas de higiene y sanitización durante el expendio de alimentos, asistieron 10 personas.
- i. **Taller en Ingeniería del Menú y diseño de carta.** Realizado del 19 de junio al 30 de junio del año 2017 constando de clases teóricas (en la cámara de comercio de Madre de Dios) y practicas (Restaurant Carrión 322). Siendo un total de 30 participantes.

2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

El Estado: Es la organización política de una comunidad social común, en un determinado Territorio de una nación, es decir que cuentan con una estructura de poderes administrativo propios de un determinado lugar que se asienta sobre- un determinado territorio y población.

Desarrollo Turístico Sostenible: La Unión Mundial para la Naturaleza, UICN (OMT, 1993) sostiene: “El desarrollo sostenible es un proceso que permite que se produzca el desarrollo sin deteriorar y agotar los recursos que lo hacen posible. Se logra, gestionando los recursos” de forma sostenible el tiempo y espacio. De esta forma, “los recursos podrán seguir manteniendo a las generaciones presentes y futuras” (SAZ GIL, 2010, pág. 13)

Inversión pública: “uso de recursos económicos para adquirir bienes y servicios en el bien del desarrollo de actividades que permitan incrementar el patrimonio de las instituciones entidades para así poder crear, ampliar, mejorar, modernizar, reponer o reconstruir el aparato productor de bienes” (MEF, 2007) o servicios del Estado. Se expresa en los proyectos de inversión pública ejecutados en diversos sectores de la población. "La inversión pública tiene iniciativas con el propósito de contribuir a reducir la deficiencia de algún tema social como por ejemplo la deficiencia en educación (cobertura escolar, infraestructura, etc.), en salud (niveles y calidad de la atención, medicinas)” “en suministros de agua potable y electricidad, de oferta de infraestructura de transporte vial (urbana, interurbana, caminos rurales productivos) entre otras tantas necesidades” (MEF, 2007, pág. 195).

Producto Turístico: “Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores. Simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística” (Finanzas, 2011, pág. 16).

Mercado Turístico: El mercado turístico es el lugar donde comercializan los productos y servicios ofertados ya sean a turistas, empresas y/o otros. Siempre relacionados netamente al turismo. Siendo los motivos por negocios, recreación, trabajo, estudios o por cualquier otra razón.

Es la agrupación de bienes y servicios que son puestos a disposición de un usuario hacia un consumidor o comprador.

Servicio: Son las actividades que en conjunto solo buscan la satisfacción y necesidad de un determinado cliente. Estos servicios pueden incluir diversidades o conjunto de actividades que van de acorde a la solicitud del usuario.

Destino turístico: Es el área geográfica, zona o espacio determinado, que está ubicada en un lugar alejado y que además es visitado por los turistas, esta área además cuenta con rasgos propios del lugar como el clima, flora, fauna, infraestructura y servicios que hacen diferente a cada lugar y único. De tal forma que la concurrencia por los turistas es notoria y generando ingresos al destino o lugar.

Gobierno local o municipalidad: Es la organización que se encargará de una administración de un determinado lugar, espacio, pueblo o una ciudad. Esta organización está compuesta por autoridades que dirigirán un determinado lugar, asimismo quien lo dirige es el alcalde y sus regidores o concejales, Además serán quienes tendrán el deber de velar por los intereses de un municipio en los asuntos públicos, gestionando con total autonomía los intereses de un pueblo únicamente en beneficio y para el desarrollo de dicho lugar.

Hospedaje: Es el lugar donde una o varias personas se alojan y/o hospedan una o varias noches a cambio de una tarifa o puede ser gratuito, esto dependerá de quien sea el receptor y del lugar en donde se dará el hospedaje, ya que puede ser en un hotel, una posada, una casa, etc.

Albergue Turístico: Es el lugar donde los turistas nacionales o internacionales que llegan de diferentes lugares, pernoctan por uno o varios días, y que en su mayoría realizarán actividades programadas por el lugar durante su estancia. Esto permite a los turistas pernoctar en las instalaciones de dicho albergue el tiempo establecido en sus paquetes. Así mismo la cantidad de hospedados dependerá de la programación establecida.

Gestión: Es la acción de administrar, manejar correctamente los recursos que dispone una determinada organización. Así como tramitar gestionar para concretar o de resolver alguna situación o de materializar un proyecto, o dichos asuntos pendientes de quien realice el gestionamiento. Empresa pública, privada, etc., y de dirigir y /u organizar una determinada situación, para resolver.

Desarrollo Turístico: El desarrollo del turismo ha generado demanda de servicios, así como de bienes, desarrollándose impulsos para que haya más crecimiento y de esa forma se contribuya ya sea directa e indirectamente en el desarrollo económico de una región y a generar empleos también.

Esto implica que el desarrollo debe efectuarse de una manera muy sostenible sin afectar o que traiga consecuencias negativas.

Teniendo como uno de los objetivos la erradicación de la pobreza a través de un turismo sostenible, siempre conservando tal cual nuestras culturas y costumbres ancestrales, así como el medio

ambiente, la promoción del turismo en la región, la generación de empleo y puestos de trabajo.

Operadores Turísticos: Existen variedades de servidores en el campo del turismo, que ofrecen sus servicios para ofrecer así un servicio de calidad a los visitantes a nuestra región. Sancho (2000, pág. 55) define a “Los operadores en Turismo como aquellos agentes que participan en la actividad en la actividad Turística, generalmente, en calidad de intermediarios entre el consumidor final”

CAPITULO III: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

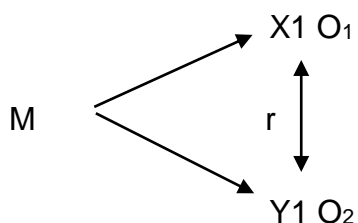
3.1 TIPO DE ESTUDIO

De acuerdo al fin que se persigue esta investigación es: APLICADA.

Murillo (2008) afirma que: “recibe el nombre de investigación *práctica* o *empírica*, que se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, después de implementar y sistematizar la práctica basada en investigación”. El uso del conocimiento y los resultados de investigación que da como resultado una forma rigurosa, organizada y sistemática de conocer la realidad”.

3.2 DISEÑO DE ESTUDIO

- a. **NO EXPERIMENTAL:** El diseño metodológico es: *no experimental*, ya que la investigación se realizó, sin que el investigador manipule ninguna variable. Se define a la investigación no experimental como: “aquel estudio que se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos” (Hernández, 2010, pág. 35).
- b. **CUANTITATIVO:** Este trabajo es de metodología *cuantitativo*: puesto que los resultados estarán fundados en mediciones.
- c. **DESCRIPTIVO:** El presente trabajo asume el diseño *descriptivo - correlacional*, de corte transversal, entendida como que tienen por 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, sean éstas puramente correlacionales. Siendo el Figura el siguiente:



Dónde:

M: Muestra de Estudio

O1: Observación a la variable 1: Gestión de la DIRCETUR

O2: Observación a la variable 2: Desarrollo de la actividad turística.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1 Población:

La población está compuesta por los operadores turísticos registrados activos en DIRCETUR, según el cumplimiento de las normas establecidas en la ciudad de Puerto Maldonado.

Tabla 1: Distribución de la Población

OPERADORES TURÍSTICOS	POBLACIÓN
Hospedajes	40
Agencias de viaje	41
Albergues	7
Restaurant	51
TOTAL	139

Fuente: DIRCETUR 2017

3.3.2 Muestra

Hernández et al (2010) menciona que “La muestra es un subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de ésta, y puede ser probabilística o no probabilística”.

La muestra para esta investigación se calculó a través del muestreo probabilístico aleatorio simple y estratificado

La muestra participante está conformada por 60 operadores turísticos registrados activos en DIRCETUR, según el cumplimiento de las normas establecidas en la ciudad de Puerto Maldonado. Siendo la población finita y la variable en estudio categórica, aplicaremos la siguiente formula:

$$n_0 = \frac{Z^2 N . p . q}{(N - 1) E^2 + Z^2 . p . q}$$

n_0 = Tamaño de la muestra inicial

N = Población = 139

Z = Nivel de confianza (Dist. Normal) = 1.96

E = Error permitido ($\alpha = 5\%$) = 0.05

p = Probabilidad de éxito = 0.5

q = Probabilidad de fracaso = 0.5

Remplazando valores:

$$n_0 = \frac{(1.96)^2 (139) (0.5) (0.5)}{(139 - 1) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5)} = 102.3$$

Como el factor de corrección es superior al 0.05 (nivel de significancia)

$$n = \frac{102.3}{1 + \frac{(102.3 - 1)}{139}} = 59.16$$

$n = 60$ Operadores

Tabla 2 : Distribución de la muestra

OPERADORES TURÍSTICOS	POBLACIÓN
Hospedajes	17
Agencias de viaje	18
Albergue	3
Restaurant	22
TOTAL	60

Fuente – DIRCETUR -2017

3.4 MÉTODOS Y TÉCNICAS

3.4.1. Técnica de recolección de datos:

Encuesta: La técnica usada es la *encuesta* mediante la cual se recabó información a través de fichas de consulta.

La encuesta: “Representa el conjunto de recursos y actividades que transforman elementos de entrada en elementos de salida con la finalidad de recopilar, organizar y analizar información, por lo que para este tipo de investigación se hará uso de la técnica denominada: Encuesta” (León y Montero, 2003).

Investigación documental: Se apoya en la recopilación de antecedentes a través de documentos gráficos formales e informales, cualquiera que éstos sean, donde el investigador fundamenta y complementa su investigación con lo aportado por

diferentes autores. Los materiales de consulta suelen ser las fuentes bibliográficas, iconográficas, fonográficas y algunos medios magnéticos. Para ello, se solicitó información de la DIRCETUR para verificar los Planes operativos institucionales y las alianzas que desarrollan para promocionar el destino y las capacitaciones establecidas durante el año.

3.4.2. Instrumento de recolección de datos

Se usó como instrumento el cuestionario

a. Cuestionario:

El cuestionario de este trabajo es un instrumento que consta de 38 preguntas, las mismas que fueron diseñadas en función de los indicadores de cada variable. Al cuestionario se le buscará dar validez y confiabilidad.

De acuerdo con León y Montero (2003), *el cuestionario* “consiste en una serie de preguntas y otras indicaciones con el propósito de obtener información de los consultados”.

El cuestionario, La entrevista, La encuesta. La observación directa. De acuerdo a la investigación realizaremos entrevista al personal de la DIRCETUR y aplicaremos encuestas a los actores turísticos para medir la percepción sobre el desarrollo del turismo y como las autoridades contribuyen a la actividad turística.

Para la presente investigación se hará uso de dos cuestionarios: **Primer Cuestionario de Gestión**, compuesto por 30 ítems con una escala tipo Likert de 4 elementos (Muy bueno, Bueno, malo, muy malo), cada uno de ellos con su respectivo índice (3, 2,1 y 0).

Segundo Cuestionario Desarrollo de la actividad turística está compuesto por 30 preguntas, con una escala tipo Likert de

4 elementos (Muy bueno, Bueno, malo, muy malo), cada uno de ellos con su respectivo índice (0, 1, 2 y 3).

b. Validez

Bernal (2010), señala que la validez se refiere a que una encuesta o un instrumento estadístico mida lo que tiene que medir. No basta con que la muestra sea representativa.

Carrasco (2007), afirma: “este atributo de los instrumentos de investigación consiste en que estos miden con objetividad, precisión, veracidad y autenticidad aquello que se desea medir de la variable o variables en estudio”, (p.336).

La validez le dará el juicio de expertos conformados por 3 profesionales del área específica, los mismos que se mencionan

Tabla 3: Validación del instrumento

EXPERTO	VALIDACIÓN	CALIFICACIÓN
Experto 1.	Validez de forma, contenido y estructura.	Muy bueno.
Experto 2.	Validez de forma, contenido y estructura.	Muy bueno.
Experto 3.	Validez de forma, contenido y estructura.	Muy bueno.

a) Confiabilidad

La confiabilidad del instrumento se conseguirá haciendo uso del estadístico adecuado según el tipo de cuestionario.

