



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



TESIS

**GESTIÓN MUNICIPAL EN LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DISTRITO
DE SAN JERÓNIMO, DEPARTAMENTO DE CUSCO PERIODO 2015 – 2018**

PRESENTADO POR:

Bach.

Mariela Eliana Ojeda Canal

Edgar Cruz Salas

PARA OPTAR AL TÍTULO
PROFESIONAL

DE LICENCIADO EN TURISMO

ASESOR:

Mg. Anahí Najar Obando

CUSCO – PERÚ

2019



PRESENTACIÓN

La dinamicidad del mundo hizo que el aspecto turístico obtuviera relevancia en el desarrollo socioeconómico, por ende es importante que se realice la presente investigación titulada gestión municipal en la promoción turística del distrito de San Jerónimo periodo 2015 – 2018, con la finalidad de determinar la gestión de la municipalidad en la promoción turística, considerando elemento fundamental para el desarrollo económico, para ello se requiere la intervención de la gestión en el rubro por medio de la difusión del conocimiento de los recursos turísticos naturales y culturales y esté hecho conllevará a optimizar la oferta y demanda turística mediante acciones municipales.

Se hace necesario considerar que se manifiestan los vacíos en la ejecución de la gestión del atributo municipal, es por ello que hasta hoy en día se hace presente la ineficiencia de las actividades turísticas en el rubro del fomento de la difusión para la revaloración del patrimonio, de esta forma generar oportunidad de ingresos económicos mediante la incrementación de oportunidades laborales y fomentar la calidad de vida.

Es por ello la imprescindibilidad de esta investigación para identificar la gestión ineficiente de la municipalidad y superar el desinterés en la gestión correspondiente de la municipalidad en el aspecto de turismo y fomentar el desarrollo económico sustentable, mediante el fomento de la identidad nacional, de esta forma buscar oportunidad de desarrollo económico.



AGRADECIMIENTOS

Ante todo, agradecemos a Dios por ser la inspiración más grande, darnos la fuerza y permitirnos llegar hasta este punto para poder realizar nuestros objetivos.

Expresamos nuestro más profundo agradecimiento a la Universidad Andina del Cusco y a todos los docentes de la Escuela Profesional de Turismo, por la formación de excelencia que tuvieron hacia nosotros y permitirnos hoy en día ser profesionales de bien.

De igual manera un agradecimiento especial a nuestra Asesora de tesis Mgt. Anahi Najar Ovando por creer en nosotros, por la paciencia, por compartir sus conocimientos y sus sabios consejos para poder realizar el presente trabajo de investigación.

El agradecimiento a nuestras Familias y amigo, por el apoyo, Al señor alcalde William Paño Chinchazo y funcionarios de la Municipalidad Distrital del San Jerónimo y a todas las personas que contribuyeron en esta tarea en ellos gracias por su apoyo desinteresado.



DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado en memoria de nuestros ancestros desde los primeros pobladores de este hermoso Valle del Qosqo hasta nuestros abuelos quienes encendieron el fuego de esta pasión por el servicio y promoción de nuestra cultura , a nuestros padres y hermanas, de especial forma a nuestras hijas Luz Valentina y Alexia Isabella la cual es nuestro más importante fuente de motivación, gracias a ellos pudimos estudiar y así desarrollar las herramientas para mejorar la actividad turística y así apoyar a la evolución cultural y económico de nuestra hermosa y majestuosa ciudad del Cusco.



ÍNDICE

Presentación	I
Agradecimientos	II
Dedicatoria	III
Índice de tablas	VIII
Índice de gráficos	X
Resumen	XII
Abstract	XIII
Capítulo I: Introducción	1
1.1. Planteamiento del problema	1
1.2. Formulación de problemas	7
1.2.1. Problema general	7
1.2.2. Problemas específicos	7
1.3. Objetivos de la investigación	7
1.3.1. Objetivo general	7
1.3.2. Objetivos específicos	7
1.4. Justificación	8
1.4.1. Relevancia social	8
1.4.2. Implicancia práctica	8
1.4.3. Valor teórico	9
1.4.4. Viabilidad o factibilidad	9
1.5. Delimitación de la investigación	9
1.5.1. Delimitación temporal	9
1.5.2. Delimitación espacial	9
Capítulo II: Marco teórico	10
2.1. Antecedentes de la investigación	10
2.1.1. Antecedentes internacionales	10
2.1.2. Antecedentes nacionales	11
2.1.3. Antecedentes locales	18
2.2. Bases teóricas	25



2.2.1. Gestión	25
2.2.2. Enfoque	26
2.2.3. Gestión municipal	26
2.2.4. Teoría del turismo	29
2.2.5. Teorías del turismo: según el enfoque sistémico	29
2.2.6. Promoción	32
2.2.7. Promoción turística	34
2.3. Marco conceptual	36
2.3.1. Organización de recursos	36
2.3.2. Teoría de la decisión	41
2.3.3. Políticas públicas	46
2.3.4. Oferta turística	59
2.3.5. La Demanda turística	60
2.3.6. Valoración turística	63
2.3.7. Conceptos	66
2.4. Formulación de hipótesis	68
2.4.1. Hipótesis general	68
2.4.2. Hipótesis específicas	68
2.5. Variables	69
2.5.1. Variables	69
2.5.2. Operacionalización de variables	70
Capítulo III: Diseño metodológico	74
3.1. Tipo de investigación	74
3.2. Diseño de la investigación	74
3.3. Enfoque de la investigación	74
3.4. Alcance de la investigación	75
3.5. Población y muestra	75
3.5.1. Población	75
3.5.2. Muestra	75
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	75
3.6.1. Técnicas	76



3.6.2. Instrumentos.....	76
3.7. Procesamiento de datos.....	76
Capítulo IV: Análisis e interpretación de los resultados.....	78
4.1. Datos generales	78
Encuestas a turistas	78
4.2. Variable promoción turística	82
4.3 Variable gestión municipal	96
4.3.2 Dimensiones De La Variable De Gestión Municipal – Organización.....	102
4.3.3 Dimensiones de la variable de gestión municipal –dirección.....	108
4.4 Correlación Entre La Variable “Gestión Municipal” Y “Promoción Turística”	118
Capítulo V Discusión Y Planteamiento De Propuestas	123
5.1. Discusión	123
5.2. Propuesta de gestión turística	125
5.2.1. Nombre del proyecto	125
5.2.2. Descripción	125
5.2.3. Ubicación	125
5.2.4. Fundamentación:.....	125
5.2.5. Objetivos.....	126
5.2.6. Importancia del plan de promoción turística	127
5.2.7. Para la sociedad:	128
5.2.8. Responsables.....	128
5.2.9. Acciones a desarrollar.....	128
5.2.10. Presupuesto y financiamiento	129
5.2.11. Plazo de ejecución	129
5.3. Propuesta de un proyecto turístico.....	130
5.3.1. Nombre del proyecto	130
5.3.2. Descripción:	130
5.3.3. Ubicación	130
5.3.4. Fundamentación:.....	130
5.3.5. Objetivos.....	131
5.3.6. Alcance de la propuesta	132



5.3.7. Importancia del plan de promoción turístico	132
5.3.8. Responsables.....	134
5.3.9. Acciones A Desarrollar.....	134
5.3.10. Presupuesto Y Financiamiento	135
5.3.11. Plazo De Ejecución.....	135
Conclusiones.....	136
Recomendaciones	138
Bibliografía	139
Anexos	141



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Género.....	78
Tabla 2 Edad	79
Tabla 3 Tipo de Turista.....	80
Tabla 4 Promoción Turística.....	82
Tabla 5 Oferta Turística.....	83
Tabla 6 ¿Qué le parece la cantidad de bienes turísticos que le ofrece el distrito de San Jerónimo?.....	84
Tabla 7 ¿Qué le parece la cantidad de servicios turísticos que le ofrece el distrito de San Jerónimo?.....	85
Tabla 8 ¿Cómo le pareció la publicidad de los atractivos turísticos que posee el distrito de San Jerónimo?.....	86
Tabla 9 Demanda Turística.....	87
Tabla 10 ¿Cuál es la expectativa que usted tiene sobre los bienes turísticos en el distrito de San Jerónimo?.....	88
Tabla 11 ¿Cuál es la expectativa que usted tiene sobre los servicios turístico en el distrito de San Jerónimo?.....	89
Tabla 12 ¿Cómo calificaría usted la calidad de los productos turísticos del distrito de San Jerónimo?.....	90
Tabla 13 Valoración Patrimonial.....	91
Tabla 14 ¿Qué le parece los atractivos turísticos del distrito de San Jerónimo?	92
Tabla 15 ¿Cuál es la impresión y/o apreciación general que usted tiene del distrito de San Jerónimo?.....	93
Tabla 16 ¿Qué le parecieron las referencias, los antecedentes, y/o reseñas históricas que tiene el distrito de San Jerónimo?.....	94
Tabla 17 En cuanto a expresiones culturales del distrito de San Jerónimo, ¿Cómo eran los comentarios o referencias que oía a cerca de esta?.....	95
Tabla 18 Gestión Municipal	96
Tabla 19 Planificación	97
Tabla 20 Presupuesto de planificación turística	98
Tabla 21 Cantidad de proyectos de perfil turístico	99



Tabla 22 Plan estratégico de turismo	100
Tabla 23 Diagnóstico de destino turístico.....	100
Tabla 24 Organización.....	102
Tabla 25 Política turística local	103
Tabla 26 Unidad técnica especializada	104
Tabla 27 Inventario Turístico	105
Tabla 28 Personal Calificado.....	106
Tabla 29 Cantidad de proyectos ejecutados.....	107
Tabla 30 Dirección.....	108
Tabla 31 Estructura organizativa para la gestión turística	109
Tabla 32 Difusión de la normatividad en materia de turismo.....	110
Tabla 33 Acciones de fomento y asistencia técnica para inversiones	111
Tabla 34 Cantidad de proyectos ejecutados con la cooperación de un ente público y privado	112
Tabla 35 Acuerdos contractuales entre una agencia y un ente privado para promover proyectos turísticos	113
Tabla 36 Control	114
Tabla 37 Mecanismos de control en acceso en las zonas turísticas.....	115
Tabla 38 Área de control para zonas turísticas	116
Tabla 39 Control de llegada de turistas	117
Tabla 40 Correlación entre "Gestión Municipal" y "Promoción Turística"	118
Tabla 41 Correlación entre "Planificación" y "Promoción Turística"	119
Tabla 42 Correlación entre "Organización" y "Promoción Turística".....	120
Tabla 43 Correlación entre "Dirección" y "Promoción Turística"	121
Tabla 44 Correlación entre "Control" y "Promoción Turística"	122



ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Género	78
Gráfico 2 Edad	79
Gráfico 3 Tipo de Turista.....	80
Gráfico 4 Promoción Turística	82
Gráfico 5 Oferta Turística.....	83
Gráfico 6 ¿Qué le parece la cantidad de bienes turísticos que le ofrece el distrito de San Jerónimo?.....	84
Gráfico 7 ¿Qué le parece la cantidad de servicios turísticos que le ofrece el distrito de San Jerónimo?.....	85
Gráfico 8 ¿Cómo le pareció la publicidad de los atractivos turísticos que posee el distrito de San Jerónimo?.....	86
Gráfico 9 Demanda Turística.....	87
Gráfico 10 ¿Cuál es la expectativa que usted tiene sobre los bienes turísticos en el distrito de San Jerónimo?.....	88
Gráfico 11 ¿Cuál es la expectativa que usted tiene sobre los servicios turístico en el distrito de San Jerónimo?	89
Gráfico 12 ¿Cómo calificaría usted la calidad de los productos turísticos del distrito de San Jerónimo?.....	90
Gráfico 13 Valoración Patrimonial.....	91
Gráfico 14 ¿Qué le parece los atractivos turísticos del distrito de San Jerónimo?	92
Gráfico 15 ¿Cuál es la impresión y/o apreciación general que usted tiene del distrito de San Jerónimo?.....	93
Gráfico 16 ¿Qué le parecieron las referencias, los antecedentes, y/o reseñas históricas que tiene el distrito de San Jerónimo?	94
Gráfico 17 En cuanto a expresiones culturales del distrito de San Jerónimo, ¿Cómo eran los comentarios o referencias que oía a cerca de esta?.....	95
Gráfico 18 Gestión Municipal	96
Gráfico 19 Planificación	97
Gráfico 20 Presupuesto de planificación turística	98



Gráfico 21 Cantidad de proyectos de perfil turístico	99
Gráfico 22 Plan estratégico de turismo.....	100
Gráfico 23 Diagnóstico de destino turístico	100
Gráfico 24 Organización.....	102
Gráfico 25 Política turística local	103
Gráfico 26 Unidad técnica especializada.....	104
Gráfico 27 Inventario Turístico	105
Gráfico 28 Personal Calificado.....	106
Gráfico 29 Cantidad de proyectos ejecutados.....	107
Gráfico 30 Dirección	108
Gráfico 31 Estructura organizativa para la gestión turística.....	109
Gráfico 32 Difusión de la normatividad en materia de turismo	110
Gráfico 33 Acciones de fomento y asistencia técnica para inversiones	111
Gráfico 34 Cantidad de proyectos ejecutados con la cooperación de un ente público y privado	112
Gráfico 35 Acuerdos contractuales entre una agencia y un ente privado para promover proyectos turísticos	113
Gráfico 36 Control	114
Gráfico 37 Mecanismos de control en acceso en las zonas turísticas.....	115
Gráfico 38 Área de control para zonas turísticas	116
Gráfico 39 Control de llegada de turistas	117
Gráfico 40 Correlación entre "Gestión Municipal" y "Promoción Turística"	118
Gráfico 41 Correlación entre "Planificación" y "Promoción Turística"	119
Gráfico 42 Correlación entre "Organización" y "Promoción Turística"	120
Gráfico 43 Correlación entre "Dirección" y "Promoción Turística"	121
Gráfico 44 Correlación entre "Control" y "Promoción Turística"	122



RESUMEN

El presente trabajo de investigación intitulado “Gestión Municipal en la Promoción Turística del distrito de San Jerónimo, departamento de Cusco Periodo 2015 – 2018” tiene como objetivo determinar si la gestión municipal está relacionada con la promoción turística del distrito de San Jerónimo, departamento de Cusco periodo 2015-2018.

La investigación fue de carácter descriptivo - correlacional, aplicando la estadística para cuantificar los resultados, el diseño es no experimental; la población estuvo conformada por el personal del área de turismo de la municipal del distrito de San Jerónimo de la ciudad del Cusco y los turistas que visitan San Jerónimo. Las técnicas empleadas fueron la observación y la encuesta, utilizando fichas de observación y cuestionarios como instrumentos.

Las conclusiones obtenidas en el presente trabajo de investigación fue que la gestión municipal, y sus diferentes dimensiones, presenta una correlación significativa con la promoción turística; es decir, que la gestión municipal y la promoción turística del distrito de San Jerónimo se relacionan, en otras palabras, los esfuerzos, decisiones y demás acciones que la municipalidad genere, tendrá una respuesta en la promoción turística del distrito, ya que ambas variables se interrelacionan.

Palabras clave: *Gestión Municipal, Promoción Turística, Oferta Turística, Demanda Turística, Valoración Patrimonial*



ABSTRACT

The present research work entitled "Municipal Management in Tourism Promotion of the district of San Jerónimo, department of Cusco Period 2015 - 2018" has as a general objective to determine if the municipal management is related to the tourist promotion of the district of San Jerónimo, department of Cusco period 2015-2018.

The investigation was descriptive - correlational, applying the statistics to quantify the results, the design is not experimental. The population was conformed by the personnel of the area of tourism of the municipal district of San Jerónimo of the city of Cusco and the tourists who visit San Jerónimo. The techniques used were observation and survey, using observation cards and questionnaires as instruments.

The conclusions obtained in this research work are that municipal management, and its different dimensions, presents a significant correlation with tourism promotion; that is to say, that the municipal management and the tourism promotion of the district of San Jerónimo are related, in other words, the efforts, decisions and other actions that the municipality generates, will have an answer in the tourist promotion of the district, since both variables are interrelate

Keywords: *Municipal Management, Tourism Promotion, Tourist Offer, Tourist Demand, Patrimonial Valuation*



CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

1.1.Planteamiento del problema

La gestión municipal no es más que la organización y administración de los recursos del municipio. “Es un proceso continuo de análisis, toma de decisiones, organización y control de actividades para mejorar la formulación de políticas públicas municipales y su implementación, con el fin de ordenar el territorio y promover la calidad de vida de sus habitantes”. (Santo Domingo Rep. Dominicana , 2016, p. 10)

La gestión municipal es un proceso donde se analiza, se toma decisiones, se organiza, y se controla las actividades para lograr una mejora considerable en lo que respecta las políticas públicas, para de esta forma lograr aumentar la calidad de vida de sus habitantes.

José Luis González García, menciona que, durante años ha visto cómo las ciudades de Parla y Navacarnero, se llenaban de parques, polideportivos e incluso cómo construían cada una su propia plaza de toros. Al principio no entendía cómo estas dos localidades podían realizar estas obras mientras que, en Fuenlabrada, con mayor número de habitantes, no disponía de estas mejoras. Ahora, tras conocer que la deuda de Parla asciende a 550 millones de euros y la de Navacarnero supera los 100 millones, todo tiene explicación. Por el contrario, Fuenlabrada es una de las ciudades más saneadas de España. Aunque no disponga de una plaza de toros. (González García, 2015)

Se toma en consideración este caso puesto que, como se puede analizar, una gestión municipal ineficaz puede conllevar a no generar ingresos para la municipalidad, más bien generaría deudas; es decir, habría un déficit, lo que perjudicaría a la municipalidad de manera significativa. Es por eso que el problema que se presenta en Madrid tiene una relación con el presente trabajo de investigación, pues se tiene en consideración la gestión municipal como



un punto importante para el desarrollo de la localidad que pertenece a la jurisdicción de la municipalidad.

La gestión municipal comprende las acciones que realizan las dependencias y organismos municipales, encaminadas al logro de objetivos y cumplimiento de metas establecidas en los planes y programas de trabajo, mediante las interrelaciones e integración de recursos humanos, materiales y financieros. (Tintaya, 2013)

Se puede deducir que la gestión municipal está compuesta por las diferentes dependencias y organismos municipales, que tienen como fin lograr los objetivos y metas propuestas, previamente acordada en planes y programas de trabajo, en donde se incluye el funcionamiento sistemático de los recursos que se disponen.

La inadecuada gestión en gobiernos municipales demuestra ausencia de un órgano de control, la autonomía política y económica se ha visto lacerada por la lucha de poderes entre los gobiernos sub-nacionales, pues no se ha definido bien el papel de cada uno, No hay control. Existe una débil capacidad de gestión en gobiernos municipales y regionales, porque el sistema carece de un verdadero órgano de control por parte del Ejecutivo, declaró Paula Muñoz, catedrática de la Universidad del Pacífico (UP). Existen oficinas de control interno en muchas entidades del Estado, las cuales incluye la Contraloría, pero según Muñoz, muchos de los recursos pagados en estos organismos provienen de las municipalidades y gobiernos regionales. (Gestión, 2014)

Según la Secretaría de Turismo tomando como fuente las definiciones usadas por la Organización Mundial de Turismo (OMT) Considera que: La promoción turística implica la difusión de las bondades de la oferta turística hacia los "clientes" potenciales, es decir dar a conocer el producto turístico. Este incluye tanto los atractivos, como actividades turísticas,



infraestructura y todo tipo de servicios que dentro del territorio comunal pueden ser de interés para una visita (Secretaria, 2008).

La promoción turística hace referencia a la producción de diferentes destinos turísticos los cuales están íntimamente relacionados con la oferta y el producto turístico ya que mediante estos podremos acceder a los turistas potenciales generando afluencia turística y a efecto ingresos económicos para la comunidad, es aquí donde radica la importancia de la promoción.

Para el desarrollo del fomento turístico y la obtención de buenos resultados es necesario recurrir a estrategias de selección de los diversos recursos turísticos los cuales serán relevantes para la demanda turística ya que esto permitirá cumplir con los objetivos trazados por las diferentes instituciones pertinentes.

En relación esto Según Valverde citando a Gurria considera que: “La promoción es, en su amplio concepto, una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica.” (Valverde, 2017)

Podemos considerar según lo señalado anteriormente que el objetivo principal de toda promoción turística es aumentar las intenciones de los visitantes por llegar a algún destino turístico del país o la región, fomentando de esta manera las demandas turísticas de los diferentes segmentos del mercado los cuales generen mayor rentabilidad en la inversión promocional, de modo que la oferta turística se irá desarrollando en relación a la diversificación de esta, en base a las cualidades de los recurso turísticos las cuales permitan



dar una mayor calidad de servicios las que deben ser fiscalizadas por las instituciones involucradas.

En el Perú existen diferentes destinos turísticos con atractivos naturales y culturales los que son considerados por los viajeros como prodigiosos, detalle que debe ser considerado como significativo para el adecuado aprovechamiento de los recursos turísticos que permitan generar un mayor desarrollo turístico y económico en nuestros países.

En el Perú una de las entidades especializadas en velar por estas funciones es PROMPERÚ que es el Organismo Técnico Especializado adscrito al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, encargado de la promoción de exportaciones, turísticas e imagen de nuestro territorio que tiene como objetivo de posicionar al Perú en el mundo a través de la promoción y sus diferentes destinos turísticos, contribuyendo de esta manera al desarrollo sostenible y descentralizado del país. Es en este sentido que la promoción turística cumple un papel fundamental en la contribución para el desarrollo de nuestro país.

Según el Director ejecutivo Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial Cesar Peñaranda menciona que: El turismo tiene el potencial de generar riqueza y oportunidades de empleo en diversas industrias... En turismo receptivo, el Perú tiene una tasa de crecimiento de arribos de turistas y viajeros internacionales (8.1%) que está por encima de la tasa promedio de la región (3.7% para Latinoamérica) y por encima de la media mundial (2.2%). (Peñaranda, 2018)

Por otro lado, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) actualizando las cifras de turistas extranjeros que visitaron el Perú hasta el mes de diciembre del 2017. Según cifras oficiales, hasta diciembre del 2017 llegaron al Perú 4 032 339 turistas extranjeros, lo que representó un crecimiento de 7,7%, respecto al 2016, año en el que ingresaron al país 3 744 461 turistas. Es decir, el año pasado llegaron 287 878 turistas



extranjeros más que en 2016. El porcentaje de crecimiento sigue siendo bajo, considerando que para llegar a los 7 millones de turistas al 2021 se debe crecer más de 15% anual. (MINCETUR, 2017)

Según las cifras mencionadas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, si bien tenemos cifras elevadas en relación a las visitas turísticas en el año 2016 a 2017 estas son consideradas bajas por esta institución en relación al objetivo trazado para el año 2021, por ello la importancia de seguir generando una inversión de promoción turística la cual nos permita hacer mayor incidencia el mundo.

La región del cusco es considerada como uno de los lugares con mayor afluencia turística que aporta considerablemente al desarrollo económico tanto de la región como del país, por sus resaltantes atractivos turísticos, son considerados para el mundo como prodigiosos. San Jerónimo constituye el octavo distrito del cusco, ubicado a 11 Km. de la Capital de la Provincia del Cusco, donde se desarrolló culturas pre incas como los Killke (1000-1400 d.c.), cultura Inca por referencias etnohistóricas fue asiento de panakas y ayllus de origen inca, y la época colonial existiendo actualmente construcciones coloniales como el templo de San Jerónimo de Oma. Pero el principal atractivo en el distrito de san Jerónimo viene a ser su cultura viva tradicional manteniendo de esta forma sus valores culturales, resaltando la festividad en honor al patrón de San Jerónimo que encierra una serie de actividades religiosas, sociales y artísticas, gastronómicas y culturales.

El problema radica en que gran parte de los atractivos turísticos no está siendo aprovechados debidamente, puesto que una gestión municipal inadecuada, en cuanto a recursos potenciales, puede dejar de lado los atractivos turísticos, tradiciones, cultura e historias que no cuenta con estrategias promocionales la cual está generando una limitada oferta turística. La organización de recursos si no es el adecuado para gestionar la promoción



de los atractivos turísticos que presenta el distrito de San Jerónimo, puede que no se registre una adecuada distribución de personal y materiales para dicho fin. En cuanto a la toma de decisiones de parte de la municipalidad, se verifica que, si no realizan un acto de elección de alternativas, no habrá actividades o eventos destinados a la promoción turística del distrito de San Jerónimo. Además, si las políticas públicas no atienden las necesidades en cuanto respecta a la promoción turística, no existirá política pública que ayude a la promoción de atractivos turísticos.

De continuar con una organización de recursos inadecuada, los atractivos turísticos no podrán promocionarse debidamente pues no estarán al agrado del turista si no ha sido debidamente cuidado y presentado. Si no existiese una toma de decisiones de parte de las autoridades municipales en lo que respecta a la promoción de los atractivos turísticos del distrito de San Jerónimo, habrá un desconocimiento de los atractivos turísticos que posee por parte de los turistas nacionales y extranjeros. Y de seguir sin políticas públicas adecuadas para la promoción de atractivos turísticos conllevará a un abandono de estos atractivos y la afluencia de turistas presentará una tendencia baja. Todo esto llevaría a perder la gran oportunidad de generar una base económica sustentable orientada al desarrollo económico y turístico del distrito de San Jerónimo, ya que se considera que en este distrito existen diversos atractivos turísticos.

Como posible solución se tiene que debe haber una organización de recursos enfocados al mantenimiento y presentación de los atractivos turísticos del distrito de San Jerónimo para que sean agradables hacia los turistas nacionales y extranjeros. En lo que respecta a la toma de decisiones, las autoridades deben actuar de manera inmediata tomando una elección pertinente para promocionar los atractivos turísticos del distrito de San Jerónimo, y, por último, el gobierno debe implementar políticas públicas destinadas a la promoción de los



atractivos turísticos para que estos sean revalorados y promocionados. Entonces si existe una gestión adecuada de parte de la municipalidad se podrá explotar estos recursos turísticos para el beneficio del distrito de san jerónimo.

Es por ello que para la presente investigación nos planteamos las siguientes interrogantes:

1.2. Formulación de problemas

1.2.1. Problema general

¿De qué manera la gestión de la municipalidad se relaciona con la promoción turística del distrito de San Jerónimo, departamento de Cusco periodo 2015-2018?

1.2.2. Problemas específicos

1. ¿Cómo es la relación entre la planificación municipal y la promoción turística en el distrito de San Jerónimo?
2. ¿Cómo es la organización municipal en relación a la promoción turística en el distrito de San Jerónimo?
3. ¿Cómo es la dirección municipal en relación a la promoción turística en el distrito de San Jerónimo?
4. ¿Cómo es el control municipal en relación a la promoción turística en el distrito de San Jerónimo?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar si la gestión municipal está relacionada con la promoción turística del distrito de San Jerónimo, departamento de Cusco periodo 2015-2018.

1.3.2. Objetivos específicos

1. Determinar la relación entre la planificación municipal y la promoción turística en el distrito de San Jerónimo.



2. Determinar la relación entre la organización municipal y la promoción turística en el distrito de San Jerónimo.
3. Determinar la relación entre la dirección municipal y la promoción turística en el distrito de San Jerónimo.
4. Determinar la relación entre el control municipal y la promoción turística en el distrito de San Jerónimo.

1.4. Justificación

1.4.1. Relevancia social

La gestión municipal es imprescindible para el crecimiento y desarrollo socioeconómico de las comunidades, a través de la promoción turística, mediante la difusión de los atractivos turísticos naturales y culturales, factores importantes que influyen en el desarrollo sostenible de la actividad turística.

La presente investigación es de carácter significativo ya que mediante la promoción y la puesta en valor de los atractivos turísticos naturales y culturales en el distrito de San Jerónimo se contribuirá a optimizar la oferta del producto turístico y conseguir la demanda turística, de esta forma fomentar el desarrollo económico.

1.4.2. Implicancia práctica

Con esta investigación deseamos generar propuestas enfocadas a desarrollo, las cuales pueden ser de gran aporte tanto para las instituciones pertinentes como para la comunidad y con ello resolver el problema del bajo fomento de los atractivos turísticos naturales y culturales del distrito y la gestión por parte de la municipalidad considerando el poco interés por parte de los agentes involucrados en el escenario del desarrollo turístico de este distrito.

Por ello se hizo la presente investigación para determinar la gestión municipal e identificar la relación de la promoción con respecto a promoción turística.



1.4.3. Valor teórico

Con la presente investigación se dio la intención de dar apoyo a las bases teóricas consideradas, para su práctica y la eficacia de la gestión municipal frente a las deficiencias en el aspecto turístico a través de la promoción correspondiente, mediante la difusión de información con la finalidad de la valoración patrimonial, conseguir demanda turística y oferta turística y consecuentemente obtener resultados en el desarrollo económico.

1.4.4. Viabilidad o factibilidad

El presente trabajo de investigación, contó con el compromiso de los pobladores y los agentes responsables quienes nos proporcionaran información requerida sobre los diversos atractivos turísticos.

Para poder conseguir el propósito en esta investigación, se contó con los medios disponibles, recursos, tiempo y costos requeridos para este trabajo de investigación.

1.5.Delimitación de la investigación

1.5.1. Delimitación temporal

El estudio tuvo una duración de 12 meses, comenzando en agosto del año 2018 a agosto del año 2019.

1.5.2. Delimitación espacial

Para hacer el estudio sobre la Gestión Municipal y la promoción turística, se destinó el distrito de San Jerónimo del departamento del Cusco.



CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes Internacionales

A. TÍTULO: Profesionalización y calidad en la Gestión Municipal. Oportunidades Ley 20.922

AUTOR: Valentín Eduardo Zuñiga Bustos

LUGAR: Universidad de Concepción - Chile

AÑO: 2018

RESUMEN:

Las municipalidades, como órganos descentralizados, cada vez han ido asumiendo más responsabilidades. Sin embargo, la profesionalización y la calidad de la gestión municipal siguen siendo bajas. Para corregir aquello, se creó la ley 20.922, que busca aumentar el porcentaje de profesionalización y con ello mejorar la calidad de la gestión municipal.

Es por esto que, el objetivo de la investigación es analizar estas dos variables. Además, analizar las políticas públicas en estas materias y, por último, identificar las oportunidades que ofrece la nueva ley 20.922 para mejorar estos índices.

Para ello, se analizaron las bases de datos de ambas variables. Por un lado, la profesionalización municipal extraída del Sistema Nacional de Información Municipal (SINIM) y, por otro lado, los resultados del Diagnóstico de Calidad en la Gestión Municipal proporcionados por la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo. Además, se analizaron fuentes primarias como leyes, páginas web oficiales y autores que hablan del tema.



CONCLUSIÓN

Según el análisis de datos, es posible mencionar que la ley 20.922 servirá para romper con la lógica que se ha ido dando en el Estado, en donde aumentan las contrataciones por sobre las plantas. Tradicionalmente ha aumentado la forma de contratación temporal e inestable por sobre la indefinida y estable. Por lo tanto, la ley 20.922 es un avance que permitirá cambiar esta lógica que se da en mayor medida en el nivel central.

Por otra parte, al analizar los datos de ambas variables, se puede concluir que no existe una relación entre ambas (profesionalización y calidad de la gestión municipal). Lo anterior puede darse por los mejores puntajes que existen principalmente en los ámbitos de Estrategia y Capacitación. Esto ya que, según Armijo (2011), planificar es una herramienta importante para definir las prioridades y asignación de recursos para avanzar hacia una gestión que se compromete con los resultados y, por otro lado, dar énfasis en capacitación es importante ya que, según el Servicio Civil, “es uno de los aspectos claves para desarrollar a las personas en una institución” y, como se ha mencionado anteriormente, las personas son importantes para el desarrollo de las organizaciones.

La profesionalización, argumento principal de la ley, es considerada de forma estadística. Contar con una cierta cantidad de personas que tengan título profesional de ocho semestres no es sinónimo de una mejor calidad de la gestión municipal.

2.1.2. Antecedentes nacionales

A. TÍTULO: Plan de promoción turística para el incremento de la afluencia de turistas en el refugio de vida silvestre Laquipampa – Incahuasi. Enero - Setiembre 2016

AUTOR: Rosa Yessenia Valverde Sánchez

LUGAR: Universidad Privada Juan Mejía Baca - Chiclayo



AÑO: 2017

RESUMEN:

El presente trabajo de investigación denominado Plan Promoción Turística Para El Incremento De La Afluencia De Turistas En El Refugio De Vida Silvestre Laquipampa – Incahuasi. Enero - Setiembre 2016, tuvo como objetivo general diseñar un Plan promoción turística para el incremento de la afluencia de turistas en el refugio de vida Silvestre Laquipampa. Por medio de esta investigación se comprobó la hipótesis de que el diseño de un Plan promoción turística ayudaría al incremento de la afluencia de turistas en el RVSL. Esta investigación es de tipo cuantitativa, transaccional descriptiva, de diseño no experimental. Se recurrió al diseño se hizo uso de la técnica de la entrevista y encuesta, de tal forma que la muestra poblacional estuvo compuesta por una entrevista al jefe del RVSL y 50 encuestas a los visitantes del lugar, en donde se muestra que las características de los visitantes son estudiantes universitarios y de instituto, además de profesionales de las carreras de biología, turismo, fotografía, ciencias de la comunicación, entre otras, en un rango de edades de 18 a 25 años ; y por ende se concluyó que el Plan de Promoción Turística contribuirá a aumentar la afluencia de turistas del Refugio de Vida Silvestre Laquipampa.

CONCLUSIÓN

El Plan de Promoción Turística contribuirá a aumentar la afluencia de turistas del refugio de vida silvestre Laquipampa.

El análisis de la situación actual refleja que el Refugio de Vida Silvestre Laquipampa posee un gran potencial en el disfrute del recurso paisaje, áreas para realizar actividades turísticas, buen clima, biodiversidad de plantas; además de



intervención de empresas locales, de disponibilidad por parte del SERNANP para promocionar el área; sin embargo debilidades y amenazas como es el bajo presupuesto y carencia de rutas turísticas hacia el lugar, carencia de infraestructura adecuada, políticas del estado a corto plazo que no están de acorde con la realidad del lugar.

Entre la demanda figura que los visitantes son jóvenes universitarios y profesionales del sexo femenino 46% que visitan el área natural más de una vez por trabajos de investigación.

El Refugio de Vida Silvestre Laquipampa ofrece rutas para realizar ecoturismo, entre las que destacan Ruta Shambo, Ruta de Lajas, Ruta de Piedra Lisa, Ruta Negrahuasi y Ruta Quebrada El Reloj.

Los instrumentos para evaluar las estrategias del Plan de Promoción son la Guía de evaluación de la Estrategia de Promoción y la Guía de Evaluación de la Estrategia de la publicidad.

