

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO
ESCUELA DE POSTGRADO
PROGRAMA DE DOCTORADO EN ECONOMÍA Y
DESARROLLO INDUSTRIAL



**“EL TURISMO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO
SOCIOECONÓMICO DEL CALLEJÓN DE HUAYLAS”**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO DE
DOCTOR EN ECONOMÍA Y DESARROLLO
INDUSTRIAL**

AUTOR : MSc. RICHARD DEMETRIO PASCO AMES

ASESOR : Dr. JAVIER ULLOA SICCHA

TRUJILLO - PERÚ
2009

No. de Registro: _____

DEDICATORIA

A la memoria de mis queridos
padres **Luís y Augusta** que en paz
descansen y de Dios gocen.

A mi hijo **David Ricardo** por ser fuente de
inspiración de mis logros y un gran amigo.

A mis hermanos **Federico, Rosa, Luis, Fredy,**
Roger, Norka, José y Mirtha, como muestra
de mi gratitud por su comprensión y apoyo
incondicional.

AGRADECIMIENTO

**A la Universidad Nacional de Trujillo
y la Plana de Docentes de la Escuela
de Postgrado** por su valiosa
contribución a mi formación académica.

Al **Dr. Javier Ulloa Siccha**, asesor de
Tesis, y al **Dr. Pablo Aguilar**,
responsable de la revisión para su
publicación, por su asesoramiento y
sugerencias formuladas durante el
desarrollo de la presente investigación.

INDICE

DEDICATORIAS	II
AGRADECIMIENTOS	III
INDICE	IV
TABLA DE CONTENIDOS	VI
INDICE DE FIGURAS	VIII
RESUMEN	X
ABSTRACT	XI
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Antecedentes y justificación	1
1.2. El problema	10
1.3. Objetivos	13
1.4. Hipótesis	14
1.5. Marco Teórico	14
1.6. Marco Filosófico	22
II. MATERIAL Y MÉTODOS	26
2.1. Tipo de estudio	26
2.2. Diseño de investigación	26
2.3. Variables y operacionalización de variables	27
2.4. Métodos y técnicas	28
2.5. Procedimiento y análisis estadístico	30
III. RESULTADOS	32
3.1. Resultados de la investigación documentaria	32
3.2. Resultados de entrevistas a agentes promotores	

del turismo	40
3.3. Resultados de encuestas a operadores de turismo	44
3.4. Resultados de encuestas a población receptora	53
3.5. Resultados de encuestas a turistas	58
IV. DISCUSIÓN	64
4.1. Análisis del modelo de desarrollo del turismo	64
4.2. Análisis de planes y programas de desarrollo	68
4.3. Análisis de la competitividad de la industria del turismo	72
4.4. Análisis de flujos de turistas	75
4.5. Análisis de influencia del turismo en el nivel de vida de la población	77
4.6. Análisis del aporte del turismo en la generación de empleo	79
4.7. Análisis de la participación del turismo en el Valor Agregado Bruto regional	80
4.8. Análisis de la repercusión del turismo en el desarrollo intersectorial	81
V. PROPUESTA	82
VI. CONCLUSIONES	85
VII. BIBLIOGRAFÍA	87
ANEXOS	89

TABLA DE CONTENIDOS

1. Callejón de Huaylas: superficie, población total y densidad poblacional	32
2. Región Ancash: Principales indicadores demográfico y sociales año 2006.	32
3. Región Ancash: Indicadores socioeconómicos 2001-2006	34
4. Región Ancash: Arribos y promedio de permanencia de turistas en la zona sierra 1997-2006	34
5. Región Ancash: Capacidad instalada de camas en la zona sierra 1998-2006	35
6. Región Ancash: Visitantes nacionales y extranjeros al Parque Nacional Huascarán por meses 2006, según puesto de control	35
7. Región Ancash: Principales indicadores de la actividad de turismo 2001-2006. (Valores a precios constantes de 1994, en miles de Nuevos Soles)	36
8. Región Ancah: Valor Agregado Bruto, según grandes actividades económicas 2001-2006.	36
9. Región Ancash: Estructura porcentual del Valor Agregado Bruto, según grandes actividades económicas 2001-2006 (A precios constantes de 1994)	37
10. Desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas a consideración de los agentes promotores del turismo.	40
11. Competitividad de la industria del turismo a consideración de los agentes promotores del turismo	41
12. Incidencia del turismo en el desarrollo socioeconómico del Callejón de Huaylas	43
13. Modelo de desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas a consideración de los operadores de turismo	45

14. Factores por los que el turismo no logra alcanzar el desarrollo esperado en el Callejón de Huaylas a consideración de operadores de turismo	45
15. Posibles causas de la baja competitividad del turismo del Callejón de Huaylas a consideración de operadores de turismo	49
16. Posibles causas por los que el turismo del Callejón de Huaylas no logra alcanzar el desarrollo esperado a consideración de la población receptora	53
17. Edad de los turistas que visitan el Callejón de Huaylas	58
18. Grado de instrucción de los turistas que visitan el Callejón de Huaylas	58
19. Factores que influyeron en el viaje de los turistas al Callejón de Huaylas	62
20. Inconvenientes encontrados por los turistas durante su visita al Callejón de Huaylas	63

INDICE DE FIGURAS

1. Calificación del desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas a consideración de los operadores del turismo	44
2. Calificación de planes y programas de desarrollo del turismo implementados por agentes promotores a consideración operadores de turismo	46
3. Organismo que debe liderar el desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas a consideración de operadores de turismo	46
4. Calificación de roles y desempeño de agentes promotores a consideración de operadores de turismo	47
5. Funcionalidad de alianzas estratégicas para el desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas a consideración de operadores de turismo	47
6. Conocimiento del Plan Regional de Desarrollo del Turismo de la Dirección Regional de Industria y Turismo de Ancash por parte de operadores de turismo	48
7. Consideraciones de los operadores del turismo al Plan Regional de Desarrollo del Turismo de la Dirección Regional de Industria y Turismo	48
8. Competitividad del turismo del Callejón de Huaylas en comparación con otros destinos turísticos a consideración de operadores de turismo	49
9. Planta turística con que cuenta el Callejón de Huaylas a consideración de operadores del turismo	50
10. Promoción y publicidad del Callejón de Huaylas como destino turístico a consideración de operadores de turismo	50
11. Incidencia del turismo en los ingresos de las familias del Callejón de Huaylas a consideración de operadores de turismo	51
12. Aporte del turismo en la generación de empleo en el Callejón de Huaylas a consideración de operadores de turismo	51
13. Articulación del turismo con sectores productivos de la economía en el Callejón de Huaylas a consideración de operadores de turismo	52

14.Repercusión del turismo en el desarrollo de otros sectores productivos en el Callejón de Huaylas a consideración de operadores de turismo	52
15.Desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas a consideración de la población receptora	53
16.Planta turística con que cuenta el Callejón de Huaylas a consideración de la población receptora	54
17.Calidad de servicios turísticos ofertados en el Callejón de Huaylas a consideración de población receptora	55
18.Precios de servicios turísticos en el Callejón de Huaylas a consideración de población receptora	55
19.Promoción y publicidad del Callejón de Huaylas como destino turístico a consideración de población receptora	56
20.Incidencia del turismo en los ingresos de las familias del Callejón de Huaylas a consideración de población receptora	56
21.Aporte del turismo en la generación de empleo en el Callejón de Huaylas a consideración de población receptora	57
22.Aporte del turismo en la generación de empleo en el Callejón de Huaylas a consideración de población receptora	57
23.Calificación de los atractivos turísticos del Callejón de Huaylas a consideración de los turistas	59
24.Estado en que se encuentran los atractivos turísticos a consideración de los turistas	59
25.Estado en que se encuentran las vías de acceso a los atractivos turísticos del Callejón de Huaylas a consideración de los turistas	60
26.Calidad de los servicios turísticos que se ofertan en el Callejón de Huaylas a consideración de los turistas	60
27.Precios de los servicios turísticos en el Callejón de Huaylas a consideración de los turistas	61
28.Promoción y publicidad del Callejón de Huaylas como destino turístico a consideración de los turistas	61

RESUMEN

En el presente trabajo se ha evaluado el turismo en el callejón de Huaylas, analizando e identificando las causas y/o factores que restringen la generación de impactos de consideración sobre el desarrollo socioeconómico de la zona. La investigación planteó como problema: ¿Cuál es la incidencia del turismo en el desarrollo socioeconómico del Callejón de Huaylas?. Se ha identificado y analizado la información sobre los cuatro componentes del turismo: los agentes promotores, los operadores, los turistas y, la población receptora. Se ha encontrado que el turismo en el Callejón de Huaylas aún no logra impactos de consideración en la generación del Producto Bruto Regional, el empleo y desarrollo de los demás sectores productivos de la economía local, por su modelo demasiado convencional, los planes y programas de desarrollo poco viables, los objetivos y metas previstas no guardan relación con los recursos asignados, los bajos niveles de competitividad y la estacionalidad de los flujos de turistas.

Palabras clave: modelos de turismo, Callejón de Huaylas, turismo y desarrollo.

ABSTRACT

In the present work has evaluated the tourism in the Callejon de Huaylas, analyzing and identifying the causes and factors that restrict the generation of consideration impacts on the socioeconomic development of the zone. The Investigation sets out as a problem: Why tourism in Callejón de Huaylas does not get to generate successful impacts for local?. Was analyzed the information about the four components of tourism in the Callejon de Huaylas: the promoters agents, operators, the tourists and local population. It has been found that the Callejón de Huaylas even cannot obtain consideration impacts in the generation of Gross Regional Product, employment and development of the rest productive sectors the local economy, too conventional for its model, plans and development programs little viable, objectives and goals unrelated with resources allocated, low levels of competitiveness and the seasonality of flows of tourists.

Key words: models of tourism, Callejón de Huaylas, tourism and development.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Antecedentes y justificación:

El Callejón de Huaylas, ubicado en la sierra de la Región Ancash, es una zona eminentemente turística, cuenta con hermosos parajes como los impresionantes nevados del Huascarán, Huandoy, Hualcan, y el Alpamayo, los hermosos parajes de Pastoruri y Honqopampa, y las encantadoras lagunas de Llanganuco, Churup y Parón, entre otros; restos arqueológicos como el Castillo de Chavin, Wilcahuain y la Cueva de los Guitarreros; y festividades tradicionales como la Semana Santa y el Carnaval Huarasino, que hacen que cuente con el recurso turístico más variado y completo del Perú.

El desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas, comienza prácticamente a inicios del siglo pasado con grupos de turistas que los visitan fundamentalmente para la aventura mediante la escalada de los nevados. En la década de los treinta se construye el Hotel de Turistas para albergar a los ilustres visitantes, y es recién que a partir de la década de los setenta, luego del sismo que lo asoló, adquiere mayor notoriedad, y a partir de la década de los ochenta aumentan considerablemente los flujos de turistas a esta parte del país, lo que trajo consigo ciertos cambios en la estructura socioeconómica de la población residente, por cuanto comprometieron inversiones en la construcción de mas alojamientos, restaurantes y centros de diversión para satisfacer la creciente demanda de turistas, generando niveles de empleo y de ingresos que contribuyeron de alguna manera al desarrollo socioeconómico de la zona.

El turismo, en el contexto actual, es considerado como un fenómeno por haber pasado de ser un privilegio de las clases sociales pudientes a la masificación, y por su contribución cada vez creciente en la economía de los países. Por estas consideraciones adquiere cada vez mayor importancia, es más muchos países están haciendo hoy en día toda una especialización del turismo con una participación creciente en la formación del Producto Bruto Interno, y la generación de ingresos y de empleo. PROMPERÚ (2000), señala que: “En la última década, el turismo en el ámbito global ha tenido una evolución mucho más dinámica que el PBI mundial. El crecimiento de este último indicador se desaceleró de una tasa promedio anual del 3.2 en la década de los ochenta a 2.4% entre 1990 y 1997. En cambio, el número de turistas en el ámbito mundial creció, entre 1990 y 1997, en promedio anual de 4.2%, y los flujos de divisas generados por el turismo en 6.5% La organización Mundial del Turismo (OMT) calcula que en 1999 unos 657 millones de turistas gastaron unos 455 mil millones de dólares a nivel mundial. Según proyecciones de la misma entidad, en el año 2020, 1561 millones de turistas generarán ingresos de divisas de 2 billones de dólares”¹

El impacto socioeconómico del turismo es cada vez de mayor consideración, lo que de alguna manera y en mayor o menor grado influye tanto en la economía nacional como regional, sobre todo en lo relacionado a la generación del Producto Bruto Interno, de divisas, de ingresos fiscales y de empleo. Sobre el particular, PROMPERÚ

¹ PROMPERU: Manual de importancia e impacto del turismo en el Perú”. Editorial Escuela de Dirección de la Universidad de Piura. Peru 2000, pag.7

(2000) estima que: "...*El Aporte al PBI*: el indicador más apropiado para dar una aproximación al tamaño del sector turismo en el Perú es el del subsector Hoteles y Restaurantes de las cuentas nacionales publicadas por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). En el año 1999, este subsector tuvo una participación de 4.4% del PBI global... Indicadores que pueden ayudar a medir el aporte del turismo al PBI son las ya mencionadas llegadas internacionales y el ingreso de divisas, que alcanzó 890 millones de dólares en 1999... *Ingreso de divisas y balanza de pagos*: los ingresos de divisas por concepto de turismo crecieron de 217 millones de dólares en 1990 a 890 millones de dólares en 1999. De esta manera, desde 1998 el turismo es la segunda fuente de ingresos de divisas después de la minería... Desde 1994, el Perú registra saldos positivos de divisas por turismo. Estos resultados han contribuido a estabilizar la balanza de pagos del Perú en los últimos años... *Ingresos fiscales*: un estimado preliminar sobre la base de la distribución del gasto de consumo del turista extranjero, lleva a la conclusión de que, en promedio, aquel turista que visita al país sin intermediación de una agencia de viaje contratada en el exterior contribuirá con alrededor de 14% de su gasto a las arcas fiscales. Ello correspondería a 116 dólares por persona. Este porcentaje sería menor en el caso de turistas que viajan con paquete turístico, dado que algunos de los servicios y consumos incluidos en éste se consideran exportaciones y por ende no son afectos a tributación en el Perú. En este caso, el porcentaje recaudado se estima en 10%,

equivalente a 83 dólares por persona. Dado que el 80% de los turistas extranjeros visita al Perú sin paquete turístico, el monto promedio contribuido por cada persona al fisco sería alrededor de 109 dólares. De esta manera, la recaudación de impuestos indirectos por concepto de turismo en la actualidad superaría los 100 millones de dólares aproximadamente...*Efectos sobre el empleo*: el turismo es una importante fuente de empleo, dado que su demanda se dirige a actividades de uso intensivo de mano de obra, principalmente el sector servicios. Además, también crea demanda de consumo y de inversión en otros sectores que igualmente utilizan mano de obra, como la manufactura, el agro y la construcción. Según estimados del Plan Maestro de 1997, que define el sector turismo como la actividad de hoteles, restaurantes y agencias de viajes, se habría empleado 179,000 personas en forma directa. Se calcula, además, que por cada empleo directo se crearían 1.5 y 1.6 empleos indirectos en otros sectores”², indicadores que hablan de la importancia del turismo y de su impacto en la economía nacional.

La generación de impactos positivos del turismo en favor de la economía nacional y regional tiene que necesariamente ver con los modelos y políticas de desarrollo de esta actividad. Ugarte (2005:247), en una investigación realizada sobre el desarrollo del turismo en el Perú, asume que: “El Perú, no obstante contar con inmensos y diversos recursos turísticos naturales y culturales, no tiene políticas coherentes de Estado que promuevan el turismo y

² Idem a (1), Pag. 7 al 9

menos aún con planes a mediano y largo plazo para su desarrollo. El crecimiento turístico peruano, desordenado y focalizado en recursos fundamentalmente arqueológicos, no ha sido acompañado de un desarrollo adecuado de la infraestructura necesaria; de un ordenamiento territorial, que es la expresión espacial de la política económica, social, cultural y ecológica de toda la sociedad; de un respeto al medio ambiente y de un equilibrio territorial, es decir, no se ha llevado a cabo un desarrollo turístico sostenible”³, con lo que pone en evidencia la necesidad de diseñar e implementar políticas de desarrollo del turismo coherentes y con visión de futuro que le aseguren orden y sostenibilidad.

El Callejón de Huaylas cuenta con varias zonas turísticas, entre las que destaca Honqopampa, que cuenta con importantes atractivos turísticos para desarrollar fundamentalmente el ecoturismo, el turismo vivencial y el turismo de aventura. Araujo (2006:181), en un importante e interesante estudio realizado sobre el planeamiento para la sostenibilidad del turismo en Honqopampa, muestra: “Que existen acciones programadas y realizadas sin tener en cuenta a los organismos competentes como el Parque Nacional Huascarán y el Instituto Nacional de Cultura de Ancash, lo cual refleja un fuerte nivel de descoordinación originados por intereses particulares y desconocimiento del adecuado manejo de los recursos naturales y culturales de la zona ... Los impactos ambientales ecológicos, socioculturales y económicos identificados en Honqopampa, son en

³ Felix Ascensión Ugarte: Turismo sostenible en el Perú: Planificación, gestión y desarrollo”. Editorial Universitaria de la Universidad Ricardo Palma-Perú 2005. Pag. 247 al 250.

su mayoría de carácter negativo incidiendo en los componentes medioambientales a nivel real (eliminación de especies vegetales, alteración de la calidad de aire y suelo, alteración de los restos arqueológicos, etc.) y potencial (alteración de la calidad de agua, eliminación de especies de fauna, incremento de áreas para viviendas, y de zonas para recreación, etc.) producto de las actividades turísticas realizadas, y junto a los impactos positivos identificados, contribuyen a tomar las acciones preventivas y correctivas para minimizar y realizar un mejor control de los efectos producidos por el turismo... la oferta turística de Honqopampa es limitada respecto al desarrollo de sus recursos turísticos porque la mayor parte de estos elementos se encuentra en la calidad de recursos, no habiéndose puesto en valor para ser atractivos; asimismo no cuenta con suficientes facilidades y adecuada accesibilidad, que debe potenciarse para garantizar un desarrollo turístico sostenible. La demanda turística de Honqopampa está orientada a la práctica del turismo convencional, desarrollada principalmente por turistas nacionales a través de actividades como caminatas, paseos a caballo, fotografía y filmación; y turismo alternativo, traducido en el desarrollo de actividades específicas ligados al turismo rural/vivencial, y el turismo de aventura, desarrolladas principalmente por turistas extranjeros...La promoción y comercialización de Honqopapampa se da en forma inadecuada y desordenada porque aún no existe un producto turístico consolidado en el lugar, y actualmente existe un 40% de agencias de viajes y

turismo de Huaraz que están promocionando Honqopampa a través de trípticos y Páginas Web”⁴, destacando la importancia de la planificación para el desarrollo del turismo y evidenciando las descoordinaciones y protagonismos de los agentes promotores, así como de la falta de mecanismos y estrategias de comercialización del producto turístico, y de acciones de amortiguamiento de los impactos negativos.