Bernal (2010), señala que es necesaria para garantizar la validez y precisión del análisis estadístico. Esto es esencial, ya que genera confianza en el análisis estadístico y en los resultados obtenidos. Para ello se debe considerar la siguiente escala:

Tabla 4 : Escala de medición de confiabilidad

Coeficiente	Relación
0.00 a +/- 0.20	Muy baja
-0.2 a 0.40	Baja o ligera
0.40 a 0.60	Moderada
0.60 a 0.80	Marcada
0.80 a 1.00	Muy alta

La confiabilidad del instrumento para las *variables Gestión y Desarrollo de la actividad turística* se realizó con el estadístico del Alfa de Cronbach, la prueba piloto se realizó considerando el 20% de los operadores del DIRCETUR Puerto Maldonado obteniendo el resultado siguiente:

Tabla 5 : Estadísticas de fiabilidad

Instrumentos	Alfa de Cronbach	N° de Elementos
Cuestionario Gestión de la DIRCETUR	0,806.	30
Cuestionario Desarrollo de la actividad turística.	0,876.	30

Fuente: Base datos

1.1. Método de análisis de datos

Para mostrar los resultados obtenidos, se trabajó con tablas de frecuencias, porcentajes y gráficos de barras, elementos que ayudaron a ver descripciones y posible relación entre las variables de estudio y según el resultado de significancia de la prueba de normalidad se utilizó la prueba de correlación r de Spearman. a fin de comprender a

profundidad la información para luego articularlos con las variables y las hipótesis planteadas. Ello servirá de base para elaborar las conclusiones y las recomendaciones respectivas.

Test de rho de Spearman

El coeficiente de correlación de Spearman, ρ (rho) es una medida de la correlación (la asociación o interdependencia) entre dos variables aleatorias (tanto continuas como discretas). Para calcular ρ , los datos son ordenados y reemplazados por su respectivo orden.

El estadístico ρ viene dado por la expresión:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum D^2}{N(N^2 - 1)}$$

Donde:

D es la diferencia entre los correspondientes estadísticos de orden de x - y. N es el número de parejas de datos.

Se tiene que considerar la existencia de datos idénticos a la hora de ordenarlos, aunque si éstos son pocos, se puede ignorar tal circunstancia.

Debemos tener en cuenta que el coeficiente rho de spearman puede variar de -1,00 a +1,00 donde:

Tabla 6 : Nivel de medición de las variables

Intervalos	Interpretación
-1,00	Correlación negativa perfecta (A mayor X, menor Y", de manera proporcional. Es decir, cada vez que X aumenta una unidad, Y disminuye siempre una cantidad constante.) Esto también se aplica "a menor X, mayor Y".
-0,90	Correlación negativa muy fuerte
-0,75	Correlación negativa considerable
-0,50	Correlación negativa media
-0,25	Correlación negativa débil
-0,10	Correlación negativa muy débil
0,00	No existe correlación alguna entre las variables
0,10	Correlación positiva muy débil
0,25	Correlación positiva débil
0,50	Correlación positiva media
0,75	Correlación positiva considerable
0,90	Correlación positiva muy fuerte
1,00	Correlación positiva perfecta ("A mayor X, mayor Y" o "a menor X, menor Y", de manera proporcional. Cada vez que X aumenta, Y aumenta siempre una cantidad constante.)

Fuente: Hernández *et al* (2010).

CAPITULO IV: RESULTADOS

4.1. Resultados de descriptivos:

Tabla 7 : Escala de interpretación de la puntuación promedio por variable

Alternativas del Instrumento	Promedio		Alternativas de Interpretación
Muy bueno	67.50	90.00	Muy alto
Bueno	45.00	67.50	Alto
Malo	22.50	45.00	Bajo
Muy malo	0.00	22.50	Muy bajo

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8: Escala de interpretación de la puntuación promedio por dimensión

Alternativas del Instrumento	Promedio		Alternativas de Interpretación
Muy bueno	22.50	30.00	Muy alto
Bueno	15.00	22.50	Alto
Malo	7.50	15.00	Bajo
Muy malo	0.00	7.50	Muy bajo

Fuente: Elaboración propia

4.1.1. Resultados porcentuales de las variables: *Gestión de*

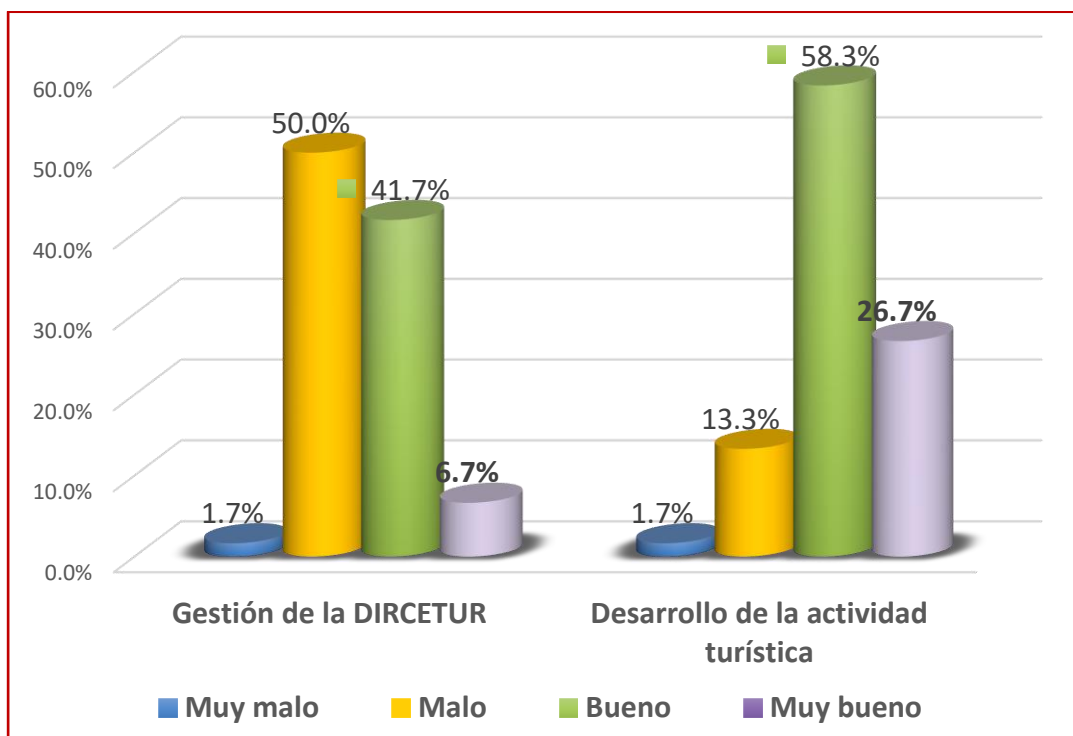
la DIRCETUR y Desarrollo de la actividad turística

Tabla 9: Distribución porcentual de las variables *Gestión de la DIRCETUR* y *Desarrollo de la actividad turística* por categoría.

Categoría	Gestión de la DIRCETUR		Desarrollo de la actividad turística	
	Frecuencia	Porcentaje válido	Frecuencia	Porcentaje válido
Muy malo	1	1.7%	1	1.7%
Malo	30	50.0%	8	13.3%
Bueno	25	41.7%	35	58.3%
Muy bueno	4	6.7%	16	26.7%
Total	60	100.0%	60	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 1: Distribución porcentual de las variables *Gestión de la DIRCETUR* y *Desarrollo de la actividad turística* por categoría.



Análisis e Interpretación:

En la tabla N° 09 y figura N° 01, respecto a la distribución porcentual de la variable *Gestión de la DIRCETUR* desde la perspectiva de los operadores turísticos de Puerto Maldonado Madre de Dios se tiene que:

1. La mitad (50.0%) de los operadores turísticos encuestados consideran que la gestión es **malo**.
2. El resto casi la otra mitad (41.7%) consideran a la gestión como **bueno**.
3. Unas minorías (6.7%) lo consideran **muy bueno** y otras (1.7%) **muy malo**.

Respecto a la variable **desarrollo de la actividad turística**:

1. Más de la mitad (58.3%) de los operadores encuestados lo consideran **bueno**.
2. Algo más de un cuarto de encuestados (26.7%) lo consideran como **muy bueno**.
3. Una minoría (13.3%) lo consideran **malo** y la otra (1.7%) **muy malo**.

De esto, podemos concluir que una prudente mayoría de operadores turísticos (58.3%) consideran que el desarrollo de la actividad turística **es bueno**, lo que significa que se debe seguir mejorando en todos los ámbitos de fomento turístico.

Análisis cualitativo:

La Dirección de Comercio Exterior y Turismo, dentro del Plan Operativo 2017, considera un total de 67 actividades programadas de los cuales más de las $3^{1/4}$ partes (79.1 %) se cumplieron satisfactoriamente, mientras que una menor proporción (20.9%) no se cumplieron en su totalidad.

Actividades que la Dirección de Comercio Exterior y Turismo, debería considerar prioritaria para el cumplimiento de sus metas institucionales son las siguientes:

1. Reactivación del comité consultivo regional de turismo,
2. suscripción de códigos de conducta con operadores turísticos,

3. implementación de stand de artesanías en el embarcadero,
4. participación de artesanos en ferias nacionales.

Durante la indagación del presente trabajo pudimos confirmar la ausencia del documento de gestión, Plan Estratégico Institucional (PEI-2017) documento primordial que direcciona la gestión institucional a un horizonte temporal de corto, mediano y largo plazo.

4.1.2. Resultados descriptivos de la variable: *Gestión de la DIRCETUR* por dimensiones

Tabla 10: Distribución de la variable *Gestión de la DIRCETUR* por dimensiones según puntuación media

DIMENSIONES	N	Media	Desviación estándar	intervalo de confianza al 95%	
Instrumentos administrativos	60	10.8	3.3	9.9	11.6
Alianzas estratégicas	60	9.8	5.0	8.5	11.1
Proyectos e inversión de productos turísticos	60	4.3	3.3	3.5	5.2
Gestión de la DIRCETUR	60	24.9	9.5	22.5	27.3

Fuente: Elaboración propia

Análisis e Interpretación:

En la tabla 10, se observa la puntuación media alcanzada en las siguientes variables:

- a. La variable *Gestión de la DIRCETUR* obtuvo 24.9 puntos que corresponde a la categoría ***Mala gestión*** (ver Tabla 7),
- b. La variable *instrumentos administrativos* alcanzó una puntuación de

10.8 que se ubica en la categoría **malos instrumentos administrativos** (ver Tabla 8).

- c. La dimensión *Alianzas estratégicas* alcanzó una puntuación de 9.8 que se ubica en la categoría **malas alianzas estratégicas** (Tabla 8).
- d. La dimensión *proyectos e inversión de productos turísticos* alcanzó una puntuación de 10.8 que se ubica en la categoría **muy malo** (Tabla 8).

Análisis cualitativo:

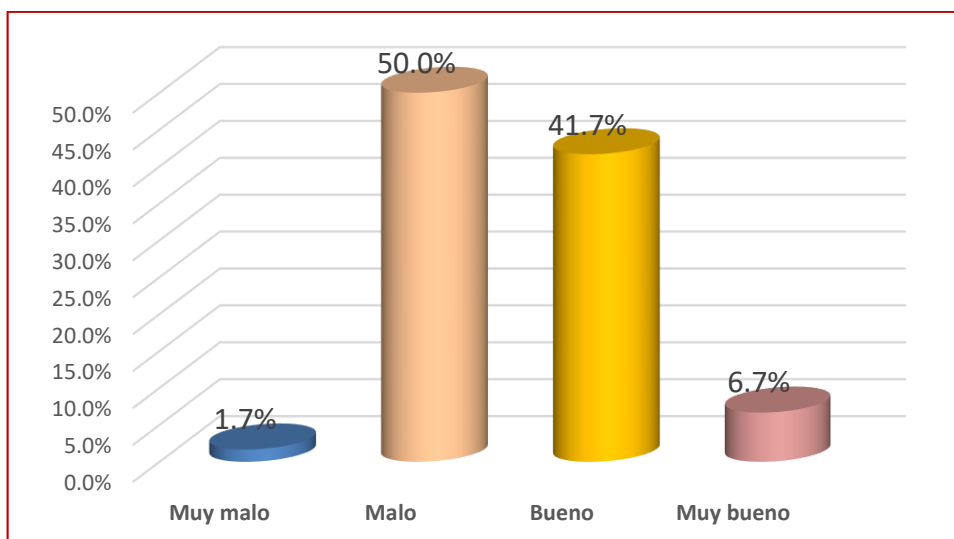
Los documentos de gestión son de vital importancia para la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, pero a la fecha carecen de actualización y en muchos casos no existen. El incumplimiento de ello conduce a una deficiente gestión.