B. TÍTULO: Reingeniería Y Gestión Municipal

AUTOR: Juan Victoriano Castillo Maza

LUGAR: Universidad Nacional Mayor De San Marcos - Lima

AÑO: 2004

RESUMEN:

La Tesis sobre Re-Ingeniería y Gestión Municipal se ha desarrollado utilizando la metodología de comparación de resultados de gestión en gobiernos locales con resultados obtenidos por establecimientos del sector privado que han aplicado la reingeniería como instrumento de gestión eficiente y eficaz. La hipótesis se corrobora con los casos de Chrysler y Ford donde los resultados exitosos de la reingeniería



constituyen la recuperación y liderazgo empresarial obtenido. En la experiencia municipal -Municipalidad de Rosario Argentina- la reingeniería lo ubica como ejemplo para otras ciudades de la Argentina y del Mercado Común del Sur (MERCOSUR). El hallazgo principal permite fijar una gradación:

1) La reingeniería en la gestión municipal implica traslado de personal de áreas racionalizadas a áreas que optimicen el servicio a la comunidad.

2) La reingeniería implica proceso de mejoramiento continuo y habituar al desarrollo organizacional. Las recomendaciones formuladas permitirán: Desarrollar un sistema de información para el proceso de toma de decisiones. Comenzar la transformación de la cultura organizacional. Promover la gestión municipal democrática y participativa. El presente trabajo aporta a la gestión municipal nuevos temas: La planificación estratégica municipal con una visión de 10-20 años. El ordenamiento territorial. Sistemas de Información Gerencial. Finalmente, las Ciencias de la Empresa han creado instrumentos de gestión que pueden ser transferidos con éxito a la Administración Pública Municipal: Planeamiento Estratégico, Reingeniería, Cultura Organizacional, Proceso de Mejoramiento Continuo (PMC), Justo a Tiempo y Benchmarking.

CONCLUSIÓN

El modelo de gestión municipal democrática, propone un cambio en la dinámica del ámbito gobierno-gobernado, desde un sistema tradicional de democracia representativa, hacia una democracia participativa, que implica negociación, convergencia y cooperación de intereses y actores, como disidencia y confrontación de los mismos.



La planificación estratégica municipal, como instrumento de gestión moderna, permite realizar un análisis profundo y minucioso de los factores internos, identificando las fortalezas y debilidades, como de los factores externos, reconociendo las oportunidades y amenazas, para enfrentar con éxito los retos que significa lograr óptimos resultados en beneficio de la comunidad.

La descentralización política, administrativa y económica, permitirá a los gobiernos regionales y locales en particular, las instituciones de la sociedad. La excesiva centralización de recursos económicos y financieros no ha permitido a los gobiernos locales desarrollar sus planes y programas.

La prestación de los servicios municipales a la comunidad que brindan los gobiernos locales, deben estar basados en los principios de igualdad, permanencia o de continuidad, adecuación, generalidad, legalidad, persistencia y adaptación, para garantizar con el establecimiento de procedimientos administrativos y una organización que tiene como objetivo satisfacer las necesidades de la población, en concordancia con los propósitos del Programa para el Desarrollo de Naciones Unidas (PNUD) impulsando el desarrollo del Índice de Desarrollo Humano, que propone tres indicadores de bienestar: i) longevidad; ii) escolaridad; iii) nivel general de vida alcanzado.



C. TÍTULO: Gestión Municipal y la Participación Ciudadana en la Municipalidad Distrital de Huanchaco, 2015.

AUTOR: César Fernando Romero Vásquez

LUGAR: Universidad Cesar Vallejo - Trujillo

AÑO: 2017

RESUMEN:

La presente investigación planteó como problema general ¿Qué relación existe entre la Gestión Municipal y la Participación Ciudadana en la Municipalidad del Distrito de Huanchaco, 2015?

La metodología de la investigación es hipotético deductivo, tuvo un tipo de estudio básico, de nivel correlacional y enfoque cuantitativo, el diseño fue no experimental, transversal correlacional; la población estudiada estuvo constituida por 167 trabajadores de la Municipalidad Distrital de Huanchaco en el 2015.

La muestra fue aleatoria simple proporcional y se aplicó a 118 trabajadores de la Municipalidad Distrital de Huanchaco, de los cuales son: 23 gerentes y subgerentes, 38 seguridad ciudadana y 59 administrativos, la recolección de datos se llevó a cabo a través de un cuestionario para las variables en estudio. Se estableció la confiabilidad del cuestionario aplicando una prueba de consistencia interna en una muestra piloto a 15 trabajadores de la Municipalidad Distrital de Huanchaco, obteniendo el estadístico Alfa de Cronbach igual a 0,801 para la variable 1: Gestión Municipal. Asimismo, se aplicó a la misma muestra piloto de 15 trabajadores de la Municipalidad del Distrito de Huanchaco y se obtuvo el estadístico Alfa de Cronbach igual a 0,835 para la variable 2: Participación Ciudadana, luego se procesó los datos, utilizando el programa estadístico SPSS versión 22.0.



CONCLUSIÓN

Se confirmó la hipótesis general, evidenciando la existencia de una relación directa y positiva entre la Gestión Municipal y la Participación Ciudadana. La Gestión Municipal está conformada por las dimensiones de Planeación, Organización, Dirección y Control, estas se manifiestan en una serie de actividades, trámites, manejo de recursos, orientados en el logro del bienestar social y la calidad de vida de los ciudadanos a través de la Participación Ciudadana, quien está constituida por las dimensiones de Plan de Desarrollo Integral, Objetivos Institucionales, Toma de Decisiones y la planificación, en consecuencia podemos decir a mejor gestión mayor participación ciudadana.

Existe una relación significativa entre la dimensión Planeación de la Gestión Municipal y la Participación Ciudadana, pero esta relación es de nivel moderado, ya que la dimensión Planeación toma en cuenta la Planificación, la Promoción, las Políticas Públicas, el Presupuesto Institucional, a pesar de que son procedimientos internos de la Gestión Municipal, deben involucrar la participación activa de los ciudadanos.

Existe una relación significativa entre la dimensión Organización de la Gestión Municipal y la Participación Ciudadana, con un nivel de correlación bajo, es decir la dimensión Organización comprende Normas y la Organización Interna, pero al elaborar la estructura organizacional, debe responder a las necesidades de la población, en consecuencia dependen de la participación ciudadana, aunque muchas veces no se toma en cuenta la opinión de la población para realizar el trabajo interno, dejando de lado los objetivos institucionales de la municipalidad.



Existe una relación significativa entre la dimensión Dirección de la Gestión Municipal y la Participación Ciudadana, esta relación es moderada, en la dimensión de Dirección encontramos la Ejecución de Planes, Generación de Ingresos, Licencias y Convenios, en donde se tiene una relación directa con los ciudadanos, la misma que puede ser tomada de dos maneras: buena si los beneficia y mala si los perjudica, para evitar estas inconveniencias, la municipalidad debe buscar la participación ciudadana permanentemente.

Existe una relación significativa entre la dimensión Control de la Gestión Municipal y la Participación Ciudadana, de nivel de relación moderado, es decir la dimensión de Control tiene dos componentes el de Fiscalización y la Supervisión, es decir el Control es un instrumento clave de la participación de la sociedad civil, es así que la municipalidad no informa ni capacita por temor a que los ciudadanos tengan acceso a la información para vigilar la Gestión Municipal.

2.1.3. Antecedentes Locales

A. TITULO: Gestión Turístico Municipal y Desarrollo Rural Sostenible en la Provincia de Espinar -2017

AUTOR: Eleuterio Sarayasi Sarayasi

LUGAR: Universidad César vallejo

AÑO: 2017

RESUMEN:

La presente investigación lleva el título de: “Gestión Turístico Municipal y Desarrollo Rural sostenible en la Provincia de Espinar - 2017”, siendo el objetivo principal de determinar el nivel de relación que existe entre la gestión turística Municipal y desarrollo Rural sostenible en la provincia de Espinar-Cusco. Presenta un perfil



cuantitativo, basado en una exploración tipo básico descriptivo y diseño correlacional no experimental, llegando a encontrar el grado positivo y/o negativo de cada variable y determinar el nivel de relación existente entre ellas, es así que la muestra fue seleccionado de manera no probabilística intencionada por 28 personas, entre los que constituyen los servidores públicos de la gerencia específica, funcionarios de cargo de confianza, sociedad y los actores (habitantes aledañas a zonas turísticas) derivados del test de Cochran; los cuestionarios (instrumentos) fueron sometidos a un proceso de revisión y evaluación y luego son validados por juicio de expertos. Para determinar la consistencia interna y confiabilidad de nuestros cuestionarios, estos fueron sometidos a las pruebas estadísticas de la determinación del coeficiente de alpha de Cronbach para ambas variables de estudio. Teniéndose la confiabilidad de consistencia interna del coeficiente de alpha de Cronbach es 0.70 para la variable Gestión turístico municipal y 0.80 para la variable Desarrollo rural sostenible así como para sus respectivos dimensiones Según los resultados y análisis se determina que existe una mala gestión turístico municipal en la provincia de Espinar de la región del Cusco, esto debido a que dicha institución edil no cuenta con un plan de desarrollo turístico, el cual va acompañado con un presupuesto ínfimo para puesta en marcha de los proyectos pilotos sobre turismo, por otro lado la demanda de atractivos turísticos no es alta, y que el material de información turística es mínima, este mismo grupo manifiesta que las tecnologías de la información y comunicación no es buena, así mismo x dicha institución edil cuenta con bajos programas de capacitación para su personal, esto a que no realiza convenios con otras entidades o municipios para efectuar actualizaciones sobre circuitos turísticos en su ámbito, se nota que en esta municipalidad los servicios turísticos son bajos cuyo inventario se efectúa



eventualmente en esta entidad edil, a esto se suma el bajo nivel de estrategias de incentivo para apoyar la inversión privada. Por otro lado que existe un nivel casi bueno en el desarrollo rural sostenible en la provincia de Espinar, esto debido a que los encuestados adujeron que los recursos naturales renovables como no renovables apoyan en poco al desarrollo rural de esta provincia, el cual va acompañado de una tendencia de agotamiento de los recursos hídricos, por ende de la flora y la fauna, los pobladores manifiestan que son muy pocas las cadenas productivas y los complejos económicos relevantes con los que cuenta dicha provincia para atraer el turismo, esto a que casi nunca existe un estudio logístico para ver las ventajas competitivas y potencialidades u oportunidades de productividad de esta provincia, este mismo grupo de trabajadores indica que casi nunca se da una buena productividad en sus productos, el cual va acompañado con una mínima capacitación al personal y habitantes de esta provincia, en este grupo se percibe las relaciones sociales nunca brindan calidad a la infraestructura social y a las relaciones del trabajo, en donde se demuestra poca identidad cultural, en base a los actores sociales y organizaciones del estado y la sociedad de esta provincia. Validando la hipótesis principal de vinculación predictivo entre las variables, se utilizó el estadístico Tau b de Kendall en el cual se halló que el coeficiente de correlación (es de 0,761 alta correlación), además que (alfa): $\alpha = 5\%$ (0,05) es mayor al p-valor encontrado, ósea que $0,000 < 0.05$ (significativo), del que se concluye que existe una relación alta y significativa entre la gestión turística Municipal y desarrollo rural sostenible en la provincia de Espinar del Cusco. Existe una relación alta y significativa entre la gestión turística Municipal y las dimensiones de desarrollo rural sostenible en la provincia de Espinar del Cusco, xi esto porque el valor de correlación hallado en dichas tablas de contingencia es alto;



además se halló que ($p < \alpha$) es decir $0,000 < 0.05$ (significativo). En resumen, que de cada una de las variables del presente trabajo de investigación se llegó a la conclusión de que si la gestión turística municipal es bajo este influirá en un desarrollo rural sostenible casi bueno en la provincia de Espinar del Cusco.

CONCLUSIONES:

Luego del análisis, se concluye que, existe una baja gestión Turístico Municipal en la Provincia de Espinar del Cusco, puesto que el 71,4% de los trabajadores optaron por marca la alternativa de bajo, y el 28,6% de los mismos respondió que este es regular. Se llegó a la conclusión de que existe un nivel casi bueno en el desarrollo rural sostenible en la provincia de Espinar del cusco, ya que el 57,1% de los trabajadores respondió casi nunca, otro 28,6% opto por responder casi siempre, el 10,7% contesto siempre y solo el 3,6% opto por la alternativa de nunca.

De la tabla de contingencia y utilizando el estadístico Tau b de Kendall se halló que el coeficiente de correlación (es de 0,761 alta correlación), además que (alfa): $\alpha = 5\%$ (0,05) es mayor al p-valor encontrado, ósea que $0,000 < 0.05$ (significativo), del que se concluye que existe una relación alta y significativa entre la gestión turística Municipal y desarrollo rural sostenible en la provincia de Espinar del Cusco.

Con la aplicación del estadístico Tau b de Kendall, se llegó a la conclusión que existe una relación alta y significativa entre la gestión turística Municipal y las dimensiones de desarrollo rural sostenible en la provincia de Espinar del Cusco.



B. TÍTULO: Gestión municipal en el Distrito de Andahuaylillas – Quispicanchi del periodo 2011 – 2014 logros y limitaciones

AUTOR: Edgar Ccama Hancoco

LUGAR: Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco- Cusco

AÑO: 2016

RESUMEN:

La investigación surge a raíz de la necesidad de sistematizar experiencias de gestión edil en la Municipalidad Distrital de Andahuaylillas, la misma que pasó por 39 periodos entre 1914 y 2014. Nuestro interés estuvo centrado en la gestión municipal 2011 - 2014, en razón de que el alcalde estuvo al frente de dicha comuna por dos periodos consecutivos y se pudo observar de cerca dicho mandato.

La investigación da cuenta de la situación encontrada en el distrito. Es una primera aproximación para entender la conducta de las autoridades y comunidades. Ambos casos, nos permitieron comprender lo complicado y difícil de llevar adelante una gestión participativa.

Para el acopio de la información hicimos trabajo de campo, tanto en la Municipalidad Distrital como en las Comunidades Campesinas, con la finalidad de alcanzar datos confiables y valederos para identificar los logros y limitaciones que tuvo la gestión municipal 2011-2014. Para ello, se recurrió a la revisión de la documentación existente localizada en los archivos de la municipalidad y se complementó con entrevistas a las autoridades municipales y población.



Nuestra ruta metodológica consistió en una secuencia de cuatro fases: diagnóstico general del área de investigación, ingreso a la municipalidad, análisis y redacción del documento base.

CONCLUSIÓN

La gestión municipal del distrito de Andahuaylillas en el periodo 2011-2014 se caracterizó por tener logros y limitaciones dentro de la arena política, los mismos que repercutieron en el balance de la gestión. Los principales logros fueron la ejecución de obras de infraestructura y desarrollo turístico. Las limitaciones fueron la generación de conflictos, polarización y escasa capacidad de concertación con los pobladores del distrito. El balance de la gestión es positivo, puesto que se logró concluir el mandato, gracias a los logros alcanzados.

Para el balance de la gestión municipal 2011 – 2014, las elecciones municipales del año 2010, han sido punto de partida a la nueva etapa motivo para realizar esta investigación y a la par de reconocer los logros y las limitaciones que tuvo la gestión municipal de Andahuaylillas periodo 2011 -2014. El balance de la gestión se caracterizó porque la autoridad reeleccionista ganó con la agrupación política Unión por el Perú en dos periodos 2007 y 2010, los mismos que se repercutieron en sus propuestas políticas y programáticas que estaban enfocados al continuismo debido que en su primera gestión no concluyó, bajo el argumento de la continuidad de los trabajos y proyectos, con el apoyo del personal de confianza y logístico ganó las elecciones. Se concluye que el balance de la gestión municipal fue de continuismo y que en su segunda gestión municipal concluyó con la gestión y ejecución de algunas obras de envergadura.

En los logros se tuvo la gestión y ejecución de las siguientes obras de envergadura.



En infraestructura en el área urbana se gestionó y se dio inicio a la construcción del proyecto de “Mejoramiento del sistema de agua potable y construcción del sistema de alcantarillado en la capital del distrito de Andahuaylillas – Quispicanchi - Cusco”, proyecto que beneficiará a toda la población de Andahuaylillas, y que en la actualidad continúa en ejecución. En infraestructura para el área rural, se gestionó a través de la Dirección de Transportes y Comunicaciones cusco, la construcción del puente Centenario de Secsencalla, obra concluida y que en la actualidad beneficia a las comunidades de Secsencalla, Queruhuasi, Churubamba y anexo Puca puca.

Las limitaciones fueron los conflictos y la polarización de la población y poca concertación con el pueblo y con la zona Rural. En el tema administrativo, responde al desenvolvimiento del personal en la comuna municipal, los mismos que no supieron responder frente a las exigencias de la administración municipal ni a la población, razones por el cual fueron fuertemente cuestionados debido a que hubo negligencia en cuanto al uso de los recursos económicos y patrimoniales por parte de los funcionarios de la comuna municipal. En cuanto a la elaboración de proyectos y liquidaciones, hubo desidia por parte de los profesionales, puesto que los proyectos no presentan cuadernos de obras, valorización, informes de avance físico y financiero ni liquidaciones de obras, quedando una tarea muy delicada para la nueva autoridad.

En lo referente a los procesos de revocatoria llevados a cabo en 2012 y liderados por los candidatos que no obtuvieron el triunfo en el proceso electoral 2010 y bajo la figura del Frente Único de Defensa de los Intereses de Andahuaylillas, estos no lograron su objetivo, debido a que la autoridad contó con todos los recursos de la municipalidad como logística, personal, así como también del apoyo de los dirigentes comunales, quienes impidieron la revocatoria. Sin embargo, se judicializaron algunas



denuncias como por ejemplo de algunas obras que no nunca fueron iniciadas, obras fantasmas tales como el baño público de la plaza, la planta de tratamiento de los residuos sólidos, veredas en la calle señor de Huanca entre otras. Finalmente, en la gestión es positivo, puesto que se logró concluir el mandato, sin embargo, ha dejado muchos pendientes lo que llevaría ciertas dificultades para la nueva gestión municipal.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Gestión

En las concepciones clásicas de la gestión, el papel del gestor se basa en la ordenación de los recursos para la obtención de los fines bajo los criterios de eficiencia y eficacia. Esta concepción racionalista de la gestión ya ha sido superada, incluso en las organizaciones empresariales (...) La gestión no puede entenderse únicamente como un conjunto de técnicas racionales al servicio de un objetivo único, sino que se concibe como una adaptación de la organización a un entorno complejo y dinámico tanto en los medios de que dispone como en la forma de conseguir y compatibilizar los diversos objetivos. Asimismo, el papel del directivo ha evolucionado, ya que a éste no se le considera simplemente un especialista en las técnicas directivas, sino un gestor con capacidad multidisciplinar, adaptable y negociador. La complejidad de la gestión es aún mayor en las organizaciones culturales como consecuencia de sus especificidades. (Prieto, 2003, pág. 8).

La conceptualización de la gestión, da referencia a la administración de los recursos de manera eficaz, los cuales no pueden ser un conjunto de técnicas para enfrentar las necesidades, estos poseen una amplia gama de desenvolvimiento para lograr los objetivos, para lo cual, la gestión debe adecuarse al entorno social dinámico, de esta forma lograr los objetivos que respondan a la realidad dentro de ello responder a las necesidades.



2.2.2. Enfoque

Desde el enfoque de la teoría de las necesidades humanas (Doyal y Gough, 1994) y del desarrollo a escala humana (Max-Neef, 1994) la necesidad de participación intervine directa y transversalmente en el óptimo acceso a las necesidades, impulsando la autonomía crítica del individuo y la sociedad.

Contribuir al desarrollo humano en el s. XXI, significa ampliar las alternativas de las personas para que puedan tener un nivel de vida que aprecien; siendo necesario para ello desarrollar las capacidades humanas, entre las cuales destaca la participación (Sella, 2009, pág. 53).

El rol del gobierno basado en el enfoque de las necesidades humanas da primacía en la ampliación de las alternativas de desarrollo respondiendo a las necesidades, considerando como básico el mejoramiento de las capacidades de las personas mediante la participación para su desenvolvimiento en la sociedad con respecto a la capacidad de respuesta hacia las necesidades presentes.

2.2.3. Gestión municipal

Se define la gestión, como la acción y efecto de administrar. Por tal razón, resulta entendible que la gestión municipal no es más que la organización y administración de los recursos del municipio. “Es un proceso continuo de análisis, toma de decisiones, organización y control de actividades para mejorar la formulación de políticas públicas municipales y su implementación, con el fin de ordenar el territorio y promover la calidad de vida de sus habitantes”. (Santo Domingo Rep. Dominicana , 2016, pág. 10)

La implementación de una gestión municipal es una tarea participada, con la finalidad de este proceso es realzar las circunstancias económicas, sociales, humanas y culturales de la municipalidad y de su población, para forjar el distrito municipal económicamente



equitativo, políticamente viable, el manejo administrativo de manera eficiente y ambientalmente sustentable, es importante resaltar que en proceso de planificación y administración de recursos de una municipalidad de modo eficiente y eficaz, con visión de desarrollo del municipio, todo desarrollo involucrado promover a la calidad de vida de la población beneficiara.

Implica el conjunto de acciones que realizan las entidades municipales para el cumplimiento de objetivos y metas establecidas en la planificación de los programas de trabajo, mediante la administración e integración de los recursos de un territorio. Una clara visión de gestión municipal se entiende como el manejo de una serie de funciones de recursos destinados a proporcionar a los distintos sectores de la población, los satisfactores de sus respectivas necesidades de bienes de consumo colectivo. (Isch, 1996)

El requerimiento es necesario e indispensable para que exista una adecuada organización administrativa, para que los autoridades y funcionarios(as) obtengan mayores posibilidades de éxito en la actuación de su gestión, los responsables de encaminar la admiración municipal, la organizacional social y la gerencia de las prioridades en servicios y la asistencia de los pobladores, conformantes de esta jurisdicción territorial.

La gestión municipal debe de implicar una gestión efectiva de los servicios municipales, estableciéndose compromisos con el desarrollo local, insertando capacidades en el proceso de competencia municipal, formulando procesos transparentes y eficientes de gestión financiera y presupuestaria, definiendo niveles de control municipal, teniendo la planificación y organización municipal como ejes viables de una buena dirección, y legitimando el accionar de sus autoridades, entre otras. (Santo Domingo Rep. Dominicana , 2016, pág. 11)



Los objetivos de una buena gestión municipal, implica cumplir con los procesos de elaboración de programas de trabajo, definir los límites de responsabilidades, mantener actualizados los controles y procedimientos, e impulsar el ejercicio del control social por parte de la ciudadanía. Al final, evaluar la calidad de lo producido y entregado a la ciudadanía.

La gestión municipal se sustenta en los siguientes principios:

1. *Eficiencia y eficacia*, cualidades y calidades de una gestión que procura el desarrollo interno de la institución municipal y que transfiere esto a la ciudadanía en las características de los servicios que ofrece.
2. *Espacios de participación ciudadana*, visto como el conjunto de acciones o iniciativas que buscan el impulso del desarrollo local, la democracia participativa y el control social.
3. *Pensamiento estratégico*, que busca la capacidad de anticipación de los acontecimientos, visualizar un destino y construirlo.
4. *Transparencia, que posibilite democratizar*, hace creíble generar confianza en la gestión municipal.
5. *Descentralización y participación*, como elementos fundamentales de la interrelación y participación activa de la ciudadanía en los asuntos municipales.
6. *Bases de información*, como plataforma para la información y dar a conocer las acciones emprendidas por la administración municipal bajo un enfoque proactivo.

Los instrumentos de gestión son aquellas herramientas normativas y técnicas que se utilizan en la vida diaria de una municipalidad y sirven para que la gestión municipal se desenvuelva en forma ordenada, eficiente y transparente tanto a nivel institucional como en el espacio local. (Rojas, 2006)



2.2.4. Teoría del Turismo

El turismo comprende todas las 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 y otros. (Rodríguez Pulgarin, 2011).

El turismo considerado como un sistema dinámico donde las personas realizan actividades turísticas los cuales permiten desligarse por un periodo de tiempo de su entorno habitual, este tipo de actividades pueden ser de carácter recreativo o de actividades comerciales, cualquiera que sea el objetivo con el cual un individuo sale de su zona de confort siempre va estar encaminada a la satisfacción de sus necesidades. De esta manera los viajeros o turistas podrán elegir a que destino turístico desean llegar en base al tipo de actividades a realizar. Es por esta razón que la actividad turística cumple un papel fundamental en el desarrollo económico de una sociedad ya que mediante ella se genera distintas formas de productividad.

2.2.5. Teorías del turismo: según el enfoque sistémico

Según Cabrera e Ibáñez, citando a Gutiérrez: el sistema aplicado de manera general debe describir a los elementos que se relacionan significativamente entre sí, en sentido de que el nivel de interdependencia sea elevado, y tuvieran cierta precisión en el tiempo y el espacio, y que posean una cohesión interna. (Cabrera V. C., 2011, pág. 160)

Según Cabrera e Ibáñez, desde la nueva perspectiva conceptual el turismo debe de entenderse como: “*un conjunto interrelacionado de elementos*”, que incorpora un mayor número de vinculaciones en su dinámica, más allá de la sola relación oferta demanda que señala el mercado. (Cabrera V. C., 2011). En el enfoque sistemático en relación a la teoría del turismo según Gutiérrez considera que un conjunto de partes integradas debe tener el



objetivo de lograr un fin, este debe estar orientado con un plan y principio, en la que englobe ideas y procedimientos, íntimamente relacionados encaminados al funcionamiento de un todo. Esta explicación en relación al turismo debe ser entendida desde un carácter holístico en el cual se pueda comprender todas las características de las actividades turísticas que determinen la oferta y la demanda las cuales deben responder de manera efectiva al mercado.

2.2.5.1. Modelo propuesto por Gunn

Según Cabrera e Ibáñez, citando a Gunn formula un modelo más contemporáneo sobre los componentes del sistema turístico como base conceptual para la planificación turística, concibiendo a la demanda y la oferta como las dos fuerzas principales en la conducción de dicho sistema. También, describe los factores externos al sistema que influyen en su funcionamiento: financiamientos, recursos culturales, recursos naturales, políticas gubernamentales, competencia, comunidad, emprendedores y aspectos laborales. El sistema y los factores externos se ilustran en la siguiente figura: (Cabrera V. C., 2011, pág. 169)

Según el modelo propuesto por Gunn considera a la oferta y demanda componentes básicos de la planificación turística, las cuales son consideradas como la fuerza motora de todo sistema turístico a esto se añade factores externos que influyen en el sistema.

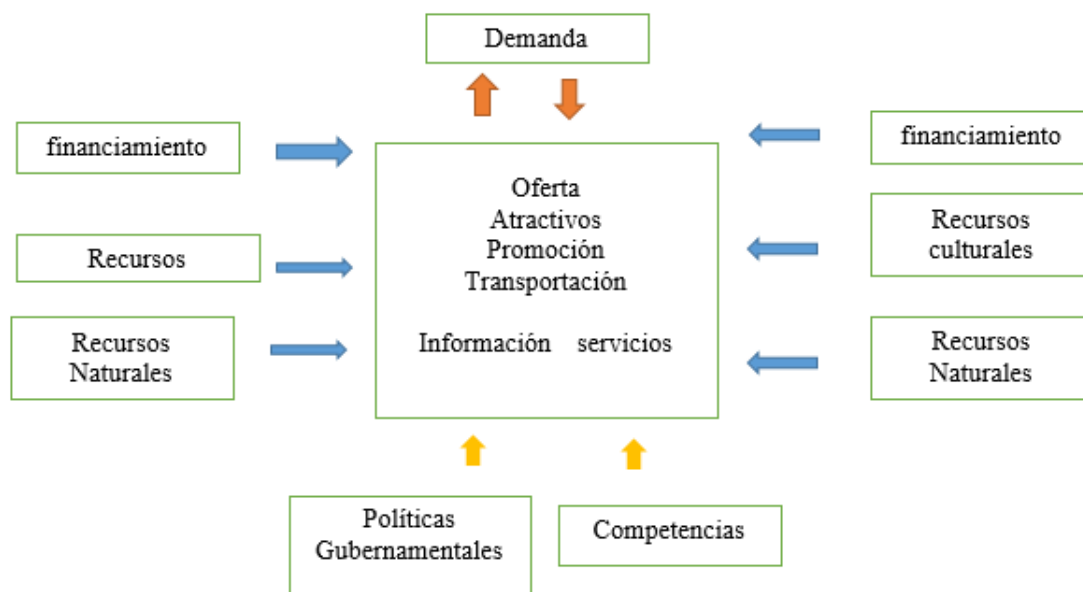


Ilustración 1 Modelo y sistema funcional turístico propuesto por Gunn

Según Cabrera e Ibáñez, citando a Gunn se observa, en este modelo la funcionalidad del sistema turístico se presenta desde una perspectiva de mercado, reconociendo como factores externos aquellos que fundamentalmente alteran la relación entre la demanda y la oferta. Dentro de este modelo se consideran factores que antes no habían sido tomados en cuenta, tal es el caso de las políticas gubernamentales e incluso el financiamiento, factores que son básicos para el desarrollo del sistema turístico. (Cabrera V. C., 2011, pág. 170) .

La teoría plantada por Gunn considera que los sistemas turísticos están íntimamente relacionados con el mercado, en las que intervienen factores externos como las políticas gubernamentales, competencias, recursos naturales y culturales, los cuales determinan la oferta y demanda turística las que están encaminadas a contribuir al desarrollo del sistema turístico.



2.2.6. Promoción

Según Manuel Gurria Di Bella: La promoción puede entonces crear nuevas necesidades en los individuos. Los métodos que se utilizan para hacer llegar la información a los mercados turísticos son múltiples y variados; todos constituyen un complejo sistema que se denomina promoción turística, que forma parte del área de comercialización, por lo tanto, quedará subordinada al plan de marketing turístico. (Gurria, 1991).

Cuando llegamos a tener un nuevo producto en el área turístico, el principal objetivo es darlo a conocer al mayor número de personas posibles, usando las publicidades más conocidas y que sean las más eficaces. Ya que si no mostramos o promocionamos el producto nadie lo llegará a conocer y el producto no será vendido. Tenemos una gran variedad de métodos que se puede utilizar para promocionar nuestro producto, todo eso lo encontramos en el área de marketing turístico

Según Manuel Gurria Di Bella citando a Ortigoza y Gómez Arrola establecen este concepto de promoción turística de la siguiente manera:

La promoción es, en su más amplio concepto, una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica. (Gurria, 1991).

La promoción es una actividad que está constituida por un conjunto de materiales, que sirven para hacer conocida el producto y gracias a ello la empresa que es dueño del producto mejorara en el ámbito económico.



Y continua Gurria: Como toda actividad productiva, la promoción turística requiere de un proceso de planeación, en el cual se deberán determinar los siguientes puntos: (Gurria, 1991). Para que la promoción turística haga conocer un producto es muy necesario tener un proceso de planeación, si nuestro proceso de planeación está bien elaborado no hay duda que la promoción del producto tendrá éxito.

- Establecer metas específicas y bien definidas sobre lo que pretende lograr el programa de promoción
- Qué mercados (posibles consumidores) debe alcanzar el programa
- Qué medios publicitarios se utilizarán
- Con qué presupuesto económico se cuenta
- Cómo se medirán los resultados del programa. (Gurria, 1991)

Según Gurria: el plan para la promoción turística es de vital importancia, porque tiene muchas alternativas de acción y, por lo general, manejan presupuestos económicos de gran volumen que no siempre reditúan beneficios directos o indirectos en relación con su inversión. Por esto, es necesario que la autoridad u organismo responsable del plan, sustente una política promocional adecuada a la política general de turismo de la entidad que se trate. Asimismo, será necesario establecer un marco de organización apropiado para fijar estrategias operacionales que conduzcan la efectividad del programa. Toda promoción turística tiene tres elementos fundamentales o primarios, sin importar el grado o tipo de dicha promoción. (Gurria, 1991). Para realizar una promoción lo importante es tener un presupuesto, pero muchas veces no se llega a recuperar el capital invertido por que no había un buen plan para realizar la promoción, es muy necesario contar con una política promocional, para que así no fracasemos en la inversión.



2.2.7. Promoción Turística

En formulaciones expuestas por Gurría, define promoción turística como una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos, cumpliendo la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica. (Gurria, 1991). La promoción está constituida por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de promocionar o mostrar al público en general el nuevo producto turístico, el objetivo de la promoción es llamar la atención del público y que muestren interés, una vez que el público se interese nuestra meta será convencer al público para que tome el producto y convertirlo en turista.

Según Cabrera e Ibáñez la promoción Turística: Se entiende como una actitud integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos al surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de las operaciones de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica. Es decir, la acción de crear y desarrollar las estructuras turísticas con base en inversiones de capital, uso de equipo y técnicas administrativas, y también activar el desplazamiento turístico con los medios de difusión idóneos. (Cabrera V. I., 2011). Para que nuestro sea conocido y tenga éxito es bueno tener unos buenos instrumentos para la promoción turística, si logramos tener buenos instrumentos no hay duda que nuestro producto será el mejor del mercado.

Y continua Cabrera: La promoción turística se puede llevar a cabo a través de publicidad y uso de las relaciones públicas, pero al mismo tiempo puede ser efectuada ya sea por el sector público, por el sector privado o bajo un esquema mixto. (Cabrera V. I., 2011). La publicidad es uno de los medios más conocidos y exitosos para que un producto turístico sea



conocido, también tenemos las relaciones publicas que son acciones de comunicación estratégicos para tener una buena vinculación con distintos tipos de público, si nuestras relaciones son buenas tendremos clientes fieles y apoyo de otras organizaciones.

Según Cabrera e Ibáñez manifiesta que existen:

a) Tipos de promoción turística

- Pública Es la que se realiza con financiamiento de empresas de gobiernos, ya sea federal, regional, estatal, municipal o local.
- Privada Es aquella cuyo costo es absorbido por empresas privadas o personas que trabajan de manera independiente o bajo algún tipo de sociedad.
- Mixta Es llevada a cabo con la colaboración conjunta de una entidad de gobierno y la iniciativa privada. En el caso de nuestro país, la Ley General de Turismo estipula que la promoción mixta tiene por objeto diseñar y realizar estrategias de promoción turística a nivel nacional e internacional. (Cabrera V. I., 2011).

b) Instrumentos de promoción turística

- Relaciones públicas Se define como la función ejecutiva de carácter permanente que permite, a través de la información personal, oral o escrita, la comunicación propicia para lograr la difusión de los atractivos y servicios turísticos y la colaboración entre los prestadores de servicios turísticos y entre éstos y las autoridades gubernamentales turísticas.
- Publicidad Es la técnica que se apoya en los medios de difusión masiva para hacer notorio y deseable el consumo o disfrute de algún bien o servicio de los atractivos y servicios turísticos. (Cabrera V. I., 2011). Tenemos tres tipos de promoción turística, publica es cuando tenemos convenios con empresas del gobierno; privada es cuando



se trabaja con empresas privadas y mixta cuando se cuenta con el apoyo de ambos tanto privada y pública.