Sobre roles y desempeño de los agentes promotores del turismo en el Callejón de Huaylas, entre ellos la Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Huaraz, Huerta (2007:111), señala que: “La gestión institucional de la Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Huaraz, no ha contribuido significativamente al desarrollo socioeconómico de la provincia de Huaraz... Existe la percepción de la sociedad civil, que ha contribuido solamente en algunas veces para el desarrollo del capital social de la provincia. Similares resultados se observan en los aspectos relacionados en su participación en los eventos o decisiones importantes relacionados al desarrollo socio económico”⁵, lo cual pone en evidencia la poca participación de los agentes promotores en el desarrollo del turismo que debe generar impactos de consideración a favor de la población residente.

⁴ Araujo Cachay, Rosario Isabel (2007): “La planificación estratégica y el desarrollo turístico sostenible de Honqopampa-Ancash. Tesis para optar el grado de Maestra en la Universidad Nacional de Trujillo-Perú. Pag. 181 al 183.

⁵ Huerta Depaz, Marco Antonio: “La gestión Institucional de la Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Huaraz y su Contribución al Desarrollo Socioeconómico de la provincia de Huaraz”. Tesis Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional Santiago Antunez de Mayolo. Perú, pag.111.

La competitividad de la industria del turismo, tiene que necesariamente ver una adecuada y eficiente gestión empresarial. Siccha (2006:90), advierte que :” La deficiente capacidad de gestión por la poca profesionalización de los directivos, el insuficiente uso de tecnologías modernas y los indicadores que no miden adecuadamente la gestión del conocimiento son factores que limitan la calidad del servicio de las empresas hoteleras de la ciudad de Huaraz” ⁶ , y sobre la cultura organizacional de estas empresas, Moore (2007:75) sostiene que: “Las empresas de servicios turísticos de la ciudad de Huaraz casi no cuentan con un plan de acción que les permitan orientarse en su labor cotidiana y brindar un adecuado servicio no sólo al cliente sino también a sus compañeros de trabajo... No existe conocimiento de los procesos de la empresa por parte de los trabajadores...la comunicación dentro de la empresa es muy pobre, los empleados muchas veces se sienten aislados sobre todo cuando se tratan de decisiones tomadas por la gerencia realmente importantes y no tienen política de mantener informado a todo el personal” ⁷ , los que ponen en evidencia ciertas deficiencias y debilidades en la gestión de las empresas de servicios turísticos del callejón de Huaylas que deben ser corregidas.

⁶ Siccha Custodio, Wilmer Francisco: “La Gestión del Conocimiento y la Calidad del Servicio en las Empresas Hoteleras de Huaraz”. Tesis Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional Santiago Antunez de Mayolo. Perú, pag. 90.

⁷ Moore Torre Rosa Farol : “ La Cultura Organizacional y su Incidencia en la Calidad de los Servicios Brindados porf las Empresas Turísticas de la Ciudad de Huaraz”. ”. Tesis Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional Santiago Antunez de Mayolo. Perú, pag. 75.

En el desarrollo del turismo y su impacto socioeconómico, se asume a los clusters turísticos como elementos de competencia entre las empresas de un mismo lugar y de competitividad frente a otros destinos turísticos. No existen estudios sobre el particular en la Región Ancash. En la Región Tumbes, Galarreta y Garro (2003) consideran que: "En las actuales condiciones Tumbes carece de competitividad, debido a que su economía descansa sobre la base de dos actividades primarias: la agricultura y la pesca, ambas altamente sensibles a la ocurrencia de los fenómenos naturales. Es por ello que debería concentrarse en una actividad terciaria como el turismo, con alto valor agregado y con capacidad de generar ventajas competitivas ... Los factores fundamentales sobre los cuales descansa un cluster turístico, son la innovación y mejora permanente de los productos turísticos. Es por medio de estos factores que se obtiene la competitividad. Se identifica la necesidad de crear una conciencia en la población y los empresarios como paso previo a la aplicación del modelo de cluster turístico en la Región Tumbes"⁸, destacando la importancia del turismo en la generación de valor agregado y de ventajas competitivas a favor de la economía regional.

Esta investigación se orientó a analizar e identificar las causas y/o factores que restringen al turismo la generación de impactos de consideración para el desarrollo socioeconómico del Callejón de Huaylas, cuyos resultados pueden ser de utilidad a las autoridades del gobierno regional y locales, a los agentes promotores y los

⁸ Galarreta, Robert; Garro, Jorge: Tesis "Modelo de clusters turísticos y su aplicación en la Región Tumbes". Perú, Tumbes 2003 .Pag.

operadores de turismo en lo que corresponden al turismo como motor de desarrollo regional. La evaluación de la incidencia del turismo en el desarrollo socioeconómico del Callejón de Huaylas permitió elaborar lineamientos para un modelo de desarrollo turístico con impactos de consideración en favor del desarrollo regional.

1.2. El Problema:

Planteamiento del problema:

El turismo en el contexto actual es considerado todo un fenómeno social, por cuanto en un tiempo relativamente corto, ha pasado de ser privilegio de las clases pudientes a la masificación, prueba de ello es el espectacular crecimiento de los flujos de turistas, que han convertido en la práctica al turismo como una necesidad más que en un privilegio.

Estudios realizados demuestran considerables impactos de la industria del turismo en el desarrollo socioeconómico de los pueblos, su contribución en la generación del Producto Bruto Interno, los niveles de empleo y la recepción de divisas son cada vez crecientes y de mayor significación, de allí que muchos países vienen desarrollando un turismo especializado y altamente competitivo con buenos resultados.

Pero el grado de contribución de la industria del turismo con el desarrollo nacional y regional, necesariamente pasa por evaluar y determinar el modelo de desarrollo sectorial, la gestión organizacional de promotores y operadores, y los flujos turísticos acorde con las potencialidades y los recursos con que cuenta el Callejón de Huaylas,

que genere impactos socioeconómicos de consideración y garantice su sostenibilidad en beneficio de la población receptora y los visitantes.

En el Callejón de Huaylas, se sigue con el modelo de desarrollo tradicional del turístico basado en la demanda que termina siendo estacionario y que además no está insertado de manera coherente con los planes y políticas de desarrollo regional, y hasta un tanto desarticulado de los demás sectores productivos. Tampoco hay intentos de implementar los clusters turísticos que permitan niveles de competencia entre empresas ofertantes de servicios turísticos del lugar y que además generen competitividad de estas empresas frente a otros destinos turísticos.

El Callejón de Huaylas, una zona favorecida por la madre naturaleza, cuenta con hermosos parajes, también con restos arqueológicos y festividades tradicionales que constituyen un patrimonio turístico muy variado y complejo, mostrando ventajas para el desarrollo de la actividad turística, sin embargo estas condiciones favorables ni el contexto actual invitan a los agentes promotores y operadores a desarrollar un turismo sostenible que genere impactos socioeconómicos deseados y de consideración para el desarrollo de sus pueblos.

En los planes de desarrollo regional, se identifica al turismo como eje y agente dinamizador de desarrollo, sin embargo su implementación da mucho que desear, por cuanto en la práctica ninguno de ellos ha logrado el ansiado impacto para el desarrollo de los pueblos del

Callejón de Huaylas por razones que fueron materia de la presente investigación.

El turismo hoy en día es concebido como una importante actividad económica, es más, es considerado como uno de los ejes de desarrollo y dinamizador de la economía regional y nacional, de allí la necesidad de señalar su incidencia socioeconómica en el desarrollo de los pueblos como el Callejón de Huaylas que presentan marcadas ventajas comparativas para desarrollar esta actividad.

Pero lamentablemente los agentes promotores y los operadores del turismo en el Callejón de Huaylas siguen enfrascados con la tradicional concepción de desarrollo del turismo, que hace tiempo han sido superados por otros modelos como el turismo sostenible y el turismo centrado en la oferta, que como en el caso de Costa Rica, para citar un caso, vienen generando un turismo competitivo y con impactos de consideración en favor de las economías regionales y nacional.

Se debe entender que el desarrollo de un turismo competitivo, no es más que la consecuencia y/o resultado de la innovación y mejora permanente de los productos turísticos. Para ello es necesario y fundamental crear una nueva conciencia entre los agentes promotores, los operadores y la población receptora, sobre la importancia y significación del turismo en el actual contexto.

Formulación del problema:

¿Cual es la incidencia del turismo en el desarrollo socioeconómico del Callejón de Huaylas?

Objetivos:

Objetivo general:

Analizar la incidencia del turismo en el desarrollo socioeconómico del Callejón de Huaylas.

Objetivos específicos:

- a. Evaluar la gestión de los agentes promotores y operadores del turismo en el Callejón de Huaylas en sus componentes principales, tales como: roles y desempeño, planes y programas de desarrollo, calidad de servicios, alianzas estratégicas, entre otros.
- b. Analizar la competitividad del turismo del Callejón de Huaylas en sus componentes principales, tales como: atractivos turísticos, planta turística, gestión empresarial, marketing turístico, calidad de servicios turísticos, flujos de turistas, entre otros.
- c. Identificar el modelo de desarrollo turístico implementados en el Callejón de Huaylas y compararlo con otros modelos aplicados en otros destinos turísticos.
- d. Proponer lineamientos que contribuyan a un desarrollo sectorial del turismo con impactos socioeconómicos de significación para el desarrollo de la del callejón de Huaylas.

1.4. Hipótesis:

El turismo no incide significativamente en el desarrollo socioeconómico del Callejón de Huaylas debido a la aplicación de un modelo de desarrollo convencional enfocado en la demanda y desarticulado de los demás sectores productivos, y por la estacionalidad de los flujos turísticos.

1.5. Marco Teórico:

En lo que corresponde a los marcos de influencia que permiten el desarrollo del turismo, Manuel Figuerola (1990:176) destaca que: "...Es conveniente resaltar la importancia de seis marcos de influencia e interdependencia, en cuyos ámbitos tiene su origen la raíz auténtica de que el turismo se haya convertido en un permanente "fenómeno", del cual todos desean participar y disfrutar ... Es el turismo un fenómeno social, de caracteres absolutamente definidos por la actuación, normas de comportamiento y limitaciones de la colectividad humana ... Junto a la consideración social del turismo, puesto que es el hombre el ejecutor y actor único de su manifestación, el ámbito de lo político ofrece una amplia gama de influencias que obligan a no descuidar la observación de las formas en que aquel influye, de manera más o menos decisiva, en la intensificación o disminución de los viajes y las estancias ... Dentro de otro orden de cosas, el marco institucional o jurídico, favorecerá o perjudicará el desarrollo de la actividad turística, tanto en su vertiente ejecutora de un gasto, que es el objetivo final del turismo, ya que este se origina y se caracteriza por ser una tipificada acción de consumo

... De otra parte, no debe ignorarse el marco ecológico, ya que éste puede ser, en algún momento, el fundamento de la misma actividad turística, ... Tampoco puede olvidarse que ha sido el desarrollo tecnológico, especialmente, en los medios de transporte, el que ha propiciado y estimulado directamente los viajes cada vez más lejanos, en términos relativos, más baratos”⁹, considerando que el turismo resulta siendo posiblemente la actividad económica más sensible, por lo que su desarrollo requiere necesariamente de los marcos como el político, social, económico, ambiental, jurídico y ambiental, sin los cuales lamentablemente no podría desarrollarse adecuadamente y sosteniblemente.

Sobre los efectos económicos que genera el desarrollo de la actividad turística, Vogeler y Hernández (2004:102) sostienen que:“ ... Entre todas las consecuencias que origina el turismo, las económicas son las más espectaculares, lo que justifica el interés de profesionales y gobiernos por estudiar estos efectos, que, siguiendo a Figuerola, podríamos agrupar como sigue: (1) *Desarrollo del propio sector turístico*: Como es natural, éste es el efecto más directo y consiste en el desarrollo del sector turístico motivado por el consumo de los turistas. (2) *Desarrollo de otros sectores*: Como consecuencia del efecto multiplicador, otros sectores económicos experimentan un notable crecimiento. Este se origina con mayor fuerza en aquellos sectores que son proveedores del turismo y, especialmente, en la construcción. *El efecto multiplicador*. Se puede definir como la riqueza

⁹ Manuel Figuerola Palomo: “ Teoría económica del turismo”. Editorial Alianza Universal Textos. España 1990. Pag. 9 al 12.

añadida que se crea por cada unidad de gasto turístico. Cuando un turista realiza un gasto, por ejemplo en la habitación de un hotel, el propietario del establecimiento gasta a su vez parte de ese ingreso en adquirir otros bienes y servicios de un tercero (por ejemplo, frutas o carne de los proveedores), quién también destinará parte de lo obtenido en adquirir más bienes o servicios, y así sucesivamente.. (3)

Modificación de estructuras de consumo: El desarrollo turístico comporta de una parte, un incremento del consumo en general y, de otra, modifica su estructura, haciéndola más selectiva. El primer aspecto se realiza al incrementarse la demanda de bienes y servicios como consecuencia del mayor empleo, incremento de las rentas salariales; expansión de la oferta monetaria, etc. La modificación en los hábitos de consumo se manifiesta, por ejemplo, en el descenso del gasto en productos alimenticios y en el aumento del consumo de otros bienes y servicios. (4) *Efectos sobre la inversión:* Al desarrollarse determinada zona como consecuencia del fenómeno turístico se crea capital fijo (inversiones) no sólo por los particulares, sino también por el Estado, el turismo exige inversiones en: (a) Construcciones para alojamientos, (b) Servicios complementarios como alimentación, recreación y deportes, (c) Obras públicas como comunicaciones, sanidad y energía, (d) medios de transporte y (e) Promoción como publicidad, creación de imagen, etc. (5) *El efecto sobre el empleo:* El turismo es una fuente generadora de empleo, la afluencia de turistas origina nuevos puestos de trabajo que es necesario ocupar. Si se construye un hotel, será preciso contratar

operarios que lo construyan y después personal capacitado que lo gestione. Y lo mismo ocurre con las agencias de viaje, los restaurantes y con los demás agentes. Al empleo que se genera de ésta forma se le denomina *empleo directo*. Pero además, el turismo genera otro gran número de puestos de trabajos *indirectos* o inducidos. Nos referimos a la mano de obra necesaria en empresas que no son turísticas pero que resultan proveedores del sector, como consecuencia del efecto multiplicador. (6) *Generación de rentas fiscales*: El consumo turístico no genera de forma inmediata ingresos para el Estado del país receptor, sino que éste obtiene tales ingresos de forma indirecta a través de impuestos o rentas fiscales. En efecto, todos los países tiene establecido un sistema de imposición mediante el cual se grava o bien el consumo (impuestos indirectos), o bien la percepción de la renta o la tenencia de un patrimonio (impuestos directos). Obviamente el turismo, como actividad generadora de riqueza genera recursos para el Estado en forma de exacciones fiscales”¹⁰, destacando que entre todos los efectos que origina el turismo, las económicas son las más espectaculares, por cuanto generan el desarrollo del propio sector turístico, el desarrollo de otros sectores productivos de la economía como la agricultura, la industria y el comercio, e inciden positivamente en la generación de ingresos y de empleo, entre otros, como consecuencia del efecto multiplicador del turismo, lo que explica la importancia del turismo como motor de desarrollo regional y nacional.

¹⁰ Vogeler Carlos y Hernández Enrique (2004): “El mercado turístico: estructura, operaciones y procesos de producción”. Ed. Centro de Estudios Areces S.A. España. Pág. 102 al 106

En cuanto a la contribución del turismo en el desarrollo regional, Manuel Figuerola (1990;176), sostiene que: “El turismo contribuye decisivamente en el desarrollo económico y social de muchos lugares ... En numerosos territorios, departamentos o simplemente núcleos de población, la actividad turística con autonomía a otros proyectos gubernamentales, se ha dejado notar eficazmente, modificando el fuerte desnivel económico y productivo que sufrían en comparación con otros departamentos más avanzados. La llegada del turismo significó para muchas regiones un cambio absoluto en sus estructuras sociales y económicas ... En áreas geográficas mal dotadas de recursos básicos y energéticos y sin explotación adecuada las posibilidades industriales y del medio agrario, se contempla el crecimiento de otras zonas a un ritmo superior, quedando poco a poco más distanciadas e incluso de los valores centrales o promedios generales ... En cuanto al desarrollo intersectorial, la repercusión del turismo a nivel local, origina un efecto multiplicador sobre las diferentes ramas productivas, que funcionan en el municipio o en el área reinfluencia. Cuando se produce una fuerte llegada de turistas, paralelamente tiene lugar un aumento de las necesidades de ciertos bienes y servicios, lo que a su vez como un proceso en cadena, hace que se desarrollen otros sectores productivos. Pero no sólo se expansionarán éstos, sino que también influyen sobre otros terceros, aunque evidentemente de forma más reducida que a nivel nacional ... En algunos países la existencia de escalas o índices que permitan comparar con el tiempo en qué forma

y cuantía la llegada del turismo ha provocado la mejora social y económica de la población. En el caso concreto de España los municipios turísticos han pasado en el período de expansión turística de poseer los índices generalmente más bajo a los más altos”¹¹ , estudio que está centrado básicamente en el aporte del turismo al desarrollo regional, su repercusión a nivel local es de consideración y origina un efecto multiplicador, por lo que el turismo es considerado hoy en día como una importante arma de desarrollo regional y nacional por su rol dinamizador de la economía.