Tabla 11: Resultados porcentuales de la variable *Gestión de la DIRCETUR* por categorías.

Categorías	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy malo	1	1.7%	1.7%
Malo	30	50.0%	51.7%
Bueno	25	41.7%	93.3%
Muy Bueno	4	6.7%	100.0%
Total	60	100.0%	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 2: Resultados porcentuales de la variable *Gestión de la DIRCETUR*



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 11 y Gráfico 2, se puede observar que:

1. La mitad (50%) de los operadores turísticos manifiestan que la *gestión de DIRCETUR* es **mala**
2. Casi la otra mitad (41,67%) manifiesta que la gestión es **buena**,
3. Una minoría (6.67%) consideran que **es muy bueno** y otra (1,67%) que es **muy malo**.
4. Por lo tanto, la mayoría de los operadores turísticos coinciden que la gestión de DIRECTUR es **mala** debido a que la gestión no alcanza hacia todos los actores turísticos.

Análisis cualitativo

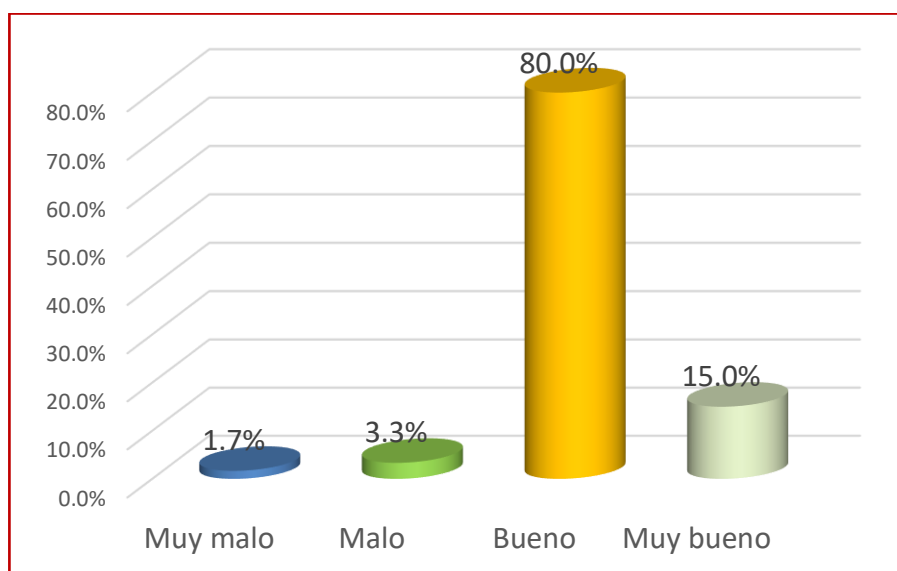
Los resultados que reflejados en la tabla 11, se deberían a que la DIRCETUR no cuenta con los documentos de gestión, como el plan estratégico, lo cual daría como resultado el porcentaje obtenido de una **mala gestión**, así mismo cabe resaltar que el bajo presupuesto recibido, por parte del estado, es insuficiente para desarrollar al 100 % de su gestión.

Tabla 12: Resultados porcentuales de la dimensión Instrumentos administrativos por categoría.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy malo	1	1.7%	1.7%
Malo	2	3.3%	5.0%
Bueno	48	80.0%	85.0%
Muy bueno	9	15.0%	100.0%
Total	60	100.0%	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 3: Resultados porcentuales de la dimensión instrumentos administrativos



Fuente: Elaboración propia

Según la Tabla 12 y Gráfico 3, se puede observar que:

1. La mayoría (80%) de los operadores turísticos indican que los instrumentos administrativos son **buenos**.
2. Un menor porcentaje (15%) indica que es **muy bueno**,
3. Unas minorías (3,33%) indican que es **malo** y (1,67%) **muy malo**.
4. Por lo tanto, la mayoría de los operadores turísticos resaltan la

importancia de contar con instrumentos administrativos tales como MOF, ROF, PEI.

Análisis cualitativo:

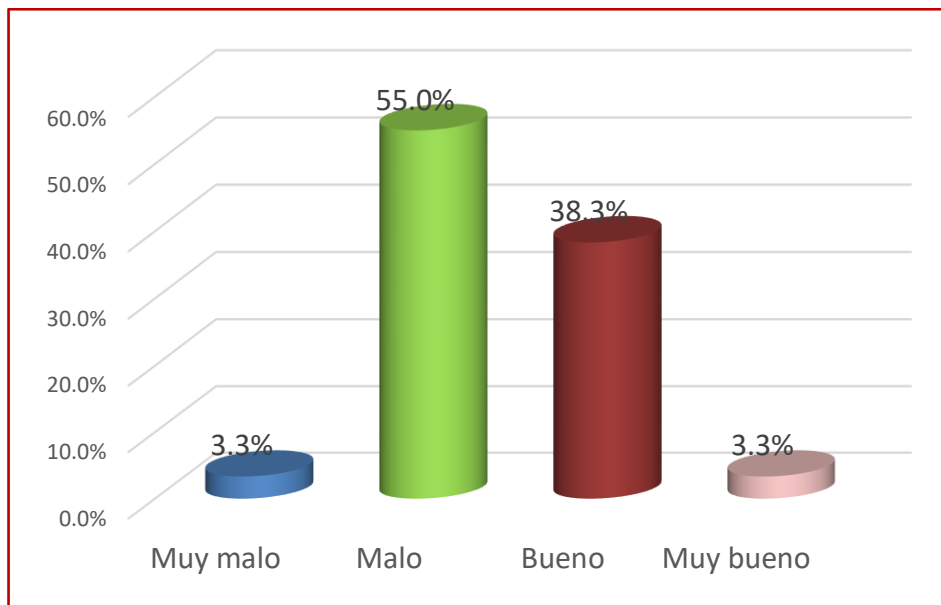
Siendo los instrumentos administrativos de mucho interés para la gestión de Turismo, así mismo no se halló información completa, y que además primordial para dirigir y hacer el trabajo de una buena gestión. Realizándose actividades que no estaban establecidas en el POI 2017.

Tabla 13: Resultados porcentuales de la dimensión *Alianzas estratégicas* por categorías.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy malo	2	3.3%	3.3%
Malo	33	55.0%	58.3%
Bueno	23	38.3%	96.7%
Muy bueno	2	3.3%	100.0%
Total	60	100.0%	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 4: Resultados generales de la dimensión Alianzas estratégicas



Fuente: Elaboración propia

Según la Tabla 13 y Gráfico 4, se puede observar que:

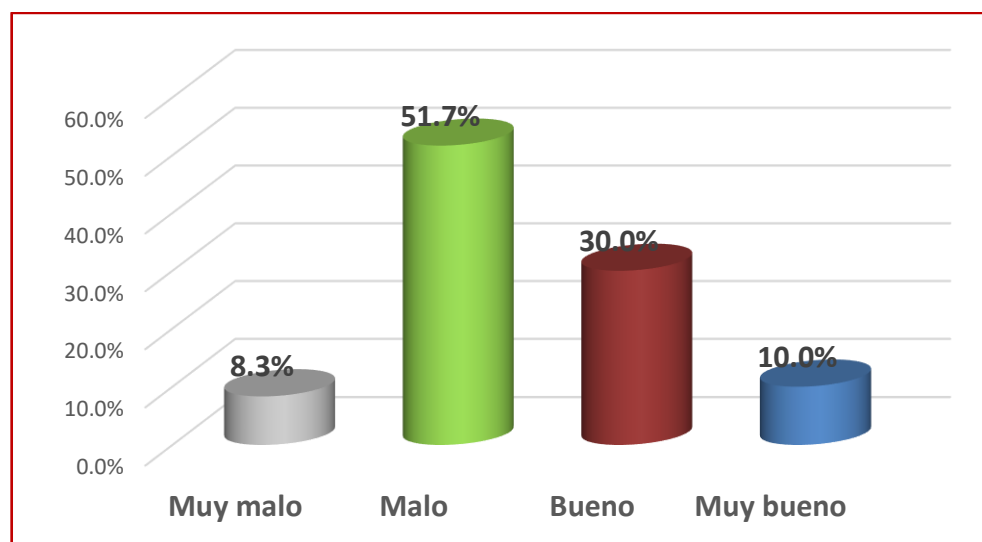
1. Algo más de la mitad (55%) de los operadores turísticos dan a conocer que las **alianzas estratégicas** de la DIRCETUR son **malos**.
2. Algo más de la 3era parte (38.33%) afirman que las alianzas son algo **bueno**.
3. Una minorías (3,33%) consideran que es **muy malo** y **muy bueno**, por lo tanto.
4. Por lo tanto la mayoría de los operadores turísticos consideran que las alianzas estratégicas de la DIRCETUR son **malos**.

Tabla 14: Resultados generales de la dimensión *proyectos e inversión de productos turísticos* por categorías

Categoría.	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy malo	5	8.3%	8.3%
Malo	31	51.7%	60.0%
Bueno	18	30.0%	90.0%
Muy bueno	6	10.0%	100.0%
Total	60	100.0%	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 5: Resultados generales de la dimensión *proyectos e inversión de productos turísticos*



Fuente: Elaboración propia

Según la Tabla 14 y Gráfico 5, se puede observar que:

1. Algo más de la mitad (51,67%) de los operadores turísticos manifiestan que los *proyectos de inversión* como productos turísticos son *malos*.
2. Una 3era parte (30%) consideran que son *buenos*.

3. Una minoría (10%) consideran es **muy bueno** y otra (8,3%) que es **muy malo**.
4. Por lo tanto, la mayoría de los operadores turísticos consideran que los proyectos e inversiones de productos turísticos tales como ferias, congresos, talleres, etc. son malos; esto demanda un reto para la entidad que promueve estas actividades con fines de mejora.

4.1.3. Resultados descriptivos de la variable: **Desarrollo de la actividad turística.**

Tabla 15: Distribución de la variable Desarrollo de la actividad turística por dimensiones según puntuación media

DIMENSIONES	N	Media	Desviación estándar	intervalo de confianza al 95%	
Oferta	60	17.5	4.0	16.4	18.5
Competitividad	60	26.7	5.8	25.2	28.2
Promoción	60	14.7	3.5	13.8	15.6
Desarrollo del turismo	60	58.9	11.5	55.9	61.8

Fuente: Elaboración propia

Análisis e Interpretación: En la tabla 15, se observa lo siguiente:

1. La variable **Desarrollo de la actividad turística** tuvo una media de 58.9 puntos, ubicándose en la categoría de **Buena** (ver Tabla 15).
2. La dimensión **Oferta** alcanzó una puntuación media de 17.5 puntos, que lo ubica en la categoría **buena** (Tabla 15).
3. La dimensión **Competitividad** alcanzó una puntuación media de 26.7 que lo ubica en la categoría **muy buena** (Tabla 15).
4. La dimensión **Promoción** alcanzó una puntuación media de 14.7 que la ubica en la categoría de **mala** (Tabla 15).