Tenemos dos principales instrumentos de promoción, las relaciones publicas y la publicidad, la primera se basa en una comunicación eficaz para lograr la propagación del producto turístico, la segunda es una técnica muy eficaz que ayuda a la difusión y reconocimiento del producto turístico.

2.3. Marco conceptual

2.3.1. Organización de recursos

Muñoz citando al profesor Pedro Santos Revilla, explica que nada debe quedar acotado a la imaginación en la pluralidad de posibilidades de empleo en los recursos y medios no elaborados para un fin concreto para generar actividad en el individuo y, mediante dicha actividad, desarrollar sus facultades. El ingenio personal del individuo sugerirá las más variadas formas de enriquecer las ideas previas sobre las que desarrollar los conocimientos ulteriores. Es preciso no caer en la tentación de considerar que la originalidad y creatividad en el uso de los recursos consiste en la mera actividad, en el simple principio de hacer muchas cosas, sino que estas acciones materiales han de ser subsidiarias de aquellos contenidos conceptuales, procedimentales o actitudinales que las provocan. (Muñoz C. J., 2012)

Podemos entender según explica el autor que las posibilidades son muchas al momento de emplear los recursos que se necesitan dentro de cualquier organización, así como también poder dirigir estos recursos a los miembros integrantes, para poder así desarrollar sus capacidades las cuales más adelante podremos utilizar para beneficio de la organización a la que pertenece, pues como sabemos la inventiva humana es una potente fuente de oportunidades que deben y merecen ser explotadas, el desarrollo del conocimiento crece a



pasos agigantados, en las últimas décadas la mano de obra no especializada dejó de ser necesaria en algunos aspectos del desarrollo de las organizaciones digamos por ejemplo, empresas, organizaciones, sindicatos, etc., en la actualidad los individuos tienen que estar a la par del avance de las ciencias, creando nuevas formas crecimiento, esto se ve reflejado en las grandes organizaciones que tenemos en nuestros días, la buena organización de recursos es una parte fundamental para el desarrollo de cualquier organización.

Unas pautas sugeridas para trabajar creativamente los medios y recursos podrían ser:

Decisión personal por innovar, diseño de la estrategia sobre el conocimiento del fin concreto, observación detallada y recogida de datos sobre la marcha del diseño ejecutado, adaptación constante a la dinámica producida (atención al proceso), evaluación constante del proceso. (Muñoz C. J., 2012)

Según explica el autor algunas formas para hacer mejor uso de los medios y recursos sería, la decisión por innovar, podemos deducir que se tiene que explotar los conocimientos anteriores, y poder crear algo sistematizado que pueda ayudar a las nuevas dificultades, diseño de la estrategia, podemos entender por los caminos que se tomaran para llegar a un fin determinado, observación detallada, entendemos por todas las circunstancias que se debe pasar antes, durante y después, adaptación, a las nuevas formas de trabajo que se desarrolla en toda organización, y por ultimo evaluación, entendemos que todo el proceso de evolución de las diferentes organizaciones deben estar siempre bajo vigilancia, esto ayuda verificar como se está desarrollando el proceso.

“Igualmente, la problemática ante el uso creativo de los medios y recursos puede provenir por: Complejos procesos interrelacionados, numerosas variantes difíciles de controlar, complicado sistema de evaluación”. (Muñoz C. J., 2012) El autor también explica que las problemáticas dentro del uso y manejo de recursos se debe a ciertos factores, así



explica complejos procesos interrelacionados, entendemos como los procesos complejos que existen dentro de las organizaciones y también fuera lo cual no permite un desarrollo pleno, numerosas variantes difíciles de controlar, una de las grandes trabas dentro de la administración de recursos es los múltiples problemas que se puedan presentar en el transcurso y por último el complicado sistema de evaluación, entendemos por esta parte los filtros que se utilizan para la utilización de distintos tipos de recursos.

“En cualquier caso, siempre debemos analizar si, mediante su uso, se cumplen estas condiciones mínimas de empleo:

Validez: Ventajas manifiestas que aporta.

Utilidad: Contribución para desarrollar la capacidad de resolución de problemas cotidianos.” (Muñoz C. J., 2012) Podemos entender que el autor hace una referencia a si dentro de las actividades que se realizan cumplen ciertos requisitos para poder asimilar cierto tipo de fuerza de trabajo que es muy necesaria para el desarrollo del trabajo, explica también sobre la validez, como aquellas ventajas que se pueden aprovechar y sacar un beneficio a corto, mediano o largo plazo según sea por conveniente, y la utilidad, lo expone como aquella habilidad para resolver problemas en el menor tiempo posible, este tipo de actividades ayudan a el desarrollo de una buena gestión.

Frente a la escasez de medios y recursos, debemos reaccionar más que con lamentaciones y quejas que no resuelven nada, con nuestra peculiar iniciativa basada en el empleo original y crítico. En resumen, el empleo de los recursos requiere, más que abundancia, iniciativa, originalidad, espíritu creativo, ingenio, juicio crítico y, sobre todo, “compromiso”. (Muñoz C. J., 2012)

En tiempo de escasez de recursos, las acciones deben ser inmediatas así se puede sobre llevar eficazmente los problemas que lo afectan, las quejas y lamentos no aportan de ninguna



utilidad para la resolución del problema solo agravan la situación en la búsqueda de culpables, mejor es la utilización de un análisis crítico que ayude y sirva, es decir que la organización de los recursos y su posterior empleo necesita de una amplia gama de factores para un adecuado uso, y principalmente el compromiso.

Análisis de los recursos disponibles y de los puntos débiles con que uno se enfrenta.

- Análisis del entorno exterior, cuyas características nos definirán la evolución de los programas.
- Formulación de objetivos. Deben ser "jerárquicos", situándose preferentemente los superiores sobre los parciales, nunca antagónicos.
- Identificación de las distintas opciones, es decir, los posibles caminos a seguir para alcanzar los objetivos propuestos. (Muñoz C. J., 2012)

El autor también expone algunos puntos que se tiene que tener en consideración, así explica el análisis del entorno exterior, pues gracias a este punto podemos tener una referencia concisa de los problemas que se enfrentará en un futuro posible, y como se desarrolla los programas, también explica sobre las formulación de los objetivos, los cuales deben seguir una jerarquía organizada y de prioridades, identificar las diferentes opciones una forma de lograr diferentes resultados que pueden ayudar a la organización es probar diferentes caminos.

La planificación de unas actividades carecerá de sentido si no es seguida por un Plan de Acción que haga posible llevar a la práctica la estrategia diseñada. La puesta en práctica de la estrategia conlleva determinadas acciones:

- Abordar la estructura organizativa con que la que van a soportarse los planes de acción, para adecuarla a los objetivos estratégicos planteados.



- El Plan de Acción propiamente dicho, que comprende los planes operativos para alcanzar los objetivos propuestos y la organización de los medios a utilizar. Este plan contendrá los objetivos funcionales y operativos, las acciones concretas a llevar a cabo para alcanzarlos, y los recursos necesarios para desarrollar el fin previsto. El Plan de acción debe llevarse a cabo con la suficiente flexibilidad, permitiendo rápidas reacciones ante cambios imprevistos y adaptar su actuación a la lógica evolución de los elementos que sirvieron para configurarlo.

- Contemplar un procedimiento de control y evaluación del seguimiento de la propia estrategia, que permitirá la adaptación a los cambios que vayan surgiendo, modificando su actuación, si fuera necesario, para la consecución del fin. (Muñoz C. J., 2012)

El autor explica que es siempre necesario un plan de acción dentro de la toma de decisiones, para poder sacar adelante cualquier tipo de proyecto, así aseguramos que los pasos que daremos no estarán al azar y podremos tener grandes resultados, este tipo de acciones puestas en práctica tiene determinadas acciones que tenemos que tener en cuenta, así explica el autor que la estructura de organización es parte fundamental, pues se necesita una base de donde se sostendrá los planes y acciones que se efectuaran, así poder sacar adelante los proyectos, el plan de acción es una serie de planes operativos que nos ayudaran a poder alcanzar los objetivos propuestos, u los medios necesarios que se utilizaran para tal fin, debe estar sujeto a cambios puesto que una plan no flexible puede tener ciertas situaciones que debería adecuarse, así se permite tener rápidas acciones que puedan ayudarnos a nuestra finalidad, además también de haber pasado esas dificultades los planes mejoran y evolucionan con el tiempo, y por último el autor explica que es necesario hacer un



seguimiento exhaustivo de las estrategias utilizadas, modificando en cierta medida su desenvolvimiento más adelante para lograr el fin del proyecto.

2.3.2. Teoría de la decisión

Teoría de la Decisión, como se aprecia en Herbert Simon, es su carácter “transversal”: ofrece una reflexión que surca diversos campos temáticos, abarca en efecto, contenidos de un conjunto de disciplinas que se interesan por los agentes humanos en cuanto seres racionales que han de decidir, lo que supone seleccionar y elegir una opción entre varias posibles. Es precisamente la racionalidad el elemento clave para articular la interdisciplinariedad, de manera que unos elencos variados de disciplinas pueden tener un punto de convergencia a la hora de aclarar la toma de decisiones humana. La racionalidad, al tiempo que sirve como eje vertebrador de la interdisciplinariedad, constituye también la mayor garantía para la transversalidad. (Bonome, 2009)

En la actividad humana la toma de decisiones es uno de los actos de mayor relevancia ya que al tener la capacidad de elección este puede traer consecuencias positivas o negativas. Por ello este accionar está íntimamente influenciado por necesidades y distintos agentes involucrados.

En este contexto la racionalidad juega un papel importante influenciado por factores cognitivos, prácticos evaluativos, expresados según fines y conocimientos que poseen.

El comportamiento del ser humano posee una amplia gama de habilidades relacionadas a las técnicas de gestión, funciones especializadas y criterios para la evaluación, el interés de Simon está centrado en la influencia de estos factores en la toma de decisiones.

Las decisiones son argamasas complejas de compuestas de hechos y valores, derivadas de la experiencia, en este sentido un individuo se identifica con el grupo al que pertenece.



“La racionalidad en la toma de decisiones resulta particularmente importante, toda vez que los agentes han de elegir medios y fines de acuerdo con unos conocimientos, unas pautas o procedimientos de actuación y una serie de valores”. (Bonome, 2009) En este contexto de la toma de decisiones la racionalidad está enfocada a la obtención de resultados, por ejemplo, si un individuo posee conocimiento con acceso completo a los elementos más destacados de su entorno, es donde se toma la elección decisional entre todas las opciones disponibles estas están relacionadas con los beneficios y costes de las alternativas destacadas. asumiendo de esta manera la racionalidad, las personas están en la capacidad de comprender y considerar las alternativas potenciales.

La Teoría de la Decisión se constituye normalmente como interdisciplinar, de modo que requiere un eje común vertebrador. Esto se cumple en el caso de Simon, que incorpora un conjunto de estudios sobre la toma de decisiones pero que giran en torno a un eje común, que es la racionalidad humana. (Bonome, 2009).

Las decisiones lo hacemos todos los días, por ello debemos prestar especial cuidado, ya que tenemos que considerar que las decisiones son resultado de un proceso mental. En este sentido este conjunto de supuestos está íntimamente relacionado al comportamiento humano.

Tomar decisiones no es algo desconocido para nosotros: lo hacemos todos los días. Es probable que al tomar tantas, algunas parezcan automáticas, por lo que hay que tener especial cuidado con éstas. Las buenas decisiones no se logran fácilmente, son el resultado de un arduo y ordenado proceso mental. Las condiciones cambian, así que no podemos exponernos a los riesgos de una respuesta mecánica o un enfoque intuitivo. De hecho, las exigencias para decisiones rápidas pueden ser tan grandes que nos pueden llevar, sin darnos cuenta, a una trampa. Herbert Simon considera que, si se quiere analizar el verdadero proceso de decisión en el hombre, hay que suponer que éste no es ni demasiado racional (como abusan en hacerlo



los economistas clásicos) ni está del todo afectado por el medio ambiente (como abusan en hacerlo los psicólogos norteamericanos de la corriente “behaviorista” o “conductista”). En una organización, que es una institución fuertemente orientada por las tareas que cumple, hay que considerar al hombre como una conducta racional, pero limitada y constreñida por el entorno.

2.3.2.1. Definición de la toma de decisiones

La toma de decisiones es una situación que está presente en nuestras vidas desde que despertamos hasta que nos acostamos, solamente al despertar debemos elegir entre levantarnos o no, cuando nos levantamos elegimos si nos ponemos o no zapatos para caminar dentro el dormitorio y así sucesivamente, nuestra vida está llena de elecciones, unas más difíciles que otras, con más o menos implicancia, pero al final siempre estamos decidiendo. Es por esta razón que desde hace bastante tiempo las personas vienen estudiando este tema, tratando de facilitar la toma de decisiones y reducir el riesgo al mínimo posible cuando de elegir se trata. Este trabajo busca optimizar la toma de decisiones a través de modelos matemáticos que ayudan en el proceso y brindan resultados objetivos. (Peñaloza, 2010)

Según Vergara citando Herbert Simón define la toma de decisiones como un proceso grupal "un esfuerzo planeado y cooperativo, en el cual cada participante tiene un papel reconocido que cumplir y unas obligaciones o tareas por ejecutar estas obligaciones para lograr el objetivo de la organización más que para satisfacer preferencias individuales, aunque frecuentemente coinciden ambos efectos". (Cabeza de Vergara & Muñoz, 2004)

Los fundamentos de la toma de decisiones entran en juego cada vez que en una organización se realizan actividades de planeación, organización, dirección y control. Sin embargo, para que un proceso de Toma de decisiones pueda considerarse completo es preciso que existan ciertas condiciones: separación entre el hoy y lo que se desea ser, conciencia de que se debe



tomar una decisión, adicionalmente debe existir motivación para eliminar la diferencia y determinar si la empresa y el decisor cuentan con los recursos necesarios para eliminarla. Las condiciones en las que los individuos toman decisiones en una organización son reflejo de las fuerzas del entorno (sucesos y hechos) que tales individuos no pueden controlar, pero las cuales pueden influir en el futuro en los resultados de sus decisiones. Estas fuerzas pueden ir desde nuevas tecnologías o la presencia de nuevos competidores en un mercado hasta nuevas leyes o disturbios políticos. Además de intentar la identificación y medición de la magnitud de estas fuerzas, los administradores deben estimar su posible impacto. (Castillo, 2009)

Con frecuencia, los individuos deben basar sus decisiones en la limitada información de que disponen; de ahí que el monto y precisión de la información y el nivel de las habilidades de conceptualización de los individuos sean cruciales para la toma de decisiones acertadas. (Castillo, 2009)

2.3.2.2.Elementos que caracterizan a la toma de decisiones

Para que se dé una toma de decisiones se necesita que estén presentes los siguientes elementos:

- a) Sujeto,** Es la persona que debe elegir la alternativa a seguir, en otras palabras, es el decisor.
- b) Alternativas:** Cursos de acción a seguir, mínimamente deben ser 2 para que pueda darse la elección o decisión.
- c) Criterios:** Sirve de base para determinar la alternativa a seguir.

2.3.2.3.Tipos de decisiones

Tomando como criterio la información disponible, las decisiones se pueden clasificar en tres tipos:



a. Decisiones en condiciones de certeza. Son aquellas que se toman cuando se dispone de información clara, exacta y completa sobre el tema, lo que hace que la alternativa elegida sea segura y con muy poco riesgo

b. Decisiones en condiciones de riesgo. Son las decisiones que se toman con información parcial sobre el tema, es decir que se dispone de información, pero ésta no es del todo exacta y se tiene probabilidades de ocurrencia, por tanto, la elección que se tome, tendrá un riesgo asociado.

c. Decisiones en condiciones de incertidumbre. En condiciones de incertidumbre, el decisor no tiene conocimiento de los resultados de ninguno de los estados de la naturaleza y/o es costoso obtener la información necesaria. En tal caso, la decisión depende netamente del tipo de personalidad que tenga el decisor, como consecuencia el riesgo es muy alto.

2.3.2.4. Proceso en la toma de decisiones

Es el proceso que consiste en escoger una entre varias opciones.

a. La teoría prescriptiva Es un método normativo que define y trata de explicar la forma en que se deben tomar las decisiones. Propone los pasos que se deben seguir para tomar buenas decisiones y los puntos clave que se deben tomar en cuenta.

b. La teoría descriptiva Se ocupa de describir cómo se toman en realidad las decisiones, las cuáles sufren muchas veces la influencia de factores subjetivos tales como la personalidad del individuo o la presión de la situación. La forma en que las personas que dirigen las organizaciones, deben llegar a una decisión (teoría prescriptiva) y la forma en que lo hacen finalmente (teoría descriptiva) pueden ser muy diferentes.

2.3.2.5. Racionalidad en la toma de decisiones

Cada vez que se toma una decisión se pretende que haya racionalidad. No obstante, los autores parecen no ponerse de acuerdo en el significado preciso de este término.



1. Una de las maneras de definir la racionalidad, utiliza términos económicos y ve a la racionalidad como la forma de optimizar la toma de decisiones maximizando los resultados. En ella el responsable de tomar las decisiones debe ser el hombre, individuo económico quien maximice siempre los resultados.
2. Otra de las definiciones de racionalidad, se basa en que las decisiones son racionales cuando el individuo elige un curso de acción que maximiza sus ventajas, sin tomar en cuenta si se puede medir en forma objetiva. Esta definición de racionalidad es más subjetiva e implica que el que toma la decisión es con frecuencia una persona administrativa, que elige alternativas que son satisfactorias o al menos "lo suficientemente buenas".
3. Una tercera forma de establecer un concepto de racionalidad es examinar sencillamente el proceso de decisión propiamente dicho y determinar si es ordenado y lógico. Esta definición puede ser utilizada tanto por el hombre económico, como el administrativo.

2.3.3. Políticas públicas

Según a Torres-Melo & Santander, citando a Adam, Kriesi y Peterson lo define: la política pública es un escenario continuo de expresión de intereses, lo que lleva a que múltiples actores pretendan incidir para moldear la política a sus objetivos. La necesidad de interacción se da porque las habilidades y recursos del gobierno son limitados y no alcanzan para cubrir todos los requerimientos que las acciones de política pública demandan y el gobierno requiere convocar a múltiples actores, en una clara relación de interdependencia de recursos. (Torres-Melo & Santander, 2013, pág. 57)



Para una buena gestión municipal se debe de desarrollar una buena política pública, este instrumento de gestión garantiza el buen desarrollo de la administración de los recursos necesarios dentro de las instituciones públicas, en el proceso de la implantación de estas políticas se involucran actores que representan y que tendrá el trabajo de encaminar con eficacia. Existe una necesidad de interacción entre el estado y los diferentes estamentos del gobierno nacional, regional y local, cada estamento del gobierno tiene diferentes necesidades para el desarrollo local, para este proceso el estado mayor tiene que velar por los intereses y garantizar el desarrollo de cada gestión del gobierno.

Según a Torres-Melo & Santander, el Fondo Monetario Internacional (FMI) define: “las funciones gubernamentales son actividades relacionadas con la aplicación de las políticas públicas a través del suministro de servicios ajenos al mercado y la redistribución del ingreso y la riqueza” (Torres-Melo & Santander, 2013). Según el fondo monetario internacional conceptualiza la política pública con las principales funciones que debe cumplir los actores encargado de regentar una institución pública, las actividades relacionados con la aplicación de políticas públicas y el suministro de servicios al mercado,

2.3.3.1. Componentes de una política pública

La existencia de una política pública plantea la presencia de una estructura que ordena la acción del Estado. Así, la decisión de política pública debe verse reflejada en un ordenado conjunto de acciones, agregadas en distintos niveles de complejidad. (Torres-Melo & Santander, 2013)

Según a Torres-Melo & Santander, adaptando el esquema de Fernández-Bellesteros, una política pública puede componerse de cuatro niveles asociados: el estratégico, planeación, el programa y el de acciones de política. (Torres-Melo & Santander, 2013, pág. 62)



- *La estrategia* nos principios y rutas fundamentales que orientan en proceso para alcanzar los objetivos a los que se desea llegar.
- *Planeación* es el planteamiento en forma coherente de las metas, directrices y tácticas en tiempo y espacio, así como los instrumentos, mecanismos y acciones que se utilizarán para llegar a los fines deseados.
- *Programa* es el conjunto homogéneo y organizado de actividades a realizar para alcanzar una o varias metas del plan, a cargo de una unidad responsable. SUB PROGR AMA: Componente del programa destinado a una población o zona específica.
- *Proyecto* es el conjunto de acciones ordenadas que deben su importancia a que sobre estos se estructuran las inversiones específicas y se administran los recursos.
- *Acciones* corresponde al ejercicio de aquellos instrumentos económicos, sociales, normativos y administrativos que utiliza y desarrolla el gobierno para inducir determinados comportamientos de los actores con objeto de que hagan compatibles sus acciones con los propósitos del plan.

Según Torres-Melo & Santander, citando a Hufton comprende la política pública como resultado del orden social que se establece alrededor de la misma y propone que es necesario, para mejorar su entendimiento, pasar de una idea de gobierno a una de gobernanza. Esto porque, al sacar el objeto de estudio de la esfera gubernamental y pasarlo a lo público, se entiende que la capacidad de gobernar ya no es un asunto de movilización de recursos por parte del gobierno, sino es cuestión de la adecuada articulación de los actores públicos y privados para el desarrollo de la política. (Torres-Melo & Santander, 2013, pág. 63)



Es oportuno diferenciar entre las concepciones de gobernabilidad y gobernanza que muy usualmente son confundidos tanto en la literatura como en la práctica de la política pública.

a. Gobernabilidad

Según Torres-Melo & Santander, citando a Aguilar la Gobernabilidad está asociado exclusivamente a la esfera gubernamental, se refiere a condiciones y comportamientos del gobierno, en el cómo un gobierno bien equipado con los recursos y poderes asociados es capaz de dirigir la sociedad. La gobernabilidad, por lo tanto, se asocia a la capacidad que tiene el gobierno de implementar sus decisiones, de imponerlas a una sociedad que requiere y demanda un orden. (Torres-Melo & Santander, 2013, pág. 63)

b. Gobernanza

Según Torres-Melo & Santander, citando a Williamson, la gobernanza se entiende como la organización establecida para administrar una red social configurada con un propósito específico. Según Torres-Melo & Santander, citando a Aguilar menciona que el proceso en el que se define la dirección y la forma de organización para cumplir los objetivos de la política y ya no es obra exclusiva del gobierno, considerado un actor único o dominante, sino que es resultado de la deliberación conjunta entre el gobierno y los distintos actores sociales, privados y políticos que se encuentran en el espacio de la política pública. (Torres-Melo & Santander, 2013, pág. 64)

Una diferencia esencial entre los dos enfoques, el de gobernabilidad y el de gobernanza, es que mientras en el primero, la coordinación requerida y la capacidad de control se ejercen sobre actores bajo una estructura jerárquica definida (al interior del gobierno), en el segundo se demanda una coordinación y cooperación de actores por fuera del control jerárquico del gobierno; interacciones horizontales más que verticales.



I. Documentos de gestión relacionados al turismo

La Gestión Municipal, implica el desarrollo un conjunto de actividades, estrategias y técnicas idóneas que permitan desarrollarse internamente y proyectarse a la comunidad la imagen de un gobierno edil serio, responsable, moderno, eficaz y eficiente a tono con las expectativas de la población, es así que los Instrumentos de Gestión, vienen a ser aquellos documentos en los que se plasman todas las actividades de fortalecimiento y desarrollo Institucional, transparencia en la gestión, desarrollo económico local, servicios municipales, democratización de la gestión, desarrollo humano y promoción social entre otras. (Suller, 2008)

Los principales instrumentos de gestión utilizados por una municipal son:

- Reglamento Interno del Consejo Municipal.
- El Organigrama
- Reglamento de Organización y Funciones (ROF)
- El Manual de Organización y Funciones (MOF)
- El Cuadro de Asignación de Personal (CAP)
- El Presupuesto Analítico de Personal (PAP)
- El Presupuesto Nominativo de Personal (PNP)
- El Texto Único de Procedimientos Administrativos (TUPA)
- El Plan Operativo Institucional (POI)
- El Plan Estratégico Institucional (PEI)
- EL Reglamento Interno de Control y Permanencia de Personal.

Existe una parte del Estado donde la relación con las políticas públicas es más evidente y es en la administración y gestión pública, cuando intervienen incentivos para organizar



y mantener comportamientos o conducir intereses sociales, también se están planteando connotaciones sobre el Estado y sobre su funcionamiento. (Torres-Melo & Santander, 2013, pág. 30)

La relación entre las políticas públicas y la administración y gestión pública se puede entender desde dos aproximaciones: la pluralista y la corporativista, dependiendo de la cantidad y la forma en que las organizaciones públicas, están involucradas en los procesos de las políticas públicas. (Torres-Melo & Santander, 2013)

- ✓ *La aproximación pluralista* al estudio de las organizaciones de intereses en la sociedad, con la inclusión de una gran cantidad de opiniones, corre el riesgo de fragmentar el peso del Estado en un alto número de actores descentralizados, en especial si no se tiene un esquema articulado de relaciones interdependientes o una base sólida de representación democrática. En este modelo, negociación y concertación coexisten con una concepción pluralista de la sociedad como las bases de su gobernabilidad.
- ✓ *La perspectiva corporativista* para la acción colectiva, por el contrario, tiende a la reducción de la diversidad, bien sea por la concentración de los grupos con pretensiones de monopolio, como por la necesidad del sistema político de reducir el número de interlocutores. Desde esta concepción es necesario subrayar el peligro de justificar la “validez” de algunos interlocutores del Estado frente a otros, de modo que estos representen bien a sus afiliados y sean capaces de controlar a sus miembros para que cumplan con las normas, acuerdos y políticas del Estado.

II. Acciones de gobierno

Acciones posibles para mejorar la implementación

La gobernanza del proceso de implementación puede ser mejorada a partir de acciones concretas y del alcance de los actores claves en los procesos de política pública



Establecer la implementación en la gestión

Dentro de la acción colectiva está establecer confianza y reciprocidad de cooperación entre los actores implementadores y entre estos y la población, objeto de la política pública. Parte de esto se logra a través de la generación de hábitos de cooperación y de rutinas de acción efectivas dentro de la implementación, que implican la existencia de canales de comunicación permanentes, protocolos de interacción claros, ampliamente difundidos entre los actores, planes y rutas de acción que permitan disminuir la incertidumbre. (Torres-Melo & Santander, 2013, pág. 132)

El elemento esencial se concretiza en establecer la reciprocidad, confianza y la cooperación de los implementadores, y otros participantes en esta gestión, se tiene que resaltar la participación de la población. Las leyes y demás fuentes de normas formales permiten consolidar las conductas de los participantes alrededor de la política pública, los presupuestos y el flujo constante de los recursos tanto en la cantidad como en destinación.

Aumentar el grado de estabilidad de los actores y las relaciones durante la implementación

Uno de los factores que más influyen en la implementación es el grado de estabilidad misma de los actores y de las redes de cooperación y acción que se establecen. La estabilidad de los actores organizacionales depende de que las responsabilidades, las funciones y los roles que son establecidos durante la implementación de la política pública no sean constantemente modificados, de ahí la importancia que adquiere el establecimiento de responsabilidades de manera formal, porque así se evita su evasión y la de los compromisos. (Torres-Melo & Santander, 2013, pág. 132)

El procedimiento de incentivos debe estar planteado para nombrar y mantener los representantes sociales claves durante todo el proceso de implementación. Lo que se busca



con los incentivos es evitar la defraudación en la cooperación por parte de los actores y la posibilidad de deserción durante la ejecución de las acciones de política. Resulta importante también que los roles estén muy bien definidos y que los actores que los ocupan no estén siendo constantemente cambiados, porque eso dificulta los procesos de aprendizaje necesarios para la estabilización de las rutinas de cooperación y en sí de toda la ejecución de la política pública.

Monitorear el grado de conflicto existente durante la implementación

Dado lo difuso de la autoridad dentro del sistema de gobierno donde existen ramas del poder independientes y distintos niveles de acción gubernamental, se puede dar una divergencia en los intereses de los distintos actores organizacionales, lo que dificulta que los objetivos de la política pública puedan ser compartidos por todo el conjunto de actores involucrados. (Torres-Melo & Santander, 2013)

Cuando los intereses no son compatibles aumenta de forma considerable el conflicto entre los distintos actores, dificultando así la conformación de redes cooperativas necesarias para la implementación de la política pública.

Aumentar la capacidad burocrática

La autoridad difusa implica que las decisiones de política dependan en forma considerable de que los actores organizacionales acepten y asimilen como objetivos propios. Para el éxito de la implementación existe una necesidad considerable de que las decisiones entren de manera armónica a ser parte de las rutinas burocráticas de las organizaciones involucradas. (Torres-Melo & Santander, 2013)

Cuando la decisión no es compatible con el quehacer organizacional tradicional, con el cúmulo de conocimientos y creencias que rigen la acción de los actores competentes, la implementación evidentemente podría tener dificultades, debido a que los responsables de la



ejecución no estarán en la capacidad de interpretar de forma adecuada la estrategia de política pública.

Lograr el apoyo de otros actores sociales y políticos

Un factor que puede conllevar dificultades durante la implementación de una política pública es la resistencia del entorno a que las acciones se lleven a cabo. Esto se puede dar porque la política no es considerada como legítima por parte de todos los actores relevantes y/o por la sociedad en general. (Torres-Melo & Santander, 2013)

III. Propuestas

Elementos para el desarrollo de capacidades

La propuesta para el desarrollo de capacidades en la gestión municipal, se basa en los siguientes elementos:

- 1) La institucionalización de la promoción del Desarrollo Económico Local en los gobiernos locales, consideramos que debe quedar claramente establecido el rol de la municipalidad en liderar el proceso de desarrollo, generando los factores necesarios en el escenario local orientados la especialización de la economía. (Rojas, 2006, pág. 35)
- 2) La integración de los espacios urbanos y rurales en estos procesos y el desarrollo de mancomunidades, toda vez que las localidades no sólo comparten un sistema productivo que va más allá de sus fronteras, sino otras características (cuenca, tradición, patrón sociocultural, etc.) que pueden facilitar una asociación natural para conformar mancomunidades. En Perú la Ley Orgánica de Municipalidades ha previsto un marco general para que éstas, haciendo uso de su autonomía, puedan asociarse de acuerdo a sus intereses. (Rojas, 2006, pág. 35)



Las mancomunidades como entidades locales asociativas, formadas por agrupaciones de municipios, con personalidad jurídica propia, desarrollan, gestionan, o ejecutan en común, obras y servicios determinados y, a su vez, complementarios. La mancomunidad se convierte en una entidad ideal para favorecer e impulsar el proceso de desarrollo, para la coordinación interinstitucional, para ser puente entre las otras instituciones del Estado y los actores presentes en el municipio, para estimular la solidaridad y la cooperación horizontal intermunicipal.

- 3) La integración de la sociedad civil, la comunidad empresarial y de productores y las instituciones público privadas en el proceso de desarrollo económico. El fomento a la construcción de redes, mesas de concertación, talleres, etc., donde participen los gremios empresariales, y demás instituciones públicas y privadas que trabajen el tema Desarrollo Económico Local. (Rojas, 2006, pág. 36)

Finalidades propuestas:

Existen distintas modalidades de asociativismo municipal. En este sentido, si se pone la mirada en las finalidades perseguidas, es posible divisar entes intermunicipales que se constituyen para la prestación de algún servicio o servicios en común (consorcio de servicios) y entes microrregionales alentados por diversas finalidades. (Arraiza, 2016, pág. 147)

Según Arraiza, citando a Daniel Cravacuore caracteriza ambos modelos de la siguiente manera: los consorcios de servicios, que define como entes intermunicipales constituidos para la prestación de un servicio como por ejemplo la construcción de obras públicas, la recolección y tratamiento de residuos o el control bromatológico, buscan un más eficaz y eficiente cumplimiento de las demandas ciudadanas o de las tareas propias de la administración, que resultan particularmente adecuados para brindar servicios en localidades pequeñas en los que, debido a su escala, no podrían darse de manera económicamente viables.



Por su parte, los entes microrregionales buscan el desarrollo regional. (Arraiza, 2016, pág. 148)

Según Arraiza, citando a Daniel Cravacuore que: evidentemente, ambas modalidades requieren de grandes esfuerzos colaboración y acuerdos territoriales. Suponen la articulación de objetivos, la coordinación de recursos y la distribución de responsabilidades. Resulta claro que de las dos modalidades, los entes microrregionales son los que implican un nivel de mayor coordinación de los gobiernos locales, dado que los mismos deciden crear una agenda intermunicipal en todos los órdenes de la administración. (Arraiza, 2016)

IV. Estrategias

Estrategias de gobierno local

Un buen gobierno local se caracteriza en primer lugar porque sabe aprovechar el aprendizaje social y estimular la eficiencia de su comunidad a través de dispositivos y herramientas que perfeccionan la democracia e incrementan la calidad de gobierno (Díaz, 2005, pág. 43). Los rasgos positivos que se puede mencionar de un buen gobierno local es dar un buen uso de los recursos humanos, potenciar su funcionamiento como buen gobierno local, y que constituya nuevas relaciones con la sociedad.

Las características de dicha gestión participativas son organizadas en cinco ejes principales: (Díaz, 2005, págs. 43-44)

- ✓ *Liderazgo democrático*: El origen democrático del Alcalde y el concejo municipal es fuente legítima, amplía su autonomía política y fortalece su capacidad de acción en la medida que convoca y coordina intereses y enfoques de muchos autores. En un estado y sociedad democrático, los gobiernos locales son entidades públicas de referencia.