Sobre el desarrollo del turismo sostenible, Mónica De Las Heras (2004:17), manifiesta que :” A consideración de la Organización Mundial del Turismo (OMT) el turismo sostenible es *aquel que pretende satisfacer las necesidades de los turistas así como de los destinos turísticos, protegiendo e incrementando sus potencialidades para el futuro*, es decir, gestionar los recursos de manera que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas mientras se mantiene la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de vida, Por tanto, el objetivo fundamental del turismo sostenible es mantenerse en el tiempo, necesitando para ello obtener la máxima rentabilidad pero protegiendo los recursos naturales que lo sostienen y respetando e involucrando a la población. Lo cual responde a los tres componentes de la sostenibilidad: *económico*, un turismo sostenible debe ser rentable para que sea viable. Ningún empresario querrá apostar por

¹¹ Idem a (8). Pag. 176 al 179.

la sostenibilidad si su negocio no sale adelante; *social*, un turismo sostenible debe ayudar a reforzar valores de relación y de intercambio de experiencias, tanto de los visitantes como de los habitantes del lugar; *ambiental*, un turismo sostenible tiene que colaborar en la protección y conservación del medio ambiente en el que se desarrolla porque de él depende”¹². En su exposición sobre la necesidad y viabilidad de un turismo sostenible en el tiempo, destaca la importancia y comprensión de la gestión ambiental como un factor de vital importancia en la sostenibilidad del turismo, demostrando que un turismo que no incluya el manejo ambiental, terminaría generando impactos ambientales negativos que podrían poner en riesgo inminente los atractivos turísticos para el disfrute de las generaciones futuras.

En lo relacionado a los clusters turísticos como conglomerados que permiten mejorar los niveles de competitividad del turismo, Ugarte (2005 :228) destaca que:“... El potencial del turismo sostenible como motor de desarrollo regional, provincial o local, no se concreta cabalmente de manera espontánea, es decir, sin la adecuada coordinación de esfuerzos de los distintos actores que intervienen en ella, sin una acción colectiva que cuide e invierta en bienes públicos y actividades que producen tanto externalidades positivas como negativas. La interpretación de los desafíos y diseño de políticas y proyectos a nivel provincial y local requiere de la comprensión de la dinámica de los negocios turísticos, su relación con el entorno social,

¹² Mónica perez de las Heras: “Manual de turismo sostenible: como conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable”. Ediciones Mundi-Prensa. España 2004. Pag. 17 al 58.

cultural, económico y medioambiental, así como la forma en que los actores privados, sociales y públicos interactúan. La experiencia latinoamericana nos conduce a un marco imperativo nacido de la teoría de la administración empresarial y, en particular, de estrategias empresariales exitosas como los *cluster* ... El desarrollo del turismo sostenible en un espacio o destino regional y/o local requiere, además de recursos naturales, un conjunto de servicios y actores, que deben interactuar en forma coordinada a fin de aprovechar las economías de aglomeración y las externalidades que se producen y desarrollar sinergias entre ellas. En general, el desarrollo del turismo sostenible en un destino regional o local requiere de: atractivos turísticos, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, participación de la población local, empresas turísticas, instituciones del conocimiento, los turistas y las condiciones político-institucionales. La competitividad del *cluster* y del territorios está además vinculada a otras condiciones necesarias convergentes en cada sitio, como la infraestructura turística, los sistemas de transporte, las telecomunicaciones, la salud pública (agua potable, enfermedades contagiosas, calidad de atención médica y hospitalaria) y la seguridad. A estas condiciones se agrega el clima general de la economía y de la sociedad en relación a cuestiones como la eficiencia, la puntualidad, la amabilidad y hospitalidad, entre otras, así como las vinculadas con la situación macroeconómica y estabilidad del país que influyen sobre la competitividad del *cluster* y del

territorio"¹³, con lo que destaca que el potencial del turismo sostenible no se concreta de manera automática y espontánea, requiere de la participación y coordinación de todos los actores responsables del desarrollo del turismo como los agentes promotores, las autoridades locales, los gremios empresariales e inclusive la propia población residente para sumar esfuerzos tendientes al logro de objetivos comunes a través de un turismo sostenible como motor de desarrollo regional.

1.6. Marco filosófico:

El turismo que permite a las personas emplear su tiempo libre en actividades de recreación y diversión, viene ganando cada vez mayor espacio y aceptación en el mundo moderno. Su evolución, así como su desarrollo son tan sorprendentes como espectaculares, convirtiéndose en la actualidad en una actividad económica relevante y creciente en la economía de los países; sin embargo, el estudio y la comprensión de esta importante actividad no ha marchado a la misma velocidad que su crecimiento.

En tan relativamente poco tiempo, el turismo ha pasado de ser el disfrute de las minorías castas pudientes a su masificación, por cuanto hoy en día resulta siendo para el hombre común toda una necesidad el hacer turismo, lo que ha llevado a una nueva concepción y comprensión del turismo, no solo como una actividad para el disfrute sino como una actividad económica que puede contribuir de manera considerable al desarrollo nacional y regional de

¹³ Idem a (3) Pág. 228 al 238

los pueblos, ello por cierto invita a una nueva concepción y la producción de un marco teórico que permita entender su importancia y significación en el contexto actual.

El turismo, en los actuales tiempos, es una importante actividad económica de gran importancia para todos los países, precisamente por ello, la necesidad de señalar la incidencia del turismo en el desarrollo socioeconómico de la población residente en el destino turístico, sobre todo teniendo en cuenta que el Callejón de Huaylas es uno de los destinos turísticos de gran importancia en el Perú.

Pero lamentablemente el hombre peruano aún vive entrampado y atascado con la tradicional idea y concepción del turismo costumbrista o convencional de solo disfrute y no como una actividad económica que puede generar impactos de consideración para el desarrollo de los pueblos, por lo que mientras no salgamos de ello, va a resultar un tanto difícil generar y desarrollar un turismo competitivo y sostenible.

Se tiene que entender que el desarrollo de un turismo competitivo y sostenible, no es más que el resultado de la innovación y la mejora permanente y constante del producto turístico. Para ello se hace necesario y fundamental crear una nueva conciencia en la población y los empresarios que lleve a cambiar y crear la propia conformación intelectual y entendimiento de la población acerca del turismo.

No olvidemos que para alcanzar los estándares internacionales, citando sólo a una de ellas como es el caso de Costa Rica, es

necesario salir de lo tradicional o convencional en cuanto a la concepción y desarrollo del turismo.

Se evidencia poca producción científica de teorías que fundamenten y expliquen los crecientes flujos de turistas, así como de los impactos socioeconómicos que estos flujos generan en la población receptora. Sobre el particular, Barreto (2004:87), destaca que:” La falta de producción científica capaz de producir nuevas teorías, para auxiliar la aplicación de mejores técnicas, pero fundamentalmente, para crear nuevos paradigmas. Para que aspiremos a un nuevo modelo de turismo, necesitamos de nuevos paradigmas, referidos al propio turismo y a la sociedad más amplia”¹⁴, con lo que estima la necesidad de teorías con nuevos paradigmas que permitan desarrollar un modelo de turismo alternativo que beneficie tanto a los visitantes como a la población receptora.

Panosso (2008:2), señala que :”El acto de viajar muchas veces es relativizado por los turistas y por los propios estudiosos y empresarios del área. Si los estudios filosóficos fueran utilizados en las reflexiones turísticas, se obtendría un mejor provecho ... ¿Qué es el turismo?, ¿Cómo se produce el conocimiento en el área del turismo? ,¿Cuáles son las bases que fundamentan el conocimiento en turismo?. Todas estas preguntas exigen de respuestas que necesariamente pasarán por la reflexión filosófica”¹⁵, con lo que reconoce la utilidad de las

¹⁴ Barreto, M. (2004): “Produção científica na área de turismo”. In:Moesch.M.M. y Gastal, S. (orgs.). Pag. 83 al 88

¹⁵ Pañoso Netto, Alexandre (2007) : ”Filosofía del Turismo. Una propuesta epistemológica” Pag.2 . <http://biblioteca.universia.net>.

reflexiones filosóficas acerca de la naturaleza del turismo y su conocimiento, que serían de suma utilidad en la comprensión de esta importante actividad económica que adquiere cada vez mayor relevancia en los tiempos actuales.

El turismo en el nuevo enfoque es considerado como una actividad económica y como tal su participación en la formación del Producto Bruto Interno es cada vez creciente, así como en la captación de divisas, y la generación de ingresos y de empleo a favor de la población receptora, lo cual invita a un mayor conocimiento de su naturaleza y su desarrollo, no sólo para comprenderlo mejor, sino para hacerlo más provechoso en el desarrollo regional y nacional.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Tipo de estudio:

2.1. De acuerdo al fin que percibe : Aplicada

2.2. De acuerdo al diseño de investigación : Descriptiva

2.2. Diseño de investigación:

Población:

En el presente estudio, se pretende evaluar el turismo en el Callejón de Huaylas, en sus principales componentes que comprende: Los agentes promotores (organismos públicos y privados responsables de la promoción y el desarrollo), los operadores (empresas que brindan servicios turísticos), los turistas (visitantes) y la población receptora (habitantes del lugar).

Entre los agentes promotores del turismo fueron considerados: la Dirección Regional de Turismo de Ancash, la Cámara de Comercio , Industria y Turismo de Huaraz, el Gobierno Provincial de Huaraz y la Escuela de Formación Profesional de Turismo de la Universidad Nacional "Santiago Antunez de Mayolo". En lo que corresponde a los operadores del turismo; vale decir, las empresas que brindan servicios turísticos, la información fue proporcionada por la Dirección Regional de Turismo de Ancash. Cabe advertir que comprende solamente a las empresas formalmente inscritas para brindar servicios a los turistas, y según el giro del negocio asciende a 217 establecimientos, pero en la realidad son cuando menos más del doble, lo que indica un alto grado de informalidad.

En lo referente a los turistas que visitan el Callejón de Huaylas, se consideró el promedio mensual del año 2006 que alcanza un número de 12,778 turistas aproximadamente, según información proporcionada por la Dirección Regional de Turismo de Ancash. Finalmente en lo que concierne a la población receptora, se asumió la estadística de la Dirección Regional de Salud de Ancash por ser más actualizada y realista. En este caso se ha estim conveniente considerar las unidades familiares que habitan en las provincias que

comprende el Callejón de Huaylas y que en total son 72,666 familias.

Muestra:

Para determinar el tamaño adecuado de la muestra se utilizó la siguiente fórmula estadística para poblaciones finitas:

a. Tamaño inicial sin ajustes:

$$n_0 = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

b. Tamaño definitivo de la muestra, o muestra ajustada:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

Donde:

N = Tamaño de la población

Z = 1.96 para un nivel de confianza del 95%

E = 0.05 Error estándar

p = 0.60 Probabilidad de éxitos

q = 0.40 Probabilidad de fracasos

Aplicando las correspondientes fórmulas, las muestras para cada caso fueron:

- Agentes promotores : la muestra es censal y comprende los cuatro (4) agentes considerados en la población.
- Operadores : 137 establecimientos
- Turistas : 360 visitantes
- Población receptora : 367 habitantes

2.3. Variables y operacionalización de variables

- Variable independiente: El turismo
- Variable dependiente : Desarrollo socioeconómico del Callejón de Huaylas.

Variables	Indicadores
Variable independiente: El turismo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Modelos de desarrollo turístico 2. Planes y programas de desarrollo 3. Competitividad de la industria del turismo 4. Flujos de turistas
Variable dependiente: Desarrollo socioeconómico del Callejón de Huaylas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Influencia del turismo en el nivel de vida de la población 2. Aporte del turismo en la generación de empleo 3. Participación del turismo en el Valor Agregado Bruto Regional. 4. Repercusión del turismo en el desarrollo intersectorial.

2.4. Métodos y técnicas

En lo referente a los agentes promotores, fueron seleccionados solamente aquellas organizaciones que de alguna manera cumplen con su cometido como, la Dirección Regional de Comercio Exterior y de Turismo, la Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Huaraz, la Municipalidad Provincial de Huaraz y la Escuela de Turismo de la Universidad Nacional “Santiago Antunez de Manolo”. Entre los operadores, empresas que brindan servicios turísticos, fueron consideradas solamente las formalmente constituidas, por cuanto existían evidencias de la imposibilidad de obtener información de parte de los informales. Luego, se elaboraron los instrumentos de recolección de información como las guías de entrevistas para los

agentes promotores y los cuestionarios para las encuestas a los operadores, la población local y los turistas. En las guías de entrevistas para los **agentes promotores** del turismo se consideraron preguntas sobre aspectos relacionados al **desarrollo del turismo** que comprende: 1) el modelo de desarrollo, 2) articulación con sectores productivos, 3) viabilidad de planes y programas de desarrollo y, 4) roles de agentes promotores. Sobre la **competitividad** de la industria del turismo las preguntas se centraron en torno a: 1) la planta turística, 2) la calidad y los precios de los servicios turísticos, 3) la promoción y publicidad del Callejón de Huaylas como destino turístico, 4) la competitividad con respecto de otros destinos turísticos y, 5) las causas de la baja competitividad. En lo que concierne a la **contribución del turismo al desarrollo regional** se hicieron preguntas sobre: 1) la participación en la formación del VAB regional, 2) generación de ingresos y, 3) fomento del empleo. En el cuestionario para las encuestas a los **operadores** del turismo fueron considerados: el modelo de desarrollo, los factores por los que el turismo no logra alcanzar el ansiado desarrollo, la planta turística y las posibles causas de la baja competitividad del turismo del Callejón de Huaylas.

En el cuestionario para las encuestas a **la población receptora** se consignaron aspectos relacionados a la generación de ingresos y de empleo por efecto del turismo. Finalmente, en el cuestionario para la encuesta a los **turistas** se consideraron aspectos que tienen que ver

con la promoción y publicidad del Callejón de Huaylas como destino turístico, y la calidad y precios de los servicios turísticos.

La información obtenida de las entrevistas y las encuestas fueron presentadas de manera ordenada y sistematizada en tablas y gráficos para la interpretación y el análisis que correspondió sobre el desarrollo del turismo, la competitividad de la industria del turismo y la contribución del turismo al desarrollo socioeconómico del Callejón de Huaylas.

2.5. Procedimiento y análisis estadístico de datos

Los datos obtenidos de las entrevistas a los agentes promotores del turismo, y las encuestas a operadores del turismo, la población receptora y los turistas que visitan el Callejón de Huaylas fueron incorporados o ingresados al programa computarizado SPSS, que permitió elaborar la base de datos, los análisis estadísticos, y la presentación gráfica y en tablas de los resultados obtenidos.

La información obtenida de la investigación documentaria fueron evaluados críticamente y los resúmenes presentados en tablas y/o gráficos, teniendo como fuente al Instituto Nacional de Estadística e Informática (2007): “Compendio Estadístico de la Región Ancash”, que permitió obtener datos a cerca de los indicadores socioeconómicos, indicadores de la actividad turística y la estructura del Valor Agregado Bruto de la producción regional; Dirección Regional de Industria y Turismo de Ancash (1999): “Plan Regional de Desarrollo Turístico 1999-2010”, y otros informes, que permitió la obtención de datos sobre los planes y programas de desarrollo sectorial, los arribos y pernoctaciones de turistas y los

establecimientos que brindan servicios turísticos; Gobierno Regional de Ancash (2000): "Plan Estratégico de Desarrollo Regional 2001-2010", que proporcionó información sobre planes y políticas de desarrollo regional; PROMPERU (2000) "Manual de importancia e Impacto del Turismo en el Perú".del que se obtuvo información relacionado con el impacto macroeconómico y social del turismo, aporte del turismo al PBI, a la captación de divisas y de ingresos tributarios, entre otros.

Con respecto a las informaciones presentadas como resúmenes, tablas, gráficos, etc., se formularon apreciaciones objetivas. Los resultados de la contrastación de la hipótesis dieron base para formular las conclusiones de la investigación.

III. RESULTADOS

3.1. Resultados de la investigación documental:

Tabla 1: Callejón de Huaylas: Superficie, población total y densidad poblacional

Provincias	Superficie	Población			Densidad (Hab/Km ²)		
		1981	1993	2005	1981	1993	2005
Huaraz	2,492.91	101,396	124,960	148,940	40.67	50.13	59.75
Recuay	2,304.19	22,540	19,824	18,825	9.78	8.60	8.17
Carhuaz	803.95	33,655	40,796	45,334	41.86	50.74	56.39
Yungay	1,361.48	41,238	51,663	56,588	30.26	37.95	41.56
Caraz	2,292.78	42,925	52,158	54,882	18.72	22.75	23.94
Total:	9,255.31	241,754	289,101	324,569			

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) – Censos Nacionales de Población y Vivienda. 2006

En la tabla 1 se presenta la superficie, la población total y la densidad poblacional de habitantes por Km² de las provincias que comprende en Callejón de Huaylas: Huaraz, Recuay, Carhuaz, Yungay y Caraz. Es la provincia de Huaraz como capital de la Región Ancash la que presenta mayor superficie y población, y es la provincia de Recuay quién cuenta con menor población pese de contar con una considerable superficie.

Tabla 2: Región Ancash: Principales indicadores demográficos y sociales año 2006

Indicadores	Perú	Ancash
- Número de miembros por hogar	4.2	4.4
- Tasa de analfabetismo (%)	11.40	22.70
- Población con educación superior (%)	19.70	14.70
- Médicos por 10,000 habitantes	15.00	5.00
- Hogares con telefonía fija (%)	26.60	15.70
- Población ocupada 14 y más años edad (%)	58.30	61.40
- Población Económicamente Activa por sector económico:		
. Sector Primario	37.90	52.70
. Sector Secundario	12.90	9.50
. Sector Terciario	49.20	37.90
- Población emigrante (%)	21.30	31.20
- Vivienda con agua potable (%)		66.10
- Vivienda con energía eléctrica (%)		70.40
- Esperanza de vida al nacer:		
. Mujer		74.10
. Hombre		68.90
- Tasa de mortalidad infantil por cada 1000		34.00

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) – Compendio Estadístico de Ancash 2006.

La tasa de analfabetismo nacional es del 11.40% de la población total, mientras que en la Región Ancash dicha tasa de analfabetismo es del orden del 22.70%, representando un alto grado de analfabetismo regional.

La población nacional con educación superior es del 19.70% y de la Región Ancash es del 14.70% de la población total, lo cual implica una menor formación superior regional.

Médicos por cada 10,000 habitantes a nivel nacional es de 15 y en la Región Ancash es de 5, lo que significa un déficit de estos profesionales en la región.

La población ocupada de 14 y mas años de edad de la Región de Ancash representa el 61.40% del total de su población, siendo, mayor al porcentaje nacional que es del 58.30. La Población Económicamente Activa de la Región Ancash muestra una gran comprensión del 52.70% en el sector primario lo cual indica el alto grado de ocupabilidad en la agricultura, minería y pesca.

Los servicios básicos instalados en las viviendas de la Región Ancash, muestran que un 66.10% cuentan con agua potable y un 70.40% cuentan con energía eléctrica, lo pone en evidencia los déficits en el suministro de esos servicios básicos.

La tasa de emigrantes de la Región Ancash es del 32.20% lo que supera a la tasa nacional que es del 21.30%, siendo la posible causa fundamental el déficit de puestos de empleo en la región.