Análisis cualitativo:

El desarrollo de las actividades de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo durante la gestión, realizó la siguiente serie de actividades:

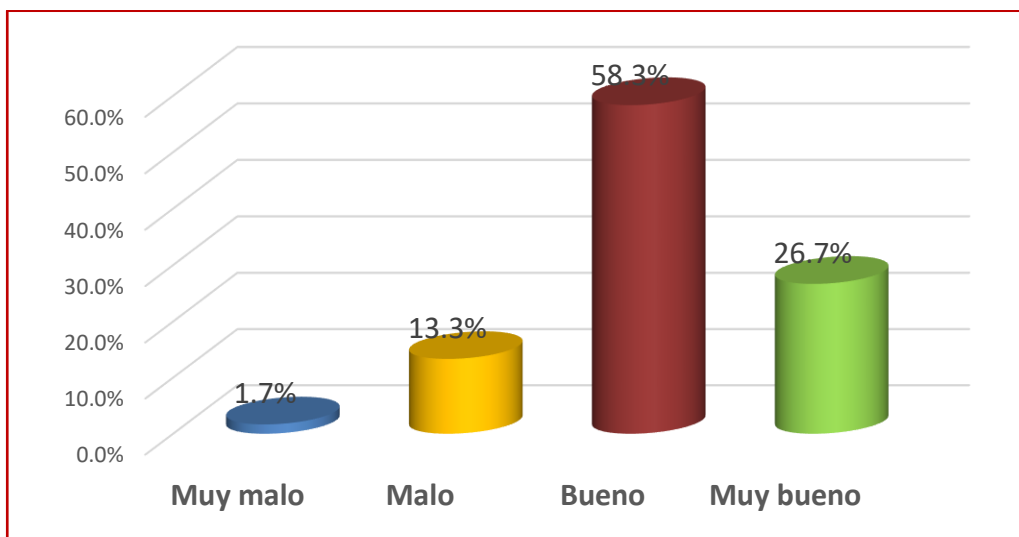
1. Capacitaciones en calidad de servicios turísticos, cumpliéndose en un 450 %.
2. Sensibilizaciones cultura turística, ESNNA, cumpliéndose en un 100%.
3. Ferias Regionales e Interregionales para la identificación, cumpliéndose en un 150 %.
4. Workshop, cumpliéndose en un 100%, (datos validados en los anexos) dichas actividades han sido realizadas al 100%.
5. Además de ellas se realizaron otras actividades no establecidas en el cronograma.

Tabla 16: Resultados porcentuales de la variable *Desarrollo de la actividad turística* por categorías.

Categorías	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy malo	1	1.7%	1.7%
Malo	8	13.3%	15.0%
Bueno	35	58.3%	73.3%
Muy bueno	16	26.7%	100.0%
Total	60	100.0%	200.0%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 6: Resultados porcentuales de la variable desarrollo de la actividad turística.



Fuente: Elaboración propia

Según la Tabla 16 y Gráfico 6, se puede observar que:

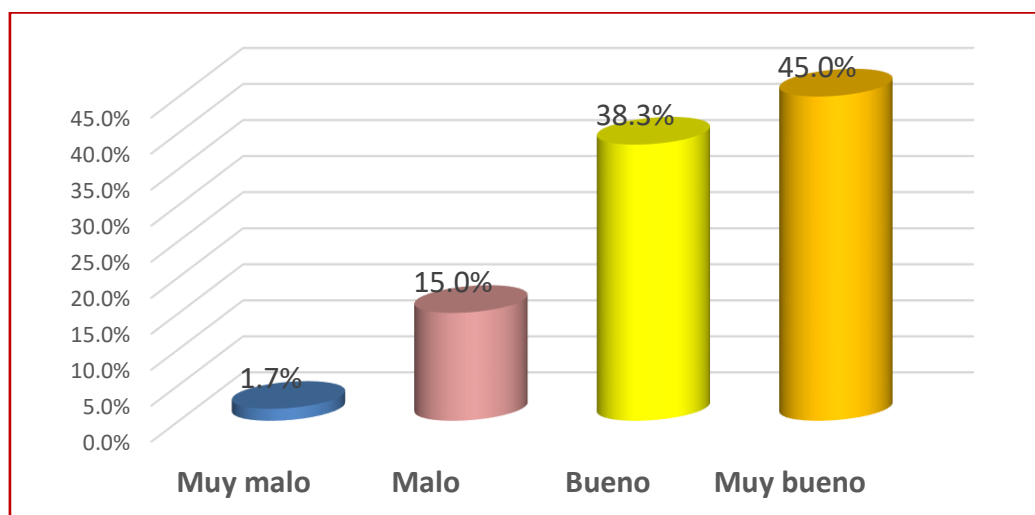
1. Más de la mitad (58.33%) de los operadores turísticos indican que el desarrollo de la actividad turística es **bueno**.
2. Algo mas de un cuarto de ellos (26.67%) afirman que es **muy bueno**.
3. Una minoría (13.33%) afirman que **es malo** y solamente un pequeña (1.67%) indican que es **muy malo**.
4. Por lo que, la mayoría de los operadores turísticos consideran que el desarrollo de actividades turísticas **es bueno**.
5. Esto significa que a mayor demanda y mejora de actividades turísticas se obtendrá mejores resultados.

Tabla 17: Resultados porcentuales de la dimensión oferta por categoría

Categorías	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy malo	1	1.7%	1.7%
Malo	9	15.0%	16.7%
Bueno	23	38.3%	55.0%
Muy bueno	27	45.0%	100.0%
Total	60	100.0%	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 7: Resultados porcentuales de la dimensión oferta por Categorías



Fuente: Elaboración propia

Según la Tabla 17 y Gráfico 7, se puede observar que:

1. El 45% de los operadores turísticos dan a conocer que la oferta de productos turísticos es ***muy buena***.
2. El 38.33% que es ***es bueno***.
3. El 15% que es ***malo*** y solamente el 1.67% que es ***muy malo***.
4. Por lo tanto, la mayoría de los operadores turísticos consideran que

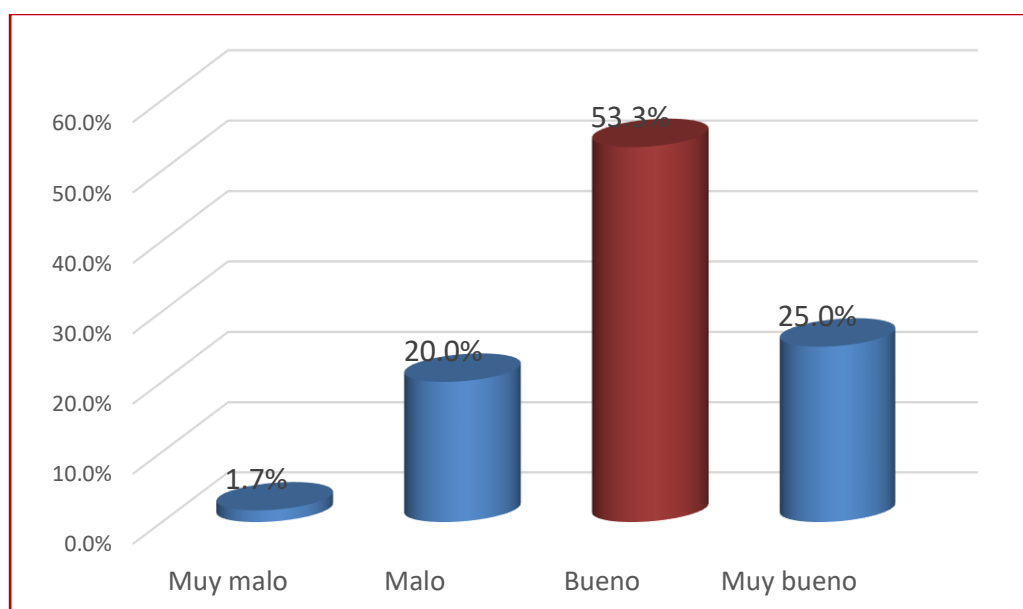
las ofertas de productos turísticos son buenos debido a que existen muchos clientes, sobre todo extranjeros que adquieren productos y se quedan satisfechos.

Tabla 18: Resultados porcentuales de la dimensión competitividad por categorías

Categorías	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy malo	1	1.7%	1.7%
Malo	12	20.0%	21.7%
Bueno	32	53.3%	75.0%
Muy bueno	15	25.0%	100.0%
Total	60	100.0%	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 8: Resultados porcentuales de la dimensión competitividad



Fuente: Elaboración propia

Según la Tabla 18 y Gráfico 8, se puede observar que:

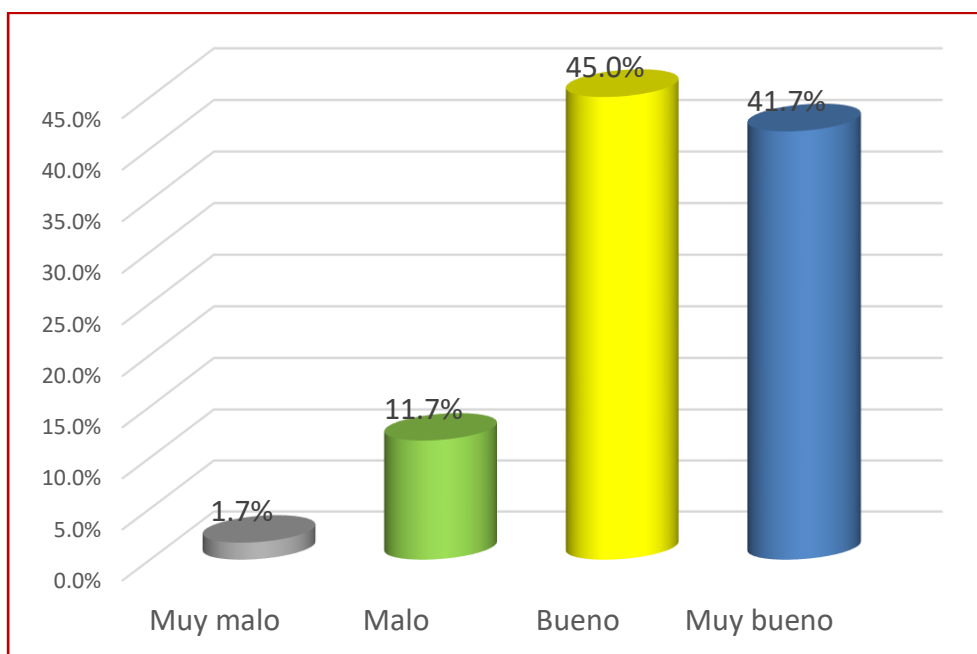
1. El 53.33% de los operadores turísticos manifiestan que la competitividad es **buena**.
2. El 25% que es **muy bueno**.
3. El 20% que es **malo** y solamente el 1.67% que es **muy malo**.
4. Por lo tanto, la mayoría de los operadores turísticos consideran que la **competitividad** es buena debido a que DIRCETUR cuenta con políticas públicas acertadas para el desarrollo competitivo de la oferta turística en la provincia de Tambopata.

Tabla 19: Resultados porcentuales de la dimensión *promoción* por categorías

Categorías	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy malo	1	1.7%	1.7%
Malo	7	11.7%	13.3%
Bueno	27	45.0%	58.3%
Muy Bueno	25	41.7%	100.0%
Total	60	100.0%	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 9: Resultados generales de la dimensión promoción



Fuente: Elaboración propia

Según la Tabla 19 y Gráfico 9, se puede observar que:

1. El 45% de los operadores turísticos manifiestan que la promoción es **bueno**.
2. El 41.67% que es **muy bueno**.
3. El 11.67% que es **malo** y solamente el 1.67% que es **muy malo**.
4. Por lo tanto, la mayoría de los operadores turísticos consideran que la promoción es **bueno** debido a que la promoción de atractivos turísticos va creciendo cada día, lo que permite ofertar la variedad de potencial turístico con el que cuenta la provincia.