- ✓ *Equipos humanos:* El conjunto de cualidades de liderazgo democrático raramente se encuentran reunidas en una sola persona. De hecho, los líderes suelen ser bastante diversos, muchos líderes compensan las carencias de ciertos atributos o capacidades de buen equipo humano, y el desarrollo del recurso humano son complementos indispensables del liderazgo democrático.
- ✓ *Participación:* La participación ciudadana y de la sociedad civil organizada, viene a ser el tercer componente de las experiencias del buen gobierno local, es evidente que la participación compensa recursos; por consiguiente, el soporte de la comunidad en la obtención de logros que de otra manera serían difíciles de obtener es una prioridad.
- ✓ *Alianza:* Este componente, es que la participación debe canalizar o reflejarse construyendo alianza con diversas instituciones públicas y privadas. El individualismo no construye tejido social ni condiciones favorables para el desarrollo.
- ✓ *Confianza:* Finalmente, un buen gobierno local requiere ampliar y reforzar la conducta cívica del ciudadano, convirtiéndose este en un actor protagónico y multiplicador de las políticas públicas. Una cultura que fomente confianza es condición fundamental para el buen gobierno local.

V. Problemas

Estructuración de problemas de política

Hay que recordar que el modelo de ciclo de la política está basado en un enfoque centrado en el problema. Por lo tanto, la estructuración del mismo está en el epicentro del análisis de la política pública. La relevancia de este ejercicio analítico es tal que, además de permitir descubrir las condiciones subyacentes al problema, es la base para trazar el mapa de posibles



objetivos, sintetizar puntos de vista conflictivos y para visualizar, descubrir y diseñar opciones de política. (Torres-Melo & Santander, 2013, pág. 94)

Según Torres-Melo & Santander, citando a Aguilar menciona que el método de análisis se asocia al planteamiento, ordenamiento y especificación de las relaciones causales que definen la existencia de un problema. Así, la estructuración implica descubrir la organización de las relaciones causales, las causas específicas, su composición, dinámicas, ámbito y tipo de relación. Estructurar bien un problema es entonces producir tal definición del hecho calificado como problema, que pueda volverse el sujeto de un enunciado casual. (Torres-Melo & Santander, 2013, pág. 95)

Características de los problemas

Para comprender cómo se constituye un problema de política, es fundamental concebirlo como parte de un sistema de problemas cuyos elementos se afectan entre sí en un proceso dinámico que puede integrar diversas áreas de intervención en política pública. (Torres-Melo & Santander, 2013, pág. 96)

- ✓ *Interdependencia* son Problemas en un área por lo general afectan otras áreas. Por lo tanto, es necesaria una visión holística del asunto. Muchas veces el problema hace parte de un sistema.
- ✓ *Subjetividad* es el problema es la definición particular de una situación problemática. Pueden existir distintas definiciones de acuerdo a la posición de los actores.
- ✓ *Artificialidad*, no hay estados sociales naturales, el problema no es resultado de un orden natural. Los problemas son construcciones sociales.



- ✓ *Dinamismo* existen diferentes soluciones del problema, a medida que hay múltiples definiciones. La evolución de la situación problemática puede llevar a que cambie el problema.

Como la formulación exige la concentración en un solo problema, es preciso descomponer los asuntos complejos en sus elementos problemáticos y variables de afectación, ordenándolos de forma jerarquizada según su relevancia: (Torres-Melo & Santander, 2013)

- ✓ Identificación del problema.
- ✓ Identificación de componentes.
- ✓ Construcción de relaciones causales y formación de enunciados de causalidad.
- ✓ Identificación de nudos críticos o red causal crítica (definición de prioridades).

2.3.4. Oferta turística

Según Ibáñez y Cabrera: El análisis económico entiende por oferta la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un periodo dado. Cuando se trata de bienes lo que se produce y no se vende se puede acumular. Esta posibilidad no tiene vigencia en el caso de los servicios, porque cada vez que expira el tiempo de duración de un servicio, su oferta se renueva, y si no se vende, se pierde. Para que un servicio turístico se convierta en oferta turística, es imprescindible que el consumidor potencial conozca su existencia. El turista real consumidor potencial es quien, localmente, establece el tiempo que cada producto puede entrar en el mercado. (Cabrera V. I., 2011)

Según Amparo define la oferta turística como: “*conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición de los usuarios turísticos en un destino determinado, para su disfrute y consumo.*” (Sancho, 2008). La oferta es primordial en un turista ya que de eso va a depender si tomara o no el producto turístico, el turista llegara a ver los precios, hospedaje,



comida, entre otros; para lo cual es muy necesario que los productores tengan un plan de todo lo mencionado. También tratar de tener los mejores precios y los lugares más llamativos para que sea de gran interés con los turistas.

Sancho manifiesta que: En un destino turístico, la oferta puesta a disposición de la demanda constituye algo más que la simple suma de los productos turísticos que contiene, representa un todo integrado por estos productos, los servicios netamente turísticos y los no turísticos, la imagen general del destino, etc. Hay que tener en cuenta, además, que la oferta turística puede recibir un uso no turístico por parte de los residentes o de los visitantes no relacionados con la actividad turística, de ahí que se hable en la definición de “usuario turístico. (Sancho, 2008). Mucho dependerá de los proveedores que los turistas adquieran sus servicios, para eso los proveedores tendrán que saber a qué tipo de clientes o turistas se están dirigiendo. La oferta turística depende también de la demanda, para así saber que productos turísticos son los que más se consumen, una vez que determinado sabremos qué productos turísticos nos ayudaran a que mejore nuestra oferta turística.

2.3.5. La demanda turística

Según Sancho: El concepto de demanda está íntimamente relacionado con el proceso de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente en el proceso de planificación de sus actividades de ocio y, por lo tanto, su determinación depende de numerosos factores no sólo económicos, sino también psicológicos, sociológicos, físicos y éticos. (Sancho, 2008)

Como bien sabemos cuándo un turista toma la necesidad de viajar a un lugar turístico, ocasionara gastos en su consumo de servicios y bienes. A muchos turistas le importa en lo mínimo el gasto; ya que su principal objetivo es la experiencia de conocer nuevos lugares, por lo tanto, la demanda es la cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir.



Según Sancho citando a Cooper: basándose en esta distinción, clasifican la demanda turística en tres grandes grupos: (Sancho, 2008)

- La demanda efectiva o actual: es el número actual de personas que participan en la actividad turística, es decir, que efectivamente viajan.

Este grupo es el que se mide más fácilmente y el que se encuentra reflejado en las estadísticas mundiales. Uno de los indicadores más útiles de la demanda efectiva es la propensión a viajar, que considera la penetración de los viajes turísticos en una población determinada.

- La demanda no efectiva: es el sector de población que no viaja por algún motivo. Dentro de este grupo puede distinguirse: la demanda potencial, que se refiere a aquéllos que viajarán en el futuro, cuando experimenten un cambio en sus circunstancias personales (más tiempo libre, más dinero, etc.); y la demanda diferida, que es aquella que no ha podido viajar por algún problema en el entorno o en la oferta (actividad terrorista en una zona, falta de alojamiento, etc.). La demanda efectiva son las personas que viajarán y no habrá ningún obstáculo que se les interponga, si por a o b no viajan por que deciden ahorrar más dinero o tendrán más tiempo al próximo mes o año se convierte en demanda no efectiva, pero si su viaje es cancelado por la empresa porque no hay donde alojarlos, o por problemas de seguridad se convierte en una demanda diferida.

Según Ibáñez y Cabrera ésta se puede definir de dos formas: la primera se refiere al total de turistas que concurren en una región, país, zona o atractivo cualquiera y a los ingresos que generan; y la segunda establece para cada una de las unidades espaciales anteriores, la



distribución de los consumos entre toda la gama de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades. (Cabrera V. I., 2011). Demanda turística se define como el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades económicamente, entonces la demanda es la cantidad de productos turísticos que los turistas están dispuestos a adquirir en un momento determinado y aun precio fijo.

Y continua Ibáñez y Cabrera: En cualquier actividad económica su rendimiento se mide cuantificando las ventas de cada uno de los productos que elabora sobre el total de producción. En función de lo anterior, una definición más acertada que la comúnmente utilizada de la demanda es aquella que la especifica como la suma de los bienes y servicios solicitados efectivamente por los consumidores, concretamente en cada uno de los sitios que se visitan. (Cabrera V. I., 2011). Para saber cuál fue la demanda de una organización o empresa, debemos de fijarnos primero en los productos que se han vendido y gracias a ello sabremos la demanda turística, también sabremos qué productos son los que se han vendido más y que productos tendremos que producir en mayor cantidad.

Según Socatelli define: La demanda al conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que les animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar.

La demanda está directamente relacionada con la toma de decisiones que los individuos realizan en la planificación de sus actividades de ocio, cuando se trata de viajes de recreación y familiares o bien de sus ocupaciones profesionales, cuando se trata de viajes de negocios. Ésta se ve afectada, positiva y negativamente, por factores tales como: las mejoras económicas, los cambios demográficos y sociales, la mejora tecnológica, factores políticos,



de planificación y ecológicos, seguridad, etc.; y finalmente factores propios del mercado (derivados de su relación con la oferta), como el conocimiento de la oferta, desarrollo de productos turísticos, etc. (Socatelli, 2013). . La demanda turística son los consumos que realiza un turista o un grupo de turistas, puede ser bienes o servicios, dependiendo el caso; la demanda tiene una gran relación con la toma de decisiones de un turista, ya que de eso va depender si la empresa crece o no económicamente. La demanda turística se caracteriza por el deseo de viajar un turista. Hay muchos obstáculos que puede impedir que un turista viaje ya sea por situaciones económicas o por falta de las empresas proveedoras.

2.3.6. Valoración turística

Según Ochoa citando a Blanco Valoración turística de los recursos, se refiere a la fijación de una valoración convencional, que permita establecer una comparación acerca de su calidad turística de recursos de su misma índole. (Ochoa, 2012). La valoración turística se basa principalmente en calificar el servicio de un producto turístico, comparando con otros entes que se dedican a la venta del mismo producto que nuestra empresa. Y gracias a ello se designarán los precios del producto.

Según Ochoa citando a Pearce: “Las técnicas de valoración de recursos naturales puede clasificarse en los siguientes tipos: métodos de valoración directa, métodos de valoración indirecta, métodos de valoración contingente y otros.” (Ochoa, 2012). La valoración turística tiene métodos para valorar un producto turístico, las cuales son método de valoración directa, indirecta, contingentes, etc.

- **Los métodos de valoración directa**

Según Ochoa se basan en precios de mercado disponibles o en observación de cambios en la productividad. Se aplican cuando un cambio en la calidad ambiental o disponibilidad de



un recurso afecta la producción o la productividad. (Ochoa, 2012). La valoración turística tiene métodos para valorar un producto turístico, las cuales son método de valoración directa, indirecta, contingentes, etc.

- **Los métodos de valoración indirecta**

Según Ochoa hacen uso de los precios de mercado en forma indirecta. Estos métodos se usan cuando diversos aspectos o atributos de los recursos naturales o servicios ambientales no tienen precios reflejados en un mercado establecido. Entre los métodos agrupados bajo este criterio encontramos: precios hedónicos, diferenciales de salario y costo de viaje. (Ochoa, 2012). La valoración indirecta se basa en que el producto no tiene aún un precio fijo en el mercado, ya que para establecer un precio tendremos que ver diferentes aspectos que ayudarán a establecer tal precio. La valoración trae consigo beneficios para el aprovechamiento de los recursos de manera sustentable, ya que sus alcances son a niveles sociales, económicos y ambientales. Debido a que concientiza sobre el recurso y distribución de los mismos desde un modelo prudente y sustentable. (Ochoa, 2012). La valoración turística tiene muchos beneficios para poder aprovechar un producto turística de manera prudente, viendo el ámbito social, económico y ambiental.

La valoración se realiza de manera integral para medir su capacidad de atraer turismo, ya que los recursos naturales representan el elemento base más importante para un destino y su desarrollo en esta actividad. El sistema de valoración está expuesto en los atributos de los recursos turísticos, el estado de la oferta turística y la implementación de acciones para el impulso del turismo. (Ochoa, 2012). La valoración de un producto turístico es muy importante para una organización ya que gracias a ello los turistas podrán ver la calidad de



tu producto y habrá más ingresos para la empresa, también los turistas nos ayudan mucho en lo que nos falta y en que debemos de mejorar, si realizamos sus peticiones la valoración de nuestro producto será mucho mejor que otras empresas.

Según Ochoa además de estudiar todos estos tipos de recursos, deberán evaluarse entre otros factores: (Ochoa, 2012)

- Mercados de turismo actuales y principales mercados internos e internacionales potenciales, y si estos mostraran interés por el tipo de atracciones que la zona puede ofrecer. El uso por los residentes de las atracciones, instalaciones y servicios de turismo también debe ser objeto de consideración.
- Costo y comodidad de los turistas potenciales para viajar al destino, y costo de la estancia en la zona (si ya existe algún tipo de desarrollo turístico). Los turistas escogen muchas veces sus destinos en función de factores de costo y comodidad tanto por la calidad de atracciones, equipamiento y servicios.
- Todo desarrollo, realizado o planificado, de turismo en otras zonas que puedan competir por los mismos mercados.
- Compatibilidad del desarrollo turístico con otras actividades económicas ya existentes en la zona o que presenten potencial de desarrollo.
- Recomendaciones a la zona formuladas en los planes de desarrollo turístico nacional o regional.
- Sentimiento general de la comunidad sobre el desarrollo del turismo en función de sus posibles beneficios y problemas.
- Estructuras institucionales ya existentes del sector privado o público para el desarrollo del turismo; reglamentaciones en vigor relacionadas con el turismo;



capacidad financiera local para inversión en desarrollo turístico, instituciones o programas y en funcionamiento de formación profesional y de cualificación del personal en turismo.

- Nivel de seguridad ciudadana, posibilidad de actos terroristas contra turistas, grado de estabilidad política prevalente en la zona, país o región, y efecto que estos factores puedan tener a la hora de atraer a los turistas, estos factores con frecuencia cambian con el paso del tiempo.

Salud pública, especialmente en lo referente a saneamientos e higiene, y posibilidad de enfermedades epidémicas en la zona, son estos, sin embargo, factores que pueden mejorar en caso necesario. (Ochoa, 2012). Para identificar la valoración de un producto turístico debemos de fijarnos en los productos actuales y si es de agrado de los turistas, demos saber si los precios son accesibles para la mayoría de los turistas que desean conocer o visitar el atractivo turístico, tener una buena higiene en todo nuestro atractivo turístico y preocuparnos por la comodidad y salud de los turistas, cuando tengamos todos los factores en nuestro atractivo turístico sabremos cómo está su valoración frente a los turistas. Y también nos ayuda mucho a mejorar el crecimiento económico.

2.3.7. Conceptos

Gestión Municipal

Se define la gestión, como la acción y efecto de administrar. Por tal razón, resulta entendible que la gestión municipal no es más que la organización y administración de los recursos del municipio. “Es un proceso continuo de análisis, toma de decisiones, organización y control de actividades para mejorar la formulación de políticas públicas



municipales y su implementación, con el fin de ordenar el territorio y promover la calidad de vida de sus habitantes”. (Santo Domingo Rep. Dominicana , 2016, pág. 10)

Organización de recursos

Los recursos son el conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad. Como sinónimos encontramos "medios" y "procedimientos" entre otros. Siguiendo este concepto, cabe dividir los recursos en dos grandes bloques: los recursos humanos o personales, que serán las personas, grupos o instituciones necesarias para llegar al fin determinado que nos hemos propuesto como meta (personal facultativo, auxiliar, subalterno, asociaciones...); los recursos materiales, que serán los elementos físicos de los que este grupo de personas dispondrá para la consecución del fin trazado (libros, documentos manuscritos, planos, audiovisuales, música...). (Muñoz C. ., 2012)

Toma de decisiones

Tiene que ver con el proceso de tomar decisiones especialmente en condiciones de incertidumbre. Analiza tipos de decisiones, establece reglas fundamentales para tomar decisiones y desarrolla métodos o procedimientos. La toma de decisiones simplemente es el acto de elegir entre alternativas posibles sobre las cuales existe incertidumbre. (Moody, 1990)

Políticas publicas

Las Políticas Públicas son las acciones de gobierno, es la acción emitida por éste, que busca cómo dar respuestas a las diversas demandas de la sociedad, como señala Chandler y Plano, se pueden entender como uso estratégico de recursos para aliviar los problemas nacionales. (Ruiz, 2013)

Promoción Turística



Conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos y/o servicios que se comercializan. (Thompson, 2010)

Oferta Turística

Conjunto de productos turísticos y servicios puesto a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo. (OMT, 2016)

Demanda Turística

Como demanda al conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje.” Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independiente mente de la motivación que les animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar. (Socatelli, 2013)

Valoración Patrimonial

Valor de los bienes culturales “una cualidad añadida por las personas, que puede crecer o disminuir, y que los hace estimables [a los componentes patrimoniales]. Se trata, pues, de un concepto relativo sometido a los vaivenes de la percepción y del comportamiento humano y, por lo tanto, dependiente de un marco de referencias intelectuales, históricas culturales y psicológicas que varía con las personas y los grupos que atribuyen valor.” (De Lugo)

2.4. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

2.4.1. Hipótesis general

La gestión municipal guarda una significativa relación con la promoción turística en el distrito de San Jerónimo, departamento de Cusco periodo 2015-2018.

2.4.2. Hipótesis específicas

1. La planificación municipal guarda una significativa relación con la promoción turística en el distrito de San Jerónimo.



2. La gestión La organización municipal guarda una significativa relación con la promoción turística en el distrito de San Jerónimo.
3. Las políticas La dirección municipal guarda una significativa relación con la promoción turística en el distrito de San Jerónimo.
4. El control municipal guarda una fuerte relación con la significativa relación en el distrito de San Jerónimo.

2.5. VARIABLES

2.5.1. Variables

Variable independiente:

Gestión municipal

Variable dependiente:

Promoción turística



2.5.2. Operacionalización de variables

Variables	Definición	Dimensiones	Definición	Indicadores
Variable dependiente: Gestión municipal	Se define la gestión, como la acción y efecto de administrar. Por tal razón, resulta entendible que la gestión municipal no es más que la organización y administración de los recursos del municipio. “Es un proceso continuo de análisis, toma de decisiones, organización y control de actividades para mejorar la formulación de políticas públicas municipales y su implementación, con el fin de ordenar el territorio y promover la calidad de vida de sus habitantes”. (Santo Domingo Rep. Dominicana , 2016, p. 16)	Planificación	Instrumentos de gestión mediante los cuales se plasman todas las actividades de fortalecimiento y desarrollo institucional, lo que permite organizar, guiar e impulsar el proceso de desarrollo de la localidad, a partir de su potencial económico, social y ambiental. (INEI, 2017)	•Presupuesto de planificación turística. •Proyectos de perfil turístico •Plan estratégico de turismo. •Diagnóstico de destino turístico
		Organización	Acto de organizar, estructurar e integrar los recursos y los órganos, encargados de su administración y de establecer relaciones entre ellos y atribuciones de cada uno de ellos. (Chavez, 1994, págs. 83-84)	•Política turística local. •Unidad técnica especializada. •Inventario turístico. •Personal calificado •Proyectos ejecutados.
		Dirección	Proceso administrativo que tiene como finalidad coordinar los elementos humanos de las empresas, implica que un responsable con nivel de autoridad genere liderazgo, así como motivación, comunicación, cambio organizacional e individual y creatividad. (Ruiz Gomez, 2012, pág. 11)	•Estructura organizativa para la gestión turística. •Difusión de la normatividad en materia de turismo. •Acciones de fomento y asistencia técnica para inversiones. •Proyectos ejecutados con la cooperación de un ente público y privado •Acuerdos contractuales entre una agencia y un ente privado para promover proyectos turísticos.
		Control	Consiste en que todo se efectué de acuerdo al plan que ha sido adoptado a las órdenes dadas en una organización y a los principios establecidos. Su objeto es señalar rectificados y prevenir de que ocurran nuevamente. (Fayol, 1987)	•Mecanismos de control en acceso a las zonas turísticas •Área de control para zonas turísticas. •Control de la llegada de turistas.

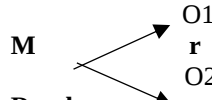


Variable independiente: Promoción turística	Conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos y/o servicios que se comercializan. (Thompson, 2010)	Oferta Turística	Conjunto de productos turísticos y servicios puesto a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo. (Sancho, 2008)	• Productos turísticos • Servicios • consumo
		Demanda Turística	Como demanda al conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje.” Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independiente mente de la motivación que les animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar. (Socatelli, 2013)	• Turistas • Satisfacción de Necesidades • Motivación
		Valoración Patrimonial	Valor de los bienes culturales “una cualidad añadida por las personas, que puede crecer o disminuir, y que los hace estimables [a los componentes patrimoniales]. Se trata, pues, de un concepto relativo sometido a los vaivenes de la percepción y del comportamiento humano y, por lo tanto, dependiente de un marco de referencias intelectuales, históricas culturales y psicológicas que varía con las personas y los grupos que atribuyen valor.” (De Lugo)	• Componentes Patrimoniales • Percepción • Referencias históricas • Referencias Culturales

Fuente: Elaboración propia



Matriz de consistencia

TÍTULO: GESTIÓN MUNICIPAL EN LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DISTRITO DE SAN JERÓNIMO PERIODO 2015 – 2018						
PROBLEMAS GENERAL	OBJETIVOS GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
¿De qué manera la gestión de la municipalidad se relaciona con la promoción turística del distrito de San Jerónimo, departamento de Cusco periodo 2015-2018?	Determinar si la gestión municipal está relacionada con la promoción turística del distrito de San Jerónimo, departamento de Cusco periodo 2015-2018.	La gestión municipal está relacionada significativamente con la promoción turística en el distrito de San Jerónimo, departamento de Cusco periodo 2015-2018.	GESTIÓN MUNICIPAL	➤ Planificación ➤ Organización ➤ Dirección	•Presupuesto de planificación turística. •Proyectos de perfil turístico •Plan estratégico de turismo. •Diagnóstico de destino turístico. •Política turística local. •Unidad técnica especializada. •Inventario turístico. •Personal calificado •Proyectos ejecutados. •Estructura organizativa para la gestión turística. •Difusión de la normatividad en materia de turismo. •Acciones de fomento y asistencia técnica para inversiones. •Proyectos ejecutados con la cooperación de un ente público y privado	Tipo: El tipo de investigación es descriptivo – correlacional Diseño: No experimental M  Donde: M: Muestra de estudio O1: Gestión Municipal O2: Promoción turística Enfoque: La investigación a realizar tendrá un enfoque cuantitativo. POBLACIÓN Y MUESTRA Población: La población está constituida por el personal del área de turismo de la municipal del distrito de San Jerónimo de la ciudad del Cusco y los turistas que visitan San Jerónimo. TOTAL: 104



PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	PROMOCIÓN TURÍSTICA	Control	Acuerdos contractuales entre una agencia y un ente privado para promover proyectos turísticos.	Muestra: La selección para la muestra se hizo de manera no probabilística intencional, y estará constituida por el personal del área de turismo de la municipalidad y 100 turistas que visitan el distrito de San Jerónimo.
P.E.1: ¿Cómo es la relación entre la planificación municipal y la promoción turística en el distrito de San Jerónimo?	O.E.1: Determinar la relación entre la planificación municipal y la promoción turística en el distrito de San Jerónimo.	H.E.1: La planificación municipal está relacionada significativamente con la promoción turística en el distrito de San Jerónimo.				
P.E.2: ¿Cómo es la organización municipal en relación a la promoción turística en el distrito de San Jerónimo?	O.E.2: Determinar la relación entre la organización municipal y la promoción turística en el distrito de San Jerónimo.	H.E.2: La organización municipal está relacionada significativamente con la promoción turística en el distrito de San Jerónimo.				
P.E.3 ¿Cómo es la dirección municipal en relación a la promoción turística en el distrito de San Jerónimo?	O.E.3: Determinar la relación entre la dirección municipal y la promoción turística en el distrito de San Jerónimo.	H.E.3: La dirección municipal está relacionada significativamente con la promoción turística en el distrito de San Jerónimo.				
P.E.4 ¿Cómo es el control municipal en relación a la promoción turística en el distrito de San Jerónimo?	O.E.4: Determinar la relación entre el control municipal y la promoción turística en el distrito de San Jerónimo.	H.E.4: El control municipal está relacionado significativamente con la promoción turística en el distrito de San Jerónimo.				
				➤ Oferta turística	• Mecanismos de control en acceso a las zonas turísticas • Área de control para zonas turísticas. • Control de la llegada de turistas	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS Técnica • Observación. • Encuestas. Instrumentos • Fichas de observación • Cámara fotográfica, • Cuestionario.
				➤ Demanda turística	• Productos turísticos • Servicios • Consumo	
				➤ Valoración patrimonial	• Bienes • Satisfacción de necesidades • Motivación	
					• Componentes patrimoniales • Percepción • Referencias históricas • Referencias culturales	

Fuente: Elaboración propia



CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de investigación

Esta investigación fue de tipo descriptivo - correlacional ya que se precisó a detalle situaciones, costumbres, actitudes y objetos predominantes relacionadas a la promoción turística y la gestión municipal, para luego buscar la correlación entre estas dos variables de estudio.

El estudio descriptivo se emplea cuando el objetivo es el de detallar como son y cómo se manifiestan fenómenos, situaciones, contextos y eventos. “Busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice”. (Roberto Hernández Sampieri, 2014). En cuanto a los estudios correlacionales “asocian variables mediante un patrón predecible para un grupo o población”. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014)

3.2. Diseño de la investigación

El trabajo de investigación fue de diseño no experimental porque no se manipularán las variables, es decir, no se propiciaron cambios intencionales en las variables. Solo se observarán las situaciones en su contexto natural.

3.3. Enfoque de la investigación

El enfoque de la investigación es cuantitativo. Según Hernández, Fernández, Baptista que menciona que es cuantitativo cuando utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en las mediciones numéricas y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías; así mismo, la recolección de datos se realizará a través de un instrumento y los datos serán presentados en forma de números que son analizados estadísticamente. (Hernández, Fernández, Baptista, 2014, pág. 152)



3.4. Alcance de la investigación

Según (Maguiña, 2013) las investigaciones correlacionales pretenden medir el grado de relación y la manera cómo interactúan dos o más variables entre sí. Estas relaciones se establecen dentro de un mismo contexto, y a partir de los mismos sujetos en la mayoría de casos.

En la presente investigación se tomará en cuenta datos del periodo comprendido entre 2015 - 2018, del personal que labora en el Municipalidad distrital de San Jerónimo, de la provincia del Cusco, departamento del Cusco.

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

Se utilizó el muestreo no probabilístico de carácter voluntario, debido a que es una técnica usada que radica en escoger una muestra de la población la cual es accesible para el investigador, lo que quiere decir, los individuos que se emplearon en la investigación son seleccionados por ser fácilmente disponibles, sin haber sido escogidos mediante un proceso estadístico.

3.5.2. Muestra

Para el presente trabajo de investigación se tomó en consideración 100 encuestados de los cuales tenemos 40 turistas extranjeros, 30 turistas nacionales y 30 turistas locales, los cuales fueron seleccionados por conveniencia, ya que no contamos con documentos donde se conozca con precisión el número de turistas que llegan al distrito de San Jerónimo. Así como también, al personal de desarrollo económico y desarrollo cultural de la municipalidad distrital de San Jerónimo del Cusco.



3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Esta técnica consistió en dar validez, peso a cada uno de los datos recolectados, y en obtener deducción de la información evaluada. La importancia de la evaluación e interpretación residió en asegurar el trabajo con los datos válidos, procesando soluciones veraces y exactas.

Para el análisis e interpretación de los datos utilizados se utilizó el programa SPSS para el procesamiento de los datos, utilizada esta herramienta bajo un enfoque cuantitativo.

3.6.1. Técnicas

Para un estudio adecuado se utilizó las técnicas siguientes:

1. Observación: No fue estructura ya que la población será objeto de observación sin alterar su dinámica.
2. Encuesta: Se realizó un cuestionario con preguntas cerradas.

3.6.2. Instrumentos

Para el recojo de la información se utilizó los siguientes instrumentos:

1. Fichas de observación
2. Cámara fotográfica
3. Cuestionario

3.7. Procesamiento de datos

Para poder analizar, dar validez y peso a cada uno de los datos recolectados, y en obtener deducción de la información evaluada fue necesario procesarlos en un programa estadístico. La importancia de la evaluación e interpretación residió en asegurar el trabajo con los datos válidos, procesando soluciones veraces y exactas.



Para el análisis e interpretación de los datos utilizados se utilizó el programa SPSS – 25 para el procesamiento de los datos, utilizada esta herramienta bajo un enfoque operacional cuantitativo.



CAPÍTULO IV:

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1. Datos generales

Encuestas a Turistas

Tabla 1
Género

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	50	50,0	50,0	50,0
Femenino	50	50,0	50,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	
Total	173	100,0		

Fuente: Elaboración propia

■ Masculino
■ Femenino

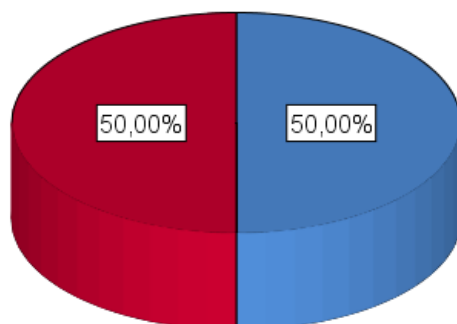


Figura 1

Género (Fuente: Elaboración propia)

La tabla N° 1 indica que, del total de turistas encuestados en el distrito de San Jerónimo, el 50% pertenecen al género masculino y el otro 50% pertenecen al género femenino.

No se da una visible supremacía en cuanto a algún género en particular. Esta equidad en la distribución en cuanto al género se da porque los servicios turísticos que ofrece el distrito



de San Jerónimo no presenta una discriminación en cuanto al género, ya que, sus atractivos con culturales y monumentales los cuales no atraen a un género en particular.

Tabla 2
Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
18 - 25 años	16	16,0	16,0	16,0
26 - 35 años	19	19,0	19,0	35,0
36 - 45 años	27	27,0	27,0	62,0
46 - 55 años	26	26,0	26,0	88,0
56 años a más	12	12,0	12,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

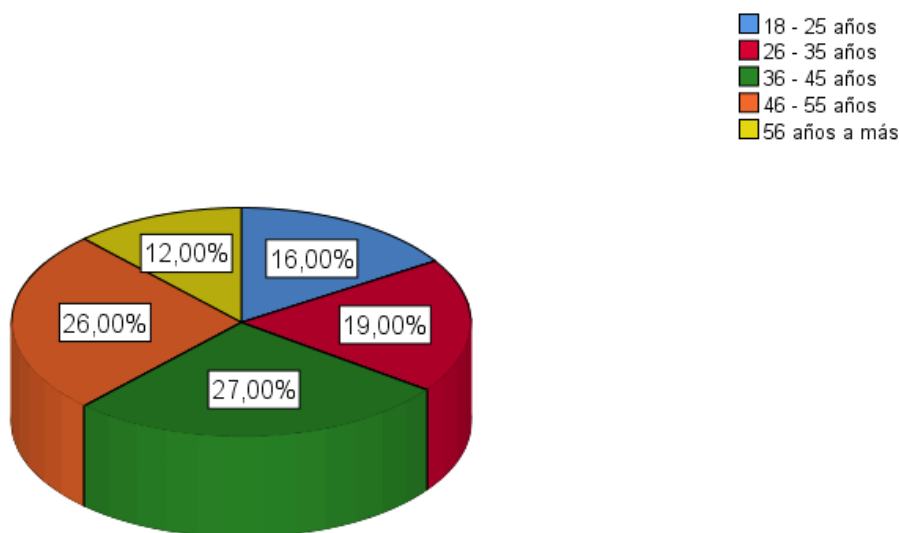


Figura 2
Edad (Fuente: Elaboración propia)

La tabla N° 2 indica que, del total de turistas encuestados en el distrito de San Jerónimo, el 27% tiene entre 36 a 45 años, el 26% tiene entre 46 a 55 años, el 19% tiene entre 26 a 35 años, el 16% tiene entre 18 a 25 años, y, el 12% restante tiene de 56 años a más.

De los cuales apreciamos que el grupo de entre 36 a 45 años de edad y el grupo de entre 46 y 55 años de edad, son los turistas que visitan más el distrito de San Jerónimo, los mismos



que en su mayoría, se encuentran edad adulta; lo cual se podría dar porque el distrito presenta atractivos típicos y no especializados que puedan atraer a turistas más jóvenes o turistas adultos mayores.

Tabla 3
Tipo de Turista

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regional	30	30,0	30,0	30,0
Nacional	30	30,0	30,0	60,0
Internacional	40	40,0	40,0	100,0
Total	100	100	100,0	

Fuente: Elaboración propia

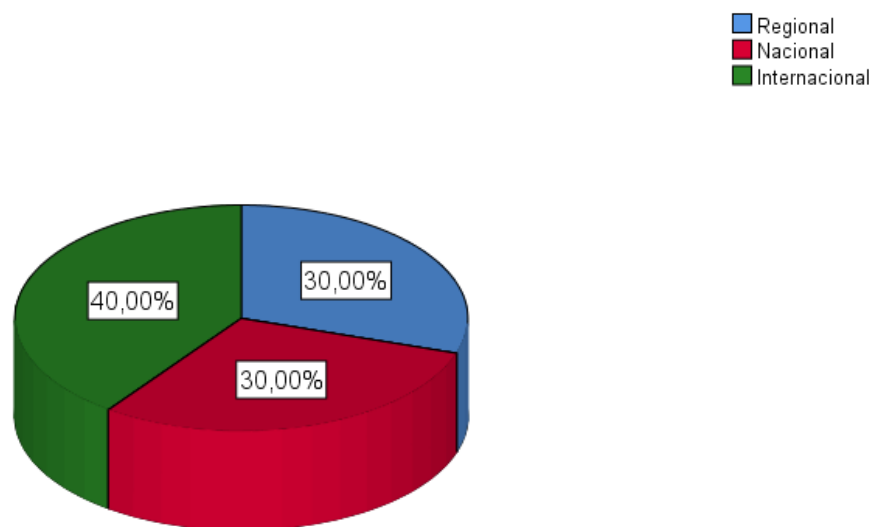


Figura 3
Tipo de Turista (Fuente: Elaboración propia)

La tabla N° 3 muestra que, el tipo de turistas que visitan el distrito de San Jerónimo se observa lo siguiente, 40% fueron turistas de origen internacional y 30% fueron turistas de origen nacional finalmente el 30% restante fueron turistas de origen regional.

Esta distribución donde predominan turistas de origen internacional se dio, en primer lugar, porque el departamento del cusco goza de prestigio internacional y en segundo lugar



porque el distrito de San Jerónimo es una de los distritos emblemáticos de la provincia del Cusco.

En general podemos decir que, las características generales de los turistas que visitaron el distrito de San Jerónimo del departamento de Cusco en el periodo 2015-2018, estos fueron, turistas entre varones y mujeres de origen internacional de entre 36 a 55 años de edad.