Tabla 3: Región Ancash: Indicadores socioeconómicos 2001-2006

Indicadores	2001	2002	2003	2004	2005	2006
- Población en situación de pobreza	57.4	55.7	55.2	55.3		
- Población pobre extremo	28.2	23.1	27.3	23.4		
- Población con al menos una necesidad básica insatisfecha.	40.4	45.2	44.9	42.2	42.3	38.3
- Población en vivienda con características inadecuadas (1).	1.9	6.5	7.8	6.2	5.0	5.6
- Población en vivienda sin servicio higiénico.	32.0	34.1	34.9	33.1	32.9	29.5
- Población con déficit calorífico en su alimentación.	26.6	25.0		34.4	27.9	23.8

Fuente: Elaborado con información contenida en el Compendio Estadístico de Ancash 2006 del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

(1) Vivienda de pared de exteriores de estera, quincha o piedra con barro.

La pobreza y la extrema pobreza en la Región Ancash comprende a un considerable porcentaje de la población total, conforme se aprecia en la tabla 3, entre los años 2001 y 2004 el promedio fue del 50% para la pobreza y del 25% para la extrema pobreza.

La población en vivienda sin servicio higiénico es mayor al 30%, lo que compromete los niveles de salubridad, así mismo la población con déficit calorífico en su alimentación alcanza a más del 25% de la población incidiendo en las altas tasas de desnutrición fundamentalmente infantil.

Tabla 4: Región Ancash: Arribos y promedio de permanencia de turistas en la zona sierra 1997-2006

Años	Arribos			Días de permanencia		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
1997	123,726	110,118	13,608	1.40	1.41	1.32
1998	132,048	114,305	17,743	1.56	1.58	1.43
1999	145,602	125,478	20,124	1.53	1.53	1.52
2000	145,758	126,354	19,404	1.78	1.76	1.90
2001	157,461	134,446	23,015	1.70	1.68	1.80
2002	144,748	118,975	25,773	1.88	1.93	1.66
2003	150,238	130,020	20,218	1.56	1.50	1.93
2004	162,339	140,060	22,279	1.62	1.56	1.95
2005	171,043	145,030	26,013	1.48	1.42	1.82
2006	214,253	194,027	20,226	1.39	1.35	1.74

Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo. Anuario Estadístico 1997 – 2006.

Los arribos de turistas nacionales al Callejón de Huaylas presentan una tendencia creciente aunque de poca consideración en comparación de otros destinos turísticos del país como Ayacucho, Lunahuaná y Loreto, mientras que el de turistas extranjeros es casi insignificante en últimos ocho años.

La permanencia promedio de días de los visitantes no alcanza ni a los dos días, lo que evidencia la fugacidad de las visitas.

Tabla 5: Región Ancash: Capacidad instalada de camas en la zona sierra 1998-2006.

Años	Arribos	Pernoctaciones	Camas	Permanencia Días
1998	132,048	206,013	5,827	1.56
1999	145,602	222,861	5,898	1.53
2000	145,758	259,138	5,845	1.78
2001	157,461	267,476	4,904	1.70
2002	144,748	272,495	5,447	1.88
2003	150,238	234,286	6,829	1.58
2004	162,339	262,192	6,905	1.62
2005	171,043	253,386	7,092	1.48
2006	214,253	297,628	7,730	1.39

Fuente: Regional de Comercio Exterior y Turismo. Anuario Estadístico 1998 – 2006.

La capacidad hotelera en el Callejón de Huaylas, como podemos observar en la tabla, supera la demanda de este servicio, lo que genera una alta tasa de capacidad instalada hotelera ociosa.

Tabla 6: Región Ancash: Visitantes nacionales y extranjeros al Parque Nacional Huascarán por meses 2006, según puesto de control

Puesto Control	Total	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Llanganuco	91596	2272	1814	5959	3375	2317	9937	8365	4605	27225	21694	4033
Carpa	68905	36	58	4053	2311	1737	9175	7473	4961	29287	4219	5595
Purhuay	2244	52	53	28	519	198	195	108	210	628	94	159
Quilcayhuanca	504	17	40	32	106	0	32	1	82	79	33	82
Ulta	345	0	0	0	0	6	117	31	0	92	99	0

Fuente: Administración del Parque Nacional Huascarán, Región Ancash ,2006

La laguna de Llanganuco representa un destino un tanto obligado de los visitantes al Callejón de Huaylas y como se puede apreciar en el

cuadro reporta mayores ingresos en los meses de julio, agosto, octubre y noviembre, lo cual implica que los flujos turísticos no son permanentes. Los dos primeros meses coinciden con las fiestas patrias y el aniversario de la ciudad de Huaraz, mientras que los dos últimos meses es debido a viajes de promoción de escolares.

Tabla 7: Región Ancash: Principales indicadores de la actividad de turismo 2001-2006. (Valores a precios constantes de 1994, en miles de Nuevos Soles)

Año	VAB Ancash	VA Turismo Perú	VA Turismo Ancash	Participación % en el VA Regional	Participación % en el VA Turismo Perú
2001	4 265,049	7 870,117	148,287	3.5	1.9
2002	5 002,699	9 185,132	153,687	3.1	1.7
2003	5 109,025	8 660,954	163,153	3.2	1.9
2004	5 254,243	9 164,042	174,267	3.3	1.9
2005	5 419,914	9 811,384	183,448	3.4	1.9
2006	5 557,132	10 519,809	195,519	3.5	1.9

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) – Dirección Nacional de Cuentas Nacionales.

En la tabla, se puede apreciar que la participación del turismo en el Valor Agregado Regional es tan sólo del 3.4% y en el Valor Agregado del Turismo Nacional es tan sólo del 1.9%. Se aprecia también que el crecimiento porcentual anual del Valor Agregado resulta siendo menor al Valor Agregado Regional.

Tabla 8: Región Ancash: Valor Agregado Bruto, según grandes actividades económicas 2001-2006

Actividades	Años					
	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Valor Agregado Bruto	4 265,049	5 002,699	5 109,025	5 254,243	5 418,914	5 557,132
Agricultura y ganadería	348,700	353,664	351,441	336,208	341,601	332,371
Pesca	117,310	98,911	93,970	160,679	100,100	92,586
Minería	1 177,168	1 907,144	1 902,544	1 783,033	1 829,297	1 758,539
Manufactura	670,450	580,137	610,091	711,461	718,927	792,417
Electricidad y agua	127,157	153,467	153,338	158,643	195,908	194,415
Construcción	187,115	195,774	218,372	236,126	259,312	295,361
Comercio	289,365	298,988	305,662	321,381	342,770	383,071
Transportes y comunic.	309,605	326,636	340,980	358,885	381,199	389,480
Restaurantes y hoteles	90,155	92,568	97,363	102,448	106,648	111,572
Servicios gubernamental	239,703	260,481	277,789	299,908	322,646	344,801
Otros servicios	708,321	734,929	757,475	785,475	820,506	862,519

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) – Dirección Nacional de Cuentas Nacionales.2006

El Valor Agregado Bruto del turismo, representado en la tabla por restaurantes y hoteles, es menor al de las demás actividades económicas de la Región Ancash como la agricultura y ganadería, pesca, minería, manufactura, construcción, comercio, entre otros.

Tabla 9: Región Ancash: Estructura porcentual del Valor Agregado bruto, según grandes actividades económicas 2001-2006 (A precios constantes de 1994)

Actividades	Años					
	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Valor Agregado Bruto	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
- Agricultura y ganadería	8.2	7.1	6.9	6.4	6.3	6.0
- Pesca	2.8	2.0	1.8	3.1	1.8	1.7
- Minería	27.6	38.1	37.2	33.9	33.8	31.6
- Manufactura	15.7	11.6	11.9	13.5	13.3	14.3
- Electricidad y agua	3.0	3.1	3.0	3.0	3.6	3.5
- Construcción	4.4	3.9	4.3	4.5	4.8	5.3
- Comercio	6.8	6.0	6.0	6.1	6.3	6.9
- Transportes y comunicaciones	7.3	6.5	6.7	6.8	7.0	7.0
- Restaurantes y hoteles	2.1	1.9	1.9	1.9	2.0	2.0
- Servicios gubernamentales	5.6	5.2	5.4	5.7	6.0	6.2
- Otros servicios	16.6	14.7	14.8	14.9	15.1	15.5

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) – Dirección Nacional de Cuentas Nacionales.

La participación del turismo, representado por hoteles y restaurantes, en la estructura porcentual del Valor Agregado Bruto de la Región Ancash apenas alcanza el 2%, resultando la actividad económica con menor participación en la generación del Valor Agregado Regional.

Planes de desarrollo del turismo:

En la Región Ancash se han formulado algunos planes de desarrollo regional y de desarrollo del turismo, siendo los más importantes el Plan Estratégico de Desarrollo Regional Ancash: 2001-2010 y el Plan Regional de Desarrollo Turístico.

En el Plan Estratégico de Desarrollo Regional Ancash: 2001-2020 se reconoce al turismo como uno de los ejes de desarrollo, asumiendo como objetivos y acciones estratégicas: “...*objetivos a 10 años*: turismo de naturaleza y recreación, 700 mil turistas; turismo costumbrista, 300 mil turistas; La región Ancash ha logrado posicionarse como el principal destino turístico para la clase media nacional; el Callejón de Huaylas es el primer destino nacional de turismo receptivo de naturaleza ... *Acciones estratégicas*: planes de sitio en los circuitos turísticos, descentralización y desconcentración; sistemas de comercialización; promoción de la inversión privada para la dotación de infraestructura turística adecuada; producción y difusión de materiales de información y promoción turística; elaboración y difusión del potencial turístico regional vía página web; puesta en valor de sitios arqueológicos en los nuevos circuitos turísticos; ubicación de áreas para albergues y refugios de montaña; monitoreo del turismo de naturaleza, de recreación y costumbrista; manejo adecuado de los residuos producidos para evitar la contaminación de los ecosistemas usados como turismo; entre otros...”¹⁶

La Dirección Regional de Industria y Turismo de Ancash, conciente de su rol protagónico en el desarrollo del turismo regional, en el año 1998 formula y publica el Plan Regional de Desarrollo Turístico, reconociendo a la actividad turística como la más dinamizadora de la economía regional. Este plan de desarrollo es lo fundamental

¹⁶ Gobierno Regional de Ancash: “Plan estratégico de desarrollo regional 2001-2020”. Huaraz, Perú 2001. Pag. 13 y 14.

consigna: “...*Resultados del diagnóstico participativo*: se identificaron los problemas más saltantes que adolece la región en materia turística, resaltando entre otros problemas: la falta de ordenamiento territorial e infraestructura turística regional; la no definición de roles institucionales, tanto del sector estatal como del privado, provocando descoordinaciones en el manejo de la actividad; no existe una promoción apropiada y de un buen marketing turístico; y las unidades empresariales de la actividad turística no se encuentran preparadas para un desarrollo dinámico y competitivo del turismo ... *Objetivos del Plan Regional de Desarrollo Turístico*: responden a una visión de largo plazo. Estos objetivos se agrupan en general: “Contribuir al desarrollo integral de la región Ancash, para alcanzar el bienestar social de la población”, y en específicos: mejorar y optimizar la oferta turística regional, aprovechando las ventajas competitivas en recursos y atractivos turísticos; gerenciar concertadamente y con la participación activa de los agentes involucrados, las actividades de desarrollo turístico regional; promover una actividad turística competitiva donde la excelencia en la prestación de los servicios, garantice el posicionamiento del mercado nacional e internacional en la Región Ancash; fortalecer la identidad turística regional que conduzca a rescatar los valores naturales y culturales de cada una de las áreas, convirtiéndolas ventajas socio-económicas en la actividad turística; y promover y desarrollar actividades turísticas diversificadas

que aseguren real y efectivamente un crecimiento sostenido de la región...”¹⁷

3.2.. Resultados de entrevistas a agentes promotores del turismo en el Callejón de Huaylas:

Tabla 10: Desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas a consideración de los agentes promotores del turismo.

Elementos para el desarrollo del turismo	Agentes promotores del turismo			
	Dirección Regional de Turismo	Cámara Comercio de Huaraz	Gobierno Provincial de Huaraz	Escuela de Turismo UNASAM
1. Modelo de desarrollo	Ecológico y de aventura.	Convencional	Convencional	Convencional
2. Articulación con sectores productivos	Poco articulado	Nada articulado	Nada articulado	Nada articulado
3. Viabilidad de Planes Desarrollo	Poco viable	Poco viable	Poco viable	Poco viable
4. Roles Agentes Promotores turismo	Nada eficiente	Poco eficiente	Poco eficiente	Poco eficiente

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la encuesta a Agentes Promotores del Turismo Regional en el Callejón de Huaylas. Huaraz, 2008.

A consideración de la Cámara de Comercio de Huaraz, el Gobierno Provincial de Huaraz y la Escuela de Turismo de la UNASAM, el modelo de desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas es un modelo convencional, sólo la Dirección regional de Turismo admite que el modelo es ecológico y de aventura.

La industria del turismo del Callejón de Huaylas no está articulada con las demás actividades productivas de la economía regional conforme lo señalan los responsables la Cámara de Comercio de Huaraz, el Gobierno provincial de Huaraz y la Escuela de Turismo de

¹⁷ Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Ancash: “Plan regional de desarrollo turístico”. Huaraz, Perú 1998. Pag. 16 y 17.

la UNASAM , mientras que para la Dirección Regional de Turismo de Ancash es poco significativa dicha articulación, conforme se puede observar en los resultados de las entrevistas a agentes promotores del turismo consignadas en la tabla 10.

Todos los agentes promotores encuestados coinciden en señalar que cuentan con un Plan de Desarrollo Regional del Turismo, pero admiten su poca viabilidad, estiman también la poca viabilidad del Plan de Desarrollo Regional de Turismo de la Dirección Regional de Turismo de Ancash.

La Cámara de Comercio de Huaraz, el Gobierno provincial de Huaraz y la Escuela de Turismo de la UNASAM califican como regular los roles y desempeño de los agentes promotores del turismo regional, sólo la Dirección Regional de Turismo lo califica como malo.

Tabla 11: Competitividad de la industria del turismo a consideración de los Agentes promotores del turismo

Factores considerados	Agentes promotores del turismo			
	Dirección Regional de Turismo	Cámara de Comercio de Huaraz	Gobierno Provincial de Huaraz	Escuela de Turismo UNASAM
1. Planta turística	Inadecuados	Suficientes	Insuficientes	Suficientes
2. Calidad de servicios Turísticos	Regular	Bueno/regular	Regular	Regular
3. Precios de servicios turísticos	Caros	Razonables	Excesivos	Razonables
4. Promoción y Publicidad	Insuficiente	Insuficiente	Insuficiente	Insuficiente
5. Competitividad frente a otros destinos turísticos	Poco Competitivo	Medianamente Competitivo	Poco competitivo	Medianamente Competitivo
6. Causas de la baja Competitividad	Marketing turístico inapropiado	Planes y políticas de desarrollo inadecuados	Calidad de servicios turísticos	Marketing turístico inapropiado
7. Clusters turísticos	No existen	No existen	No existen	No existen

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la encuesta a Agentes Promotores del Turismo Regional en el Callejón de Huaylas. Huaraz, 2008.

Para la Cámara de Comercio de Huaraz y la Escuela de Turismo de la UNASAM, la planta turística con que cuenta el Callejón de Huaylas es suficiente, mientras que para el Gobierno Provincial de Huaraz resulta siendo insuficiente.

Los servicios turísticos ofertados en el Callejón de Huaylas son de calidad regular a consideración de la Dirección Regional de Turismo de Ancash, el Gobierno provincial de Huaraz y la Escuela de Turismo de la UNASAM. La Cámara de Comercio de Huaraz admite que la calidad de esos servicios van de regular a bueno, y Los precios de los servicios turísticos en el Callejón de Huaylas son razonables para la Cámara de Comercio de Huaraz y la Escuela de Turismo de la UNASAM, mientras que para la Dirección Regional de Turismo de Ancash son caros y excesivos para el Gobierno provincial de Huaraz. La gestión de las empresas de servicios turísticos es considerado como deficiente por la Dirección Regional de Turismo de Ancash, el Gobierno provincial de Huaraz y la Escuela de Turismo de la UNASAM, sólo la Cámara de Comercio de Huaraz admite como de medianamente eficiente.

En lo referido a la promoción y publicidad del Callejón de Huaylas como destino turístico, de manera coincidente todos los agentes promotores del turismo regional reconocen como insuficientes.

En lo que corresponde a la competitividad del turismo del Callejón de Huaylas en comparación con otros destinos turísticos del país, los agentes promotores del turismo regional estiman que son poco o medianamente competitivos, señalando como causa fundamental de

la baja competitividad a los planes y programas de desarrollo y marketing turístico inapropiados.

Los agentes promotores del turismo regional, reconocen la no conformación de los clusters turísticos en el ámbito del Callejón de Huaylas, ni otros conglomerados o municipios turísticos, solo admiten los intentos realizados sobre el particular.

Tabla 12: Incidencia del turismo en el desarrollo socioeconómico del Callejón de Huaylas

Incidencia del turismo en el desarrollo socioeconómico	Agentes promotores del turismo			
	Dirección Regional de Turismo	Cámara de Comercio de Huaraz	Gobierno Provincial de Huaraz	Escuela de Turismo UNASAM
1. En la formación del VAB regional	Participación mediana	Poca participación	Poca participación	Poca participación
2. En los ingresos de las familias	Medianamente representativo	Medianamente representativo	Poco representativo	Poco representativo
3. En la generación de empleo	Poca incidencia	Poca incidencia	No tiene incidencia	Poca incidencia
4. En el desarrollo intersectorial	Poco significativo	Poco significativo	Nada significativo	Nada significativo
5. En el desarrollo regional	Medianamente significativo	Poco significativo	Poco significativo	Poco significativo

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la encuesta a Agentes Promotores del Turismo Regional en el Callejón de Huaylas. Huaraz, 2008.

La Cámara de Comercio de Huaraz, el Gobierno Provincial de Huaraz y la Escuela de Turismo de la UNASAM reconocen como poco significativo a la incidencia del turismo al desarrollo regional. La Dirección Regional de Turismo de Ancash estima como medianamente significativo dicha contribución.

El Gobierno Provincial de Huaraz y la Escuela de Turismo de la UNASAM consideran como poco significativo la influencia del turismo en el nivel de vida de la población local. Para la Dirección Regional de

Turismo de Ancash y la Cámara de Comercio de Huaraz esa contribución resulta siendo medianamente significativo.