4.1. Resultados inferenciales:

4.1.1. Pruebas de normalidad

Antes de realizar la prueba de hipótesis, es necesario saber que los datos recogidos, se comportan normalmente; es decir, se ajustan a la distribución, para lo cual se tendrá en cuenta lo siguiente:

1. La muestra es grande (≥ 30 individuos), en la investigación intervienen 60 operadores Turísticos, para lo cual se utilizará el estadístico de prueba de KOLMOGOROV – SMIRNOV, con los siguientes criterios:
 - a. Sig. asintótica (bilateral) $\geq \alpha$, Los datos provienen de una distribución normal.
 - b. Sig. asintótica (bilateral) $< \alpha$, Los datos no provienen de una distribución normal.

Tabla 20: Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de la DIRCETUR	,137	60	,007
Desarrollo del turismo	,098	60	,200*
Oferta	,103	60	,184
Competitividad	,113	60	,056
Promoción	,110	60	,068

Fuente: Elaboración propia

Observando la Tabla 20, el p-valor asociado al estadístico de prueba, de Kolmogorov-Smirnov (Sig. asintót. (bilateral)):

1. $\alpha = 0,007$ es menor a 0.05 para variable **gestión** de la DIRCETUR
2. $\alpha = 0,200$; es mayor a 0.05 para la variable **desarrollo** de la

actividad turística.

3. Por lo tanto, se concluye que los datos recogidos respecto a la **gestión** de la DIRCETUR y el **desarrollo** de la actividad turística tienen una distribución distinta a la normalmente, por lo tanto, se continua con el procedimiento de prueba de hipótesis utilizando el estadístico paramétrico de rho de Spearman.

4.1.2. Prueba de hipótesis general

a) Planteamiento de hipótesis

1. Ha: Existe una relación directa y significativa entre la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR y el desarrollo de la actividad turística de Puerto Maldonado 2017.
2. Ho: No Existe una relación directa y significativa entre la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR y el desarrollo de la actividad turística de Puerto Maldonado 2017.

b) Nivel de significancia

Alfa = 0.05

c) Estadístico de prueba

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum D^2}{N(N^2 - 1)}$$

Tabla 21: Correlación entre las variables Gestión de la DIRCETUR y Desarrollo de la actividad turística

			Gestión de la DIRCETUR	Desarrollo del turismo
Rho de Spearman	Gestión de la DIRCETUR	Coeficiente de correlación	1,000	,678**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
	Desarrollo del turismo	Coeficiente de correlación	,678**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).				

Fuente: Elaboración propia

d) Decisión

El análisis estadístico efectuado con el estadístico Rho de Spearman arroja una relación positiva considerable de $r = 0,678$ entre la gestión de la DIRCETUR y el desarrollo de la actividad turística. Al tenerse una significancia bilateral de 0,000 la misma que está dentro del valor permitido (0,05) se acepta la hipótesis alterna en el sentido que ***existe relación entre las variables gestión de la DIRCETUR y el desarrollo de la actividad turística.***

4.1.3. Hipótesis específica 1

a) Planteamiento de hipótesis

1. ***Ha:*** La gestión de la DIRCETUR a nivel del desarrollo de políticas contribuyen significativamente a Mejorar La oferta Turística en Puerto Maldonado.

2. **H₀**: La gestión de la DICRETUR a nivel del desarrollo de políticas no contribuyen significativamente a Mejorar la turística en Puerto Maldonado.

b) Nivel de significancia

Alfa = 0.05

c) Estadístico de prueba

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum D^2}{N(N^2 - 1)}$$

Tabla 22: Correlación entre las variables Gestión de la DIRCETUR y Oferta

			Gestión de la DIRCETUR	Oferta
Rho de Spearman	Gestión de la DIRCETUR	Coeficiente de correlación	1,000	,625**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
	Oferta	Coeficiente de correlación	,625**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).				

Fuente: Elaboración propia

d) Decisión

El análisis estadístico efectuado con el estadístico Rho de Spearman muestra una relación positiva media $\rho = 0,625$ entre la Gestión de la DIRCETUR por medio del desarrollo de políticas y la mejorar la oferta turística. Al tenerse una significancia bilateral de 0,000 la misma que está dentro del valor permitido (0,05) se acepta la hipótesis alterna en el sentido que ***la gestión de la DIRCETUR a nivel del desarrollo de políticas mejora la oferta turística.***

4.1.4. Hipótesis específica 2

a) Planteamiento de hipótesis

1. Ha: La gestión de la DIRCETUR a través de estrategias para promocionar los atractivos turísticos permite el incremento de la competitividad turística en la ciudad de Puerto Maldonado.
2. Ho: La gestión de la DIRCETUR a través de estrategias para promocionar los atractivos turísticos no permite el incremento de la competitividad turística en la ciudad de Puerto Maldonado.

b) Nivel de significancia

Alfa = 0.05

c) Estadístico de prueba

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum D^2}{N(N^2 - 1)}$$

Tabla 23: Correlación entre las variable Gestión de la DIRCETUR y la Competitividad turística

			Gestión de la DIRCETUR	Competitividad
Rho de Spearman	Gestión de la DIRCETUR	Coeficiente de correlación	1,000	,566**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
	Competitividad	Coeficiente de correlación	,566**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).				

Fuente: Elaboración propia

d) Decisión

El análisis estadístico efectuado con el estadístico Rho de Spearman arroja una relación positiva media de $\rho = 0,566$ entre la Gestión de la DIRCETUR a través de estrategias y el incremento de la competitividad turística. Al tenerse una significancia bilateral de 0,000 la misma que está dentro del valor permitido (0,05) se acepta la hipótesis alterna en el sentido que la gestión de la DIRCETUR a través de **las estrategias que desarrolla la DIRCETUR permite el incremento de la competitividad turística.**

4.1.5. Hipótesis específica 3

d) Planteamiento de hipótesis

1. **Ha:** La gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo- DIRCETUR permite el incremento de la promoción turística en la ciudad de Puerto Maldonado.
2. **Ho:** La gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo- DIRCETUR no permite el incremento de la promoción turística en la ciudad de Puerto Maldonado

e) Nivel de significancia

Alfa = 0.05

f) Estadístico de prueba

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum D^2}{N(N^2 - 1)}$$

Tabla 24: Correlación entre las variables Gestión de la DIRCETUR y la promoción turística

Correlaciones				
			Gestión de la DIRCETUR	Promoción turística
Rho de Spearman	Gestión de la DIRCETUR	Coeficiente de correlación	1,000	,678**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
	Promoción turística	Coeficiente de correlación	,678**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).				

Fuente: Elaboración propia

d) Decisión

El análisis estadístico efectuado con el estadístico Rho de Spearman arroja una relación positiva media de rho = 0,678 entre la Gestión de la DIRCETUR y el incremento de la promoción turística. Al tenerse una significancia bilateral de 0,000 la misma que está dentro del valor permitido (0,05) se acepta la hipótesis alterna en el sentido que **las estrategias que desarrolla la DIRCETUR permiten el incremento de la promoción turística.**

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

De acuerdo al objetivo general se evidenció en los resultados de la investigación que dan cuenta que el 50% de los operadores turísticos manifiestan que la gestión de DIRCETUR es malo, mientras que el 41,67% manifiesta que la gestión es bueno, el 6.7% muy bueno y solamente el 1,7% que es muy malo, en la dimensión: instrumentos administrativos. El 80% de los operadores turísticos indican que los instrumentos administrativos son buenos, el 15% indica que es muy bueno, el 3,33% malo y solamente el 1,67% que es muy malo (Tabla 12). En cuanto a la dimensión: alianzas estratégicas, el 55% de los operadores turísticos dan a conocer que las alianzas estratégicas de la DIRCETUR son malos, el 38.3% que es bueno, el 3,3% es muy malo (Tabla 13). En lo referido a la dimensión: Proyectos e inversión de productos turísticos, el 51,7% de los operadores turísticos manifiestan que los proyectos e inversión de productos turísticos son malos, el 30% que es bueno, el 10% que es muy bueno y solamente el 8,3% que es muy malo (Tabla 14). Se demostró que existe una relación positiva considerable de $r = 0,678$ entre la gestión de la DIRCETUR y el desarrollo de la actividad turística al 95% de confianza.

Al respecto Guzman, (2015) cita a Moreno (2008) que este mismo toma referencia a (Boullón, 1985) que entiende al turismo como “un movimiento espontáneo por el cual la iniciativa privada, primero, y el poder público después, fueron resolviendo las necesidades de los viajeros, al incorporar cada vez un mayor número de servicios destinados a aumentar el confort del turista y a multiplicar sus oportunidades de diversión”.

En cuanto a los resultados de la variable desarrollo de la actividad turística, en la dimensión oferta, el 45% de los operadores turísticos dan a conocer que la oferta de productos turísticos es muy bueno, el 38.33% que es bueno, el 15% que es malo y solamente el 1.67% que es muy malo (Tabla 13). En cuanto a la Competitividad, el 53.33% de los operadores turísticos manifiestan que la competitividad es bueno, el 25% que es muy bueno, el 20% que es malo y solamente el 1.67% que es muy malo (Tabla 18). Referente a la dimensión promoción, se observa que el 45% de los

operadores turísticos manifiestan que la promoción es bueno, el 41.67% que es muy bueno, el 11.67% que es malo y solamente el 1.67% que es muy malo (Tabla 19).

Los resultados de la investigación reportan una relación positiva considerable y estadísticamente significativa de $r = 0,530$ (donde $p < 0,01$) entre la gestión de la DIRCETUR y el desarrollo de la actividad turística. Esto indica que los operadores turísticos tales como albergues, hoteles y restaurantes consideran que la gestión de la DIRCETUR mejora las actividades turísticas.

Al respecto Ornes (2001, pág. 90) indica que “La evolución de las ciudades ha estado marcada por los avances que en materia social y económica fundamentalmente éstas han podido lograr, pasando de la época rural, la industrial, hasta la contemporánea o moderna, la cual no solo evidencia cada día más una concentración de la población en áreas urbanas con el consecuente intercambio cultural, sino que también la ciudad es influenciada por una fuerte tendencia hacia la dispersión o relocalización de los procesos productivos en los espacios urbanos y hacia la integración global de la dirección y la gestión de los mismos”.

Los resultados de la investigación también arrojan una relación positiva y estadísticamente significativa de $r = 0,844$ (donde $p < 0,01$) entre las políticas que desarrolla DIRCETUR y la mejorar La Competitividad Turística. Esto indica que los operadores turísticos consideran que las políticas que desarrolla la DIRCETUR mejoran la competitividad turística, es decir, gracias a la labor realizada por la DIRCETUR la actividad turística en la región de madre de Dios es uno de los destinos preferidos de los turistas.

Los resultados de la investigación también arrojan una relación positiva y estadísticamente significativa de $r = 0,919$ (donde $p < 0,01$) entre la entre las estrategias que desarrolla DIRCETUR y el incremento de la demanda Turística. Esto significa que las estrategias que desarrolla la DIRCETUR incrementan la demanda turística, es decir, DIRCETUR cada año analiza las estrategias que utilizan para ayudar a los operadores turísticos a atraer y ofertar mejores servicios turísticos.