4.2.Variable promoción turística

Tabla 4
Promoción Turística

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	46	46,0	46,0	46,0
Bueno	54	54,0	54,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

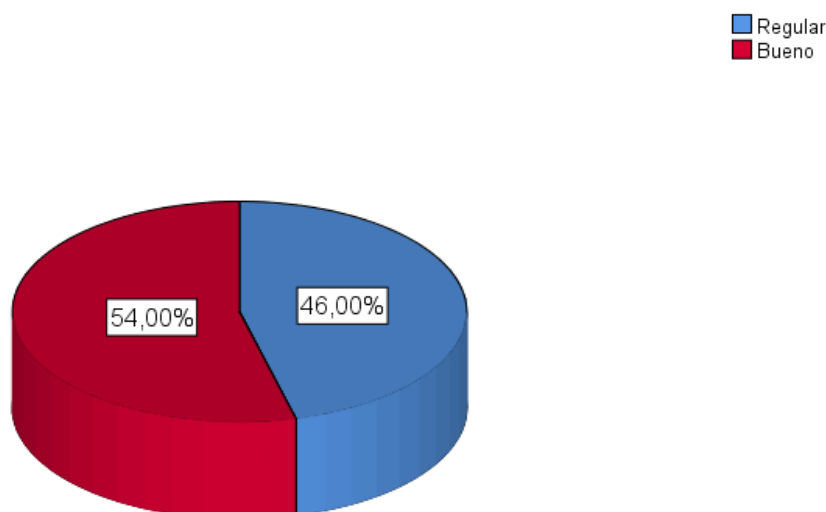


Figura 4
Promoción Turística (Elaboración propia)

De la tabla N° 4 se desprende que, la promoción turística se percibió como buena en un 54% y fue percibida como regular en un 46%. En general la impresión que los turistas tienen a cerca de la promoción turística fue buena.

Esta percepción respondería a que los turistas realmente observan o perciben que el distrito de San Jerónimo cuenta con medios para persuadirlos y finalmente convencer al turista de pernoctar.



4.2.1 Dimensiones de la Variable de Promoción Turística – Oferta Turística

Tabla 5
Oferta Turística

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mala	10	10,0	10,0	10,0
Regular	71	71,0	71,0	81,0
Bueno	16	16,0	16,0	97,0
Muy bueno	3	3,0	3,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

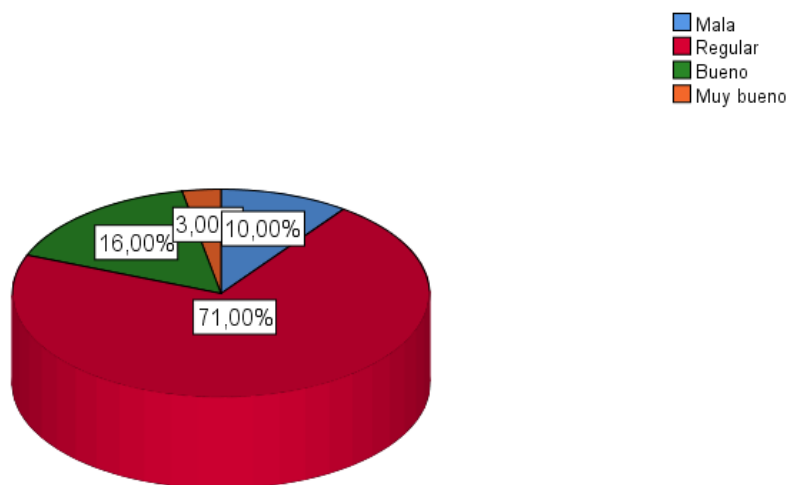


Figura 5
Oferta Turística (Fuente: Elaboración propia)

La tabla N° 5 muestra que, la oferta turística del distrito de San Jerónimo es percibida como regular en un 71%, percibida como buena en un 16%, es percibida como mala en un 10% y finalmente es percibida como muy buena en un 3%.

Como lo más representativo se tiene una impresión de regular así los atractivos que ofrece el distrito de san Jerónimo (oferta turística), debido a que el distrito de san Jerónimo no es netamente un distrito que cuentes con monumentos arqueológicos, sin embargo, cuenta con otros productos turísticos con la que capta turistas.



Descriptivos por preguntas

Tabla 6

¿Qué le parece la cantidad de bienes turísticos que le ofrece el distrito de San Jerónimo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mala	5	5.0	5.0	5.0
Regular	32	32.0	32.0	37.0
Bueno	49	49.0	49.0	86.0
Muy bueno	14	14.0	14.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

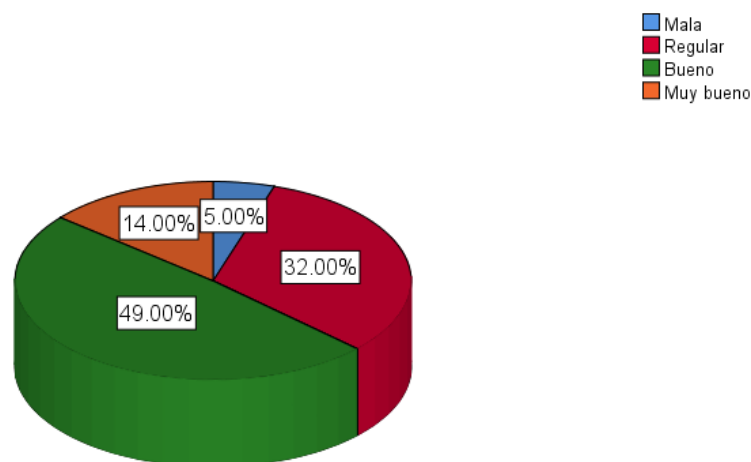


Figura 6

¿Qué le parece la cantidad de bienes turísticos que le ofrece el distrito de San Jerónimo?

La tabla N°6 indica que del total de personas encuestadas sobre cuál es la percepción que tiene de la cantidad de bienes turísticos que se ofrecen en el distrito de San Jerónimo. El 14 % de encuestados indicó que es muy buena, 49 % contestó que la cantidad de bienes turísticos ofrecidos en San Jerónimo es buena, 32 % menciona que es regular y el 5 % indica que es mala la cantidad de bienes ofrecidos en el distrito de San Jerónimo.



Tabla 7

¿Qué le parece la cantidad de servicios turísticos que le ofrece el distrito de San Jerónimo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy mala	2	2.0	2.0	2.0
Mala	10	10.0	10.0	12.0
Regular	58	58.0	58.0	70.0
Bueno	29	29.0	29.0	99.0
Muy bueno	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

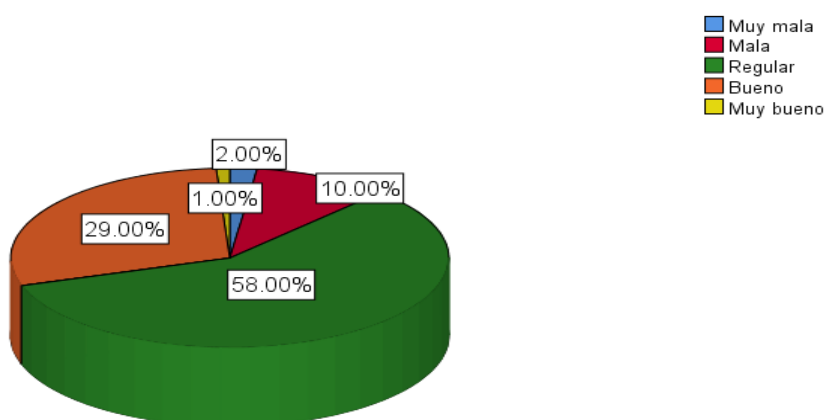


Figura 7

¿Qué le parece la cantidad de servicios turísticos que le ofrece el distrito de San Jerónimo?

La tabla N° 7 muestra que del total de la población encuestada únicamente una persona que representa el 1 % del total respondió que le parece muy buena la cantidad de servicios turísticos en el distrito de San Jerónimo, el 29 % (29 personas) de encuestados indicó que es buena, 58 % respondió que es regular y el 2 % indicó que la cantidad de servicios turísticos es muy mala.



Tabla 8
¿Cómo le pareció la publicidad de los atractivos turísticos que posee el distrito de San Jerónimo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy mala	16	16.0	16.0	16.0
Mala	45	45.0	45.0	61.0
Regular	29	29.0	29.0	90.0
Bueno	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

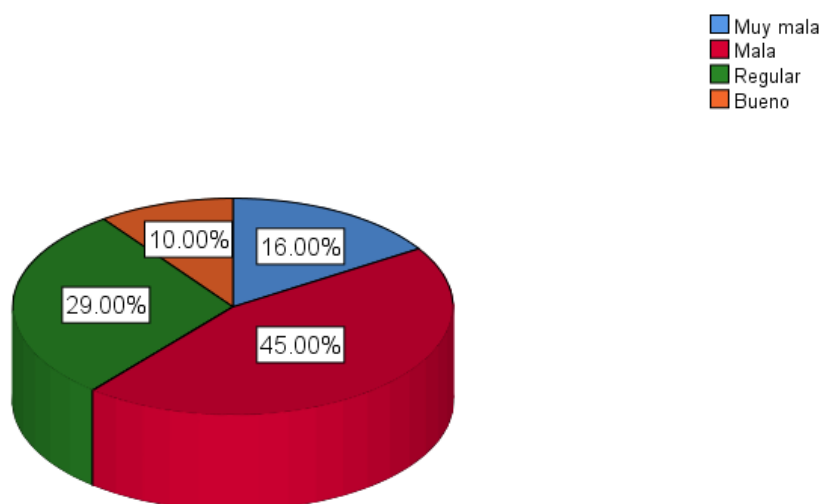


Figura 8
¿Cómo le pareció la publicidad de los atractivos turísticos que posee el distrito de San Jerónimo?

La tabla N° 8 indica que el 10 % del total de personas encuestadas le pareció que la publicidad de los atractivos turísticos que posee el distrito de San Jerónimo es buena, el 29 % menciona que fue regular y el 16 % indico que la publicidad que tiene el distrito de San Jerónimo sobre sus atractivos turísticos que posee fue muy mala.



4.2.2 Dimensiones de la Variable de Promoción Turística – Demanda Turística

Tabla 9
Demanda Turística

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	51	51,0	51,0	51,0
Bueno	45	45,0	45,0	96,0
Muy bueno	4	4,0	4,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

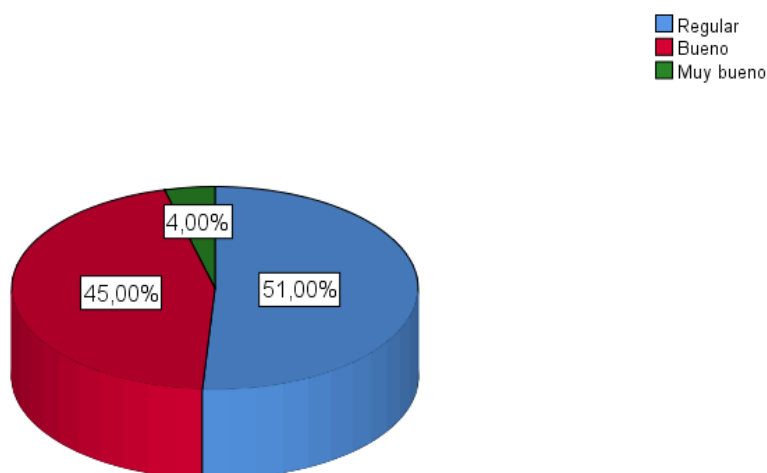


Figura 9
Demanda Turística (Fuente: Elaboración propia)

La tabla N° 9 muestra que, la demanda turística del distrito de San Jerónimo fue percibida como regular en un 51%, percibida como buena en un 45%, y finalmente fue percibida como muy buena en un 4%.

Como lo más representativo se tiene una impresión de regular, lo que quiere decir que los turistas no están satisfechos del todo respecto a los atractivos que hay en el distrito de San Jerónimo (demanda turística), esto puede deberse a que los turistas son muy exigentes al momento de visitar algún sitio turístico, sin embargo, una cantidad similar, pero menor de turistas, considera que si fue bueno los atractivos que tiene el distrito de San Jerónimo.



Descriptivos por preguntas

Tabla 10

¿Cuál es la expectativa que usted tiene sobre los bienes turísticos en el distrito de San Jerónimo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	33	33.0	33.0	33.0
Bueno	52	52.0	52.0	85.0
Muy bueno	15	15.0	15.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Regular
Bueno
Muy bueno

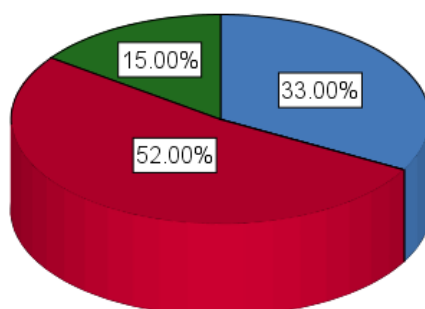


Figura 10

¿Cuál es la expectativa que usted tiene sobre los bienes turísticos en el distrito de San Jerónimo?

La tabla N° 10 indica que, del total de personas encuestadas sobre ¿Cuál es la expectativa que usted tiene sobre los bienes turísticos en el distrito de San Jerónimo?, 15 % respondió que es muy bueno, el 52 % respondió que es buena y el 33 % indicó que es regular la expectativa que tiene sobre los bienes turísticos en el distrito de San Jerónimo.



Tabla 11
¿Cuál es la expectativa que usted tiene sobre los servicios turístico en el distrito de San Jerónimo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mala	5	5.0	5.0	5.0
Regular	59	59.0	59.0	64.0
Bueno	34	34.0	34.0	98.0
Muy bueno	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

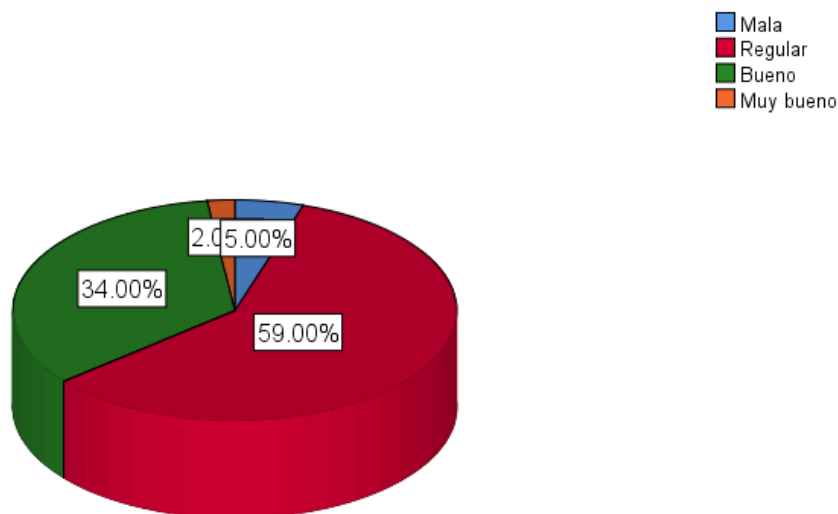


Figura 11

¿Cuál es la expectativa que usted tiene sobre los servicios turístico en el distrito de San Jerónimo?

La tabla N° 11 muestra que del total de personas encuestadas el 2 % indico que es muy buena la expectativa que tiene sobre los servicios turísticos en el distrito de San Jerónimo, el 34 % respondió que son buenas sus expectativas, 59 % respondido que es regular y el 5 % del total de encuestados refiere que la expectativa que tiene sobre los servicios turísticos en el distrito de San Jerónimo en mala.



Tabla 12

¿Cómo calificaría usted la calidad de los productos turísticos del distrito de San Jerónimo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy mala	2	2.0	2.0	2.0
Mala	5	5.0	5.0	7.0
Regular	44	44.0	44.0	51.0
Bueno	43	43.0	43.0	94.0
Muy bueno	6	6.0	6.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

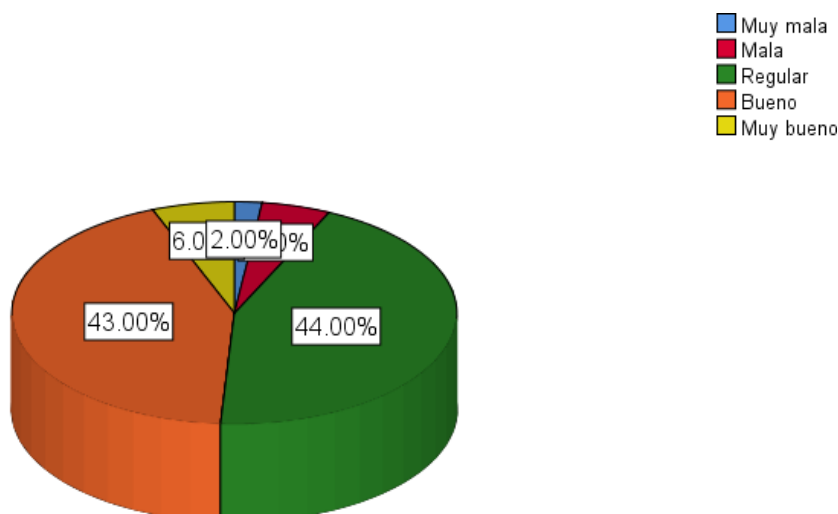


Figura 12

¿Cómo calificaría usted la calidad de los productos turísticos del distrito de San Jerónimo?

La tabla N° 12 muestra que del total de personas consultadas sobre Cómo calificaría la calidad de los productos turísticos del distrito de San Jerónimo el 6 % respondió que fue muy buena, el 43 % indica que fue buena, 44 % respondió que la califica como regular, el 5 % lo califico como mala y el 2% del total de encuestados indico que la calificación que le daría a la calidad de los productos turísticos del distrito de San Jerónimo fue de muy mala.



4.2.3 Dimensiones de la Variable de Promoción Turística – Valoración Patrimonial

Tabla 13
Valoración Patrimonial

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	12	12,0	12,0	12,0
Bueno	56	56,0	56,0	68,0
Muy bueno	32	32,0	32,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

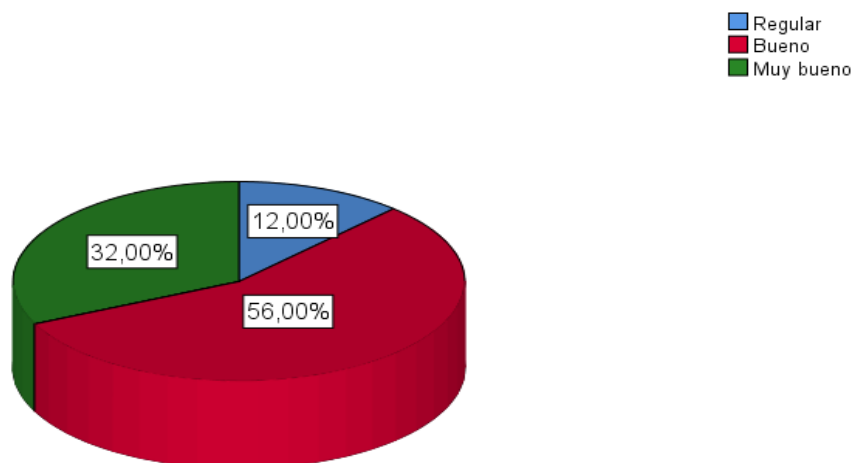


Figura 13
Valoración Patrimonial (Fuente: SPSS V25)

La tabla N° 13 muestra que, la valoración patrimonial que los turistas tienen a los bienes culturales y bienes turísticos en general que el distrito de San Jerónimo ofrece; se tiene que; la valoración patrimonial es buena en un 56%, es percibida como muy buena en un 32% y es percibida como regular en un 12%.

La percepción sobresaliente es que la valoración patrimonial que los turistas le dan a los productos turísticos del distrito de San Jerónimo, es buena, esto se da porque el distrito en mención es uno de los distritos emblemáticos de la provincia del Cusco; por tanto, la



valoración que el turista le da en general, al distrito, es buena, porque este asocia la importancia histórica del distrito y aportes culturales entre otros criterios abstractos de valor.

Descriptivos por preguntas

Tabla 14

¿Qué le parece los atractivos turísticos del distrito de San Jerónimo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mala	2	2.0	2.0	2.0
Regular	20	20.0	20.0	22.0
Bueno	45	45.0	45.0	67.0
Muy bueno	33	33.0	33.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

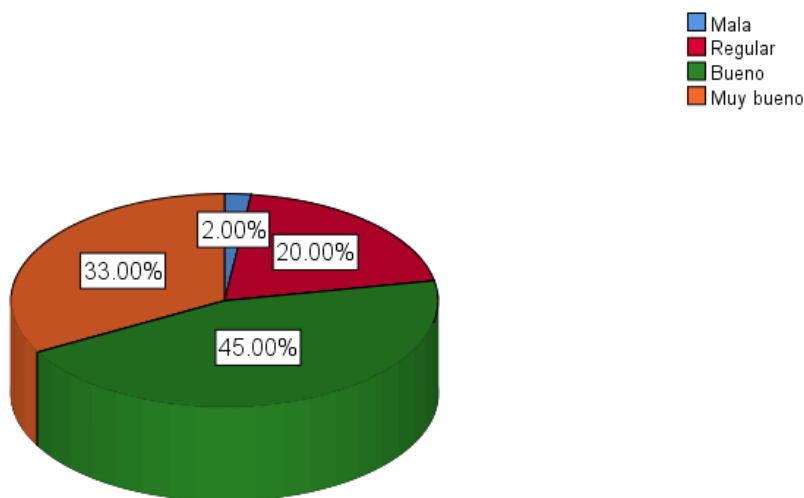


Figura 14

¿Qué le parece los atractivos turísticos del distrito de San Jerónimo?

La tabla N° 14 indica que del total de personas encuestadas el 33 % respondió que le parece muy bueno los atractivos turísticos del distrito de San Jerónimo, el 45% indica que es buena los atractivos turísticos del distrito de San Jerónimo, al 20 % le parece regular y al 2 % respondió que le parece mala los atractivos turísticos del distrito de San Jerónimo.



Tabla 15

¿Cuál es la impresión y/o apreciación general que usted tiene del distrito de San Jerónimo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mala	1	1.0	1.0	1.0
Regular	38	38.0	38.0	39.0
Bueno	40	40.0	40.0	79.0
Muy bueno	21	21.0	21.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

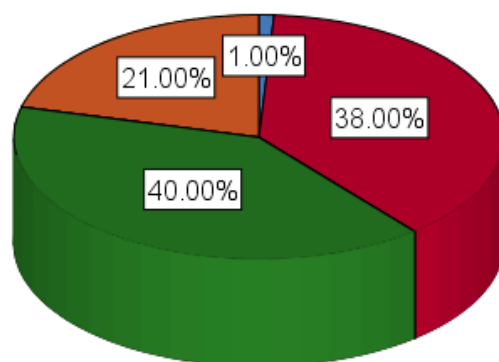


Figura 15

¿Cuál es la impresión y/o apreciación general que usted tiene del distrito de San Jerónimo?

La tabla N° 15 indica que el 21 % del total de personas encuestadas respondió que la apreciación general que tiene sobre el distrito de San Jerónimo es muy buena, el 49 % indico que tiene una impresión buena sobre el distrito de San Jerónimo, el 38% respondió como regular y el 1% indica que es mala la impresión que tiene sobre el distrito de San Jerónimo.



Tabla 16

¿Qué le parecieron las referencias, los antecedentes, y/o reseñas históricas que tiene el distrito de San Jerónimo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	33	33.0	33.0	33.0
Bueno	46	46.0	46.0	79.0
Muy bueno	21	21.0	21.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Regular
Bueno
Muy bueno

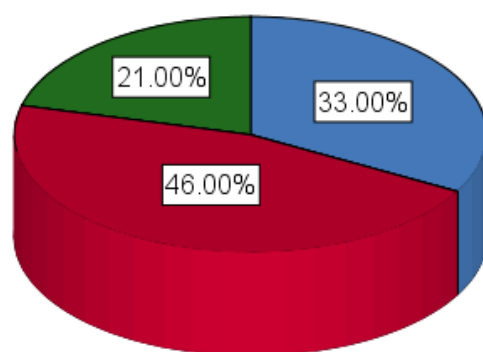


Figura 16

¿Qué le parecieron las referencias, los antecedentes, y/o reseñas históricas que tiene el distrito de San Jerónimo?

La tabla N° 16 indica que del total de personas encuestadas el 21% respondió que es muy buena las referencias, antecedentes y reseñas históricas que tiene el distrito de san jerónimo, el 46% indica que es bueno, y el 33% menciona que las referencias, antecedentes y reseñas históricas que tiene el distrito de San Jerónimo es regular.



Tabla 17

En cuanto a expresiones culturales del distrito de San Jerónimo, ¿Cómo eran los comentarios o referencias que oía a cerca de esta?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mala	2	2.0	2.0	2.0
Regular	18	18.0	18.0	20.0
Bueno	40	40.0	40.0	60.0
Muy bueno	40	40.0	40.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

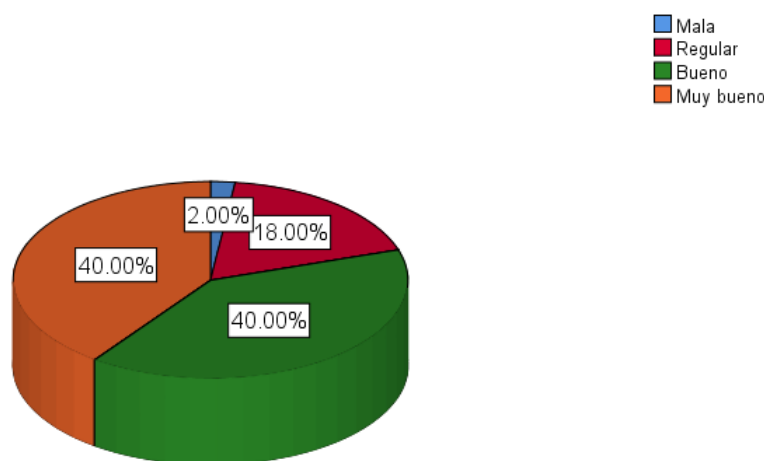


Figura 17

En cuanto a expresiones culturales del distrito de San Jerónimo, ¿Cómo eran los comentarios o referencias que oía a cerca de esta?

La tabla N° 10 indica que el 40% del total de personas que han sido consultadas en cuanto a expresiones culturales del distrito de San Jerónimo, ¿Cómo eran los comentarios o referencias que oía a cerca de esta? El 40% menciona que fue muy buena, el 40% indicó que fue bueno, 18% respondió que era regular y el 2% menciona que los comentarios i/o referencias que oía acerca del distrito de San Jerónimo fue mala.



4.3 Variable gestión municipal

(Encuestas realizadas al personal de la municipalidad)

Tabla 18
Gestión Municipal

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bueno	2	50,0	50,0	50,0
Muy bueno	2	50,0	50,0	100,0
Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

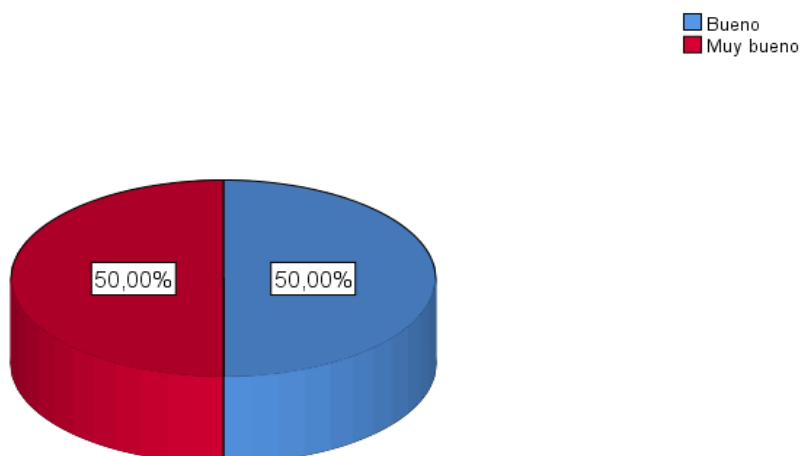


Figura 18
Gestión Municipal (Fuente: Elaboración propia)

La tabla N° 18 indica que, la gestión municipal se percibió como bueno en un 50% y percibida como muy bueno en un 50%.

Por lo que la gestión municipal realizada se puede calificar como correcta es decir el accionar y el efecto de ese accionar que la administración municipal del distrito de San Jerónimo (sus decisiones, sus actividades entre otras) lleva a cabo, fue adecuada en cuanto al sector turístico del distrito.



4.3.1 Dimensiones de la Variable de Gestión Municipal – Planificación

Tabla 19
Planificación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bueno	2	50,0	50,0	50,0
Muy bueno	2	50,0	50,0	100,0
Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

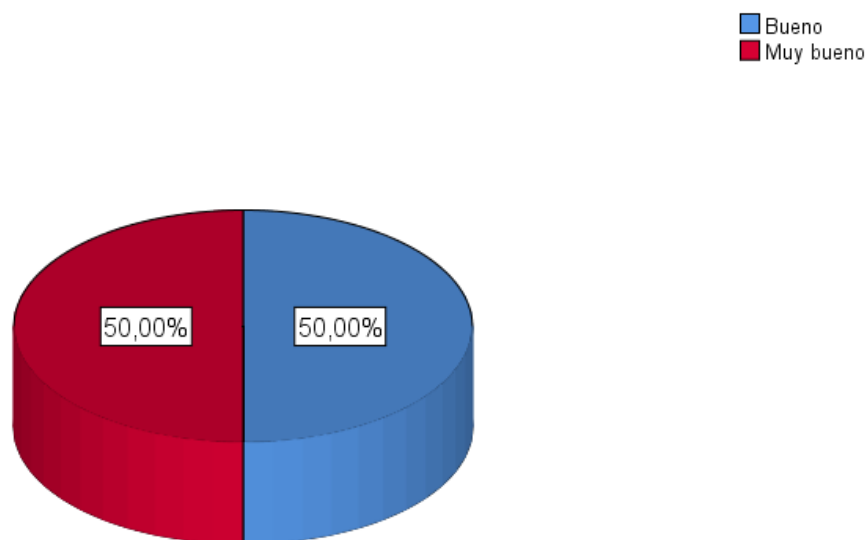


Figura 19
Planificación (Fuente: Elaboración propia)

De la tabla N° 19 nos muestra que, la planificación es percibida como buena en un 50%, y es percibida como muy buena en un 50%.

Por lo que la gestión municipal genera una adecuada planificación, es decir, que en la planificación se está tomando en cuenta las verdaderas potencialidades del distrito y como consecuencia se tienen planes que responden a los recursos turísticos con los que cuenta el distrito de San Jerónimo.



Tabla 20
Presupuesto de planificación turística

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	3	3.0	75.0	75.0
Muy buena	1	1.0	25.0	100.0
Total	4	4.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

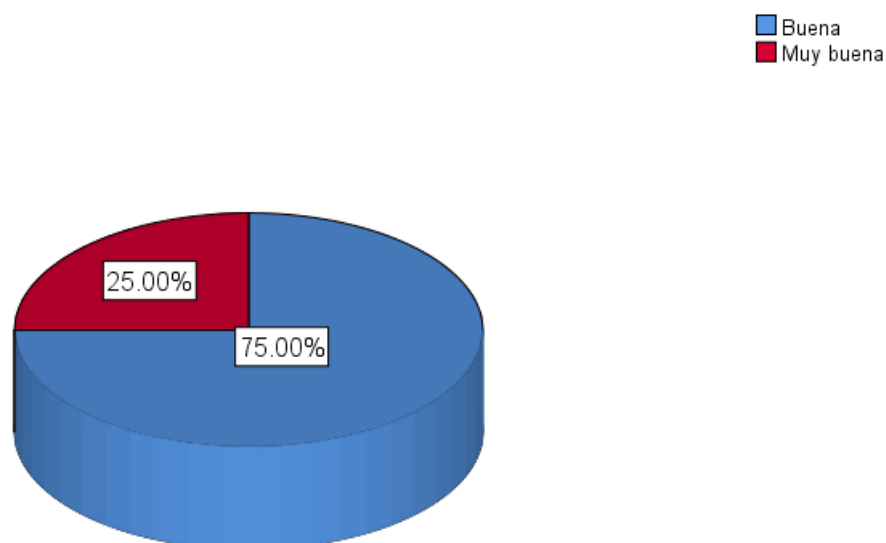


Figura 20
Presupuesto de planificación turística

La tabla N° 20 indica que, el 75 % del total de personas encuestadas sobre el presupuesto de planificación turística indica que es muy buena y el 25% ha respondido que el presupuesto de planificación turística es bueno.



Descriptivos por preguntas

Tabla 21

Cantidad de proyectos de perfil turístico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	3	3.0	75.0	75.0
Muy buena	1	1.0	25.0	100.0
Total	100	100.0		

Fuente: Elaboración propia

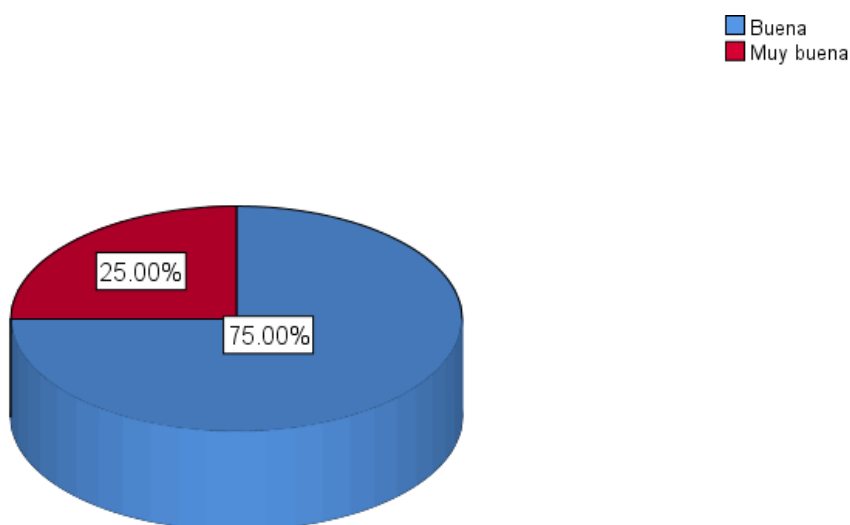


Figura 21

Cantidad de proyectos de perfil turístico

La tabla N° 21 muestra que del total de personas que fueron consultadas sobre la cantidad de proyectos de perfil turístico el 75 % indica que es muy buena y el 25% ha respondido que es buena.