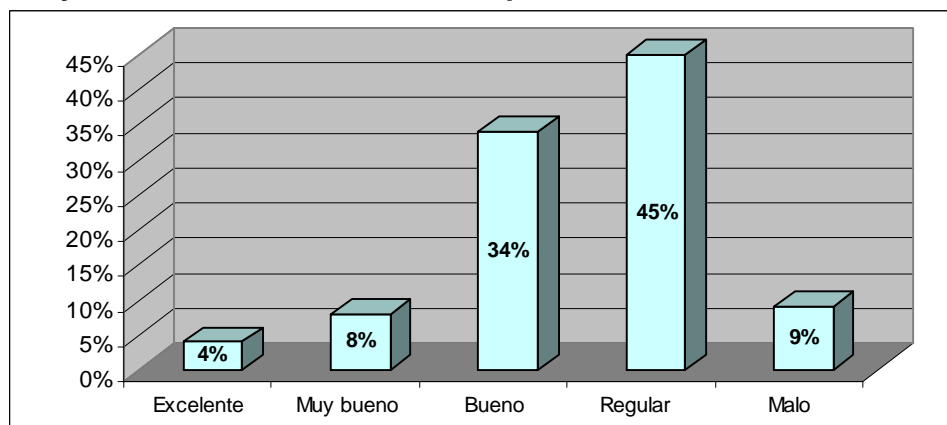
La repercusión del turismo en el desarrollo intersectorial es considerada como poco significativa por la mayoría de los agentes promotores del turismo regional.

Casi todos los agentes promotores del turismo regional con excepción del Gobierno Provincial de Huaraz consideran como medianamente significativo el aporte del turismo en la generación de empleo en el Callejón de Huaylas.

En cuanto a que si la industria del turismo está o no articulado con las demás actividades de la economía regional, la gran mayoría de los agentes promotores del turismo regional señalan que lamentablemente no está articulado.

3.3. Resultados de encuestas a operadores del turismo en el Callejón de Huaylas:

Figura 1: Calificación del desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas a consideración de los operadores del turismo.



Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de la encuesta a operadores de turismo en el Callejón de Huaylas. Huaraz 2008.

Un 45% de los operadores del turismo encuestados califican como regular el desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas, mientras

que para un 34% es bueno y para un 9% es malo o deficiente dicho desarrollo.

Tabla 13: Modelo de desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas a consideración de los operadores de turismo

Consideraciones	Frecuencia	Porcentaje
Convencional	65	47%
Ecológico	20	15%
Sostenible	13	9%
Aventura	32	23%
Otro	7	6%

Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de la encuesta a operadores de turismo en el Callejón de Huaylas. Huaraz 2008.

El modelo de desarrollo del turismo implementado en el Callejón de Huaylas, a consideración del 47% de los operadores encuestados es demasiado tradicional, para un 23% es de aventura y para un 15% es ecológico, y sólo para un 9% es sostenible.

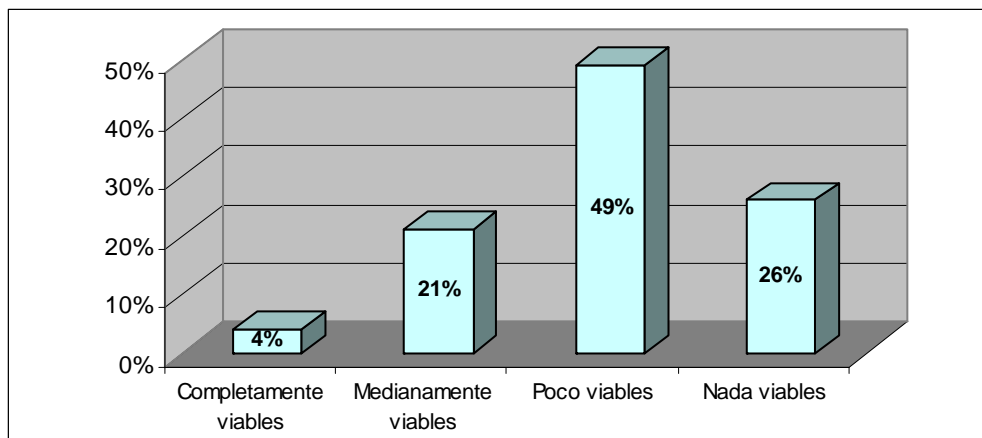
Tabla 14: Factores por los que el turismo no logra alcanzar el desarrollo esperado en el Callejón de Huaylas a consideración de operadores de turismo

Factores	Frecuencia	Porcentaje
Modelo de desarrollo convencional	74	54%
Incapacidad de agentes promotores	37	27%
Protagonismos de autoridades	7	5%
Desinterés y descuido de operadores	15	11%
Otros	4	3%
Total:	137	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de la encuesta a operadores de turismo en el Callejón de Huaylas. Huaraz 2008.

El 54% de los operadores encuestados admiten al modelo de desarrollo convencional como factor principal para que el turismo no logra alcanzar el desarrollo esperado en el Callejón de Huaylas. Un 27% estima como factor principal a la incapacidad de los agentes promotores del turismo regional y un 11% al desinterés y descuido de los propios operadores.

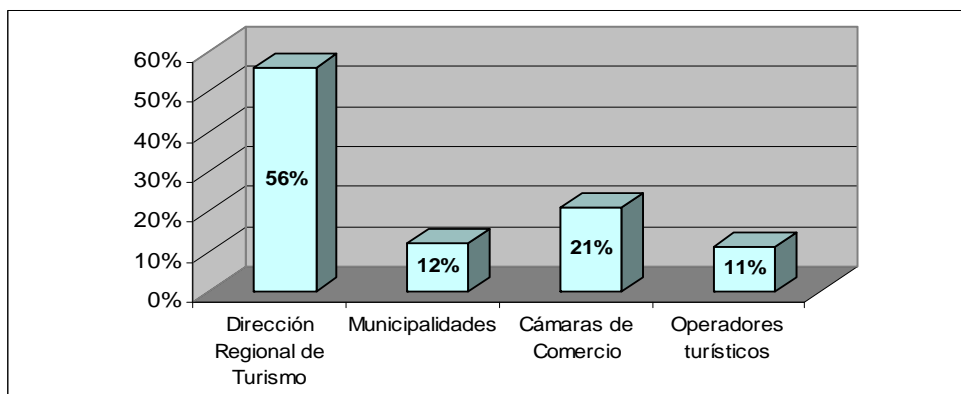
Figura 2: Calificación de planes y programas de desarrollo del turismo implementados por agentes promotores a consideración operadores de turismo



Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de la encuesta a operadores de turismo en el Callejón de Huaylas. Huaraz 2008

Los planes y programas de desarrollo del turismo implementados por los agentes promotores en el Callejón de Huaylas es considerado por el 49% de los operadores encuestados como poco viables. Para un 26% son nada viables y para un 21% son medianamente viables.

Figura 3: Organismo que debe liderar el desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas a consideración de operadores de turismo

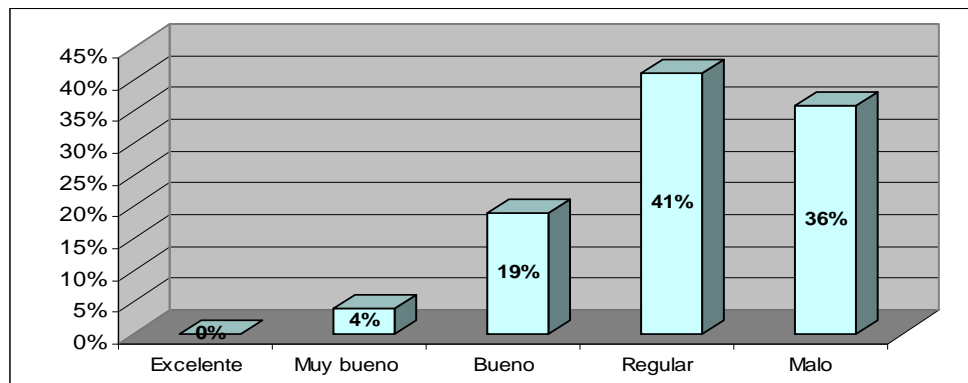


Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de la encuesta a operadores de turismo en el Callejón de Huaylas. Huaraz 2008.

El 56% de los operadores encuestados advierte que debe ser la Dirección Regional de Turismo de Ancash quién debe liderar el desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas. El 21% asume que

debe ser la Cámara de Comercio de Huaraz y 12% estima que deben ser las Municipalidades del Callejón de Huaylas.

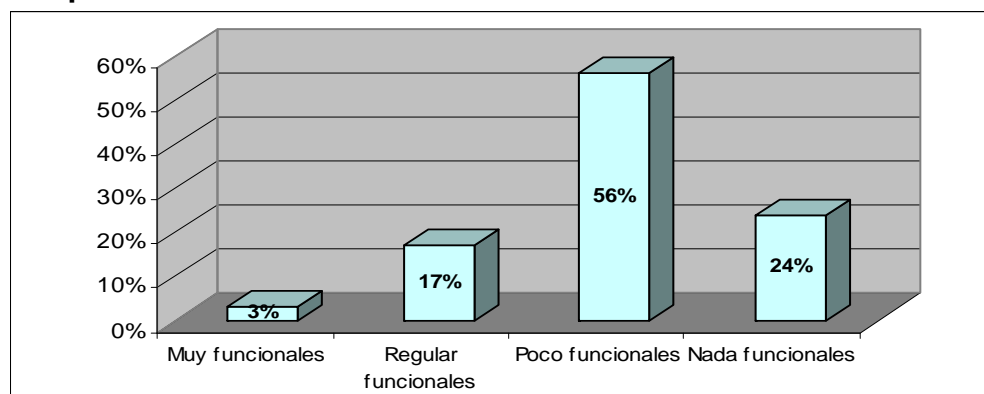
Figura 4: Calificación de roles y desempeño de agentes promotores a consideración de operadores de turismo.



Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de la encuesta a operadores de turismo en el Callejón de Huaylas. Huaraz 2008.

Un 41% de los operadores encuestados denotan como regular los roles y desempeño de los agentes promotores del turismo regional. Para un 36% resulta siendo malo o deficiente y solo para un 19% es bueno el desempeño de dichos agentes.

Figura 5: Funcionalidad de alianzas estratégicas para el desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas a consideración de operadores de turismo

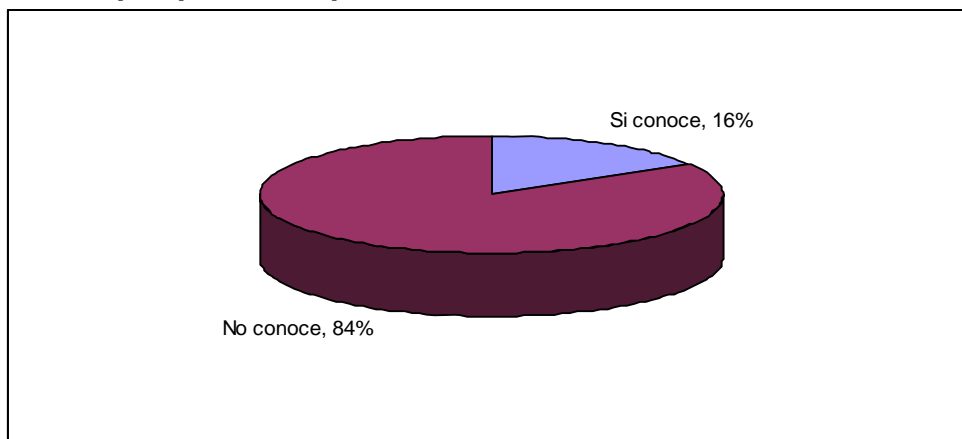


Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de la encuesta a operadores de turismo en el Callejón de Huaylas. Huaraz 2008.

Las alianzas estratégicas convenidas por la Dirección Regional de Turismo de Ancash con organismo públicos y/o privados resultan siendo poco funcionales a consideración del 56% de los operadores

encuestados. Un 24% admite como nada funcionales y un 17% como regular funcionales.

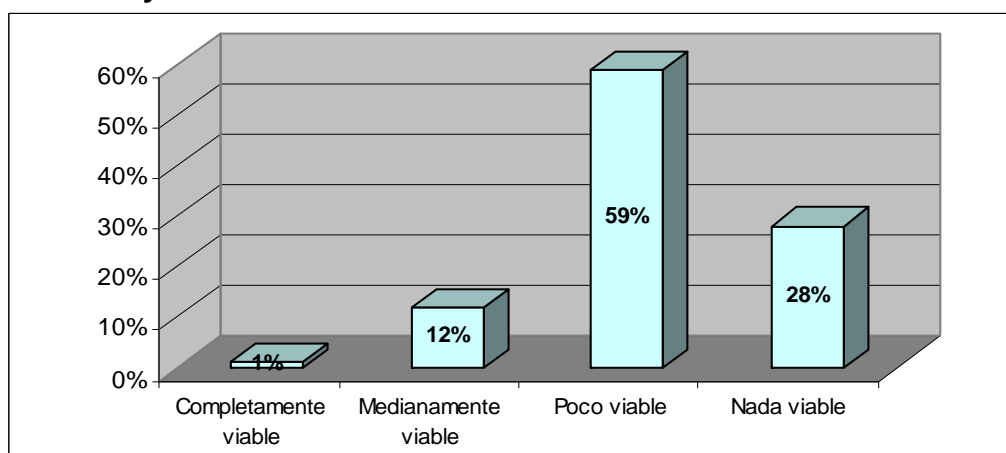
Figura 6: Conocimiento del Plan Regional de Desarrollo del Turismo de la Dirección Regional de Industria y Turismo de Ancash por parte de operadores de turismo



Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de la encuesta a operadores de turismo en el Callejón de Huaylas. Huaraz 2008.

Un preocupante 84% de los operadores del turismo encuestados admiten no conocer el Plan de Desarrollo Turístico de la Dirección Regional de Ancash que fuera aprobado e implementado en el año de 1998, sólo un 16% de los encuestados indica conocer dicho Plan de Desarrollo.

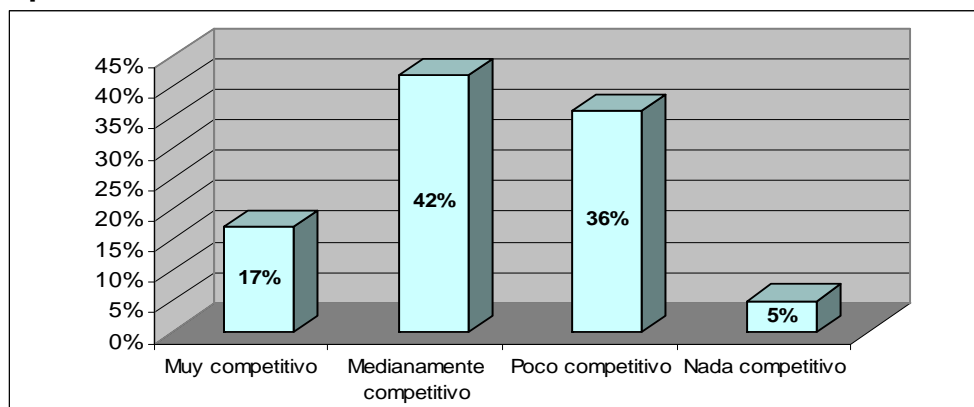
Figura 7: Consideraciones de los operadores del turismo al Plan Regional de Desarrollo del Turismo de la Dirección Regional de Industria y Turismo



Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de la encuesta a operadores de turismo en el Callejón de Huaylas. Huaraz 2008.

El 59% de los operadores encuestados revela la poca viabilidad del Plan de Desarrollo Regional de Turismo de la Dirección Regional de Turismo de Ancash, un 28% lo considera como nada viable y un 12% como medianamente viable.

Figura 8: Competitividad del turismo del Callejón de Huaylas en comparación con otros destinos turísticos a consideración de operadores de turismo



Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de la encuesta a operadores de turismo en el Callejón de Huaylas. Huaraz 2008.

La competitividad del turismo del Callejón de Huaylas en comparación con otros destinos turísticos del país, es asumido como medianamente competitivo por el 42% de los operadores encuestados, mientras que el 36% reconoce como poco competitivo y solo un 17% como muy competitivo.

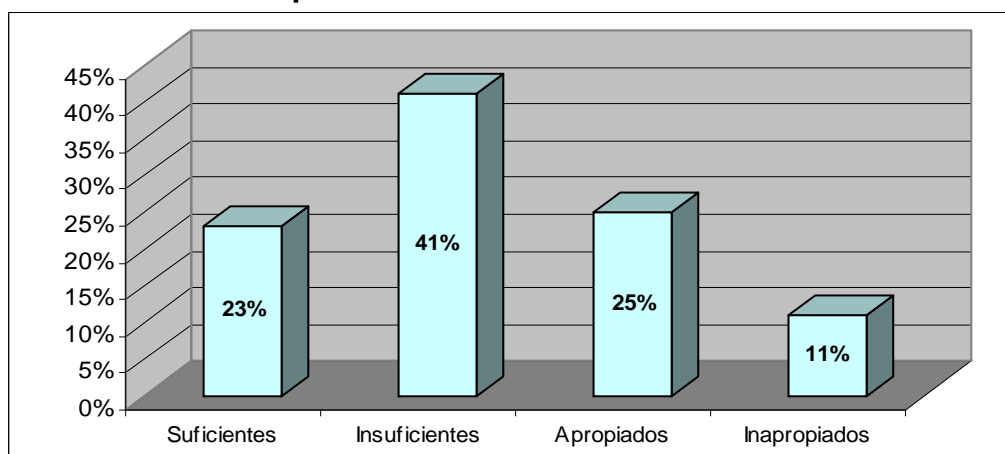
Tabla 15: Posibles causas de la baja competitividad del turismo del Callejón de Huaylas a consideración de operadores de turismo

Posibles causas	Frecuencia	Porcentaje
Planes y políticas incoherentes	84	61%
Calidad de los servicios turísticos	23	17%
Marketing turístico inadecuado	18	13%
Deficiencias en la gestión empresarial	12	9%
Total:	137	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de la encuesta a operadores de turismo en el Callejón de Huaylas. Huaraz 2008.

Un 61% de los operadores encuestados señala a los planes y políticas de desarrollo incoherentes como la causa principal de la baja competitividad del turismo del Callejón de Huaylas, para un 17% es la calidad de los servicios turísticos y un 13% estima como causa al marketing turístico inadecuado.