CONCLUSIONES

1. Los resultados de la investigación reportan una relación positiva media y estadísticamente significativa entre la gestión de la DIRCETUR y el desarrollo de la actividad turística. Esto indica que los operadores turísticos tales como albergues, hoteles y restaurantes consideran que la gestión de la DIRCETUR contribuye a las actividades turísticas.
2. Los resultados de la investigación también arrojan una relación positiva media y estadísticamente significativa entre la gestión de la DIRCETUR a nivel del desarrollo de políticas y la oferta turística. Esto indica que los operadores turísticos consideran que la gestión de las políticas que desarrolla la DIRCETUR contribuyen la oferta turística.
3. Los resultados de la investigación arrojan una relación positiva media y estadísticamente significativa entre la gestión de la DIRCETUR a través de estrategias para promocionar los atractivos turísticos y el incremento de la competitividad turística. Esto indica que los operadores turísticos consideran un incremento en la competitividad turística a la oferta turística.
4. Los resultados de la investigación también arrojan una relación positiva media y estadísticamente significativa entre la gestión de la DIRCETUR y el incremento de la promoción turística. Esto indica que los operadores turísticos consideran que la gestión del ente encargado permite el incremento de la promoción turística.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - DIRCETUR siga incentivando el apoyo a los operadores turísticos a través de sus diferentes programas como charlas de capacitación, cursos de actualización en temas del servicio turístico, marketing, atención al cliente (turistas), y entre otros para fomentar el desarrollo de las actividades turísticas.
2. Se recomienda fortalecer la relación de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR con empresas privadas (Albergues, ONGs, Restaurantes Turísticos, Hoteles, Agencias de Viajes, etc.) e instituciones públicas (Universidades, Municipalidades Provinciales y Distritales, Gobierno Regional, Instituciones Educativas, etc.), con la finalidad de repotenciar la oferta en la actividad turística, entablando alianzas estratégicas y fortalecimiento de lugares históricos turísticos.
3. Recomendar a la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Madre de Dios – DIRCETUR, el mejoramiento en la difusión de los productos turísticos exportables en nuestra región y fuera del país, ofreciendo al turista nacional y extranjero, experiencias y vivencias de un turismo natural y sostenible con ello mejorar la competitividad de las actividades turísticas.
4. Se recomienda que las estrategias que desarrolla la DIRCETUR tienen que estar acordes a la realidad regional, con ello mejorar la promoción de actividades turísticas, ya que a través de ello los operadores turísticos podrán identificar sus fortalezas y debilidades para poder incrementar su demanda, no solo para el ámbito nacional e internacional sino también promover la inclusión de clientes regionales.
5. Se recomienda que la DIRCETUR realice su Plan Estratégico Institucional (POI) todos los años a fin de mantenerlos actualizados, motivo por el cual

se pueda de manera ordenada, planificada desarrollar y dirigir una buena gestión.

6. Asimismo se recomienda al DIRCETUR la presentación de los Informes de los Planes Operativos Anuales donde se puede registrar la información de los resultados obtenidos durante el año de gestión.
7. Se recomienda que los directores que puedan dirigir la DIRCETUR, sean profesionales a fines de la carrera de Turismo, según el Manual de Organización y Funciones (MOF) ya que eso ayudará a desarrollar y manejar con mayor relación una mejor gestión.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- (s.f.).
- Alen Gonzales, F. B. (2006). Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa Vol. 12 N°1, 2006, pp.251-272, ISSN:1135-2523 Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor. su evaluación en el ámbito del turismo termal. España.
- Alfonso, Y. (05 de JUNIO de 2014). GESTIOPOLIS. Recuperado el 30 de AGOSTO de 2018, de GESTIOPOLIS: <https://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-evaluacion-del-servicio-al-cliente/>
- Allen, F., Myers, S. C., & Brealey, R. A. (2010). *Principios de finanzas corporativas* (Novena Edición ed.). México: MCGraw Hill.
- Apaza, M. (2005). *Planeación financiera, fujo de caja y estados financieros proyectados* (Primera edición ed.). Lima, Perú: Instituto de investigación del pacífico.
- ARCORACI, E. (2009). Economía y Políticas Turísticas. *carreras de Turismo y Hotelería*, 1.
- Arturo, C., & Adela, M. (s.f.). Desarrollo y gestion del turismo en areas rurales y naturales. madrid: Centro Europeo de Formacion Ambiental.
- Baena, D. (2012). *Análisis financiero enfoque integral* (Primera edición ed.). Bogotá: Ecoe ediciones.
- Balestrini, M. (2006). *Como Se Elabora un Proyecto de Investigación* (Segunda Edición ed.). Caracas, Venezuela: Editorial Consultores y Asociados.
- Beingolea Irarica, k., & Gonzales Camargo, M. (2016). Influencia de las capacitaciones en el desarrollo de la actividad turistica en la ciudad de puerto maldonado. Madre de Dios: Universidad Nacional Amazonica de Madre de Dios.
- Berk, J., & Demarzo, P. (2008). *Finanzas Corporativas*. México: Person.
- Bisquerra, R. (2004). *Métodos de Investigación Educativa* (Primera edición ed.). Barcelona, España: Editorial CEAC Educación.
- Blanco, M. R. (03 de marzo de 2012). <http://turismouvm-glion.blogspot.com/2012/03/servicios-turisticos.html>. Obtenido de <http://turismouvm-glion.blogspot.com/2012/03/servicios-turisticos.html>
- Bordera, M. (02 de agosto de 2012). El blog de Manu Bordera. Recuperado el 08 de SEPTIEMBRE de 2018, de EL BLOG DE MANU BORDERA: <http://www.manubordera.com/david-ricardo-y-la-ventaja-comparativa/>
- Bravo, O., & Sánchez, M. (2012). *Gestión integral de riesgos* (Primera edición ed.). Bogotá: Bravo & Sánchez.
- Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2007). *Finanzas Corporativas* (Segunda edición ed.). México: Cengage Learning Editores.
- Castillo, H. M. (2012). Recursos turísticos introduccion a los recursos turísticos. españa.
- Chacaltana, J. (1999). El turismo en el peru. lima: oficina de area y equipo tecnico para los paises andinos.
- Chavez, O. R. (2008). Turismo: factor de desarrollo y competitividad en mexico. mexico.
- Choque, Y. M. (2016). Calidad del servicio y satisfaccion del cliente segun el modelo servqual aplicado a la agencia de viajes y turismo cusi expeditions de la ciudad de puno periodo 2016. en y. m. choque, calidad del servicio y satisfaccion del cliente segun el modelo servqual aplicado a la agencia de viajes y turismo cusi expeditions de la ciudad de puno periodo 2016. Puno.

- Chu, M. (2012). *La creacion e valor en las finanzas* (Primera edición ed.). Lima, Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
- Chulla Pfuero, E. N. (2011). *Contribución de la conciencia turística para el desarrollo sostenible del turismo en la comunidad nativa Infierno, Madre de Dios*. Puerto Maldonado: Universidad Nacional Amazonica de Madre de Dios.
- Concha, J. R. (2015). *Satisfaccion del cliente en empresas de servicio el caso de la industria de restaurantes*. en j. r. concha, *satisfaccion del cliente en empresas de servicio el caso de la industria de restaurantes*. Colombia. Coordinación General de Educación y Desarrollo Tecnológico. (2009). *Manual técnico para beneficiarios: Manejo de vida silvestre*. México.
- Cruz Lujan, L. A. (2013). *Propuesta de plan de desarrollo turistico de temas caltepec estado de mexico*. Mexico: Universidad Autonoma del Estado de Mexico.
- Desarrollo Turistico. (S.F.). Instituto Costarricense de Turismo.
- Dfm Directorio Forestal Maderero. (16 de MARZO de 2017). *FORESTAL MADERERO*. Recuperado el 08 de Septiembre de 2018, de FORESTAL MADERERO: <https://www.forestmaderero.com/articulos/item/que-es-el-informe-brundtland.html>
- Diaz, Y. A. (2014). *La orientación al mercado en el sector turistico con el uso de las herramientas de la web social, efectos en los resultados empresariales*. España.
- Enricci, J. A. (2004). "Un Modelo De Gestion Del Turismo Cientifico En La Patagonia". Argentina,esquel.: Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco.
- Espinosa, R. (22 de Octubre de 2017). ROBERTOESPINOSA.ES. Recuperado el 08 de Septiembre de 2018, de robertoespinosa.es: <https://robertoespinosa.es>
- Finanzas, M. d. (2011). *Guía metodológica para la Identificación, formulación de proyectos de Inversion*. Lima: Edición y cuidado de Edición: Mario Sifuentes.
- Flores, M. E. (2011). *Impulso de la gestión turística e imagen regional para el desarrollo de la región Ayacucho*. Lima: Universidad San Martin de Porres.
- Forsyth, J. (2012). *Finanzas Empresariales, rentabilidad y vaor* (Décima edición ed.). México: Mc-Graw Hill.
- Fuller, N. (2008). *Turismo y Cultura Entre el entusiasmo y el recelo*. peru: Fondo editorial.
- Gerencia Regional de Planeamiento. (2008). *Plan De Desarrollo Regional Concertado 2008-2021*. LIMA.
- Gobierno Regional de Madre De Dios. (2010). *Plan Estrategico Institucional 2011-2014*. PUERTO MALDONADO.
- Gómez, G. (2010). *Planeación y organización de empresas* (Octava edición ed.). México: McGraw Hill.
- Goubert, E. G. (2014). *Los sistemas de gestión de calidad en el sector hotelero:perspectivas y desafios para su implementación en hoteles de la Argentina*.
- Hernandez, J. (2000). *Manual de métodos y criterios para la evaluación y monitoreo de la flora y vegetacion*. Chile.
- Hernández, R. S. (2010). *Metodología de la investigación científica* (quinta edición ed.). méxico: the mcgraw-Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Invesstigación*. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Horne, J. (1998). *Administración financiera* (Séptima edición ed.). México: Editorial Prentice Hall.
- ICOMOS. (1999). *Carta Internacional Sobre Turismo Cultural, La Gestion del*

- Turismo en los sitios con Patrimonio significativo*. México: 12 Asamblea General en México.
- Irma, G. G. (2014). Percepción acerca del servicio de las agencias de viaje de playa del carmen. en g. g. irma, *percepcion acerca del servicio de las agencias de viaje de playa del carmen*. México.
- Julian Perez Porto, A. G. (2008). *Definicion De*. Recuperado el 08 de Septiembre de 2018, de DEFINICION DE: <https://definicion.de/turismo/>
- Julian Perez Porto, A. G. (2011). *Definicion.De*. Obtenido de DEFINICION.DE: <https://definicion.de/satisfaccion-del-cliente/>
- Julian Perez Porto, A. G. (2016). *definicion. de*. Recuperado el 31 de Agosto de 2018, de definicion. de: <https://definicion.de/control-de-calidad/>
- Koening, E. (01 de FEBRERO De 2018). *GENIOLANDIA*. Obtenido de GENIOLANDIA: <https://www.geniolandia.com/13098910/la-definicion-de-promocion-turistica>.
- Korstanje, M. (2007). Tratado Turístico. EUMEDONET.
- Lema, M. V. (2007). La calidad en las empresas de servicios turísticos. Santa Cruz-Bolivia.
- Llauradó, O. (12 de Diciembre de 2014). *NETQUEST*. Obtenido de NETQUEST: <https://www.netquest.com/blog/es/la-escala-de-likert-que-es-y-como-utilizarla>
- López, J. (2001). *Dirección financiera: Planeación, gestión y control*. Madrid, España: Prentice Hall.
- Manual de buenas practicas de guias de turismo y operacion turistica y gestion de servicios. (2007). *funciones del guia de turismo*. Lima.
- Mcintosh, R., Goeldner, C., & J.R. Brent Ritchie, J. (1999). Turismo: Planeacion, Administracion y Perspectivas. Mexico: LIMUSA.
- MEF. (2007). *Inversión Pública*. cuenta general de la Republica.
- Montalván, W. V. (2009). Paquete Turístico "Tras La Huella de Nuestra Cultura Precolombina en Cuenca y en el Parque Nacional de Cajas. Ecuador.
- Moody, P. E. (2010). *Toma de decisiones gerenciales* (Primera edición ed.). México: McGraw Hill .
- Moreno Delgado, N. L. (2008). Modelo para el desarrollo del concepto de productos turísticos culturales. Contexto Varadero - Matanzas. Cuba: Camilo Cienfuegos Matanzas.
- Municipalidad Distrital de Lunahuaná. (29 De Marzo De 2018). Normas Legales. *El Peruano*, pág. 159.
- Núñez Carrion, A. M. (2018). Impacto de la Gestion del DIRCETUR, en la actividad Turistica de la ciudad de Chachapoyas, Region amazonas del 2010 al 2015. Amazonas: Universidad Nacional Toribio Rodriguez de Mendoza de Amazonas.
- OMT. (1994). Actualizacion De Las Recomendaciones Sobre Estadisticas De Turismo. *RECOM- UNSC.DOC*, 5.
- Ornes Vasquez, S. (2001). La Gestion Pública del Turismo en el Distrito Metropolitano ee Caracas. Fortalezas, Debilidades y Nuevos Desafios. Venezuela: UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR.
- Ortiz, A. (2005). Gerencia Financiera: Un enfoque estratégico (Primera edición ed.). México: McGraw Hill.
- Palma, M. F. (2017). Percepción del Turista Nacional sobre la Calidad de Servicios Recibidos de Agencias de Viajes de la Calle Plateros del Centro Histórico Cusco - 2017. En M. F. Palma, Percepción del Turista Nacional sobre la Calidad de Servicios Recibidos de Agencias de viajes de la Calle Plateros del Centro Histórico Cusco-2017. Cusco.
- Paloma Blanco, L. &. (2015). *Inventario De Recursos Turisticos Como Base Para La Planificación Territorial En La Zona Altiplano De San Luis Potosi De Mexico*.