Tabla 22
Plan estratégico de turismo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	3	3.0	75.0	75.0
Muy buena	1	1.0	25.0	100.0
Total	100	100.0		

Fuente: Elaboración propia

■ Buena
■ Muy buena

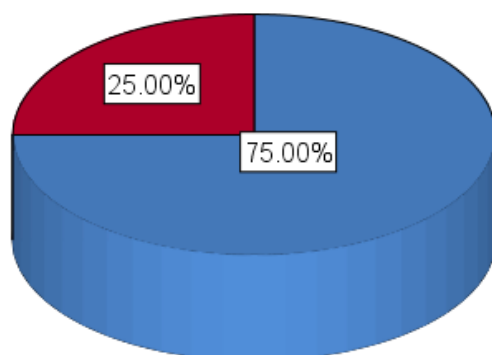


Figura 22
Plan estratégico de turismo

La tabla N° 22 muestra que, del número total de personas que fueron consultadas acerca del plan estratégico de turismo del distrito de san jerónimo, el 25 % respondió que era muy buena y el 75% indica que el plan estratégico de turismo del distrito de san jerónimo fue bueno.



Tabla 23
Diagnóstico de destino turístico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	4	4.0	100.0	100.0
Total	100	100.0		

Fuente: Elaboración propia

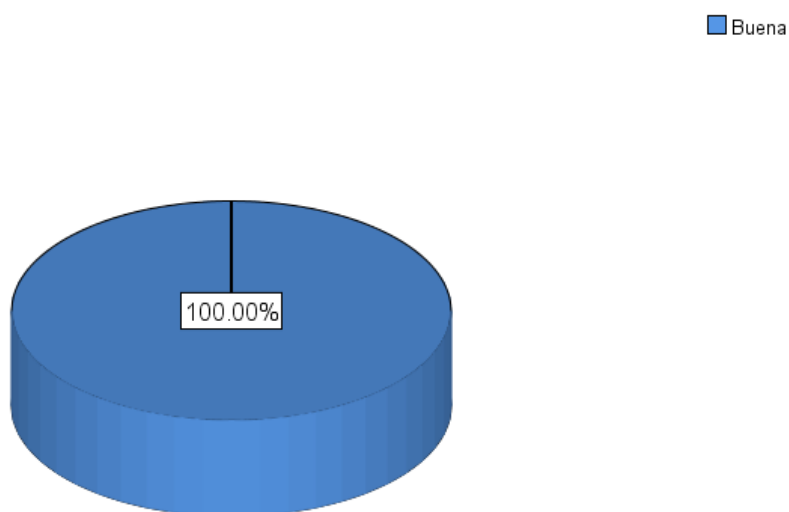


Figura 23
Diagnóstico de destino turístico

La tabla N° 23 muestra que, todas las personas encuestadas sobre el diagnostico de destino turístico del distrito de san jerónimo respondieron el 100% que era buena.



4.3.2 Dimensiones de la Variable de Gestión Municipal – Organización

Tabla 24
Organización

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bueno	3	75,0	75,0	75,0
Muy bueno	1	25,0	25,0	100,0
Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

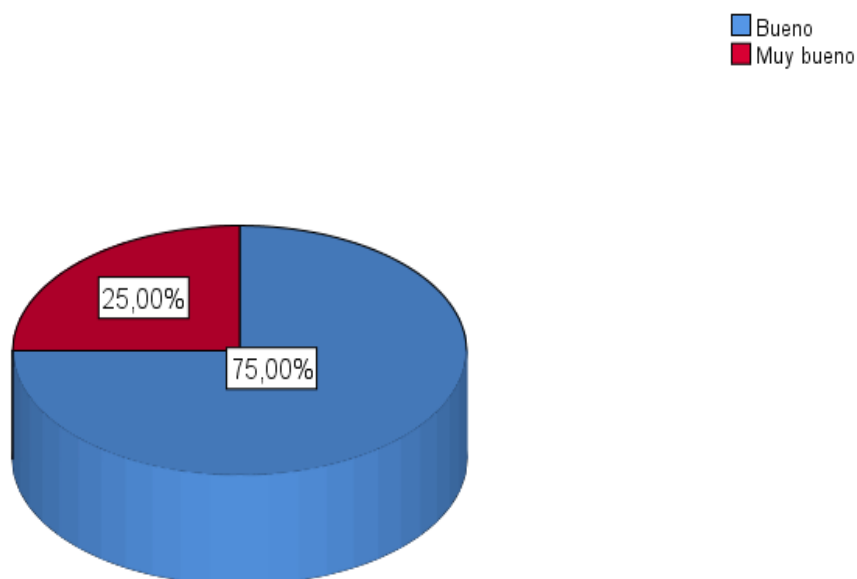


Figura 24
Organización (Fuente: Elaboración propia)

De la tabla N° 24 se desprende que, la organización que la municipalidad de San Jerónimo impulsa, es percibida como buena en un 75%, y es percibido como muy bueno en un 25%.

Esto se podría deber a que el esfuerzo de integrar, tanto de recursos materiales como recursos humanos es adecuada, además de tener claro las funciones y responsabilidades en cada oficina o agrupación de responsables de impulsar el sector turístico del distrito.



Descriptivos por preguntas

Tabla 25
Política turística local

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	4	4.0	100.0	100.0
Total	100	100.0		

Fuente: Elaboración propia

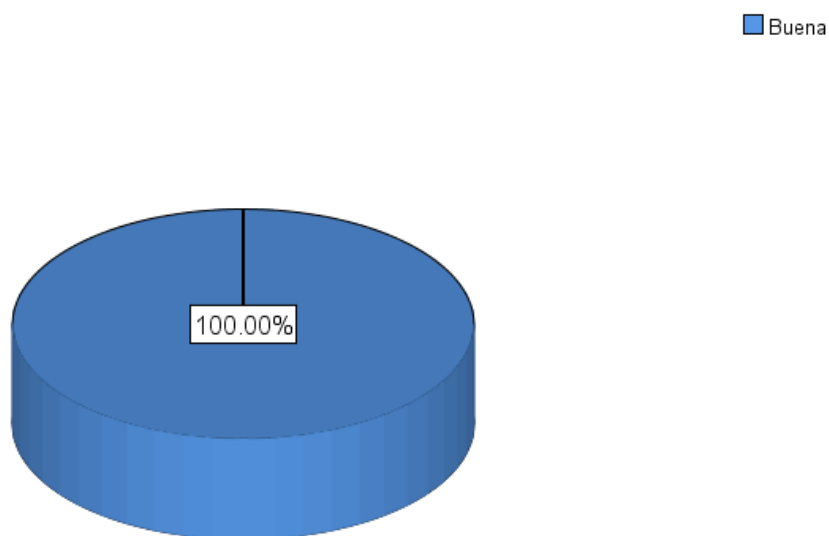


Figura 25
Política de turística local

La tabla N° 25 muestra que, todas las personas que fueron consultadas sobre la política de turismo local que se aplica en el distrito de san jerónimo es 100 %, califica como buena.



Tabla 26
Unidad técnica especializada

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	3	3.0	75.0	75.0
Muy buena	1	1.0	25.0	100.0
Total	100	100.0		

Fuente: Elaboración propia

Buena
Muy buena

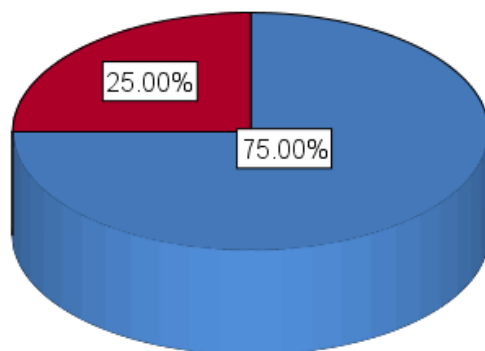


Figura 26
Unidad técnica especializada

La tabla N° 26 indica que, del total de personas encuestadas sobre la unidad técnica especializada del distrito de san jerónimo, el 25% contestó que es muy buena y el 75 % indica que es buena la unidad técnica especializada.



Tabla 27
Inventario Turístico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	3	3.0	75.0	75.0
Muy buena	1	1.0	25.0	100.0
Total	100	100.0		

Fuente: Elaboración propia

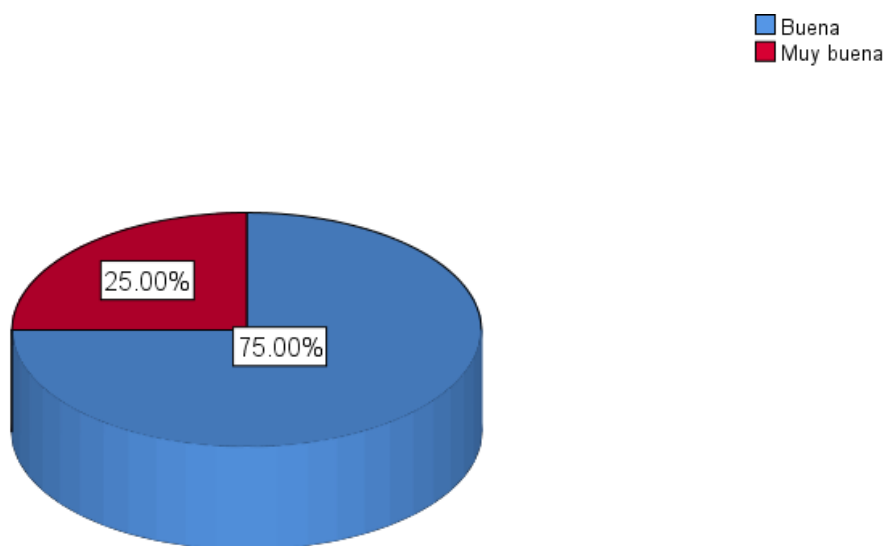


Figura 27
Inventario Turístico

La tabla N° 27 muestra que, del total de personas encuestadas el 25 % menciono que es muy buena el inventario turístico existente en el distrito de san Jerónimo, y el 75 % de persona encuestadas indica que es buena.



Tabla 28
Personal Calificado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy buena	4	4.0	100.0	100.0
Total	100	100.0		

Fuente: Elaboración propia

■ Muy buena

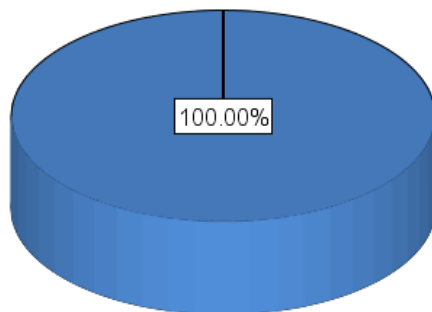


Figura 28
Personal Calificado

La tabla N° 28 muestra que, la totalidad de personas encuestadas ha respondido que el personal calificado que labora en el sector turismo en el distrito de san jerónimo es 100% muy bueno.



Tabla 29
Cantidad de proyectos ejecutados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	1	1.0	25.0	25.0
Muy buena	3	3.0	75.0	100.0
Total	4	4.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

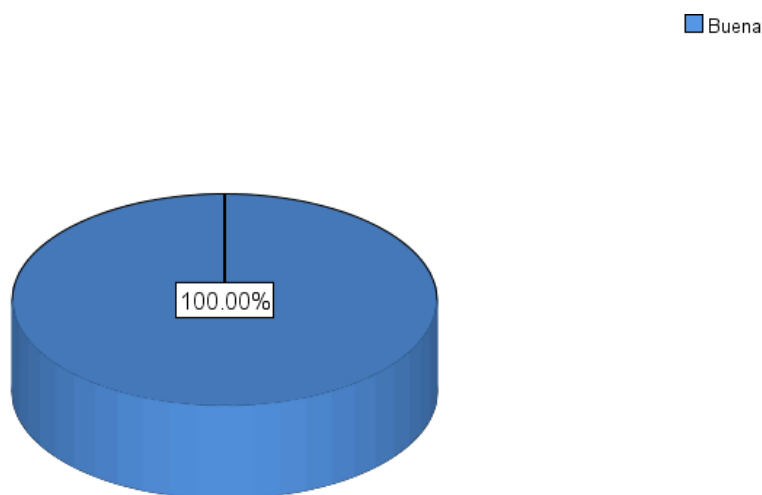


Figura 29

Cantidad de proyectos ejecutados

La tabla N° 29 muestra que todas las personas que fueron consultadas sobre la cantidad de proyectos ejecutados, el 100% respondió que es buena.



4.3.3 Dimensiones de la Variable de Gestión Municipal –Dirección

Tabla 30
Dirección

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bueno	2	50,0	50,0	50,0
Muy bueno	2	50,0	50,0	100,0
Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

■ Bueno
■ Muy bueno

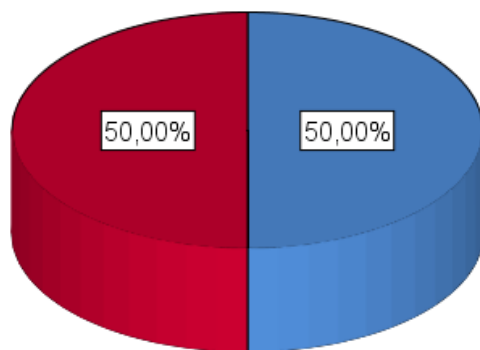


Figura 30
Dirección (Fuente: SPSS V25)

La tabla N° 30 muestra que, la dirección que lleva la municipalidad de San Jerónimo para la actividad turística, se percibe como buena en un 50%, y como muy buena en un 50%.

Esta percepción se debió a que la municipalidad de San Jerónimo, para el sector turístico, conto con buenos líderes y en general con buenos facilitadores que hacen posible la coordinación y motivación para el logro de los objetivos.



Tabla 31
Estructura organizativa para la gestión turística

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy buena	4	4,0	100,0	100,0
Total	100	100,0		

Fuente: Elaboración propia

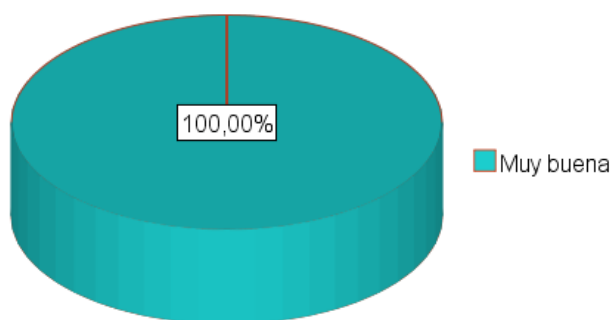


Figura 31
Dirección (Fuente: Elaboración propia)

La tabla N° 31 indica que, del total de funcionarios encuestados de la municipalidad de San Jerónimo, el 100% califica la estructura organizativa para la gestión turística como muy buena.



Tabla 32
Difusión de la normatividad en materia de turismo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
VálidoBuena	4	4,0	100,0	100,0
Total	100	100,0		

Fuente: Elaboración propia

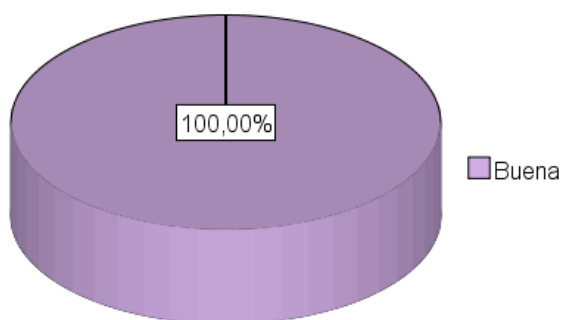


Figura 32
Dirección (Fuente: Elaboración propia)

La tabla N° 32 indica que, del total de funcionarios encuestados de la municipalidad de San Jerónimo, el 100% califica la difusión de la normativa en materia de turismo como buena.



Tabla 33
Acciones de fomento y asistencia técnica para inversiones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	3	3,0	75,0	75,0
Muy buena	1	1,0	25,0	100,0
Total	100	100,0		

Fuente: Elaboración propia

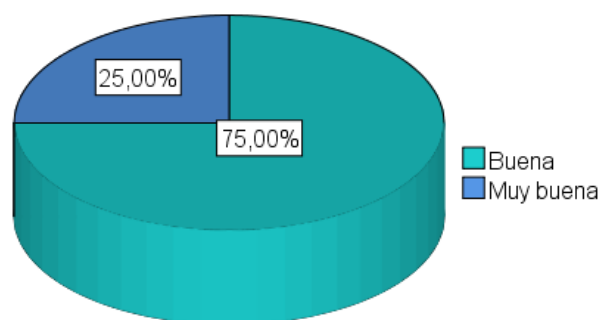


Figura 33
Dirección (Fuente: Elaboración propia)

La tabla N° 33 indica que, del total de funcionarios encuestados de la municipalidad de San Jerónimo, el 75% considera que, las acciones de fomento y asistencia técnica para inversiones es buena, y el 25% los califica como muy buenas.



Tabla 34

Cantidad de proyectos ejecutados con la cooperación de un ente público y privado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	4	4,0	100,0	100,0
Total	100	100,0		

Fuente: Elaboración propia

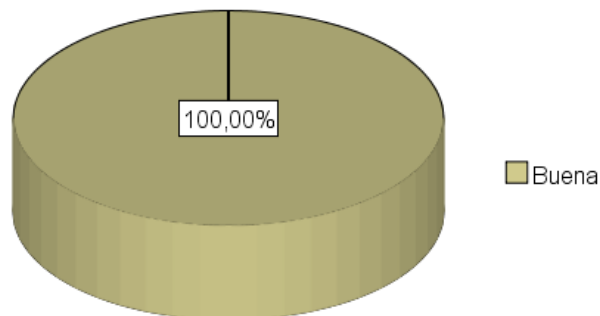


Figura 34
Dirección (Fuente: Elaboración propia)

La tabla N° 34 indica que, del total de funcionarios encuestados de la municipalidad de San Jerónimo, el 100% pensó que, la cantidad de proyectos ejecutados en cooperación con entidades privadas, es buena.



Descriptivos por preguntas

Tabla 35

Acuerdos contractuales entre una agencia y un ente privado para promover proyectos turísticos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	3	3.0	75.0	75.0
Muy buena	1	1.0	25.0	100.0
Total	100	100.0		

Fuente: Elaboración propia

■ Buena
■ Muy buena

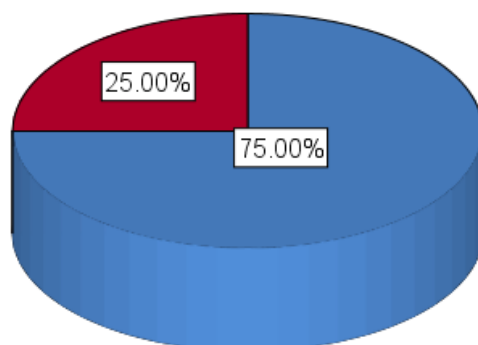


Figura 35

Acuerdos contractuales entre una agencia y un ente privado para promover proyectos turísticos

La tabla N° 35 indica que, del total de funcionarios encuestados de la municipalidad de San Jerónimo, el 75% calificó a los acuerdos contractuales entre una agencia y un ente privado para promover proyectos turísticos como buenos y el 25% los califica como muy buenos.



4.3.4 Dimensiones de la Variable de Gestión Municipal –Control

Tabla 36
Control

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bueno	3	75,0	75,0	75,0
Muy bueno	1	25,0	25,0	100,0
Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

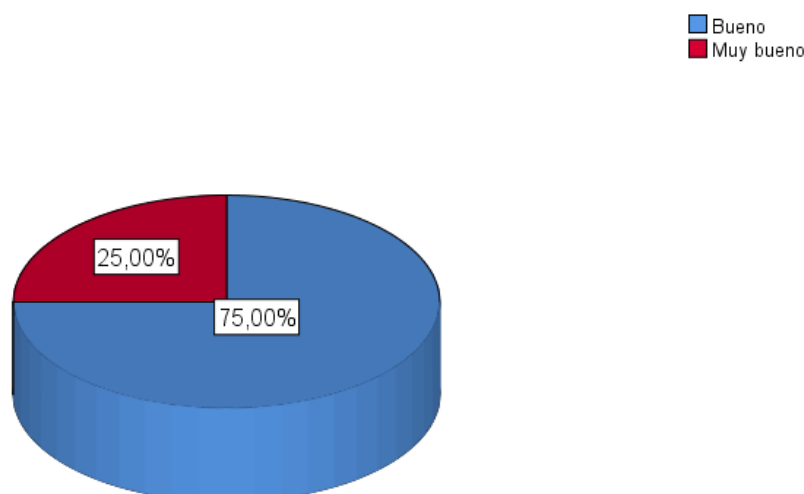


Figura 36
Control (Fuente: Elaboración propia)

De la tabla N° 36 se percibe que, el control que la municipalidad de San Jerónimo lleva en cuanto a los planes que tiene para la actividad turística en el distrito fue percibida como buena en un 75% y es percibida como muy buena en un 25%.

Esta percepción respondería a que existe una oportuna corrección y una adecuada rectificación de aquellas acciones erróneas que, durante la aplicación del plan, aparecen saliéndose del marco del mismo.



Descriptivos por preguntas

Tabla 37

Mecanismos de control en acceso en las zonas turísticas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	3	3.0	75.0	75.0
Muy buena	1	1.0	25.0	100.0
Total	100	100.0		

Fuente: Elaboración propia

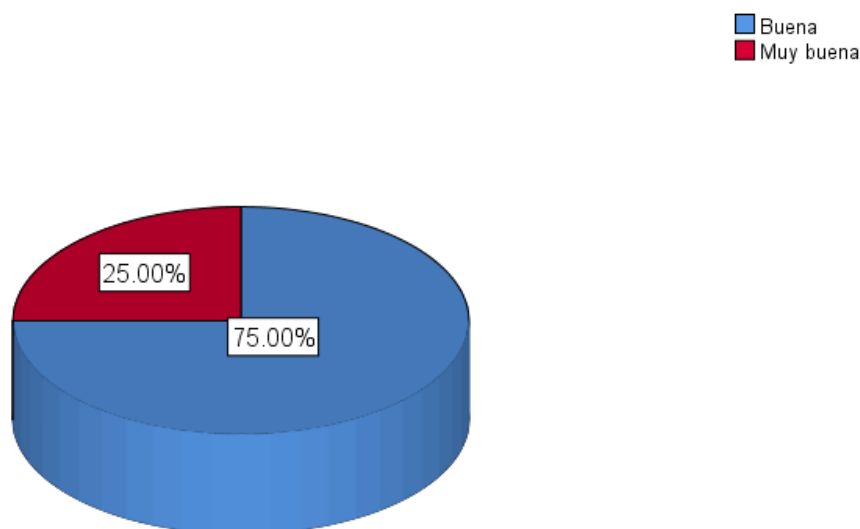


Figura 37

Mecanismos de control en acceso en las zonas turísticas

La tabla N° 37 indica que, del total de funcionarios encuestados de la municipalidad de San Jerónimo, el 75% calificó a los mecanismos usados en el control y acceso a las zonas turísticas como buenos y el 25% los califica como muy buenos.



Tabla 38
Área de control para zonas turísticas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	3	3.0	75.0	75.0
Muy buena	1	1.0	25.0	100.0
Total	100	100.0		

Fuente: Elaboración propia

■ Buena
■ Muy buena

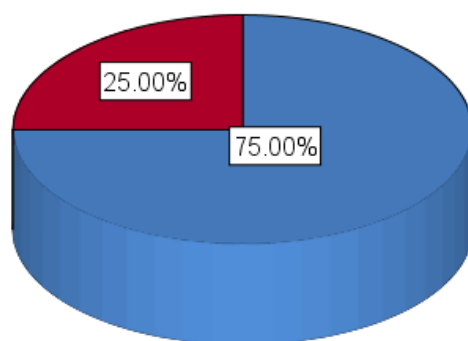


Figura 38
Área de control para zonas turísticas

La tabla N° 38 indica que, del total de funcionarios encuestados de la municipalidad de San Jerónimo, el 75% calificó al área de control de las zonas turísticas como buenos y el 25% los califica como muy buenos.



Tabla 39
Control de llegada de turistas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	4	4.0	100.0	100.0
Total	100	100.0		

Fuente: Elaboración propia

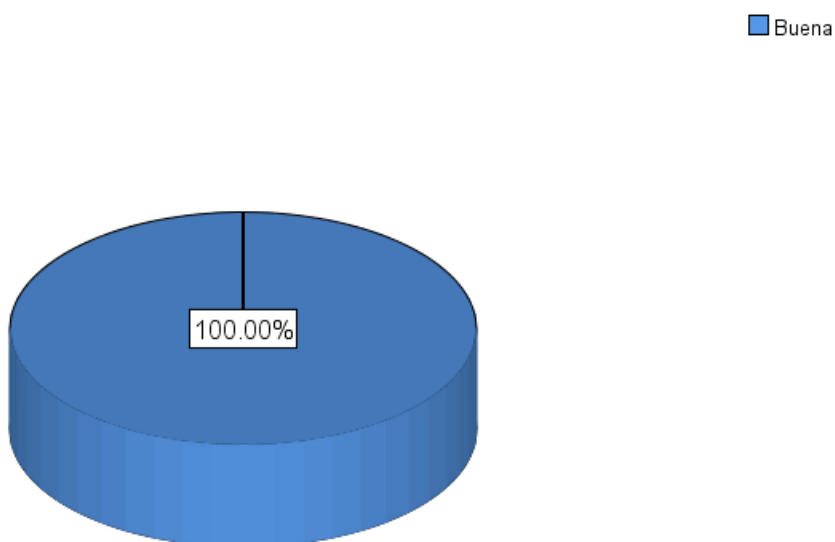


Figura 39
Control de llegada de turistas

La tabla N° 39 indica que, del total de funcionarios encuestados de la municipalidad de San Jerónimo, el 100% calificó al control de llegada de turistas como buenas.



4.4 Correlación entre la variable “gestión municipal” y “promoción turística”

Tabla 40

Correlación entre "Gestión Municipal" y "Promoción Turística"

Correlaciones			
		Gestión Municipal	Promoción Turística
Gestión Municipal	Correlación de Pearson	1	1,000**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	4	4
Promoción Turística	Correlación de Pearson	1,000**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	4	100

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N° 40 se aprecia que el “p” valor es menor a 0,05 siendo este ,000 ($,000 < 0,05$). Cuando el valor de “p” es menor a 0,05 existe una relación significativa, por lo que, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis del investigador, por lo tanto, la variable “gestión municipal” está relacionada significativamente con la variable “promoción turística”.

Al respecto, “una $p < 0,05$ significa que la hipótesis nula es falsa y una $p > 0,05$ que la hipótesis nula es verdadera”. (Mark, Lee, & Harrell, 2016)



Correlación Entre la Dimensión “planificación” y la variable “promoción turística”

Tabla 41

Correlación entre "Planificación" y "Promoción Turística"

Correlaciones			
		Planificación	Promoción Turística
Planificación	Correlación de Pearson	1	,040
	Sig. (bilateral)		,041
	N	4	4
Promoción Turística	Correlación de Pearson	,000	1
	Sig. (bilateral)	,041	
	N	4	100

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N°41 se aprecia que el “p” valor menor a 0,05 siendo este 0,041 ($0,041 < 0,05$). Cuando el valor de “p” es menor a 0,05 existe una relación significativa, por lo que, se acepta la hipótesis del investigador, por lo tanto, la dimensión “Planificación” tiene una relación significativa con la variable “Promoción Turística”.



Correlación entre la dimensión “organización” y la variable “promoción turística”

Tabla 42

Correlación entre "Organización" y "Promoción Turística"

Correlaciones			
		Organización	Promoción Turística
Organización	Correlación de Pearson	1	,577
	Sig. (bilateral)		,042
	N	4	4
Promoción Turística	Correlación de Pearson	,577	1
	Sig. (bilateral)	,42	
	N	4	100

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N° 42 se aprecia que el “p” valor es menor a 0,05 siendo este 0,042 ($0,042 < 0,05$). Cuando el valor de “p” es menor a 0,05 existe una relación significativa, por lo que, se acepta la hipótesis del investigador, por lo tanto, la dimensión “Organización” está relacionada significativamente con la variable “Promoción Turística”.

Correlación Entre la dimensión “dirección” y la variable “promoción turística”



Correlación entre la dimensión “dirección” y la variable “promoción turística”

Tabla 43

Correlación entre "Dirección" y "Promoción Turística"

Correlaciones			
		Dirección	Promoción Turística
Dirección	Correlación de Pearson	1	1,000**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	4	4
Promoción Turística	Correlación de Pearson	1,000**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	4	100

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N° 43 se aprecia que el “p” valor es menor a 0,05 siendo este 0,000 ($0,000 < 0,05$). Cuando el valor de “p” es menor a 0,05 existe una relación significativa, por lo que, se acepta la hipótesis del investigador, por lo tanto, la dimensión “Dirección” está relacionada significativamente con la variable “Promoción Turística”.



Correlación Entre la Dimensión “Control” y la variable “promoción turística”

Tabla 44
Correlación entre "control" y "Promoción Turística"

Correlaciones		Control	Promoción Turística
Control	Correlación de Pearson	1	,577
	Sig. (bilateral)		,042
	N	4	4
Promoción Turística	Correlación de Pearson	,577	1
	Sig. (bilateral)	,042	
	N	4	100

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N° 44 se aprecia que el “p” valor es menor a 0,05 siendo este 0,042 ($0,042 < 0,05$). Cuando el valor de “p” es menor a 0,05 existe una relación significativa, por lo que, se acepta la hipótesis del investigador, por lo tanto, la dimensión “Control” está relacionada significativamente con la variable “Promoción Turística”.



CAPÍTULO V

DISCUSIÓN Y PLANTEAMIENTO DE PROPUESTAS

5.1. Discusión

Los resultados obtenidos en la investigación fueron similares a los obtenidos con la investigación intitulada “Gestión Turístico Municipal y Desarrollo Rural Sostenible en la Provincia de Espinar -2017” realizada por Eleuterio Sarayasi Sarayasi, en donde se obtuvo que: utilizando el estadístico Tau b de Kendall se halló que el coeficiente de correlación (es de 0,761 alta correlación), además que (alfa): $\alpha = 5\%$ (0,05) es mayor al p-valor encontrado, ósea que $0,000 < 0.05$ (significativo), del que se concluyó que existe una relación alta y significativa entre la gestión turística Municipal y desarrollo rural sostenible en la provincia de Espinar del Cusco.

Los resultados de esta investigación presentaron similitud con los resultados obtenidos dado que la intervención de la municipalidad tiene en el turismo, es efectivo, y logro tener efectos en el desarrollo de un determinado espacio geográfico, es decir, los esfuerzos que la municipalidad realizo en fomentar, promocionar y general, gestionar el turismo, en primera instancia, estos esfuerzos de la municipalidad si tuvieron relación con la gestión turística, y a resultado de esto, se contribuyó con el desarrollo rural sostenible.

Por lo tanto, la Municipalidad Distrital de San Jerónimo en cuanto a gestión municipal tuvo más oportunidades de desarrollo, si se realizara una promoción turística adecuada de sus principales atractivos culturales y tradicionales que posee, darle la prioridad y verlo como una forma de generar ingresos a la municipalidad será de gran ayuda para generar ingresos para municipalidad.

La presencia del Licenciado en Turismo como parte del equipo de trabajo en la municipalidad será un gran apoyo, ya que nosotros tenemos otra visión de desarrollo de



turismo y estudios en cuanto a promoción turística y gestión, esto es debido a que actualmente se encargan de estas áreas personal de otras carreras profesionales nada relacionadas al turismo y con visión básica del turismo, a causa de esto no se le da el valor real a la actividad turística en el distrito de San Jerónimo.

Como en la mayoría de municipalidades y no es una excepción la Municipalidad Distrital de San Jerónimo y de acuerdo a estudios realizados, la mayoría no tienen como prioridad generar una gestión municipal o políticas públicas que ayuden a la promoción de sus atractivos turísticos a su revaloración, ya que como prioridad siempre se tiene el saneamiento básico, es porque el turismo no está siendo visto como una fuente de ingreso y desarrollo, simplemente como algo secundario, cuando en realidad viene a ser lo contrario.

La presente investigación demuestra que la gestión municipal y la promoción turística presenta una correlación, es decir, los esfuerzos, decisiones y demás acciones que la municipalidad genere, tendrá una respuesta en la promoción turística del distrito, ya que ambas variables se interrelacionan. Posteriormente, respecto a dicho resultado, es posible generar políticas públicas las cuales tengan un papel fundamental a tener en consideración que mejore la gestión municipal y la promoción turística se verá beneficiada positivamente.



5.2.Propuesta de gestión turística

5.2.1. Nombre del proyecto

“OFICINA DE GESTIÓN TURISTICA EN LA MUNICIPALIDAD DEL DISTRITO DE SAN JERÓNIMO”

5.2.2. Descripción

La municipalidad de San Jerónimo cuenta con áreas que se encargan del sector turístico del distrito, lo que se pone como propuesta es mejorar estas áreas u oficinas, para lograr tener una oficina de gestión turística, con profesionales competentes y especializados; de modo que, el sector turismo sea una fuente de desarrollo para el distrito.

5.2.3. Ubicación

La sede administrativa del proyecto se localizará en los ambientes de la Municipalidad del Distrito de San Jerónimo:

- Departamento: Cusco
- Provincia: Cusco
- Distrito: San Jerónimo
- Calle: Plaza de Armas San Jerónimo S/N

5.2.4. Fundamentación:

En base a los resultados obtenidos en la investigación, se comprobó la necesidad de diseñar un proyecto de oficina de gestión turística que permita la recuperación, manejo y control del patrimonio cultural y natural del distrito de San Jerónimo.

Se muestra el proyecto de la oficina de gestión turística, donde se establecen las diferentes estrategias y acciones a desarrollar para mejorar la afluencia de turistas a los municipios ya antes mencionados. Esto con el propósito de contribuir a que el municipio y la población



obtengan mayor desarrollo e ingresos, convirtiéndose en un generador de empleos y una nueva opción de destino turístico a nivel nacional e internacional.

El turismo en nuestro país viene creciendo sostenidamente gracias a la diversidad de la oferta turística que posee y a las actividades que se pueden desarrollar. La cultura, arqueología, naturaleza y aventura, se complementan con la gastronomía y la artesanía para integrar un destino turístico extraordinario e inolvidable para el turista que no solo busca visitar lugares sino desarrollar experiencias que hagan memorable su estadía en determinado destino. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2015)

El distrito de San Jerónimo cuenta con sitios arqueológicos muy importantes, ya sean construcciones monumentales, arqueológicos o la cultura inmaterial, como por ejemplo: el templo de San Jerónimo, capilla de Huaccoto, Casa Hacienda Larapita, Andenes de Pata Pata, Cruz Velakuy, Killa Raymi, Culto a los Apus, etc.; podemos observar que estos se encuentran en peligro de degradación, destrucción cultural, pérdida de cultura e identidad, debiendo ser protegidos (sitios arqueológicos), darles más promoción y reconocimiento (cultura inmaterial).