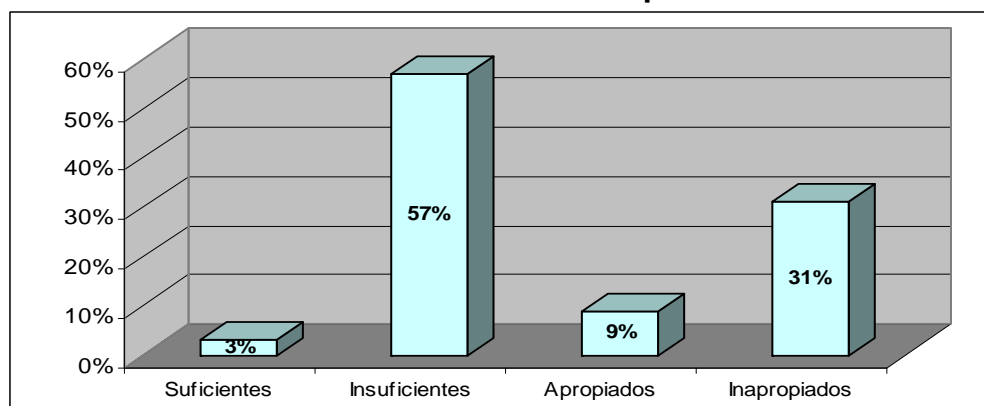
Figura 9: Planta turística con que cuenta el Callejón de Huaylas a consideración de operadores del turismo



Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de la encuesta a operadores de turismo en el Callejón de Huaylas. Huaraz 2008.

La planta turística que provee bienes y servicios turísticos en el Callejón de Huaylas, es considerado como insuficiente por el 41% de los operadores encuestados, solo el 23% admite como suficientes

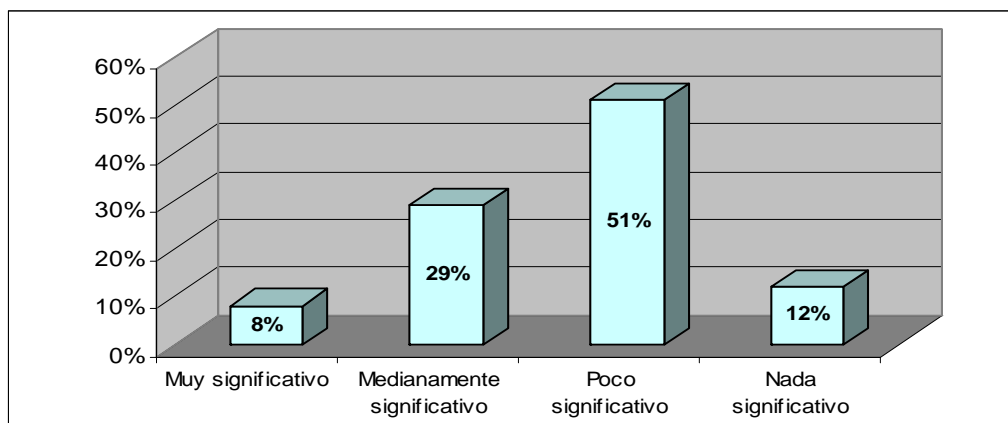
Figura 10: Promoción y publicidad del Callejón de Huaylas como destino turístico a consideración de operadores de turismo



Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de la encuesta a operadores de turismo en el Callejón de Huaylas. Huaraz 2008.

El 57% de los operadores encuestados estima como insuficientes la promoción y publicidad del Callejón de Huaylas como destino turístico, un 31% advierte como inapropiados y solo un 3% asume como suficientes.

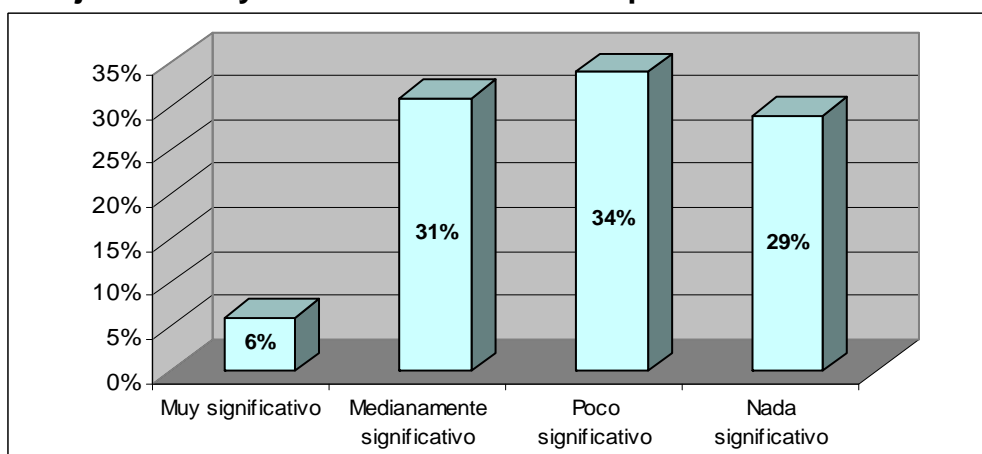
Figura 11: Incidencia del turismo en los ingresos de las familias del Callejón de Huaylas a consideración de operadores de turismo



Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de la encuesta a operadores de turismo en el Callejón de Huaylas. Huaraz 2008.

En lo concerniente a la influencia del turismo en la mejora del nivel de vida de la población residente del Callejón de Huaylas, un 51% de los operadores encuestados reconocen como poco significativo, para un 29% es medianamente significativo y para un 12% nada significativo.

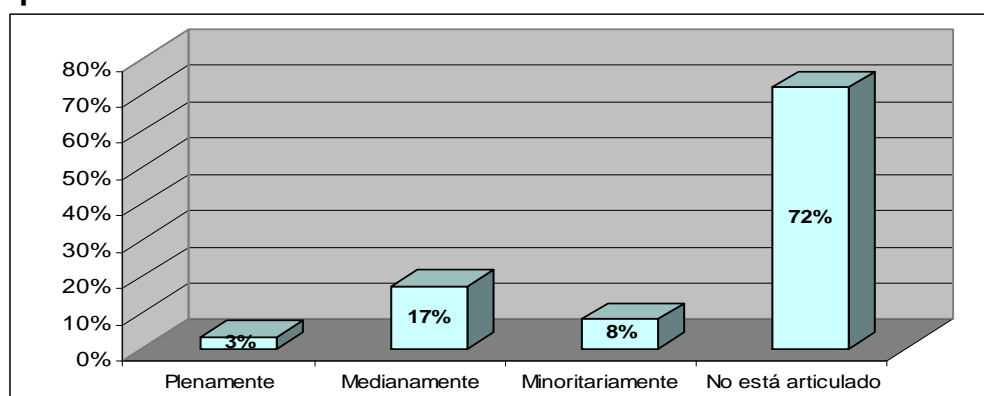
Figura 12: Aporte del turismo en la generación de empleo en el Callejón de Huaylas a consideración de operadores de turismo



Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de la encuesta a operadores de turismo en el Callejón de Huaylas. Huaraz 2008

El aporte del turismo en la generación de empleo en el Callejón de Huaylas, es considerado por el 34% de los operadores encuestados como poco significativo, un 31% admite como medianamente significativo y un 29% como nada significativo.

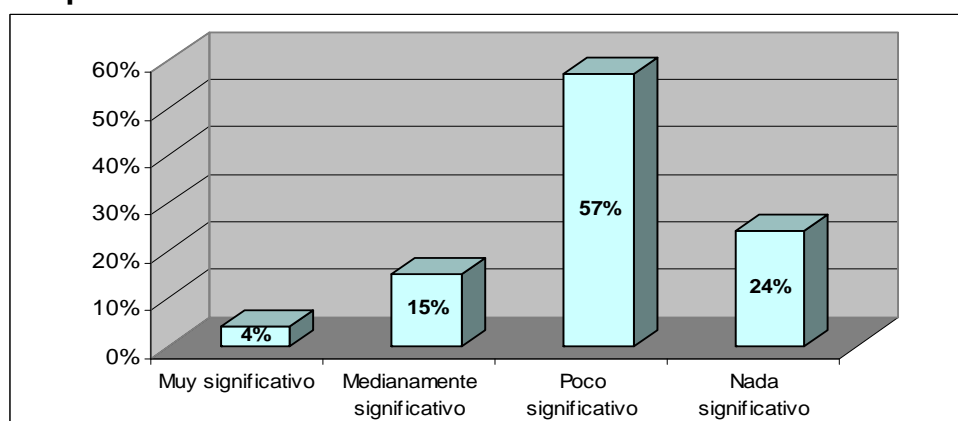
Figura 13: Articulación del turismo con sectores productivos de la economía en el Callejón de Huaylas a consideración de operadores de turismo



Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de la encuesta a operadores de turismo en el Callejón de Huaylas. Huaraz 2008.

El 72% de los operadores del turismo encuestados advierten que el turismo como actividad económica no está articulado a las demás actividades económicas que se desarrollan en el Callejón de Huaylas y un 17% estima que solo está articulado medianamente.

Figura 14: repercusión del turismo en el desarrollo de otros sectores productivos en el Callejón de Huaylas a consideración de operadores de turismo

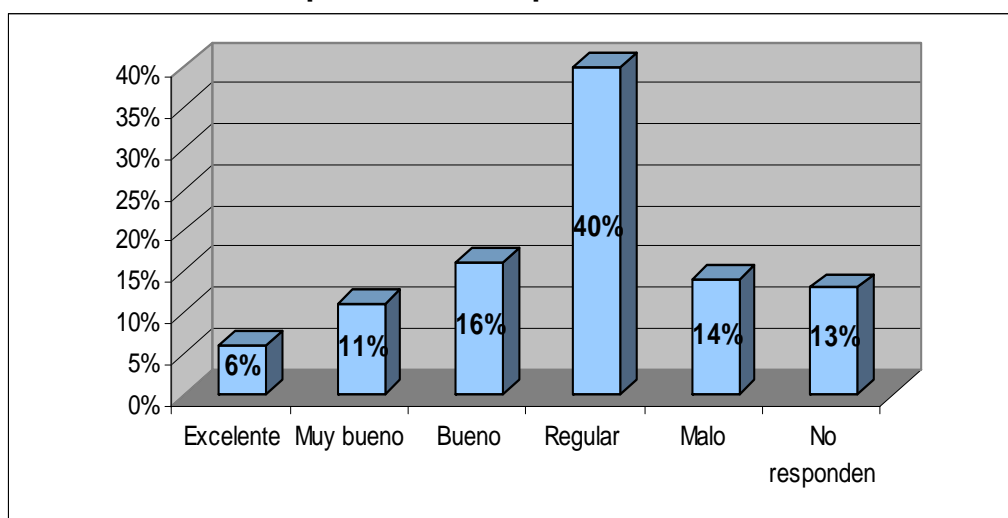


Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de la encuesta a operadores de turismo en el Callejón de Huaylas. Huaraz 2008.

En relación a la repercusión del turismo al desarrollo de otras actividades económicas en el Callejón de Huaylas, el 57% de los operadores encuestados reconocen como poco significativo, un 24% como nada significativo y un 15% como medianamente significativo.

3.4. Resultados de las encuestas a la población residente en el Callejón de Huaylas:

Figura 15: Desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas a consideración de la población receptora



Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de la encuesta a la población del Callejón de Huaylas. Huaraz 2008.

El 40% de la población residente encuestada considera como regular el desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas, un 16% estima como bueno y 14% como malo o deficiente.

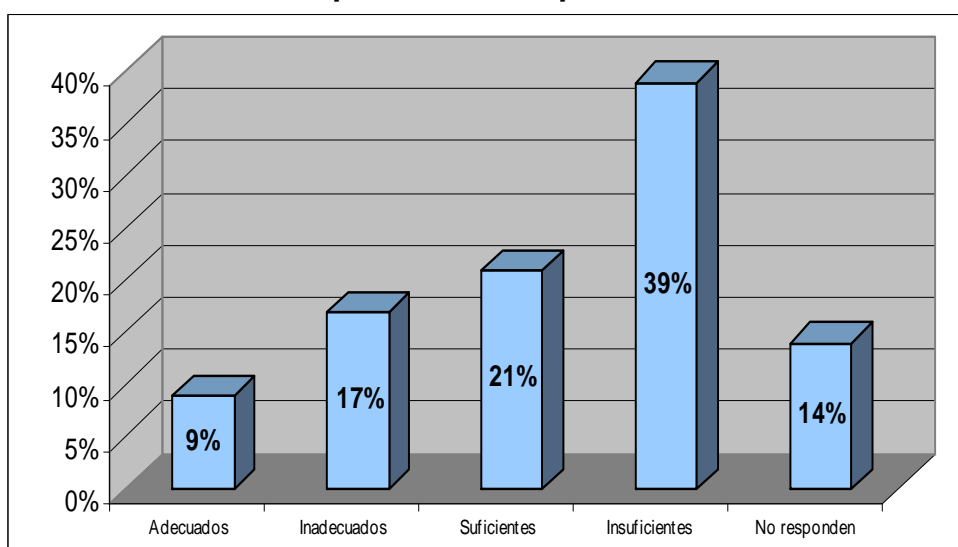
Tabla 16: Posibles causas por los que el turismo del Callejón de Huaylas no logra alcanzar el desarrollo esperado a consideración de la población receptora

Razones	Frecuencia	Porcentajes
Modelo de desarrollo convencional	125	34%
Incapacidad de agentes promotores	117	32%
Protagonismos de autoridades	22	6%
Descuido y desinterés de operadores	30	8%
Otros	0	0%
No responden	73	20%
Total:	367	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de la encuesta a la población del Callejón de Huaylas. Huaraz 2008

El modelo de desarrollo tradicional del turismo, es asumido por el 34% de la población residente como la principal causa para que el turismo no logre alcanzar el desarrollo esperado en el Callejón de Huaylas, un 32% revela a la incapacidad de agentes promotores y un 8% al descuido y desinterés de los propios operadores como los posibles causantes para no alcanzar ese desarrollo.

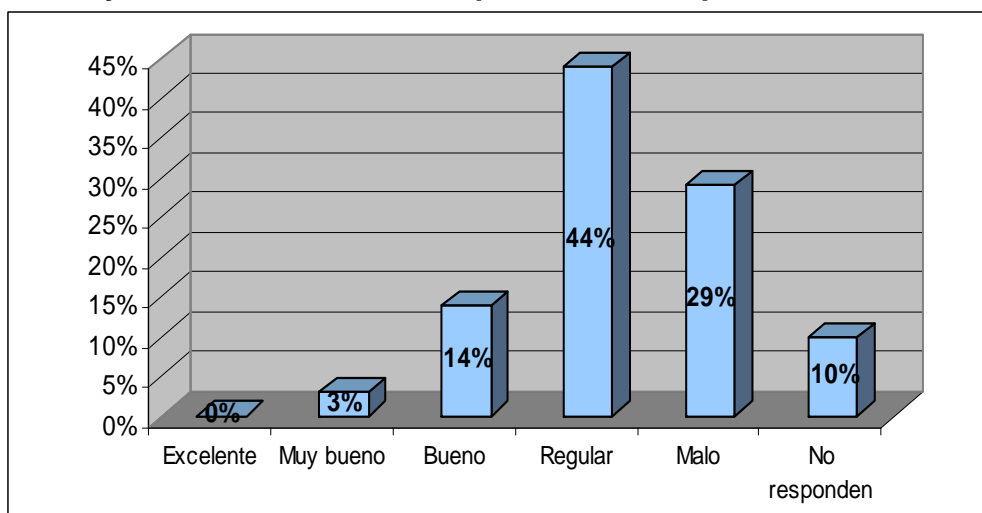
Figura 16: Planta turística con que cuenta el Callejón de Huaylas a consideración de la población receptora



Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de la encuesta a la población del Callejón de Huaylas. Huaraz 2008

En lo que corresponde a la planta turística que provee de servicios turístico en el Callejón de Huaylas, el 39% de la población residente encuesta revela como insuficientes, mientras que el 17% advierte como inadecuados y solo un 21% como suficientes.

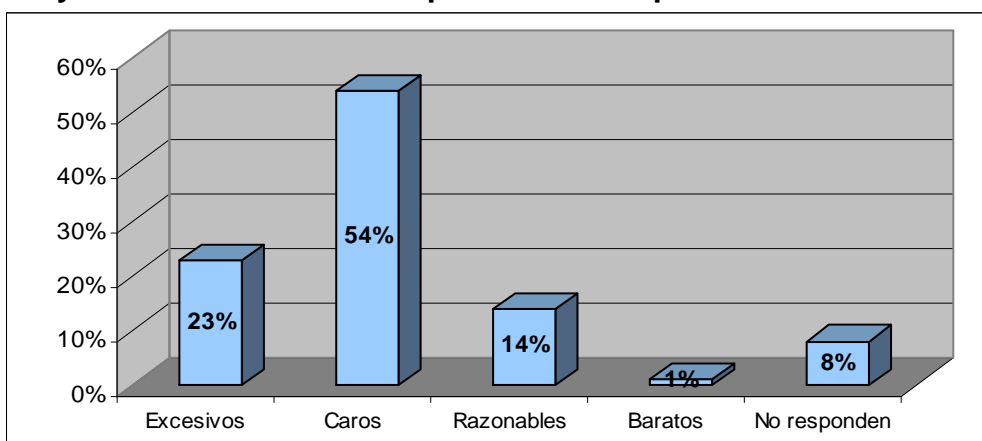
Figura 17: Calidad de servicios turísticos ofertados en el Callejón de Huaylas a consideración de población receptora



Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de la encuesta a la población del Callejón de Huaylas. Huaraz 2008

La calidad de servicios turísticos ofrecidos en el Callejón de Huaylas, es considerado como regular por el 44% de la población encuestada, para un 29% es malo o deficiente y solo para un 14% es bueno.

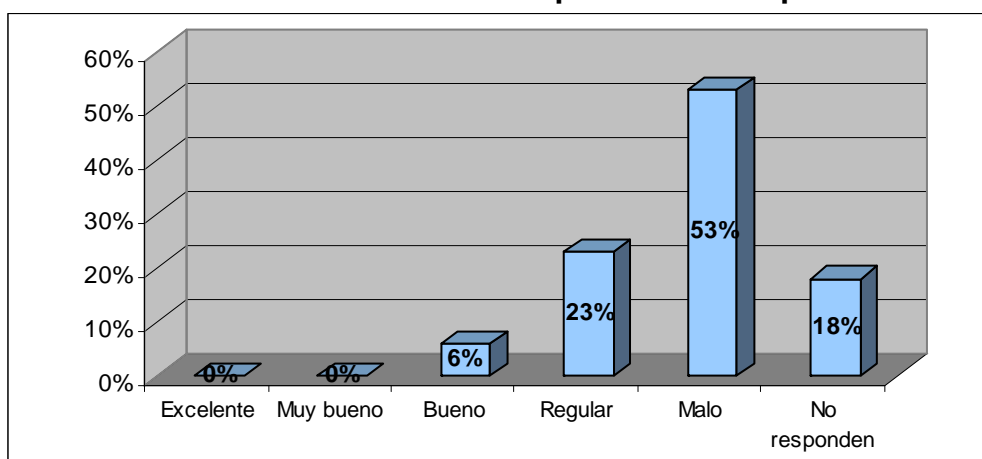
Figura 18: Precios de servicios turísticos en el Callejón de Huaylas a consideración de población receptora



Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de la encuesta a la población del Callejón de Huaylas. Huaraz 2008

El 54% de la población residente encuestado reconoce como caros los precios de los servicios turísticos ofrecido en el Callejón de Huaylas, un 23% asume como excesivos y solo un 14% como razonables.