- Potosi: Universidad De Mexico.
- Pascale, R. (1993). *Decisiones financieras* (Sexta edición ed.). México: Pearson.
- Peris, A. B. (s.f.). Gestión de Alojamientos. En A. B. Peris, *Gestión de Alojamientos* (pág. 42). España.
- PROMPERÚ. (2016). Perfil Del Turista Extranjero. Lima: Peciso Agencia De Contenidos.
- Restrepo, J. O. (2005). El Ecoturismo Como Una Alternativa De Desarrollo Sostenible: Estudios De Caso Para Antioquia. Colombia.
- Roberto Hernandez Sampieri, C. F. (2010). *Metodología de la investigación*. Mexico: Interamericana editores S.A. DE C.V.
- Rocio, P. (2016). Influencia de La Calidad De Servicio En La Satisfaccion Del Cliente Del Hotel La Hacienda En La Provincia De Angaraes 2015. En P. Rocio, *En La Satisfaccion Del Cliente Del Hotel La Hacienda En La Provincia De Angaraes 2015*. Peru.
- Rodríguez, L. (2013). *Planificación y dirección de las empresas comerciales* (Tercera edición ed.). México: Editorial continental S.A.
- Rosario, J. M. (2010). La Calidad del Servicio en la Industria Hotelera. En J. M. Rosario, *la Calidad del Servicio en La Industria Hotelera*. España.
- Rosey, J. C. (10 de MAYO de 2013). *Gestiópolis*. Obtenido de gestiópolis: [ps://www.gestiopolis.com/calidad-concepto-y-filosofias-deming-juran-ishikawa-y-crosby/](https://www.gestiopolis.com/calidad-concepto-y-filosofias-deming-juran-ishikawa-y-crosby/).
- Sánchez, D. G. (2014). Estrategias de Mercadotecnia en las Microempresas del Sector Comercial: El Caso de 13 Ciudades de Mexico. Junio.
- Sancho, A. (2000). Introduccion al Turismo. Omt Oragnizacion Mundial Del Turismo. Saz. (S.F.).
- Saz Gil, M. I. (2010). La Sostenibilidad del Turismo Recreativo de Alta Montaña. Articulos Resultado de Investigacion, 13.
- Sectur. (2011). Planeacion y Gestion de Desarrollo Turistico Municipal. México.
- Sernanp. (2011). Plan Maestro 2011-2016. Lima, Perú: Editorial Súper Gráfica E.I.R.L.
- Socatelli, M. A. (2013). Mercadeo Aplicado Al Turismo. La Comercialización De Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles. España.
- Solano, P. (2009). Marcos Regulatorios Nacionales de Areas Protegidas: Perú. Perú.
- Sotomayor, M. I. (2017). Calidad Percibida Del Destino Perú Y Del Servicio En Agencias De Viaje, Hoteles Y Restaurantes. Lima.
- Stephany Monserrat Valadez Guerrero, E. M. (2011). La Integración de la Oferta Turística A Partir Del Capital Intelectual. Turydes.
- Stickney, C. P., & Weil, R. L. (2012). Contabilidad Financiera una introducción a conceptos, métodos y usos (Primera edición ed.). México: Edamsa impresiones.
- Suárez, A. (2012). Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa (22° edición ed.). México: Editorial pirámide.
- Taabajo, O. M. (2005). El turismo en mundo.
- Thompson, I. (Agosto De 2005). Promonegocios.Net. Recuperado el 08 de Septiembre de 2018, de Promonegocios.Net: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-concepto-venta.htm>
- Thompson, I. (S.F.). Promonegocios. Net. Recuperado El Septiembre De 01 De 2018, De Promonegocios.Net: [Https://Www.Promonegocios.Net/Mercadotecnia-Servicios/Caracteristicas-Servicios.Html](https://www.Promonegocios.Net/Mercadotecnia-Servicios/Caracteristicas-Servicios.Html)
- Tompson, I. (Agosto De 2006). Promonegocios.Net. Recuperado El 01 De Septiembre De 2018, De Promonegocios.Net:

- <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/caracteristicas-servicios.html>
- Toselli, C. (2006). Algunas Reflexiones Sobre El Turismo Cultural. *Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 177.
- Unidad Coordinadora del Proyecto Coastal Resources Multi-Complex Building Princess Margaret Drive . (2005). *Manual de Interpretación Ambiental en Áreas Protegidas de la Región del Sistema Arrecifal Mesoamericano*. . Belize.
- Universidad Nacional Amazonica de Madre De Dios. (2006). La Globalización. Puerto Maldonado: Xuxi.
- Van Horne, J. C., & Wachowcz, J. M. (2010). Fundamentos de Administración Financiera (Décimotercera Edición ed.). México: Pearson.
- Vargas Granilla, L., & Antitupa Yarihuaman, A. (2017). Cultura Turística y su Contribución al Desarrollo Turístico en la Ciudad de Puerto Maldonado 2015. Puerto Maldonado: Universidad Nacional Amazonica de Madre de Dios.
- Weston, J. F. (1993). *Fundamentos de administración financiera* (Décima edición ed.). México: Mc Graw Hill.
- Yanes, J. (12 De Agosto De 2004). Region Empresa Periodística. Obtenido de Region Empresa Periodística:
<https://www.region.com.ar/productos/semanario/archivo/672/turismo672.htm>

ANEXOS

ANEXO 01 : Matriz de consistencia: “Gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR y el Desarrollo de la Actividad Turística de Puerto Maldonado – 2017

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p>General ¿Cuál es la relación que existe entre la Gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR y el desarrollo de la actividad turística de Puerto Maldonado en el periodo del año 2017?</p> <p>Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo se relaciona la Gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR con la oferta Turística en la ciudad Puerto Maldonado en el periodo del año 2017? • ¿Qué relación tiene la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR con la Competitividad turística en la ciudad de Puerto Maldonado? • ¿Cómo se relaciona la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR con la promoción turística en la ciudad de Puerto Maldonado? 	<p>General Determinar la relación que existe entre la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR y el desarrollo de la actividad turística de Puerto Maldonado 2017</p> <p>Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar la relación que tiene la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR con la oferta Turística en la ciudad Puerto Maldonado 2017. • Evaluar que tiene la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR con la Competitividad turística en la ciudad de Puerto Maldonado. • Determinar la relación la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR con la promoción turística en la ciudad de Puerto Maldonado.. 	<p>General Existe una relación directa y significativa entre la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR y el desarrollo de la actividad turística de Puerto Maldonado 2017.</p> <p>Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las políticas que desarrolla la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR contribuyen significativamente a mejorar la oferta Turística en la ciudad Puerto Maldonado 2017. • Las estrategias que gestiona la DIRECETUR para promocionar los atractivos turísticos permite la competitividad en la demanda turística en la ciudad de Puerto Maldonado. • La gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo- IRETUR permite el incremento de la promoción turística en la ciudad de Puerto Maldonado.. 	<p>Variable 1: GESTION DIRCETUR</p> <p><u>Dimensiones:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Instrumentos administrativos, • Alianzas Estratégicas • Proyectos e Inversión de productos Turísticos. <p>Variable 2: Desarrollo de la actividad turística</p> <p><u>Dimensiones:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Oferta • Competitividad • Promoción 	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN</p> <p>Aplicada</p> <p>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</p> <p>No Experimental- relacional, Transversal</p> <p>POBLACIÓN: 139 operadores</p> <p>MUESTRA: 60 operadores turísticos Muestreo es probabilístico</p> <p>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOJO DE DATOS Técnica: Encuesta Instrumento: 02 cuestionarios</p> <p>TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS. Análisis descriptivo, análisis de correlación</p>

Anexo 1: Instrumento para medir la Gestión de la DIRCETUR

**UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZONICA DE MADRE DE DIOS
FACULTAD DE ECOTURISMO**

INSTRUMENTO PARA MEDIR LA GESTIÓN DE LA DIRCETUR DE PUERTO MALDONADO, REGIÓN MADRE DE DIOS, 2017
--

Finalidad: El instrumento tiene por finalidad determinar la gestión de la DIRCETUR de Puerto Maldonado, Departamento de Madre de Dios. El instrumento mide las siguientes dimensiones: Instrumentos administrativos, Alianzas estratégicas y Proyectos e inversión de productos turísticos.

Instrucciones: Estimado, por favor debes marcar una de las alternativas de la escala, con una equis o encerrar en un círculo, con la veracidad que caracteriza tu persona. La escala es como sigue:

Muy bueno	=	3
Bueno	=	2
Malo	=	1
Muy malo	=	0

ÍTEM	VALORACIÓN			
	3	2	1	0
1. Los profesionales nombrados y/o contratados establecidos en la estructura orgánica de la Institución cumplen con los requisitos establecidos en el MOF de Dirección.	3	2	1	0
2. Conoce las funciones específicas que establece el MOF para el desempeño de trabajos.	3	2	1	0
3. La labor que realiza actualmente está establecida en el MOF.	3	2	1	0
4. La estructura orgánica de la Institución y su dependencia jerárquica que cumple cada funcionario está establecido en el ROF	3	2	1	0
5. Según la estructura de la Institución todas las unidades orgánicas están implementadas y en ejercicio, en función al ROF	3	2	1	0
6. Cree usted que el ROF de su institución es flexible, moderno y se puede adecuarse a los cambios políticos, económicos y tecnológicos.	3	2	1	0
7. El plan estratégico institucional se ha construido con la participación de todas las unidades orgánicas de la institución.	3	2	1	0
8. Al terminar el año fiscal, la institución realiza un análisis de los objetivos, actividades, presupuestos y metas alcanzadas en el PEI y determinar sus avances.	3	2	1	0
9. Ha participado en la construcción de Misión, Visión y objetivos estratégicos del PEI.	3	2	1	0
10. Conoce la diferencia entre el plan estratégico institucional (PEI) y Plan Operativo Institucional, y lo aplican en su institución.	3	2	1	0