La restauración, conservación y promoción turística requieren de estrategias seguras que detengan la degradación, pérdida y tener una buena promoción del patrimonio cultural que posee el distrito de San Jerónimo.

Se elabora esta propuesta para tener una oficina de Gestión Turística dentro de la Municipalidad, que ayudara a rescatar la cultura que se encuentra dentro de San Jerónimo.

5.2.5. Objetivos

Objetivo general

Creación de una oficina de gestión turística dentro del municipio del distrito de San Jerónimo.



Objetivo específico

- Tener mejor manejo y control del patrimonio cultural del distrito de San Jerónimo.
- Recuperación del patrimonio cultural
- Proporcionar más empleo tanto dentro de la municipalidad como para los pobladores del distrito.
- Crecimiento de la inversión turística.
- Generar cultura turística en el distrito.
- Lograr la puesta en valor de los recursos turísticos
- Gestionar la administración municipal, para que se orienta hacia la promoción y fomento de la actividad turística sostenible.
- Lograr adecuados niveles de promoción de los atractivos turísticos naturales, culturales e históricos.

5.2.6. Importancia del plan de promoción turística

Para el sector turismo:

La importancia del proyecto, radica en promover, fomentar y conservar tradiciones y cultura de los pueblos; además de generar empleos y contribuir al desarrollo de las comunidades, y de esta manera dar más opciones de desarrollo al distrito de San Jerónimo.

Para el sistema económico:

El turismo bien constituido trae bienestar a la población receptora y además resalta y fortalece la identidad a nivel local y regional, al desarrollar una promoción más amplia y bien enfocada mostrara toda la riqueza turística del distrito de San Jerónimo convirtiéndose así en un producto que se puede ofrecer a los turistas extranjeros y nacionales.

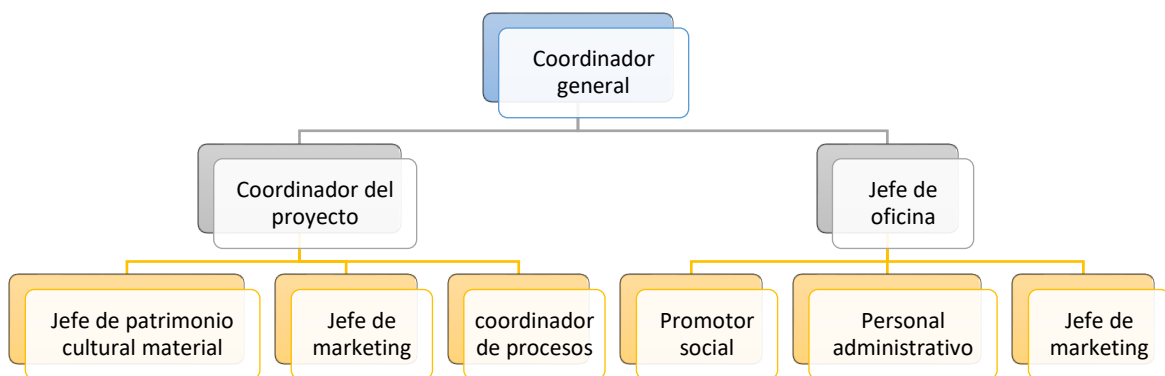


Cuando un lugar comienza a ser visitado con frecuencia por turistas, el primer cambio que se presenta es el incremento en los servicios ofrecidos: alojamiento, restaurantes, ventas de productos artesanales, entre otros, de esta manera se fortalece la economía al generar más empleo y crear espacios para el nacimiento de nuevas industrias y negocios familiares.

5.2.7. Para la sociedad:

Los habitantes del distrito sentirán más confianza y desarrollarán sus capacidades para crear negocios familiares. También podrán apreciar e identificarse más con su cultura.

5.2.8. Responsables



5.2.9. Acciones a desarrollar

- Acción 1: Eficientes procesos y procedimientos para obtener permisos, licencias, certificaciones y demás autorizaciones.



- Acción 2: Eficiente gestión de los procedimientos y procesos por parte de las entidades responsables.
- Acción 3: Suficiente y moderna infraestructura y equipamiento.

5.2.10. Presupuesto y financiamiento

Acción 1	➡	S/ 50,000.00
Acción 2	➡	S/ 80,000.00
Acción 3	➡	S/ 100,000.00
Supervisión	➡	S/ 30,000.00
Total presupuesto	➡	S/ 260,000.00

El financiamiento se dará con la asignación presupuestal (MEF)

5.2.11. Plazo de ejecución

El plazo de ejecución del proyecto es de 12 Meses de implementación y tiempo continuo de gestión y operación.



5.3. Propuesta de un proyecto turístico

5.3.1. Nombre del proyecto

“PROMOCIÓN TURISTICA EN LA MUNICIPALIDAD DEL DISTRITO DE SAN JERÓNIMO”

5.3.2. Descripción:

La presente propuesta busca fomentar el turismo en el distrito de San Jerónimo, elevando el nivel de marketing turístico de las potencialidades culturales y naturales que el distrito tiene, haciendo participe a diversas entidades tanto publicas y privadas.

5.3.3. Ubicación

La sede administrativa del proyecto se localizará en los ambientes de la Municipalidad del Distrito de San Jerónimo.

- Departamento: Cusco
- Provincia: Cusco
- Distrito: San Jerónimo
- Calle: Plaza de Armas San Jerónimo S/N

5.3.4. Fundamentación:

En cuanto a la promoción de destino, se define como "el uso consciente de la publicidad y el marketing para comunicar imágenes selectivas de las localidades o zonas geográficas específicas para un público objetivo" (Castillo, 2015, pág. 740)

El distrito de san Jerónimo cuenta con patrimonio cultural (material e inmaterial) y natural, el cual debería de ser reconocido a nivel local y nacional, pero en la actualidad se sabe que no muchos conocen el patrimonio que tiene el distrito de San Jerónimo. Con esta propuesta podremos mostrar y exponer la cultura que posee dicho distrito, usando técnicas que ayuden o faciliten la promoción.



5.3.5. Objetivos

Objetivo general

- Impulsar el desarrollo turístico del distrito de San Jerónimo, creando y promocionando destinos turísticos y lograr de esta forma mejorar la economía del distrito.

Objetivos específicos

- Proponer estrategias para dar a conocer todos los recursos naturales, culturales e históricos, con los que cuenta el distrito de San Jerónimo.
- Definir estrategias promocionales para lograr una proyección turística de estos municipios a nivel nacional como intencional.
- Establecer los elementos que ayudaran en las acciones para la implementación, desarrollo y mantenimiento del plan
- Ingreso económico al distrito (pobladores)
- Diversificar la oferta turística del distrito.
- Recuperación del patrimonio cultural y natural.
- Creación del turismo vivencial.
- Ser reconocidos por la atracción turística que posee el distrito.
- Que se reconozca el patrimonio del distrito de San Jerónimo.
- Mejorar la calidad del servicio turístico.
- Mejorar los niveles de acceso e infraestructura vial a los recursos y servicios turísticos



5.3.6. Alcance de la propuesta

Con el diseño de un proyecto de promoción turística se pretende ofrecer a los empresarios privados (pequeñas, medianas y grandes empresas), municipio de San Jerónimo, involucrados en proveer el turismo, una alternativa para desarrollar y explotar los recursos turísticos con que cuenta, mediante la implementación de estrategias y tácticas de marketing.

El proyecto permitirá a los involucrados explotar recursos con los que cuenta como el clima, historia, productos, cultura material, cultura inmaterial, entre otros.

Ofreciendo a los turistas nacionales y extranjeros una alternativa diferente de turismo. Ya que por la diversidad de atractivos se puede practicar diferentes actividades, dando de esta manera turistas potenciales que generan ingresos al municipio y a sus pobladores.

5.3.7. Importancia del plan de promoción turístico

Para el sector turismo:

La importancia que tiene el proyecto de promoción turística dentro del distrito de San Jerónimo, radica en promover, fomentar y conservar tradiciones y cultura de los pueblos; además de generar empleos y contribuir al desarrollo de las comunidades, y de esta manera dar más opciones de desarrollo al distrito de San Jerónimo.

El distrito de San Jerónimo posee lugares muy atractivos, así mismo cuentan con una riqueza natural y cultural como sus iglesias, parques, etc.

El distrito de San Jerónimo cuenta con destinos turísticos, que de seguro estos despertarían el interés en los turistas nacionales y extranjeros. De esta manera fomentar el desarrollo y mejoramientos de los centros turísticos con los que hoy cuentan.



Para el sistema económico:

La promoción turística ayuda en el crecimiento económico de un país dentro una economía globalizada, enfatizando las etapas del desarrollo sostenible para un destino turístico

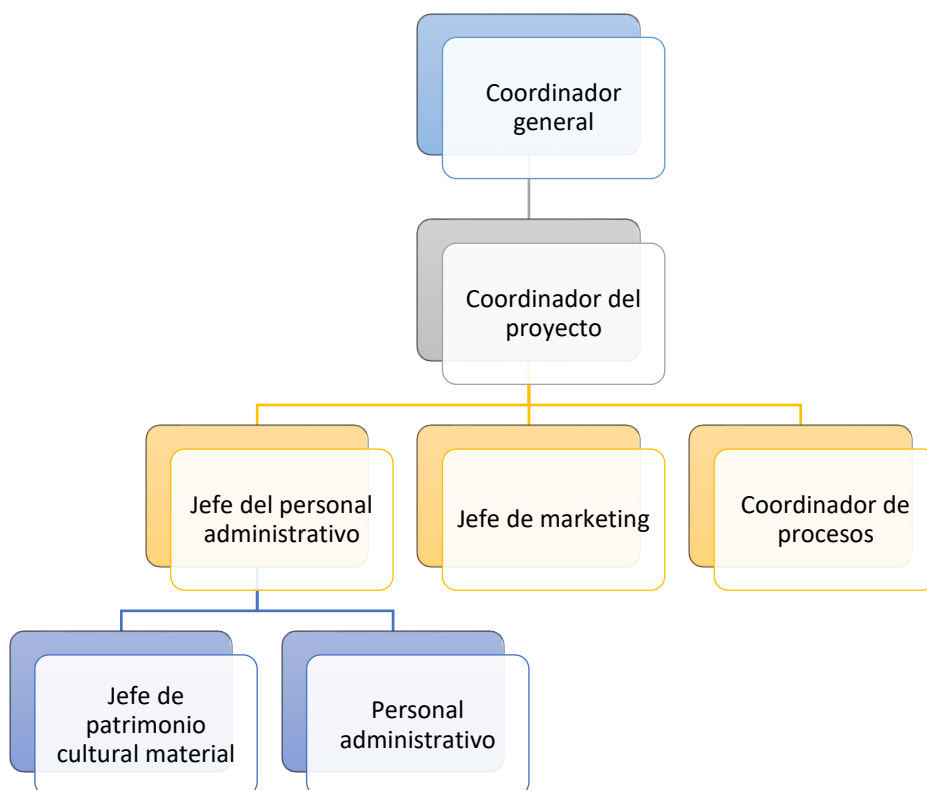
Cuando una zona turística es frecuentada, la oferta se incrementa, ocasionando esto una economía más estable y desarrollo del distrito.

Para la sociedad:

Dentro de los beneficios que ofrece el incentivo de turismo a la sociedad es que se vuelve un generador de empleos, al mejorar o modernizar los recursos existentes también atrae mejoras a las comunidades cercanas promoviendo el desarrollo habitacional y de infraestructura, genera lugares de sano esparcimiento, fomentando así que los habitantes crezcan conservando el entorno y se evita de cierta manera la emigración de los lugareños.



5.3.8. Responsables



5.3.9. Acciones a desarrollar

- Acción 1: Determinar los centros turísticos que se promocionaran
- Acción 2: Diseñar una estrategia de medios de marketing
- Acción 3: Establecer vías de comunicación para una buena publicidad de la “promoción turística”
- Acción 4: Eficientes procesos y procedimientos para obtener permisos, licencias, certificaciones y demás autorizaciones.
- Acción 5: Eficiente gestión de los procedimientos y procesos por parte de las entidades responsables.
- Acción 6: Suficiente y moderna infraestructura y equipamiento.
- Acción 7: seguimiento de la realización del proyecto.



5.3.10. Presupuesto y financiamiento

Acción 1	➡	S/ 60,000.00
Acción 2	➡	S/ 40,000.00
Acción 3	➡	S/ 100,000.00
Acción 4	➡	S/ 50,000.00
Acción 5	➡	S/ 100,00.00
Acción 6	➡	S/ 200,00.00
Acción 7	➡	S/ 80,000.00
Supervisión	➡	S/ 50,000.00
Total presupuesto	➡	S/ 680,000.00

El presupuesto que se asignó para este proyecto de 680,000.00 (seiscientos ochenta mil con 00/100 soles).

El financiamiento se dará con la asignación presupuestal (MEF)

5.3.11. Plazo de ejecución

El plazo de ejecución del proyecto es de 16 meses de implementación.



CONCLUSIONES

- La investigación concluye que la gestión municipal y la promoción turística presenta una correlación significativa, demostrado por el valor “p” (significancia bilateral) en la Correlación de Pearson que es 0.000, lo cual indica que, basándonos en lo mencionado por Mark, Lee, & Harrell (2016), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (hipótesis del investigador), por lo tanto, la gestión municipal y la promoción turística del distrito de San Jerónimo se relacionan, en otras palabras, los esfuerzos, decisiones y demás acciones que la municipalidad genere, tendrá una respuesta en la promoción turística del distrito, ya que ambas variables se interrelacionan.
- La planificación que impulsa la gestión municipal del distrito de San Jerónimo en el periodo 2015 – 2018 guarda relación con la promoción turística, ya que, como se apreció en el análisis la planificación se percibe como buena en un 50% y muy buena en 50 % y así mismo la promoción turística tiene una percepción predominantemente buena, por lo que pone en evidencia la relación que existente entre la planificación y la promoción turística.
- La organización que impulsa la gestión municipal del distrito de San Jerónimo en el periodo 2015 – 2018 guarda relación con la promoción turística, ya que, en el análisis la organización se percibe como buena en un 75% y así mismo la promoción turística tiene una percepción que predominantemente es buena, por lo que pone en evidencia la relación que existente entre la organización y la promoción turística.



- La dirección que impulsa la gestión municipal del distrito de San Jerónimo en el periodo 2015 – 2018 guarda relación con la promoción turística, ya que, el análisis muestra que la dirección se percibe como buena en un 50% y muy buena en un 50% y así mismo la promoción turística tiene una percepción que predominantemente es buena, por lo que pone en evidencia la relación que existente entre la dirección y la promoción turística.
- El control que impulsa la gestión municipal del distrito de San Jerónimo en el periodo 2015 – 2018 guarda relación con la promoción turística, ya que, el análisis demuestra que el control municipal se percibe como buena en un 75% y así mismo la promoción turística tiene una percepción que predominantemente es buena, por lo que pone en evidencia la relación que existente entre el control municipal y la promoción turística.



RECOMENDACIONES

- En base a la relación encontrada en esta investigación, se recomienda que la gestión municipal del distrito de San Jerónimo tenga mejores medios de impacto, añadiendo actores y nuevas herramientas para así ampliar y reforzar su impacto en la promoción turística del distrito de San Jerónimo.
- A cerca de la planificación que impulsa la gestión municipal del distrito de San Jerónimo, se recomienda que en la formulación se integre al sector privado del rubro turístico, y así plantear una planificación más completa y de este modo se impacte más en la promoción del distrito.
- En cuanto a la organización que impulsa la gestión municipal del distrito de San Jerónimo se recomienda la coordinación con entidades públicas y privadas del rubro turístico, para ayuden en la promoción del distrito.
- En la dirección que impulsa la gestión municipal del distrito de San Jerónimo, se recomienda que esta sea más desplegada en el sentido de generar una cadena de responsables para que la promoción turística sea una acción sostenible en el tiempo.
- A cerca del control que impulsa la gestión municipal del distrito de San Jerónimo, se recomienda que este sea más predictivo, es decir, que pueda prever los posibles errores que se dieran durante la gestión municipal del distrito, lo cual para que la promoción turística sea más sólida para alcanzar los objetivos trazados.



BIBLIOGRAFÍA

- Arraiza, E. (2016). *MANUAL DE GESTIÓN MUNICIPAL*. Buenos Aires-Argentina : CIMA Konrad Adenauer Stiftung.
- Bonome, M. (2009). *La racionalidad en la toma de decisiones: análisis de la teoría de la decisión de Herbert a. simon*. España: Gesbiblo.
- Cabrera, V. C. (2011). *Teoría General del Turismo: Un enfoque global y nacional*. Mexico.
- Cabrera, V. I. (2011). *Teoria General del Turismo: Enfoque Global y Nacional*. Mexico: Universidad Autonoma de Baja California.
- Castillo, F. (2009). *Toma de decisiones en condiciones de certeza, incertidumbre y riesgo*. Lima: Asociación de Egresados y Graduados de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Castillo, M. y. (2015). La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas . *Estudios y perspectivas en turismo*, 737-757.
- Chavez, M. (1994). *Tecnologías Sociales, relaciones publicas y Comunicacion*. Arequipa: Universidad Catolica de Santa Maria.
- De Lugo, L. (s.f.). *Interpretación del patrimonio arqueológico*.
- Díaz, P. J. (2005). *Manual del Buen Gobierno Local: enfoques, principios, estrategias*. Lima: SINCO.
- Fayol, H. (1987). *Administración Industrial y General*. Buenos Aires: El Ateneo.
- Gestión. (2014). *Deficiente gestión en gobiernos municipales demuestra ausencia de un órgano de control*.
- González García, J. (2015). Ejemplos de gestión municipal. *El país*.
- Gurria, M. (1991). *Introduccion al Turismo*. Mexico: Trillas.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodologia de la Investiacion*. Mexico: Mc Graw Hill.
- INEI. (2017). *Indicadores de la Gestion Municipal*. Peru: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA E INFORMATICA.
- Isch, L. E. (1996). *Guía de Capacitación en Gestión Ambiental Urbana para entidades municipales de América Latina y el Caribe*. PNUD, UNOPS. Santiago-Chile.
- Jerónimo, M. D. (2018). *San Jerónimo - Saberes y Conocimientos Ancestrales*. Cusco: San Jerónimo - Trabajando juntos.
- Mark, D., Lee, K., & Harrell, J. (2016). *Understanding the role of p values and hypothesis tests in clinical research*. JAMA Cardiol.
- MINCETUR. (2017). *Informe Anual*.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2015). *Proyecto de Inversión Pública*. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo: <https://www.mincetur.gob.pe/turismo/proyectos-en-turismo/proyectos-de-inversion-publica/>
- Moody, P. E. (1990). *Toma de decisiones Gerenciales*. GRAW HILL.
- Municipalidad Distrital de San Jerónimo. (2017). *San Jerónimo - Patrimonio Cultural y Natural*. Cusco.
- Municipalidad Distrital de San Jerónimo. (2018). *Memoria de Gobierno Municipal 2015 - 2018*. Cusco: Municipalidad Distrital de San Jerónimo.
- Muñoz, C. . (2012). *Organizacion de los Recursos: Programas de Actividades y Centros de Recursos*. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*.



- Muñoz, C. J. (2012). PROGRAMAS DE ACTIVIDADES Y CENTROS DE RECURSOS. *Eumed*.
- Ochoa, L. C. (2012). Valoracion de un Producto Turistico. *Revista de Investigacion Turistica en Turismo y Desarrollo Local*.
- OMT. (2016). *Organizacion Mundial del Turismo*.
- Peñaloza, M. (2010). *Teoría de las decisiones*.
- Peñaranda, C. C. (2018). *Informe Economico*. Peru: Camara de Comercio.
- Prieto, A. d. (2003). *intoducción a la gestión estratégica*. Barcelona.
- Roberto Hernández Sampieri, R. F. (2014). *Metodologia de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Rodriguez Pulgarin, E. (01 de Mayo de 2011). *Vinculando.org*. Obtenido de http://vinculando.org/vacaciones_biajes/turismo_sostenible/clases_de_turismo_sostenible_desarrollo_hotelero.html
- Rojas, M. L. (2006). *Manual para la Gestión Municipal de Desarrollo Económico Local (Enfoques, herramientas y estrategias para el DEL)*. Lima.
- Ruiz Gomez, P. G. (2012). *Direccion*. Mexico: Red tercer Milenio.
- Ruiz, L. ., (2013). ¿Ques es una política Pública? *IUS Revista Jurídica: Universidad Latina de America*.
- Sancho, A. (2008). *Introducción al Turismmo*. OMT.
- Santo Domingo Rep. Dominicana . (2016). *Manual de Gestión Municipal* . Santo Domingo Republica Dominicana .
- Secretaria, T. (16 de Abril de 2008). *Portal sistema Nacional de Informacion Estadistica y Geografica de Turismo*. Obtenido de SNIEGT: <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- Sella, E. P. (2009). *Participacion ciudadana y gestion de las politicas sociales municipales*. España.
- Socatelli, M. (2013). *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*. Costa Rica: Intermark, S.A. .
- Suller, E. N. (2008). INSTRUMENTOS DE GESTIÓN MUNICIPAL. *Centro Cultural de Derecho Humanos y Ambiente*.
- Thompson, I. (2010). *Estrategia comunicacion y Marca*.
- Tintaya, A. (2013). *Gestión municipal*. Lima.
- Torres-Melo, J., & Santander, J. (2013). *INTRODUCCIÓN A LAS POLÍTICAS PÚBLICAS: Conceptos y Herramientas desde la relación entre Estado y Ciudadania*. Bogotá: IEMPI EDICIONES .
- Valverde, S. R. (2017). *Plan de Promoción Turística para El Incremento de la afluencia de turistas en el Refugio de Vida Silvestre Laquipampa 2016*. Peru: Universidad Juan Mejia Baca.



ANEXOS



DESCRIPCIÓN DEL DISTRITO DE SAN JERONIMO

Ubicación

El pueblo de San Jerónimo está ubicado a unos 10 Km. al este del centro histórico del Cusco, dentro de la cuenca del río Huatanay,

El área geográfica de Distrito de San Jerónimo ocupa los territorios de la Subcuenta del río Huatanay y la cuenca del río Vilcanota (Nor-este de San Jerónimo). Con la altura que varía entre los 3100 m.s.n.m en el sector de Angostura y los 4200 m.s.n.m en el sector de Huacoto.

Constituye el octavo distrito del Cusco, se ubica al límite oeste de la Cordillera Oriental de los Andes. Limita por el Este con el distrito de Saylla, por el Oeste con el Distrito de San Sebastián, por el Norte con el Distrito de San Salvador de la Provincia de Calca, y por el Sur con la Provincia de Paruro.

Geográfica:



Fuente: Google Maps



Historia:

San Jerónimo antes de constituirse como centro poblado, era un territorio compuesto por un conjunto de hasta catorce Ayllus, entre ellos tenemos:

1. Yanacona
2. Collana Chawan ccosco
3. Callampata
4. Mama Chimaraura
5. Acamana
6. Apumayta
7. Roquequirau
8. Rau Rau
9. Orcompugio (picol orcompugio)
10. Sucusu Aucaylle
11. Kirkas
12. Conchacalla
13. Chima Panaca
14. Urin Saca

En la época colonial se crearon nuevas formas de organización territorial. A consecuencia del nuevo sistema impuesto, hacia finales del siglo XVI los ayllus diseminados en el valle fueron reducidos a poblados, diseñados a la usanza española.

En 1571 que se funda la parroquia de San Jerónimo como una simple ermita para el culto, edificándose la iglesia sobre una Huaca Inka, de esta manera fue incorporada oficialmente a la corona el 11 de agosto de 1571.



Posteriormente los ayllus fueron reducidos y encomendados a los españoles por intermedio de la Orden Dominica, quienes fueron los primero y verdaderos fundadores del poblado colonial de San Jerónimo, el 28 de diciembre de 1628 se elige en la Casa Cabildo de la parroquia al primer alcalde y sus regidores.

En le periodo republicano se conoce a San Jerónimo como distrito el 2 de Enero de 1857, durante el gobierno de Ramón Castilla. En esta época se construyen nuevas edificaciones a lo largo de la vía principal, en forma de hilera longitudinal.

Con la reforma agraria de 1965-1970 se rompe el bloque territorial causado por el dominio de las haciendas, formadas sobre la base de los antiguos ayllus y parcialidades del poblado.

Atractivos Culturales Del Distrito De San Jerónimo

El distrito de San jerónimo cuenta con numerosos vestigios arqueológicos y coloniales que a su larga historia cultural ha ido forjando. Entre los más importantes tenemos:

1. Monumentos Históricos

1.1 Templo de San Jerónimo de Oma

La Iglesia de San Jerónimo se encuentra ubicada en el distrito cusqueño del mismo nombre, la estructura que posee es de época colonial dicha iglesia es considerada Patrimonio Cultural de la Nación a partir del año de 1972, este lugar se caracteriza por su gran valor Histórico y Artístico que tiene.

Dicha iglesia fue construida a finales del siglo XVI esta iglesia es una de las pocas que aún se mantienen en un buen estado pese al pasar del tiempo debido al buen material que se empleó para la edificación de la misma y conserva todavía gran parte de su estructura inicial.



A nivel arquitectónico se caracteriza por su antigüedad y por conserva gran parte de la arquitectura tradicional dicha iglesia se encuentra situada sobre un atrio regularmente elevado el cual por su altura brinda imponencia al edificio.

La estructura de esta iglesia se encuentra conformada por una sola nave la cual es muy interesante debido a que es notoriamente alargada. Frente al atrio en el cual se eleva este templo se encuentra una cruz la cual está hecha en piedra y que tiene el mismo tiempo de antigüedad que la iglesia.

Esta cruz llama mucho la atención de los visitantes y turistas debido a los grabados que tiene ya que se puede ver claramente que tiene motivos prehispánicos los cuales posiblemente pudieron ser parte de la estructura inicial de la cual partió la construcción de la cruz.

En comparación con la portada del templo esta se caracteriza por tener un estilo renacentista Esta se encuentra conformada por una serie de arcos de medio punto y pilastras dóricas. Entre las pilastras, se sitúan hornacinas que dan cabida a pinturas murales de carácter religioso.

Dicha portada se encuentra acompaña por un conjunto de arquerías que se distribuyen en dos niveles al lado de la portada puede ver un campanario el cual a diferencia de otras iglesias no se encuentra en el interior de una torre sino dentro de la iglesia una de las características resaltantes es que el campanario que tiene dicha iglesia es de tres ventanales.



Por el Interior se puede apreciar que destaca bastante el altar mayor el cual se caracteriza por presentar un delicado trabajo en platería. El retablo mayor de la misma es de una sola pieza y está hecha en ladrillo sobre el cual se aprecia estuco dorado y ornamentado en este retablo, llaman la atención una serie de esculturas en alto relieve, que son la muestra de la vida de Cristo.



1.2 Capilla de Huaccoto

Construida en el siglo XVI, esta capilla se encuentra en el centro poblado de Huaccoto.

La edificación de la capilla de Huaccoto es una construcción simple con techo de teja dos aguas, con una sola entrada con un campanario al lado derecho de la porta de de la capilla. Este campanario presenta como base elementos líticos trabajados de pequeño a grande.

La simplicidad de la capilla presenta un altar sumamente modesto, en el cual se encuentra el lienzo de nuestro Señor Jesucristo



1.3 Casa de Cabildo

La Casa Cabildo de San Jerónimo es una de las mejores muestras que queda en el área andina. Sin embargo aquí se emplearon estilos occidentales implementados de estilo precolombino.

Llamado Cabildo de Indios fue el lugar donde anualmente se elegirían los alcaldes y regidores Incas, quienes no podían ser reelegidos por tres años. Hasta 1957 fue la sede del gobierno municipal



1.4 Casa de San Miguel de Buena Vista

Se encuentra al lado Este del Distrito de San Jerónimo sobre los Andenes de Pata-Pata, es una muestra de ejemplo tipológico de casa hacienda construida en los siglos XVII y XVIII.

Probablemente la hacienda fue construida sobre el sitio denominado Ayarmarca, perteneciente a la Panaka Sinchi Roca. Posteriormente esta propiedad se atribuye a los Marqueses de Moscoso que fueron los primeros españoles que estuvieron en posesión.

Posteriormente paso a propiedad del Convento de Santa Clara, después pasa a propiedad a propiedad de Pio A Pareja y luego la Familia Villagarcia toma posesión hasta la reforma agraria

1.5 Casa Hacienda Larapita

En el siglo XIX es cuando se consolidan las haciendas a expensas de los ayllus Inca, el convento de La Merced, bajo la conducción de Juan Piroto es propietario de la hacienda



1.6 Casa Hacienda La Fabrica (Velazco Astete)

Anteriormente denominada “La Quinta” llamada luego “La Fábrica”, porque el inmueble funciono la embotelladora de cerveza Inca. En este local Nació el Aviador Alejandro Velasco Astete, Recordado por ser el primero en unir por aire la ciudad de Lima y Cusco, actualmente es local es sede del plantel que lleva el nombre de este personaje.

2. Sitios Arqueológicos

2.1 Sillkinchani

Este sitio arqueológico debido a su manufactura Inca, ha sido declarado como Patrimonio Cultural de la Nación. Fue un lugar de mucha actividad en tiempos prehispánicos, así lo evidencia su ocupación, ya que este yacimiento está emplazado a pocos metros del camino Inca de Qhapaq Ñan, y con dirección al collasuyu. Su arquitectura demuestra un extraordinario avance en cuestión de diseño de espacios para la conservación y almacenamiento de alimentos.

Este sitio arqueológico se caracteriza por la existencia de tres sub sectores claramente definidas: el primer subsector, consta de nueve recintos rectangulares tipo kallanka ordenados en tres hileras paralelas; el segundo subsector, ubicado al noreste del día anterior y está constituida por una kancha Inca; el tercer subsector ubicado al sur y consta de terrazas y recintos rectangulares.

2.2 Raqay Raqayniyoc

Arqueológicamente Raqay Raqayniyoq se encuentra emplazando en la margen izquierda del río Huatanay, se caracteriza por un conjunto de recintos de forma rectangular, los muros son de mampostería rústica cuyas juntas y lechos presentan montero de barro.



Estas estructuras prehispánicas están construidas con mampuestos de piedra de rectangulares y pequeña dimensiones, conservando algunos recintos, muro de piedra en la parte superior, muro de adobe, donde se evidencian nichos, ventanas y vanos de acceso además de contener muros de contención

2.3 Huaccoto

La zona Arqueológica de Huaccoto se emplaza sobre una formación volcánica, al pie del cerro Pachatusan, al noreste de la ciudad de cusco y norte del distrito de San Jeronimo. El nombre de Huaccoto corresponde a una de las canteras principales de piedra Andesita, utilizadas para la construcción de la ciudad de cusco (siglo XIV y XV), alberga una serie de evidencias muebles e inmuebles, así como un extenso sistema de canterías.

Huaccoto es la única zona arqueológica que aún guarda valiosas evidencias para el estudio de la cantería inca

2.4 Andenes de Pata Pata

2.5 Andenes de Larapa

2.6 Wanakauri

2.7 Cheqollo

3. MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SAN JERÓNIMO - 2017



ALCALDE

ABG. Willian Paño Chinchazo

REGIDOR

ABG. Víctor Raul Atayupanqui Huaman

REGIDORA

TEC. ENF. Roxana Rojas Porroa

REGIDOR

GOT. Celso Cayo Huallpamayta

REGIDOR

PROF. Alex Richard Ancaypuro Urbina

REGIDOR

ABG. Ronald Romuacca Nina

REGIDORA

ABG. Nora Vallenas Yanquirimachi

REGIDORA

PROF. Flora S. Sinchi Rocca Zuniga

ASESORIA JURÍDICA

ABG. Libertad Coa Cuno

ASESOR DE ALCALDÍA

ECON. Justo Pastor Vargas Sota

GERENTE MUNICIPAL

ING. AGRO. Daniel Dancourt Velasquez

GERENTE DE ADMINISTRACIÓN

LIC. ADM. Alberto Salizar Núñez

GERENTE DE INFRAESTRUCTURA



ING. Raul Tagle Sanchez

GERENTE MEDIO AMBIENTE Y SANEAMIENTO

ING. AGRO. Wilfredo Arredondo Rivas

GERENTE DE DESARROLLO ECONÓMICO Y LOCAL

ABG. Luis Soria Recharte

GERENTE DE DESARROLLO HUMANO Y SOCIAL

LIC. Miguel Ángel Cáceres Del Rio

GERENTE DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA

CPC Olga Romuacca Arana

GERENCIA DE PLANEAMIENTO Y ACONDICIONAMIENTO TERRITORIAL

ARQTO. Rolando Ojeda Zegarra

GERENTE DE PLANEAMIENTO Y PRESUPUESTO

ECON. Nancy Rosario Yucra Mendoza

GERENTE DE PROYECTOS

ECON. Liz Jenifer Aparicio Quispe



INSTRUMENTOS

**FICHA DE OBSERVACIÓN ACERCA DE LA GESTIÓN
MUNICIPAL EN EL DISTRITO DE SAN JERÓNIMO**

ESCALA

Muy mala	Mala	Regular	Bueno	Muy bueno
1	2	3	4	5

ITEMS	Escala de valoración				
	1	2	3	4	5
GESTIÓN MUNICIPAL					
Planificación					
1. Presupuesto de planificación turística					
2. Cantidad de proyectos de perfil turístico					
3. Plan estratégico de turismo					
4. Diagnóstico de destino turístico					
Organización					
5. Política turística local					
6. Unidad técnica especializada					
7. Inventario turístico					
8. Personal calificado					
9. Cantidad de proyectos ejecutados					



Dirección					
10. Estructura organizativa para la gestión turística					
11. Difusión de la normatividad en materia de turismo					
12. Acciones de fomento y asistencia técnica para inversiones					
13. Cantidad de proyectos ejecutados con la cooperación de un ente público y privado					
14. Acuerdos contractuales entre una agencia y un ente privado para promover proyectos turísticos					
Control					
15. Mecanismos de control en acceso a las zonas turísticas					
16. Área de control para zonas turísticas					
17. Control de la llegada de turistas					



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



“GESTIÓN MUNICIPAL EN LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DISTRITO DE SAN JERÓNIMO, DEPARTAMENTO DE CUSCO PERIODO 2015 – 2018”

Encuesta

Distinguido(a) recorro a su persona para que pueda brindarme su apoyo en responder con sinceridad y veracidad la siguiente encuesta que tiene por finalidad recoger la información para el **“GESTIÓN MUNICIPAL EN LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DISTRITO DE SAN JERÓNIMO, DEPARTAMENTO DE CUSCO PERIODO 2015 – 2018”**. Utilice el tiempo necesario. La encuesta es individual. y recuerde preguntar si alguna pregunta no es de su comprensión. Muchísimas gracias por su colaboración valiosa.