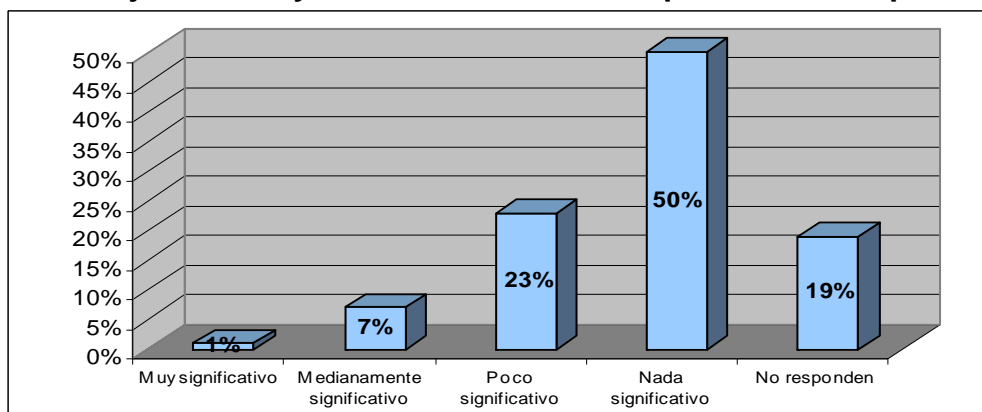
Figura 19: Promoción y publicidad del Callejón de Huaylas como destino turístico a consideración de población receptora



Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de la encuesta a la población del Callejón de Huaylas. Huaraz 2008

En relación a la promoción y publicidad del Callejón de Huaylas como destino turístico, es considerado por el 53% de la población residente encuestada como malo o insuficiente, mientras que para un 23% es regular y solo para un 6% es bueno.

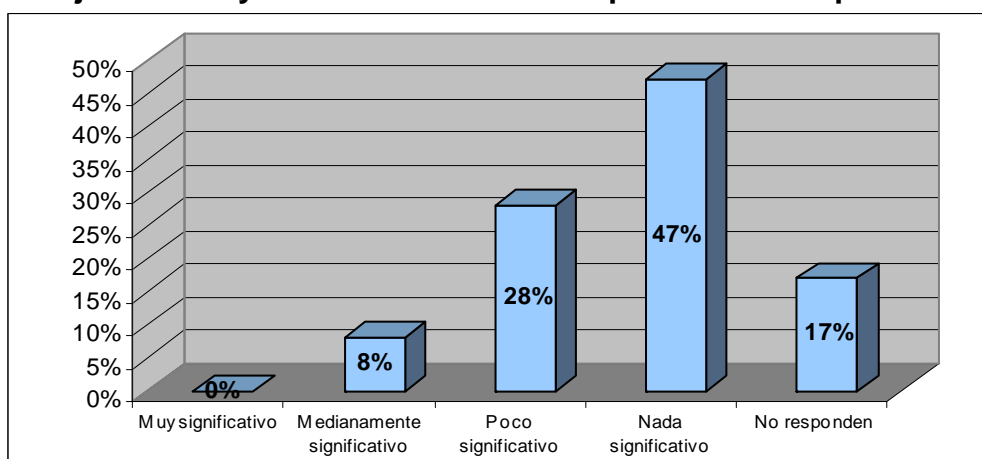
Figura 20: Incidencia del turismo en los ingresos de las familias del Callejón de Huaylas a consideración de población receptora



Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de la encuesta a la población del Callejón de Huaylas. Huaraz 2008

El 50% de la población residente encuestada admite como nada significativo la influencia del turismo en la mejora del nivel de vida de la población del Callejón de Huaylas, un 23% estima como poco significativo y un 7% como medianamente significativo.

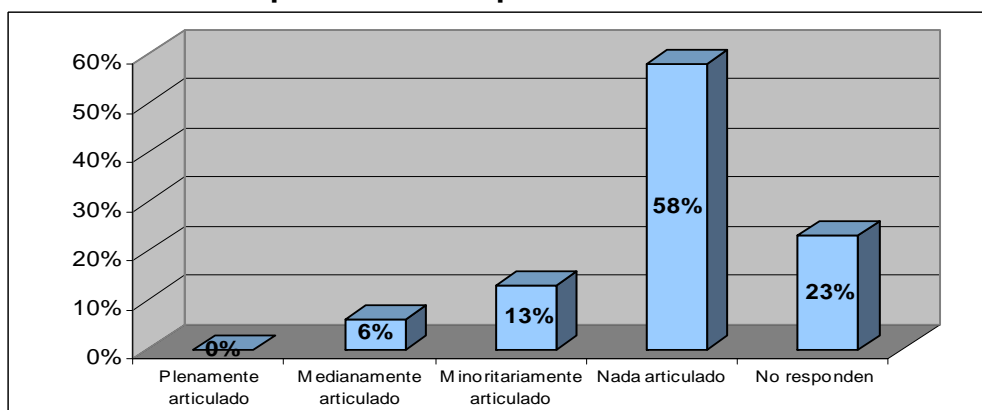
Figura 21: Aporte del turismo en la generación de empleo en el Callejón de Huaylas a consideración de población receptora



Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de la encuesta a la población del Callejón de Huaylas. Huaraz 2008.

En relación Al aporte del turismo en la generación de empleo en el Callejón de Huaylas, el 47% de la población admite como nada significativo, un 26% como poco significativo y un 8% como medianamente significativo.

Figura 22: Articulación del turismo con otros sectores productivos de la economía del Callejón de Huaylas a consideración de población receptora



Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de la encuesta a la población del Callejón de Huaylas. Huaraz 2008

En lo que concierne a la articulación del turismo con los demás actividades desarrolladas en el Callejón de Huaylas, un 58% de la población residente encuestada estima que no esta articulado, un

13% admite que está medianamente articulado y un 6% advierte que está medianamente articulado.

3.5. Resultados de las encuestas a turistas que visitan el Callejón de Huaylas:

Tabla 17: Edad de los turistas que visitan el Callejón de Huaylas

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18 - 27	156	44%
27 - 36	123	34%
36 - 45	33	9%
45 - 54	30	8%
54 - 63	12	3%
63 - 72	6	2%
Total	360	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la encuesta a turistas que visitan el Callejón de Huaylas. Huaraz, 2008.

Como podemos apreciar en la a tabla la edad del 44% de los turistas visitantes del Callejón de Huaylas comprende entre los 18y 27 años, y del 34% entre los 27 y 36 años, lo que denota la relativa juventud de los visitantes.

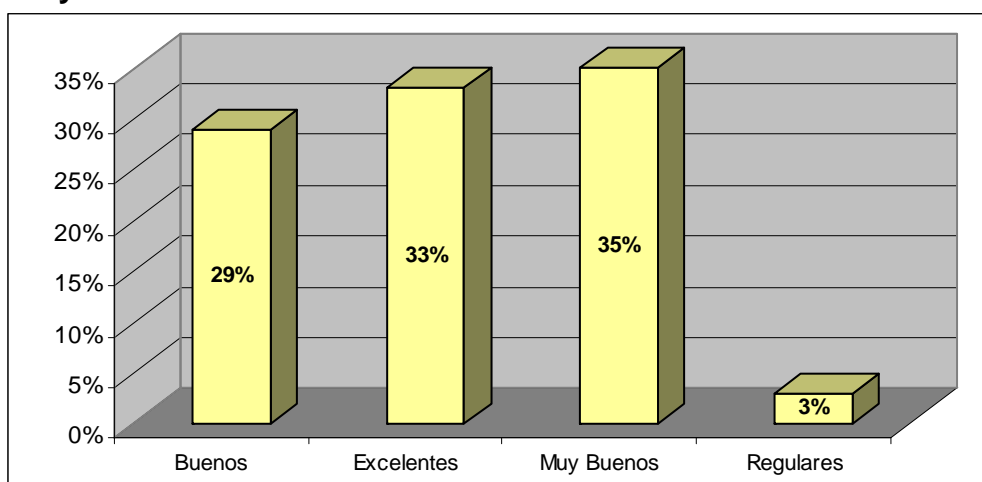
Tabla 18: Grado de instrucción de los turistas que visitan el Callejón de Huaylas

Grado de instrucción	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	3	1%
Secundaria incompleta	3	1%
Secundaria completa	33	9%
Superior incompleto	18	5%
Superior completo	300	83%
Post Grado	3	1%
Total:	360	100

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la encuesta a turistas que visitan el Callejón de Huaylas. Huaraz, 2008.

El 83% de los turistas visitantes encuestados en el mes de julio del 2008 cuentan con educación superior completa, un 5% con superior incompleta, un 9% con secundaria completa y solo un 1% con educación primaria.

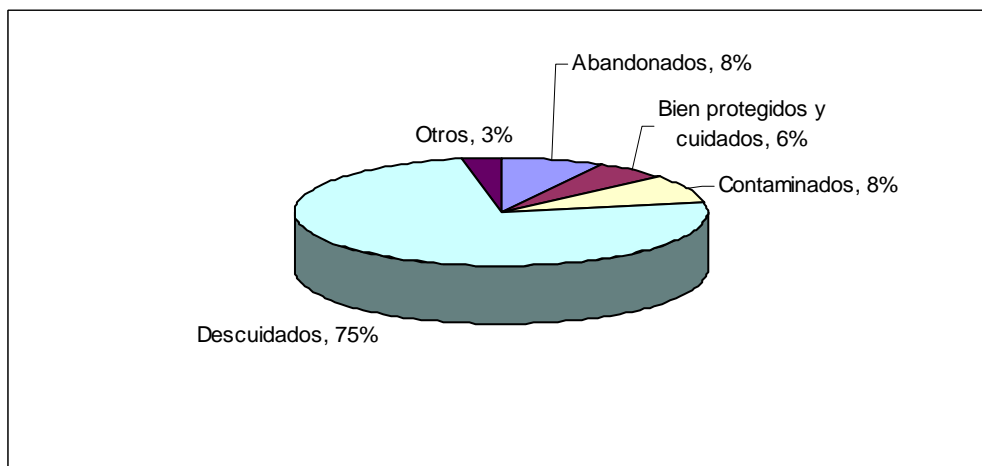
Figura 23: Calificación de los atractivos turísticos del Callejón de Huaylas a consideración de los turistas



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la encuesta a turistas que visitan el Callejón de Huaylas. Huaraz, 2008.

Los atractivos turísticos del Callejón de Huaylas visitados por los turistas, son considerados por el 35% como muy buenos, por un 33% como excelentes y por un 29% como buenos.

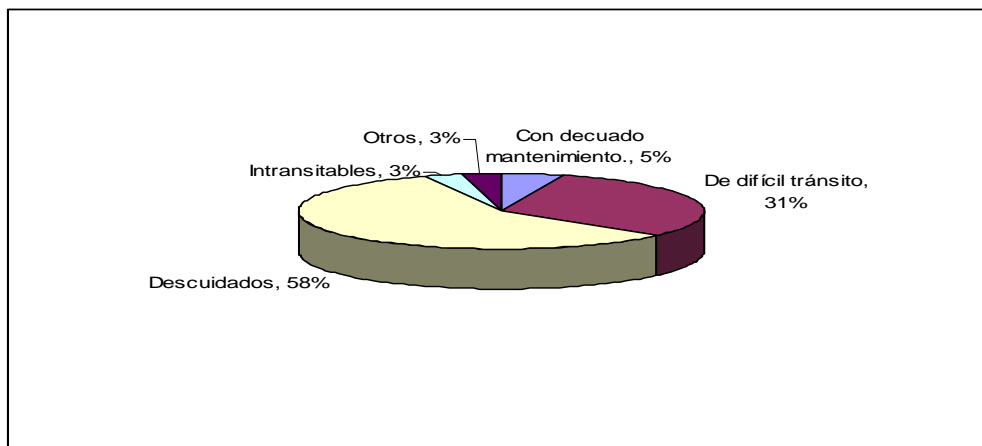
Figura 24: Estado en que se encuentran los atractivos turísticos a consideración de los turistas



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la encuesta a turistas que visitan el Callejón de Huaylas. Huaraz, 2008.

Sobre el estado en que se encuentran los atractivos turísticos del Callejón de Huaylas, el 75% de los turistas encuestados indican como descuidados, un 8% como abandonados y otro 8% como contaminados.

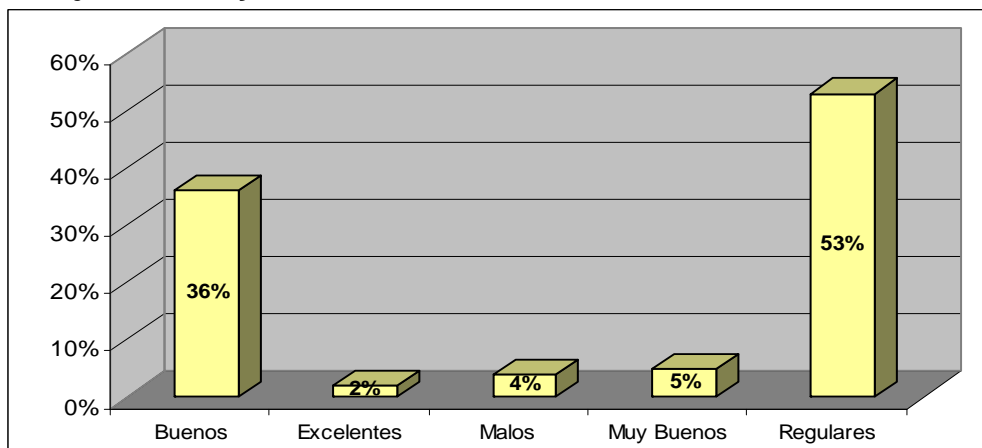
Figura 25: Estado en que se encuentran las vías de acceso a los atractivos turísticos del Callejón de Huaylas a consideración de los turistas



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la encuesta a turistas que visitan el Callejón de Huaylas. Huaraz, 2008

En relación al estado en que se encuentran las vías de acceso a los atractivos turísticos del Callejón de Huaylas, el 58% de los turistas encuestados admite como descuidados, un 31% como de difícil tránsito y un 5% con poco mantenimiento.

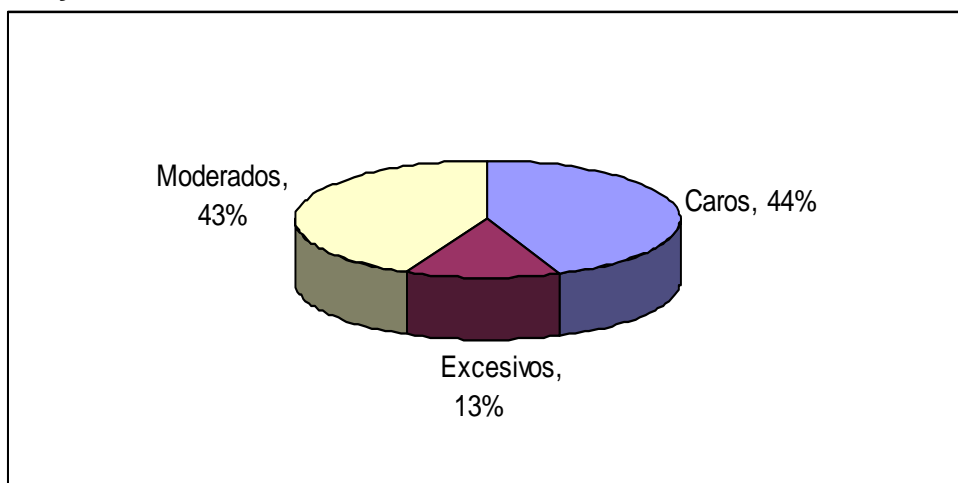
Figura 26: Calidad de los servicios turísticos que se ofertan en el Callejón de Huaylas a consideración de los turistas



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la encuesta a turistas que visitan el Callejón de Huaylas. Huaraz, 2008.

Para el 53% de los turistas encuestados, la calidad de los servicios turísticos ofrecidos en el Callejón de Huaylas son regulares, para un 36% buenos y un 5% muy bueno

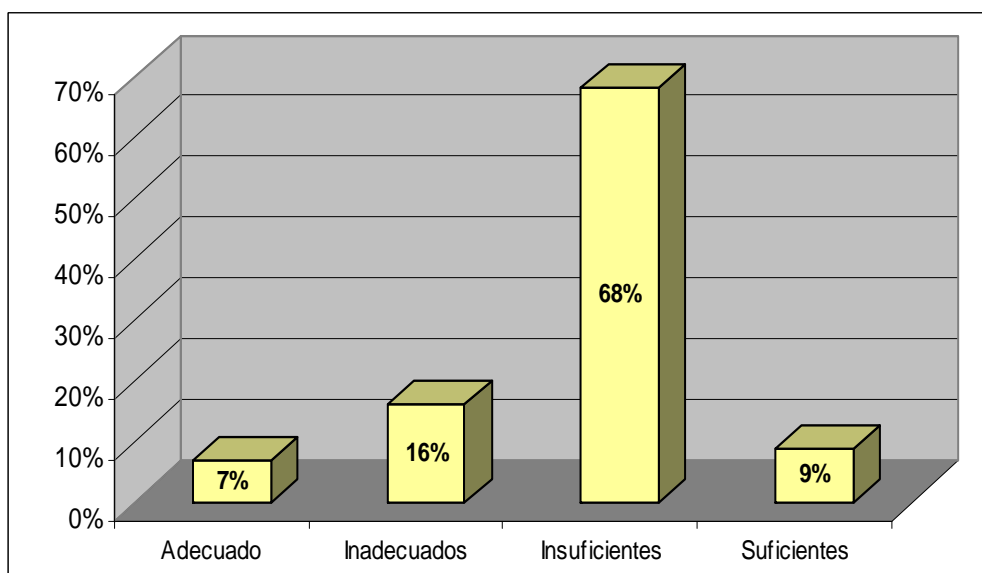
Figura 27: Precios de los servicios turísticos en el Callejón de Huaylas a consideración de los turistas



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la encuesta a turistas que visitan el Callejón de Huaylas. Huaraz, 2008.