11. Sabe Ud. Si la institución en la que labora tiene alianzas estratégicas con instituciones académicas como universidades	3	2	1	0
12. Conoce Ud. Si la institución en la que labora tiene alianzas estratégicas con instituciones académicas con institutos tecnológicos y/o pedagógicos.	3	2	1	0
13. La institución donde labora tiene buenas relaciones con los operadores turísticos.	3	2	1	0
14. Conoce Ud. Si la DIRCETUR ejecuta proyectos o planes fruto de alianzas estratégicas con los operadores turísticos.	3	2	1	0
15. Los operadores turísticos ayudan a fomentar, mejorar y valorar el turismo como fruto de la gestión de la DIRCETUR.	3	2	1	0
16. Sabe Ud. Si la institución realiza gestiones o tiene alianzas estratégicas con los guías de turismo, los mismos que apoyan las políticas de la institución y fomentan un turismo sostenible	3	2	1	0
17. Conoce ud. Si la institución tiene alianzas estratégicas con la Municipalidad de Tambopata, la misma que ayuda a impulsar el Turismo.	3	2	1	0
18. Conoce ud. Si la institución tiene alianzas estratégicas con la Policía de Turismo, la misma que ayuda a impulsar el Turismo.	3	2	1	0
19. Sabe Ud. Si la institución tienes alianzas estratégicas con las ONGs, lo que ayuda a promocionar y valorar el turismo en nuestra región como en el exterior del país.	3	2	1	0
20. Conoce Ud. Si la institución tiene relaciones estratégicas y fructíferas con SERNANP e IPERU, para hacer del turismo parte del desarrollo sostenible.	3	2	1	0
21. Sabe Ud. Si la institución realiza actividades de fomento del turismo en las diferentes ferias de la región de Madre de Dios	3	2	1	0
22. Sabe Ud. Si la institución se proyecta y visita ferias nacionales para promocionar el turismo en Madre de Dios.	3	2	1	0
23. Considera Ud. que la DIRCETUR promociona bien el turismo en las ferias que se realizan en la capital de departamento.	3	2	1	0
24. Conoce Ud. Si la institución gestiona congresos locales o regionales sobre la importancia del turismo.	3	2	1	0
25. Tiene conocimiento de que la DIRCETUR realiza talleres para capacitar en temas del rubro turístico.	3	2	1	0
26. Cree Ud. Que la DIRCETUR debe gestionar proyectos inversión para mejorar la calidad del turismo.	3	2	1	0
27. Sabe Ud. Si todo el sector de Tambopata cuenta con suficientes circuitos turísticos.	3	2	1	0
28. Considera Ud. que los actuales circuitos turísticos explotan bien el turismo o crees que hace falta dotarle de mayor infraestructura turística.	3	2	1	0
29. Conoce Ud. Si todo el sector de Tambopata cuenta con suficientes corredores turísticos.	3	2	1	0
30. Cree Ud. que la DIRCETUR fomenta la creación nueva INFRAESTRUCTURA TURISTICA en la provincia.	3	2	1	0

Anexo 2: Instrumento para medir el Desarrollo de la Actividad Turística

**UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZONICA DE MADRE DE DIOS
FACULTAD DE ECOTURISMO**

INSTRUMENTO PARA MEDIR EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA DE PUERTO
MALDONADO, REGIÓN MADRE DE DIOS, 2017

Finalidad: El instrumento tiene por finalidad determinar el desarrollo de la actividad turística de puerto Maldonado, región Madre de Dios. El instrumento mide las siguientes dimensiones: Oferta, competitividad, promoción.

Instrucciones: Estimado, por favor debes marcar una de las alternativas de la escala, con una equis o encerrar en un círculo, con la veracidad que caracteriza tu persona. La escala es como sigue:

Muy bueno	=	3
Bueno	=	2
Malo	=	1
Muy malo	=	0

ÍTEM	VALORACIÓN			
1. Considera que los atractivos turísticos son suficientes para el mercado	3	2	1	0
2. La DIRCETUR identifica los servicios Turísticos como importantes para el desarrollo de la provincia?	3	2	1	0
3. Los Trabajadores de la DIRCETUR conocen de la importancia del turismo en Puerto Maldonado y lo saben ofrecer	3	2	1	0
4. Los Trabajadores de la DIRCETUR reconocen y valoran la importancia de los recursos Turísticos de Puerto Maldonado	3	2	1	0
5. Consideras que las instalaciones Turísticas instaladas son suficientes para el mercado de turismo	3	2	1	0
6. La municipalidad de Tambopata desarrolla infraestructura turística pública.	3	2	1	0
7. La DIRCETUR sabe ofertar los diferentes productos turísticos de la provincia	3	2	1	0
8. La DIRCETUR sabe ofertar los diferentes productos turísticos con los que cuenta?	3	2	1	0
9. Considera Ud, que los productos turísticos son conocidos a nivel nacional?	3	2	1	0
10. Considera Ud. que tanto la DIRCETUR como su entidad están ofertando bien el turismo y dándole valor agregado?	3	2	1	0
11. La DIRCETUR desarrolla acciones para promover el turismo?	3	2	1	0

12. Consideras que los todos los operadores turísticos están promoviendo el turismo vivencial en el sector de Puerto Maldonado?	3	2	1	0
13. La DIRCETUR como los operadores turísticos reconocen las necesidades para generar nuevos productos, TECNICAS O SERVICIOS?	3	2	1	0
14. La DIRCETUR y los operadores turísticos saben difundir en el mercado nacional y mundial el turismo de naturaleza abordando productos de la región.	3	2	1	0
15. Cree Ud. Que se renuevan y amplían los productos y servicios que se brinda en la localidad.	3	2	1	0
16. Cree Ud. Que el Turismo de aventura genera expectativas en el turista que visita nuestras áreas Turísticas?	3	2	1	0
17. Cumple con atender cada detalle de atención cuando entran en contacto con el turista?	3	2	1	0
18. Considera Ud. Que los productos turísticos ofrecidos, están a la altura del turismo mundial?	3	2	1	0
19. Cuando brindas un buen o servicio consideras que los turistas vayan contentos?	3	2	1	0
20. Cuando un visitante en tu localidad adquiere un producto o un servicio turístico, podría usted decir que es una experiencia inolvidable	3	2	1	0
21. Considera Ud. Que la DIRCETUR fomenta un Turismo Sostenible	3	2	1	0
22. Sabe Ud. Que la imagen del turismo es bien promocionada en hoteles de las grandes ciudades del país y del mundo	3	2	1	0
23. Considera Ud. Que el Turismo en Puerto Maldonado es considerado referencia en el Turismo de Naturaleza	3	2	1	0
24. Conoce Ud. Que sus productos son comercializados en el mercado local, Nacional e Internacional.	3	2	1	0
25. Los visitantes lleguen al área de Puerto Maldonado durante todo el año sobre actividades ecoturísticas.	3	2	1	0
26. Los lugares turísticos prestan todas garantías del caso para que el visitante vaya satisfecho.	3	2	1	0
27. Se promociona los productos turísticos como artesanías autóctonas de nuestra región.	3	2	1	0
28. La actividad Turística que se desarrolla en el sector de Puerto Maldonado es rentable para los que brindan servicio Turístico.	3	2	1	0
29. La actividad turística que se desarrolla en el sector de Puerto Maldonado respeta el medio Ambiente?	3	2	1	0
30. La DIRCETUR tiene interés a corto plazo de contar con un plan de promoción y desarrollo Turístico.	3	2	1	0

Anexo 3: Constancia de aplicación de instrumento



"MADRE DE DIOS CAPITAL DE LA BIODIVERSIDAD"
"AÑO DEL BUEN SERVICIO AL CIUDADANO"



CONSTANCIA DE APLICACIÓN DE INSTRUMENTO

LA DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO-DIRCETUR- DE LA CIUDAD DE PUERTO MALDONADO DEL DEPARTAMENTO DE MADRE DE DIOS, PROVINCIA Y DISTRITO DE TAMBOPATA.

HACE CONSTAR:

Que: la Srta.: **MONICA PILAR TELLO ARO**, Bachiller en la carrera Profesional de Ecoturismo, de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios. UNAMAD, ha realizado sus prácticas de aplicación de Instrumentos del Proyecto de Tesis denominado "GESTION DE LA DIRECCION REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO-DIRCETUR Y EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA DE PUERTO MALDONADO, REGION MADRE DE DIOS, 2017" con los trabajadores de la Dirección de Turismo a horas 9: 00 am a 12:00 del mediodía, del día Martes 21 de noviembre del 2018, demostrando un buen desempeño y manejo de estrategias para el desarrollo y aplicación del proyecto.

Se expide la presente solicitud de las partes interesadas para los fines convenientes.

Puerto Maldonado 22 de Noviembre del 2018.

GOBIERNO REGIONAL MADRE DE DIOS
Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo
Gladys Jasmina Guerra Sandoval
DIRECTORA REGIONAL

Anexo 4: Validación de instrumentos



INSTRUMENTOS DE OPINIÓN DE EXPERTOS

I.- DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento de Evaluación	Autor del Instrumento
John Flores Flores	UNAMAD	Encuesta.	Boch. Pibr klló

Título del Proyecto:
Gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - Director y - desarrollo de la Actividad Turística de Puerto Maldonado, Región MDD 2017

II.- ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE				REGULAR				BUENO				MUY BUENO				EXCELENTE				
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1	CLARIDAD													X								
2	OBJETIVIDAD														X							
3	ACTUALIDAD													X								
4	ORGANIZACIÓN													X								
5	SUFICIENCIA													X								
6	INTENCIONALIDAD														X							
7	CONSISTENCIA													X								
8	COHERENCIA													X								
9	METODOLOGÍA														X							

III.- OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

--

IV.- PROMEDIO DE VALORACIÓN:

--

Pl. Maldonado 28 octubre 2018	41083609		989477271
Lugar y fecha	DNI N°	Firma del Experto Informante	Telefono N°



CARTA N° 001 -2018-

Señora:
Abog. Clarisca Jasmina Guerra Sandoval.
DIRECTORA REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO.

Asunto:

**Solicito: Información digital e impresa para
 proyecto de Investigación de tesis.**

Tengo el agrado de dirigirme a Usted para expresarle un cordial saludo, y al mismo tiempo informarle que, vengo realizando un proyecto de investigación titulado "Gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo para el Desarrollo de puerto Maldonado- Madre de Dios". Motivo por el cual solicito a ud. El apoyo con brindarme información de los sgte.:

- Solicito **MOF, PEI, POI** actualizado.
- Cantidad de Agencias de viajes, hoteles, restaurantes y albergues en tambopata. y cuales son formales o bajo normatividad.
- Con que actores se dieron las Alianzas Estratégicas, convenios en el año 2017.
- Número de proyectos de inversión de productos turísticos y cuales se concretaron.
- Qué proyectos se desarrollaron en el año 2017.
- Cursos, capacitaciones que se hayan dado en el 2017 para los operadores de servicios turísticos. (Agencias de viajes, hoteles, restaurantes y albergues en Tambopata)
- Estrategias para promoción de las actividades turísticas

En forma digital e impresa, Sin otro particular, hago llegar las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,


 Mónica Pilar Tello Aro
 Bach. Ecoturismo

994614667

directormdd@gmail.com

ANEXO 01					
INFORMACION DE PRODUCCION FISICA					
UNIDAD ORGANICA: DIRECCION REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO					
ACTIVIDAD/PROYECTO	PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	META		AVANCE %
			PROGRAMADA	EJECUTADA	
Fortalecimiento del Comité Regional de Exportaciones"-CERX	Resolución	Documento	4	9	225%
Actualización y ejecución del "Plan Regional de Comercio Exterior"-PERX	Plan	Documento	1	1	100%
Participación en Ferias Regionales e Interregionales para la Identificación	Empresarios	Feria	2	3	150%
Gestionar Asistencia Técnica-PERTUR	Resolución	Documento	1	1	100
Reactivación del Comité Consultivo Regional de Turismo	Documento	Documento	3	4	133%
Desarrollo de actividades de seguridad turística con la Red de	Charla	Charla	2	2	100%
Otorgamiento de clase y categoría a Hospedajes, Restaurantes y Agencias	Certificado	Documento	5	5	100%
Capacitación en Calidad de Servicios Turísticos.	Evento	Documento	2	9	450%
Actividades de sensibilización en Cultura Turística, ESNN.	Charla	Charla	3	3	100%
Suscripción de códigos de conducta con operadores turísticos y entrega de	Codigos	Documento	30	36	120%
Realización de Workshop "Naturaleza y Biodiversidad Puerto Maldonado",	Evento	Evento	1	1	100%
Implementación de Stand de Artesanías en el Embarcadero	Stands	Stand.	7	8	114%
Firma del Convenio para la Creación del Centro de Recepción Turística,	Convenio	Documento	1	1	100.00%
Participación de Artesanos en Ferias Nacionales.	Artesanos participante	Informes	5	11	220.00%

ANEXO: EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS APLICANDO INSTRUMENTOS Y ENTREVISTAS