1. Género
 - a) Masculino
 - b) Femenino



2. Edad
 - a) 18 – 25 años
 - b) 26 – 35 años
 - c) 36 – 45 años
 - d) 46 – 55 años
 - e) 56 años a más
3. Tipo de turista
 - a) Regional
 - b) Nacional
 - c) Internacional

ESCALA

Muy mala	Mala	Regular	Bueno	Muy bueno
1	2	3	4	5

ITEMS	Escala de valoración				
	1	2	3	4	5
VARIABLE PROMOCIÓN TURÍSTICA					
Oferta turística					
18. ¿Qué le parece la cantidad de bienes turísticos que le ofrece el distrito de San Jerónimo?					
19. ¿Qué le parece la cantidad de servicios turísticos que le ofrece el distrito de San Jerónimo?					
20. ¿Cómo le pareció la publicidad de los atractivos turísticos que posee el distrito de San Jerónimo?					
Demanda turística					
21. ¿Cuál es la expectativa que usted tiene sobre los bienes turísticos en el distrito de San Jerónimo?					
22. ¿Cuál es la expectativa que usted tiene sobre los servicios turísticos en el distrito de San Jerónimo?					
23. ¿Cómo calificaría usted la calidad de los productos turísticos del distrito de San Jerónimo?					
Valoración patrimonial					
24. ¿Qué le parece los atractivos turísticos del distrito de San Jerónimo?					
25. ¿Cuál es la impresión y/o apreciación general que usted tiene del distrito de San Jerónimo?					



26. ¿Qué le parecieron las referencias, los antecedentes, y/o reseñas históricas, que tiene el distrito de San Jerónimo?					
27. En cuanto a expresiones culturales del distrito de San Jerónimo ¿Cómo eran los comentarios o referencias que oía a cerca de esta?					

GRACIAS



MEMORIA DESCRIPTIVA GESTIÓN 2015 – 2018

ELABORACIÓN Y DISEÑO DE POEMARIOS Y LIBROS SOBRE EL PATRIMONIO, CULTURAL DEL DISTRITO DE SAN JERÓNIMO

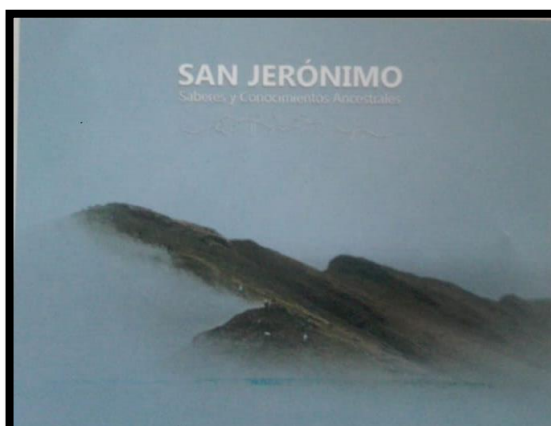
LOGROS:

El primer libro “Templo de San Jerónimo de Sorama, pasado y presente”

EL segundo libro “San Jerónimo, tradiciones Ancestrales

Producción de cuentos según la tradición oral

- 01 cuento de Comunidad de Conchacalla (ALALAU CHIRI – WAYRITA)
- 01 cuento de la comunidad de Huaccoto (CH´AKIQUCHA LIQICHUMANTA WARMIMANTAWAN
- 01 cuento de la comunidad de Suncco (ATUQMANTA WILLAKUY) (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2018, pág. 48)





YACHAYNINCHIS

PROGRAMA EDUCATIVO CULTURAL

LOGROS:

Se realizaron 24 programas que se emitieron por señal abierta y cable en el canal CTC los días sábados de 5 a 6 pm, y domingo de 9 a 10 am, logrando la aceptación en el público y el interés del propio canal para continuar con la emisión de dicho programa. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2018, pág. 42)





DESARROLLO DE INTERVENCIONES DE EDUCACIÓN PROMOCIÓN Y SENSIBILIZACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL, HISTÓRICO Y NATURAL

LOGROS:

Se realizaron presentaciones en los centros educativos: Fé y Alegraría NRO. 21, San Luis Gonzaga, Alejandro Velasco Astete, La Inmaculada, Bernabé Cobo, San Isidro, Chimpahuaylla, entre otros realizadas en el Teatro Municipal de nuestro Distrito llegando a la fecha a 2,140 beneficiarios de primaria y de secundaria, extensión con jóvenes. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2018, pág. 43)





PRODUCCIÓN DE MATERIAL DISCOGRÁFICO Y CATÁLOGO ARTÍSTICO

LOGROS:

Producción discográfica – CD de los talleres: Orquesta y Orquestin Municipal.

Producción de 100 CD (Repertorio, la Siembra, aballería ligera, hanaq pacha y cóndor pasa) y Orquestín Municipal (repertorio, Matices del Ande, Pochito, Naylam Pampa Lirima, Amiga, Tren al cielo y palomita de barro). (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2018, pág. 48)





DESARROLLO DE CAPACIDADES ARTÍSTICAS Y FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD A TRAVÉS DE LOS TALLERES DE DIBUJO, PINTURA, MUSICA Y TEATRO

Talleres de formación artística cultural de dibujo y pintura.

Talleres de formación cultural musical.

Talleres de formación cultural en artes escénicas.

LOGROS:

Se realizaron los talleres en los siguientes centros educativos: Pillao Matao, Fé y Alegría NRO. 21, Picol, Puscarpampa, Conchacalla, Suncco, Huaccoto Alejandro Velasco Astete, Chimpahuaylla, San Luis Gonzaga, sesiones especiales en las II.EE. San Gabriel, Santa María Reyna de la Paz, con un total de 854 beneficiarios a la fecha.





COMPOSICIÓN DE CENTROS CULTURALES EN EL DISTRITO DE SAN JERÓNIMO – CUSCO

Orquesta sinfónica juvenil municipal

Se viene desarrollando como actividad principal “La Orquesta Sinfónica Municipal de San Jerónimo”, conformada por niños y jóvenes.

LOGROS:

Se logró reunir un total de 50 beneficiarios directos conformantes de al Orquesta Sinfónica en los diversos instrumentos (vientos, cuerdas frotadas, percusión, donados y comprados por la presente gestión), quienes desarrollaron la técnica y aprendizaje de instrumentos, luego de un incesante trabajo ya se tuvo diferentes presentaciones como son:

- Festival Yachayninchis.
- Semana de la Interculturalidad.
- Presentación en la Basílica de la Catedral del Cusco.
- Presentación en la Institución Educativa San Luis Gonzaga.
- Presentación de resultados en el mes Agosto (23 y 24), en el teatro Municipal.
- Presentación en el mercado de Vinocanchón.
- En la casa de la Cultura por inauguración del local.
- Por el día de la juventud Septiembre, en la Plaza de Armas San Jerónimo.
- Presentación en el paraninfo de la Universidad Andina de Cusco. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2018, pág. 45)





COMPOSICIÓN DE CENTROS CULTURALES EN EL DISTRITO

OBJETIVO

ELENCO MUNICIPAL DE DANZA

Se viene desarrollando como actividad el Elenco Municipal de Danza conformada por niños y jóvenes.

LOGROS:

Se logró reunir un total de 40 beneficiarios conformantes en diferentes etapas el Elenco Municipal de Danza vino desarrollando y reconociendo las danzas locales de esta forma difundiendo la cultura viva del distrito, como la presentación en diferentes escenarios públicos, como son:

- Festival Yachayninchis.
- Semana de la Interculturalidad.
- Presentación de resultados en el mes Agosto (23 y 24), en el teatro Municipal.
- En la casa de la Cultura por inauguración del local.
- Por el día de la juventud Septiembre, en la Plaza de Armas San Jerónimo.
- Presentación en el paraninfo de la Universidad Andina de Cusco. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2018, pág. 46)





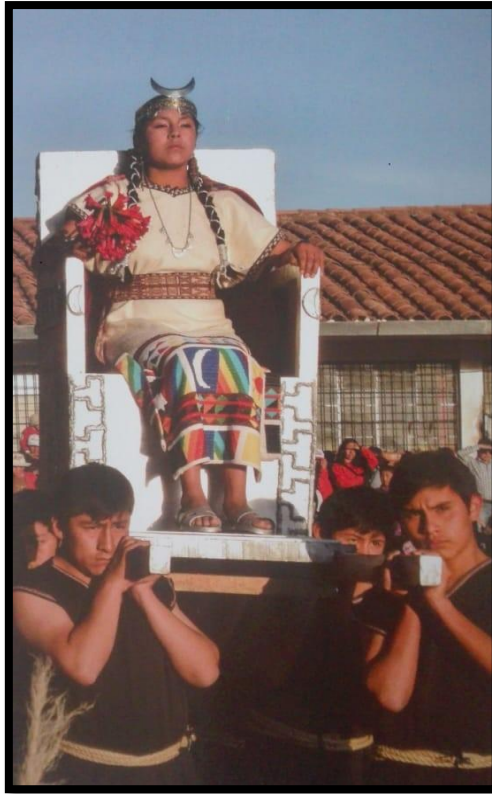
ATRATIVOS TURISTICOS

KILLA RAYMI

Esta escenificación se efectúa en el mes de setiembre, y la realiza la II.EE. fe y alegría N°21. Surge a partir del entusiasmo de los profesores de la mencionada institución, quienes elaboran el guion original en quechua. Posteriores cambios se realizaron bajo el asesoramiento del maestro arqueólogo Luis Barreda Murillo.

El Killa Raymi es parte de la gran fiesta del Qoya Raymi celebrada en tiempos remotos durante el mes de setiembre, para honrar a la Luna, llamada Qoya, considerada hermana y esposa del Sol, diosa de la fecundidad femenina y de la Pachamama. Una de las ceremonias importantes dentro de esta festividad fue la Sitwa, fiesta en la que se purificaba la ciudad y el valle del Cusco, coincidiendo con las primeras lluvias del año.

Los docentes de la II.EE. siguen investigando, renovando danzas, coreografía y la música interpretada por los alumnos y ex alumnos, todo lo cual hace de esta fiesta una celebración viva y autentica. Además, cuenta con la participación de padres de familia y de la población jeronimiana en general. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017, pág. 110)





LINDACIÓN, LINDERACIÓN, LINDERAJE

Coincidiendo con los carnavales se realiza la ceremonia ritual de la Linderación, que es la reappropriación de la historia a través del territorio, con un recorrido por los límites de espacio comunal. Los comuneros por medio de la caminata confirman los límites otorgados administrativamente a la comunidad. Asimismo, mediante la “lindación” construyen y reactualizan la cartografía de un espacio imaginado, al que reincorporan otros territorios que consideran como parte de una unidad orgánica cultural e históricamente recreada. A través del rito y mito, los pobladores transmiten de generación en generación su pasado como una historia reconstruida, redefinida y reactualizada. Para esta actividad cada comunidad tiene un día fijado que fue acordado en una reunión.

Las linderaciones comienzan desde muy temprano en la mañana, con la caminata de los comuneros en su conjunto, pues se tiene que recorrer íntegramente la totalidad de la extensión geográfica de la comunidad. Quienes encabezan el derrotero ancestral son los jóvenes. Durante el trayecto hay sitios para el descanso, caracterizado por una piedra o una cruz, donde se brinda chicha de jora se chaccha coca, mientras los comuneros mayores narran la historia de la comunidad como también de los hitos que demarcan el territorio.

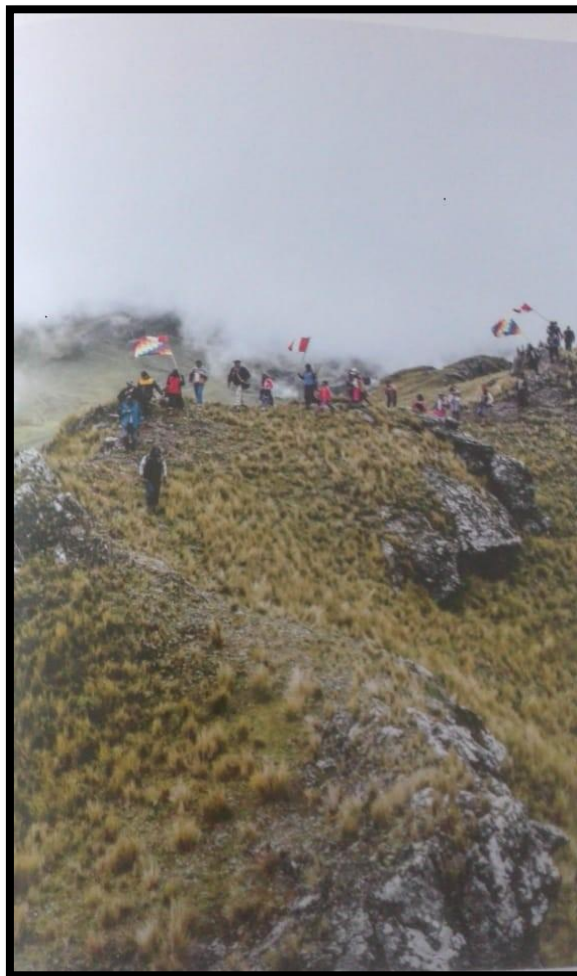
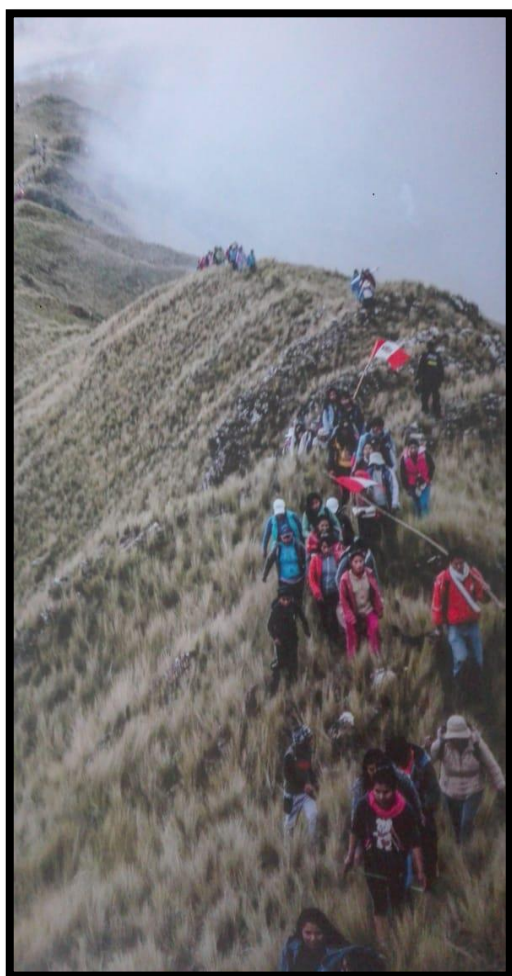
Después de cuatro a seis horas se llega a lo alto de la comunidad donde hay una cruz llamada “Mojon Cruz”, donde se descansa y se bebe chicha de jora y se come la merienda comunal. En la cima se realiza el ritual para después bajar hasta el lugar de la yunza, que es donde termina la Linderación, la fiesta continua hasta altas horas de la noche.

Las comunidades que participan son: Cconchacalla, Suncco, Pillao Matao, Picol (Aqhamama y Orcompugio), Suqso Auqylle, Cachupata, Usphabamba, Villa Rinconada, Pallcany Collparo, Qollana Chawanqosqo, Huaccoto y la Asociación de productores de Pata Pata.



Este evento tiene denominaciones como: “Lindación”, “Mojon muyuy” o “Mojonakuy”.

(Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017, pág. 144)





FESTIVIDAD DEL PATRÓN SAN JERÓNIMO

Fecha de mucha expectativa, se realiza entre los días 29 de setiembre y 2 de octubre, esta festividad ha ido creciendo durante las últimas décadas, y al igual que muchos otros cambios en el poblado es una muestra de la plasticidad de las tradiciones culturales.

San Jerónimo es considerado Doctor de la Iglesia ya que tradujo la Biblia del griego y hebreo al latín, produciendo el texto base de la “Vulgata Latina”, una versión oficial que uso hasta el siglo XX. Por ello la imagen usa un sombrero y ropa de cardenal, de color rojo purpura, una pluma como símbolo de sabiduría en la mano derecha y un libro en la izquierda, con la estatuilla de un templo encima. A los pies del Patrón un león hace alusión a los años durante los cuales el santo vivió en un desierto, con la sola compañía de leones.

La autoría de la escultura se atribuye a los artistas Melchor Huamán según unas versiones, y según otros autores al escultor Luis Ramírez, ambos miembros de la escuela cusqueña, fue esculpida a finales del siglo XVII. Durante las procesiones es precedido por los “pututeros” y “ch’ampas” proviene de tiempos inmemoriales, a causa de problemas limítrofes como cuentan los pobladores.

Esta designación de “Ch’ampas” y “Phuspus” a los pobladores de los distritos de San Sebastián y San Jerónimo tiene su origen en las actividades agrícolas y comerciales a las que hasta hoy en día se dedican como la producción y expendio de cebollas y habas.

Así, por ejemplo, en el recuerdo de una antigua matriarca del distrito podemos ver cómo era la fiesta a inicios del siglo pasado:

“yo era chiquita esa vez, nuestro Patrón San Jerónimo competía con San Sebastián para llegar al cusco, pero ese día al regresar de la procesión del corpus de 1923, los sebastianos le tiraron piedras al Patrón, luego todos pelearon, puspos contra champas. Solo doce personas hicieron escapar a nuestro Patrón y lo trajeron. Después de quince días el padre Cipriano hizo una misa en Túpac Amaru para que ya no peleen...”



Luego en las fiestas patronales de San Jerónimo, cada una de las doce comunidades en el día del patrón bailaba al lado de su altar, esa época se nombraba a los alcaldes como mayordomos para el siguiente año, era muy bonito, todos se juntaban por el Patrón Doctor San jeronimo...” Sra. Bonifacia Fernández Araoz.

La invención de una tradición alude a un pasado histórico que suele ser real, pero que además representa imaginarios favorables al grupo que produce dichas representaciones. Estas “tradiciones inventadas”, “creencias” y “prácticas tradicionales” locales en los andes han sido recreadas en épocas recientes.

Fenómeno que se produce permanentemente, como cuando la población manifiesta su devoción incorporando nuevas comparsas, recreándola, innovándola y contribuyendo al acervo cultural del distrito a título propio. Esta dinámica se da durante la preparación de las festividades, la ejecución de las mismas, se reproduce en el ciclo ritual anual. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017, pág. 101)





Novena y Amarre

Hasta la década de 1990, el mayordomo central era quien celebraba el “novenayoq”, como se llama al conjunto de misas que se celebran durante los nueve días previos a la fiesta central. Esta tradición se ha modificado, revitalizando las actividades previas al día central, ya que hoy en día las comparsas también participan de estas misas.

Los preparativos comienzan desde el mes de julio, con los “Amarres” que se realizan cada sábado, durante los cuales dos comparsas recorren las calles principales con bandas de músicos, cohetones y llevando azucenas blancas en canastas grandes. Se inician cuando las comparsas ingresan al templo y empiezan a limpiar y adornar el altar mayor con las flores. Cada sábado dos comparsas realizan misas durante ocho días, una en la mañana y la otra en la tarde. Los mayordomos de cada comparsa ofrecen comida y bebida a los participantes durante estas celebraciones previas a la llaqta fiesta y así sucesivamente se realizan las novenas y Amarres hasta el 28 setiembre. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)

Entrada

El año 1984 se creó la “Entrada” de la fiesta patronal. Se realiza el 29 de setiembre, fecha en la cual las autoridades locales, invitados ediles de otros distritos, mayordomía central y comparsas se concentran en el Complejo Recreacional Cajonahuaylla. Desde allí desfilan en direcciones a la Plaza de Armas, siendo los protagonistas principales las comparsas con sus respectivos carguyoq y estandartes. Pasan en primer lugar las danzas típicas y luego las del altiplano; este orden de posiciones está de acuerdo a la antigüedad o fecha de fundación de las comparsas. El pasacalle se dirige por la Av. Manko Qapaq, Calle Clorinda Matto de Turner, y Calle Lima por donde llega a la Plaza de armas.



La noche del 29 se queman los castillos de fuegos artificiales, al ritmo de los waynos que entonan las diferentes bandas de músicos que amenizan la noche. Estas serenatas duran hasta la madrugada. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)

Día central – Llaqta Fiesta

Inicia con la celebración de la Misa de Gallo para la cual se hacen sonar las campanas desde el amanecer, llamando a la población, que despierta bajo el estallido de bombardas y cohetones.

La misa Central es celebrada con unción a las diez de la mañana, está a cargo de la Mayordomía Central y es consagrada por el Vicario General. Inmediatamente después, entre oraciones y canticos, se realiza la procesión del Santísimo Sacramento. Quien porta el Santísimo es precedido por el Mayordomo Central y su esposa, el santísimo es llevado debajo de un palo (dosel colocado sobre varas largas que se usan en ciertas solemnidades) que es sostenido por las autoridades del distrito. Acompañan los carguyoq de las comparsas, las hermandades de izquierda y derecha, Hermandad del Santo Sepulcro, Hermandad del Sr. de Qoyllurit'i y la feligresía en general.

Así la procesión del Patrón San Jerónimo recorre el perímetro de la Plaza de Armas, y por ratos descansa en los altares erguidos para la ocasión. Antes de ingresar al templo se detiene en una “sala” de descanso, la cual detona una vez que el Patrón ingresa al templo, estos cohetones se escuchan en todo el distrito y alrededores.

Enseguida las comparsas participan por orden de antigüedad en la presentación de Gala, recorriendo las principales calles del poblado, pasan junto a los carguyoq, danzantes, hurkados e invitados, quienes luego comparten comida y bebida en los cargowasis.

Cabe destacar la imponente y belleza de los altares “amarrados” en la plaza de armas, entre los que predomina el Altar Mayor denominado “Wiraqocha”, situado al lado izquierdo. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)



Romería y Qhaswa

En 1973 la comparsa Qhapaq Qolla introdujo la Romería, realizándose el tercer día de la Festividad del Patrón. Desde entonces, cada primero de octubre, autoridades, mayordomos, comparsas y feligresía participan de la Romería. Antes de la visita a los parientes difuntos se realiza una misa en la capilla al interior del cementerio, dedicada principalmente a quienes participaron antes de la fiesta patronal ya sea como mayordomos o danzantes. La Romería puede llamarse una tradición inventada, tomada de la fiesta de la Virgen del Carmen de Paucartambo.

Pasada la Romería, se lleva a cabo “La Qhaswa” en la plazoleta contigua al cementerio, llamada 2 de noviembre. El mayordomo central reparte a cada comparsa lechón y cerveza; después de terminar el reparto, compartir la comida y bebida, la banda de la mayordomía central se junta con las del altiplano e interpretan la marinera cusqueña, al son de la cual todos bailan y confraternizan.

Luego todas las comparsas retornan a la Plaza de Armas para su presentación frente al público. La fiesta continua hasta altas horas de la noche. Esta actividad está incluida en el programa de la festividad desde el año 2002. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)



Kacharpari de las Fiestas Patronales

El dos de octubre se inicia con la misa de las comparsas, después de la cual, partiendo de la plaza de armas, los devotos recorren en procesión las calles Suarez, Av. Manko Qapaq, Fray Domingo Cabrera hasta volver nuevamente a la plaza. Una vez en el atrio del templo, el Patrón San Jerónimo de la bendición a todos los feligreses allí reunidos y a la población en general. En esos instantes los mayordomos entrantes reciben la demanda y comprometen para las fiestas del año siguiente.

Este día las comparsas (carguyoq, danzantes, hurcados e invitados) participan del paseo de Walqanchas, palabra que significa colgar objetos de las personas. En San Jerónimo las Walqanchas son pequeños arboles de capulí o ramas donde se han colgado utensilios y objetos de plástico, madera y metal, adornados con serpentinas. Los integrantes de las comparsas bailan por la plaza de armas y calles principales del distrito cargando estos adornos. Con este pasacalle se cierran las festividades del Patrón, entre bailes y música se despide la fiesta hasta el próximo año. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)



DANZAS

Las danzas son la máxima manifestación de fe y algarabía hacia el Patrón. Poco a poco se han incrementado durante las últimas décadas para la fiesta patronal. Las principales son: Majeño, Qoyacha, Qhapaq Qolla, Saqra, Qhapaq Qolla Menores, Contradanza, P'asña Qoyacha, Saqra León, Sikllas, Danzaq, Ch'unchachas, Panaderos, Auka chileno, Qhapaq Negro, Kcachampa y Machu tusuy. Desde 1980 se introducen las danzas del altiplano como la Diablada, Tuntunas, Caporales, Mollos, Tobas y Sayas; la danza Negrillos fue la última danza participante en la festividad en honor al Patrón San Jerónimo. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)

MEJEÑOS

La danza Majeños, representa a hombres apuestos, regordetes de ademanes ligeros, de gracia única, se muestran como el centro de atracción, colorados, bonachones, de narices alargadas. Eran los antiguos comerciantes de esa época, derrochaban algarabía en las fiestas tradicionales. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)





QHAPAQ QOLLA

Esta danza proviene de la zona altiplánica del Qollao, estos comerciantes venían arreando sus piaras de llamas cargadas de charqui, cecina, queso, cañihua entre otros productos. Antes de entrar al Cusco se detenían en San Jerónimo, donde hacían el famoso trueque, coincidiendo con las fiestas patronales, es donde deciden bailar, cantando sus penurias y avatares que sufrieron durante su travesía. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)



SAQRAS

Es una danza que proviene de la época republicana, la cual representa al diablo con diferentes caretas grotescas y antropomorfas. Resalta la presencia de la serpiente, en la procesión van huyendo de la presentación, esquivando su mirada. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)



QHAPAQ NEGRO

Representa a los esclavos negros que trabajaban en las minas en la época colonial. Le cantan al patrón todas sus penurias, pidiéndole protección y amparo. Llevan consigo una cadena que representa su posición, una pechera adornada con fina pedrería y un puño de madera "maqui" en señal de prisión. Se funda en San Jerónimo en setiembre de 1986. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)



CONTRADANZA

Nace como una contradicción a la "Cuadrilla". Danza española de la época colonial. El caporal lleva un vestuario multicolor, resalta el brillo del sombrero, adornado con piedras



doradas de diferente color, porta un bastón de mando para ordenar las coreografías; los soldados usan gorra bordada con perlas, camisa y corbata, una coraza bordada con altos relieves, pantalón corto adornado con pedrería y zapatos con rosones y cascabeles. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)



MESTIZA QOYACHA

Una de las danzas más genuinas que representa el mestizaje. Su origen data de las alianzas que hicieron los nobles de los grupos que habitaron el valle del río Huatanay. Por lo alegre de su melodía, su vestuario multicolor, profusa y brillante ornamentación, se encuentra muy difundida. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)



SAQRA LEÓN

Danza oriunda del valle del Vilcanota, cuya particularidad es la inclusión del león por ser fiel compañero del Patrón San Jerónimo durante la traducción de la Biblia. Su indumentaria esta finamente adornada, llevando la figura del león en la mayor parte, también sobresale una corona de plumas, espejos y adornos. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)



QHAPAQ QOLLA MENORES

Esta danza tiene arraigo y trascendencia en la región. Se caracteriza por hacer juegos de burla y participación popular, realizan quemas de retama seca, saltando por el medio del fuego



demostrando agilidad. Su presentación es una muestra de destreza y habilidad. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)



SIKLLAS

Escenifica la ridiculización aguda y vengativa de la "justicia" republicana. Representan a los magistrados locales considerados corruptos y abusivos. Son también la expresión folklórica de los abogados y tinterillos vocales. La representación de esta danza consiste en realizar un juicio a los maqt'as que participan en la comparsa. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)



MACHU CHUCCHU TUSUY



Inicialmente conocido como Auki Saqra, esta danza ha despertado la atención por su jocosidad y mucha alegría al danzar, debido a la coreografía que imita a los de la tercera edad, se han ganado el cariño y afecto de los pobladores de San Jerónimo, Cada año muestran su fe y devoción. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)



DANZAQ

Representa a la naturaleza, la sabiduría y la unión del hombre con la cosmología andina. El personaje del Danzaq justifica un papel importante, atribuyéndose la versión humanizada de los macho cabríos, ariscos y tentados por la presión de la seducción. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)



AUCCA CHILENO

Representa de manera satírica la invasión de la caballería del ejército chileno en territorio peruano, durante la guerra del Pacífico de 1879. Esta danza se origina en la zona alto andina del Cusco y parte de Puno, cuando los invasores cometían abusos contra los pobladores, apropiándose del ganado para la alimentación de soldados. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)



CH'UNCHACHAS

Una de las danzas más jóvenes. Su vestuario consiste en una corona de amazonas, con su cabellera, una pechera, dos ch'uspas para llevar wayruros y un sinchón, portan una chonta. La



música es alegre y rítmica, permite el desplazamiento enérgico y atlético de sus participantes que son mujeres jóvenes. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)



PASÑA QOYACHA

Danza integrada por los comuneros y socios de la Comunidad Campesina de Pícol Orccompucyo, quienes como cada año participan con fe y devoción, danzan alegres coreografías, retándose entre parejas a la usanza jeronimiana. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)



PANADEROS



Danza que satiriza a quienes en San Jerónimo elaboran pan. Al compás de guitarras y mandolinas interpretadas por los mismos, escenifican la elaboración del pan por las calles y plaza con pasos rítmicos. El jefe empuña una enorme pala, otros integrantes portan escobas, bateas para amasar, bancas como asiento del bolillero, otras bolsas de harina o afrecho con que golpean a los transeúntes y visitantes a la fiesta. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)



KCACHAMPA

Representa al guerrero Inca, por tanto, tiene un origen prehispánico. Es ejecutada por danzarines de excelente condición física, demuestran ritmo, valentía y mucho arte. Expresa la alegría del triunfo de los incas en sus luchas de expansión y conquista. Tiene como personajes a dos capitanes que lideran cada hilera de soldados. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)



NEGRILLOS

Danza de origen republicano, los integrantes lucen hermosos trajes multicolores, con máscaras negras de expresión triste, son una representación de la época de esclavitud de los negros. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)



MAQT'AS

El maqt'a, un personaje muy importante que se presenta en la mayoría de danzas locales o regionales, representa al campesino. Son bufones de la danza, su presencia implica el lado



divertido de las comparsas y es el personaje que rompe con la rigidez de las danzas, le pone alegría y juegos; sin embargo, colabora con la disciplina. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)



TUNTUNA

La institución folclórica confraternidad 30 de setiembre “tuntuna” fue fundada en 1983, y desde entonces danzaron jóvenes jeronimianos, con trajes llamados Tundiques al pasar los años fue reemplazado por otros modernos. Es integrada exclusivamente por señoritas solteras y jóvenes de atuendo multicolor, es la primera danza en el traje de luces en la festividad del Patrón San Jerónimo. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)



MOLLOS

Esta danza se incorpora en el año 1986. Es una representación de la época de cosecha de papa en los meses de mayo a junio. Es una evocación de antiguos rituales de la época de los incas, cuando los “Moyos Chaskis” caminaban largas distancias. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)





TOBAS

Representan a una etnia de guerreros que habitaban en el Antisuyu, donde practicaban diferentes actos ceremoniales e inventaron remedios a través de plantas medicinales para aliviar diferentes males. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)



DIABLADA

Representa la lucha del bien y el mal, la pugna entre ángeles y demonio, donde el arcángel es el triunfador y protector del cielo. Danza mestiza que en su coreografía denota la presencia de Lucifer con diablitas. También escenifica los pecados capitales. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)





CAPORALES

Se caracteriza por ser una danza de movimientos alegres y ágiles, en que los varones hacen gala de su fuerza y destreza en sus pasos, mientras que las mujeres se destacan por mostrar la sensualidad y feminidad a través del vestuario y sus movimientos gráciles. (Municipalidad Distrital de San Jerónimo, 2017)





SOMBRERERO

Sr. Giraldo Sutta Gallegos

Soy nacido en San Jerónimo, aquí he estado toda mi vida, tengo 87 años. Desde joven he visto a las señoras utilizar sombreros blanquitos en las fiestas, aniversarios y para ir al Cusco, entonces quise aprender el oficio de hacer sombreros, en eso, allá en el año 50, iba al taller del maestro llamado Mario Sutta, quien tenía ocho sobrinos de San Jerónimo que le ayudaban, unos hacían cortes de lona, otros ponían en hormas, otros pintaban y el maestro daba el toque final y según ha pasado el tiempo todos han fallecido y solo yo he quedado, aprendiendo más modelos y técnicas, ahora ojala alguien haga pues estos sombreros.

En mis años de trabajo, me he dedicado a hacer solo sombreros de mestiza, he sacado el modelo de San Sebastián y he hecho bonito, también me traen sombreros para arreglar desde Oropesa, Saylla y de otros lugares. He trabajado sombreros con distintos modelos y acabados y se han llevado al extranjero, creo para Europa. Aquí en San Jerónimo he hecho trabajos de sombreros por pedidos, aunque no se crea hago sombreros para solteras, casadas, viudas y para fiestas.

Todos saben que hago sombreros de mestiza para mujeres, y estos son típicas del pueblo con algunos arreglos, pero manteniendo la tradición. Los sombreros hago par docenas y mando a Oropesa y otros distritos.

Los sombreros los hago con tela y le doy forma con pegamento poniendo en una horma, después formo la copa con plancha y después la falda y lo pongo a secar. Lo paso con pintura de Alemania, blanquito que se vende en la farmacia. Cuando se acaba le coloco una cinta o rosón de pana, como quiere la cliente. Pero estas cintas eran como forma de acordeón, ahora estos rosones tienen los sombreros de Oropesa y Lucre, también en Saylla y hay algunas en San Jerónimo, son agraciados.



Durante el año siempre tengo trabajo, pero los meses donde hay más y falta manos es en mayo por la fiesta del Corpus que las devotas acompañan al Patrón y las fiestas del Cusco, después en agosto y setiembre por la fiesta patronal. Pues hace años, he tenido operarios, hasta 12, han aprendido hacer sombreros típicos, ahora tienen sus talleres en San Sebastián y Oropesa y en San Jerónimo ya no hay nadie, ojalá alguien continúe con este bonito arte.

Con los años de trabajo y experiencia, me han considerado como parte de la tradición jeronimiana en realizar sombreros que identifican a nuestro pueblo, la municipalidad ha tenido el gesto de condecorarme el año 1963 y otro reconocimiento en fiestas patrias, el 28 de julio del 2010, por mi trabajo que sigue manteniendo la tradición de los sombreros. (Jerónimo, 2018, pág. 91)