El 44% de los turistas encuestados, reconoce como caros los precios de los servicios turísticos ofrecido en el Callejón de Huaylas, para un 43% resulta siendo moderados y para un 13% excesivos.

Figura 28: Promoción y publicidad del Callejón de Huaylas como destino turístico a consideración de los turistas



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la encuesta a turistas que visitan el Callejón de Huaylas. Huaraz, 2008.

En lo concerniente a la promoción y publicidad del Callejón de Huaylas como destino turístico, es admitido insuficiente por el 68% de los turistas encuestados y como inadecuados por un 16%.

Tabla 19: Factores que influyeron en el viaje de los turistas al Callejón de Huaylas

Factores	Frec	%
La hermosura de sus paisajes	147	40.8
La publicidad por los medios de comunicación	12	3.3
La publicidad por los medios de comunicación y la hermosura de sus paisajes	12	3.3
La publicidad por los medios de comunicación y las promociones de las agencias de viaje	3	0.8
Las promociones de las agencias de viaje y la hermosura de sus paisajes	3	0.8
Los comentarios de personas allegadas	138	38.3
Los comentarios de personas allegadas y la hermosura de sus paisajes	33	9.2
Los comentarios de personas allegadas y las promociones de las agencias de viaje	3	0.8
Otros	9	2.5
Total:	360	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la encuesta a turistas que visitan el Callejón de Huaylas. Huaraz, 2008.

Un 40.8% de los turistas visitantes al Callejón de Huaylas señalan que la hermosura de sus paisajes fue el factor principal que motivo el viaje, seguido por los comentarios de gente allegada en un 38.3%. Solo un 3.3% asume a la promoción y publicidad por medios de comunicación como principal factor del viaje.

Tabla 20: Inconvenientes encontrados por los turistas durante su visita al Callejón de Huaylas

Inconvenientes encontrados	Frec.	%
Falta de Inf. Adecuada	93	25.8
Falta de Información adecuada e inseguridad	27	7.5
Falta de Información Adecuada, inseguridad y mal trato de la población local	3	.8
Falta de información adecuada y otros	12	3.3
Inseguridad	30	8.3
Inseguridad y otros	18	5.0
Otros	24	6.7
Precios elevados de los servicios turísticos	72	20.0
Precios elevados de los serv. turísticos y falta de información adecuada	27	7.5
Precios elevados de los servicios turísticos y falta de información adecuada e inseguridad	3	.8
Precios elevados de los serv. turísticos e inseguridad	24	6.7
Precios elevados de los servicios turísticos y otros	9	2.5
Precios elevados de los servicios turísticos, falta de información adecuada e inseguridad	6	1.7
Precios elevados de los servicios turísticos, falta de información adecuada, inseguridad y mal trato	3	.8
Precios elevados de los servicios turísticos, falta de información adecuada, inseguridad Y otros	3	.8
Precios elevados de los servicios turísticos, inseguridad y otros	6	1.7
Total:	360	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la encuesta a turistas que visitan el Callejón de Huaylas. Huaraz, 2008.

Entre los inconvenientes presentados a los turistas encuestados durante su permanencia en el Callejón de Huaylas, resultaron siendo principalmente la falta de información adecuada, la inseguridad y los precios altos de los servicios turísticos.

IV. DISCUSIÓN

4.1. Análisis del modelo de desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas.

Las regiones que como el Callejón de Huaylas cuentan con atractivos turísticos naturales y que representan ventajas comparativas para desarrollar el ecoturismo y/o turismo de aventura, vienen apostando por el modelo de desarrollo sostenible del turismo con la comprensión de los componentes económico, social y ambiental que permite satisfacer las necesidades de los turistas, así como del destino turístico, protegiendo e incrementando sus potencialidades para el futuro. Este modelo de desarrollo del turismo viene generando buenos resultados en los destinos turísticos en los que se ha implementado, con repercusiones y efectos socioeconómicos de consideración a favor del desarrollo regional, como podemos apreciar en Costa Rica y Brasil por ejemplo.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo sostenible es: “ Aquel que pretende satisfacer las necesidades de los turistas así como de los destinos turísticos, protegiendo e incrementando sus potencialidades para el futuro” ... Es decir, “Gestionar los recursos de manera que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas mientras se mantiene la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de vida” , por lo que el objetivo fundamental de este modelo de desarrollo del turismo, es garantizar la sostenibilidad en el horizonte temporal, siendo necesario para ello la

obtención de rentabilidad económica de la actividad turística pero protegiendo y cuidando los recursos turísticos naturales y culturales, e involucrando a la población en dicho desarrollo. Tres son los pilares de la sostenibilidad del turismo en el marco de este modelo: económico, social y ambiental. Lo económico que tiene que garantizar niveles de rentabilidad empresarial a quienes ofrecen servicios turísticos, lo social que tiene que ver con la interacción de turistas y población local, y el ambiental relacionado con el cuidado y la preservación del medio ambiente. Además este modelo está ligado a tres hechos importantes: calidad, continuidad y equilibrio, por lo que resulta siendo un modelo económico diseñado para mejorar la calidad de vida de la población local, la calidad de los servicios turísticos y la calidad del medio ambiente, con la consecución de mayores niveles de rentabilidad económica a favor de la población residente. Finalmente el potencial del turismo sostenible como motor de desarrollo regional, provincial o local, requiere necesariamente del compromiso y la adecuada coordinación de todos los agentes responsables del desarrollo de la actividad turística.

Además el modelo de desarrollo sostenible del turismo, permite fundamentalmente un turismo centrado en la oferta, y en los recursos naturales y culturales. Lo primero, implica que el motivador del viaje no es la visita o permanencia del turista en un atractivo turístico un tanto ajustado a las necesidades del turista, como sucede con el modelo convencional, sino que en este caso responde a la posibilidad de ofrecer al turista otras alternativas recreativas como el de entrar en

contacto con una experiencia que realmente involucre sociedad, cultura y medioambiente, y lo segundo esta referido a una mayor oferta de servicios turístico que tienen que ver con el ecoturismo, el turismo vivencial y el turismo de aventura.

El modelo de desarrollo del turismo implementado en el Callejón de Huaylas, resulta siendo un modelo demasiado convencional, centrado en la demanda por cuanto prácticamente supone la adaptación del destino turístico a las condiciones y/o características de la demanda actual o potencial, no existiendo ofertas alternativas más allá de lo que el turista solicita o logre encontrar durante su permanencia en la zona. Son pocos o contados quienes ofrecen un turismo vivencial, ecoturismo o un turismo de aventura a pesar de que el Callejón de Huaylas cuenta con ingentes recursos turísticos para desarrollar esas modalidades o tipos de turismo. Tampoco en la práctica logra integrar a los componentes económico, social y ambiental que garanticen su desarrollo y sostenibilidad en el tiempo.

Los resultados de las encuestas a los agentes promotores del turismo regional, como se puede apreciar en la tabla 10, muestran el reconocimiento mayoritario del modelo de desarrollo muy convencional y no sostenible implementado en el Callejón de Huaylas, un tanto desarticulado de las demás actividades productivas y sin la conformación de clusters turísticos que mejoren niveles de competitividad.

A consideración del 47% de los operadores del turismo encuestados, el modelo de desarrollo del turismo seguido en el Callejón de Huaylas

es demasiado convencional y solo un 23% lo admite como ecológico y de aventura como se muestra en la tabla 13. Además un 45% de los encuestados califican como regular el desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas y solo un 34% admite como bueno, y el 54% señala al modelo de desarrollo convencional como el factor fundamental para que el turismo no logre alcanzar el desarrollo esperado en esta zona del país, conforme se puede percibir en la figura 1 y tabla 14 respectivamente.

El 40% de la población local encuestada califica como regular y el 14% como malo el desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas. Un 34% de los encuestados encuentra en el modelo de desarrollo tradicional y un 32% en la incapacidad de los agentes promotores del turismo regional como las principales causantes para que el turismo no logre alcanzar el desarrollo esperado en esta zona del país, como se advierte en la figura 15 y la tabla 16 respectivamente.

El modelo de desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas, no logra integrar en lo posible a las demás actividades productivas que se desarrollan en la zona como la agricultura, la ganadería, la agroindustria, el comercio, entre otros. Los propios agentes promotores del turismo regional, como se aprecia en la tabla 10, reconocen la poca articulación del turismo con las actividades económicas, el 72% de los operadores del turismo y el 58% de la población residente prácticamente ratifican ese reconocimiento, conforme se muestran en las figuras 13 y 22 respectivamente.

La evidencia empírica, muestra que el modelo de desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas, no logra integrar en la práctica a la población local, lo cual limita su actuar y su integración con los visitantes, así como del desarrollo de un turismo vivencial que muestre a los turistas las costumbres y el folklore de los pueblos.

Por último, el modelo de desarrollo del turismo imperante, viene lamentablemente descuidando el componente ambiental de los atractivos turístico, observándose situaciones de daño al ecosistema. El 75% de lo turistas encuestados califica como descuidados los atractivos turísticos visitados, y para un 58% de los encuestados a las vías de acceso les falta el debido mantenimiento, como se señalan en las figuras 24 y 25 respectivamente.

4.2. Análisis de los Planes y programas de Desarrollo del Turismo en el Callejón de Huaylas.

Si el turismo es reconocido como actividad económica y es posible identificar sus elementos con cierta precisión, se estará en condiciones para prever su evolución y orientar su desarrollo hacia fines y objetivos preconcebidos mediante la planificación del desarrollo considerando los aspectos económicos de la actividad turística y los aspectos físicos de los atractivos turísticos.

Los planes y programas de desarrollo del turismo, para garantizar su viabilidad, tienen que necesariamente partir de un real diagnóstico situacional que identifique fortalezas, oportunidades, debilidades y las amenazas, así como de la definición de objetivos y metas viables y alcanzables en el marco de una visión de futuro, y acompañado de

políticas y estrategias que le aseguren solidez. Además tiene que involucrar a agentes promotores, operadores y las organizaciones de base de la población local.

Los planes y programas de desarrollo deben ser coherentes y en lo posible consensuados entre todos los agentes responsables del turismo de una determinada región o localidad, lo cual también es garantía de su viabilidad.

Los agentes promotores, resultan siendo los mayores responsables del desarrollo del turismo regional, por cuanto son quienes diseñan, implementan y evalúan los planes y programas de desarrollo, por lo que su rol y desempeño resultan siendo de vital importancia. En una misión compartida, los agentes promotores del turismo regional, tienen que concertar y consensuar sus planes y políticas de desarrollo del turismo, así como sus políticas y estrategias para con esfuerzo y recursos obtener mejores resultados.

En el Callejón de Huaylas, cada agente promotor del turismo regional cuenta prácticamente con su propio Plan de Desarrollo del Turismo, pero que a consideración de los mismos son poco viables, de allí que los resultados esperados son bastante pobres. El 49% de los operadores del turismo encuestados señala como poco viables y un 26% como nada viables los planes y programas de desarrollo diseñados e implementados por los agentes promotores, como se muestra en la figura 2.

En lo que referente al Plan de Desarrollo formulado por la Dirección Regional de Turismo, podemos destacar un tanto la objetividad del

diagnóstico participativo, sin embargo los objetivos propuestos no responden realmente a una visión de futuro y a una necesidad de cambio, es más, casi no toma en cuenta las alianzas estratégicas y la implementación de los clusters turísticos como elementos fundamentales de cambio y de desarrollo turístico.

En líneas generales ambas propuestas de desarrollo del turismo, tanto de la Región Ancash como de la Dirección Regional de Turismo de Ancash, presentan ciertas incoherencias e imprecisiones en lo que corresponde a como desarrollar un turismo competitivo en Ancash, probablemente por esas y otras razones que fueron materia de la presente investigación, estos planes de desarrollo del turismo regional, a la fecha no han alcanzado objetivos y metas previstas a pesar de un tiempo considerable desde su implementación.

En lo que corresponde al Plan de Desarrollo Regional del Turismo de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Ancash que fuera aprobado e implementado con bastante expectativa el año de 1998, es considerado como poco viable por los propios agentes promotores del turismo que estiman un avance de poca significación en más de 10 años de implementación, siendo la incapacidad de la Dirección Regional de Turismo la causa principal de los magros resultados alcanzados hasta la fecha, conforme se puede apreciar en la tabla 10. A consideración de los operadores del turismo, resulta también de poca significación los resultados de la implementación del Plan de Desarrollo del Turismo, por cuanto un 59% admite su poca viabilidad y un 28% señala que es nada viable, y lo más crítico del

asunto es que el 84% de los operadores encuestados manifiestan no conocer este Plan, lo que habla de por sí su poca difusión, como se advierten en las figuras 6 y 7 respectivamente.

Los agentes promotores del turismo regional, de manera coincidente admiten que el liderazgo organizacional en el desarrollo del turismo regional debe ser compartido, mientras que para el 56% de los operadores del turismo encuestados debe ser liderado por la Dirección Regional de Comercio Exterior y de Turismo de Ancash, conforme se aprecia en la figura 3.

Los propios agentes promotores del turismo regional, como se observa en la tabla 10, admiten como poco funcional o poco eficientes sus roles y como regular el desempeño en la responsabilidad encomendada a favor del turismo. Un preocupante 41% de los operadores del turismo encuestados reconocen como regular y un 36% como malo el desempeño de los agentes promotores del turismo regional, como se indica en la figura 4.

Las alianzas estratégicas entre agentes promotores y operadores del turismo resultan siendo significativas en la consecución de objetivos y metas trazados en los planes y programas de desarrollo. En el caso del turismo en el Callejón de Huaylas, a consideración del 56% de los operadores del turismo encuestados son poco funcionales y para un 24% son nada funcionales, como se muestra en la figura 5.

4.3. Análisis de la competitividad de la industria del turismo del Callejón de Huaylas.

Hoy en día la competencia en turismo mas que entre empresas es entre destinos turísticos que ofrecen servicios turísticos, lo que hace que cada destino turístico debe tratar de ser lo más competitivo posible frente a los demás, ya que de ello dependerá en gran medida los flujos de turistas a la zona y hasta su propio desarrollo.

La competitividad de la industria del turismo, requiere de la calidad y buena preservación de los atractivos turísticos que atraiga a los turistas, de una adecuada planta turística que asegure la oferta de servicios turísticos tanto en cantidad como en calidad, de la gestión empresarial que garantice una adecuada y eficiente administración de quienes brindan servicios turísticos, de la promoción y publicidad que informe adecuadamente las potencialidades y bondades del destino turístico, de los precios razonables de los servicios turísticos que se venden y de la conformación de los clusters turísticos como conglomerados de empresas turísticas de la zona que compitan entre ellas pero que también contribuyan en la innovación y el uso de tecnología que permitan mejorar la productividad y la calidad de sus productos adquiriendo una ventaja competitiva frente a otros destinos turísticos.

La industria del turismo del Callejón de Huaylas, a consideración de los agentes promotores del turismo regional, resulta siendo poco o medianamente competitivo frente a otros destinos turísticos del país, siendo los planes y programas de desarrollo, y el marketing turístico

inadecuados los posibles factores de la baja competitividad, como se puede percibir en la tabla 11. El 42% de los propios operadores del turismo encuestados admiten como medianamente competitivo y un 36% como poco competitivo, señalando el 61% de los mismos a los planes y políticas de desarrollo del turismo inadecuados como las principales causas de la baja competitividad como se advierte en la figura 8 y la tabla 15.

Los atractivos turísticos con que cuenta el callejón de Huaylas, es calificado como excelente por el 33% de los turistas encuestados, como muy bueno por el 35% y como bueno por el 29%; pero el estado en que se encuentran es considerado como descuidado por el 75% de esos turistas encuestados, además en un 58% señalan como descuidados y un 31% como de difícil tránsito las vías de acceso a los atractivos turísticos, como se muestran en las figuras 23, 24 y 25 respectivamente.

La planta turística que permite la oferta de servicios turísticos en el Callejón de Huaylas, son inadecuados e insuficientes conforme indican los agentes promotores del turismo regional y se aprecia en la tabla 11. Un 41% de los operadores del turismo encuestados admiten que la planta turística es insuficiente y solo un 25% estima que son apropiados, mientras que para el 39% de la población encuestada es insuficiente y para un 17% resulta siendo inadecuado, como se advierten en las figuras 9 y 16 respectivamente.

La gestión empresarial, vale decir, la administración de las empresas de servicios turísticos del callejón de Huaylas, es advertida como

regular e ineficiente por la mayoría de los agentes promotores del turismo regional, como se muestra en la tabla 11.

La promoción y publicidad del Callejón de Huaylas como destino turístico, como se aprecia en la tabla 10, es asumido por todos los agentes promotores del turismo regional como insuficientes, El 57% de los operadores del turismo encuestados estima que son insuficientes y un 31% como inadecuados; mientras que el 53% de la población encuestada y el 68% de los turistas encuestados coinciden en señalar como insuficientes la promoción y publicidad del callejón de Huaylas como destino turístico, como se aprecian en la tabla 11 ,y las figuras 10, 19 y 28 respectivamente. Sólo el 3.3% de los turistas encuestados, como se observa en la tabla 19, admiten a la promoción y publicidad del Callejón de Huaylas como destino turístico por medios masivos de comunicación social como el factor principal de su visita.

La calidad de los servicios turísticos ofrecidos en el Callejón de Huaylas conforme lo señalan la gran mayoría de los agentes promotores, consignados en la tabla 11, son calificados como regular, calificación que es compartida por el 44% de la población local y el 53% de los turistas encuestados, conforme se aprecian en las figuras 17 y 26 respectivamente.

Los precios de los servicios turísticos que se venden en el Callejón de Huaylas, son considerados como caros y excesivos por la mayoría de los agentes promotores del turismo regional. El 44% de los turistas encuestados califica como caro y un 13% como excesivo, mientras

que para el 54% de la población encuestada resultan siendo caros y para un 23% excesivo los precios de los servicios turísticos, como se muestran en la tabla 11, y las figuras 18 y 27 respectivamente.

En lo relacionado a la conformación de los clusters turísticos en el Callejón de Huaylas, todos los agentes promotores y los operadores del turismo reconocen su no existencia, solo admiten que hubieron intentos pero que no fueron cristalizados los propósitos, conforme se puede advertir en la tabla 11.

4.4. Análisis de los flujos de turistas al Callejón de Huaylas.

El desarrollo del turismo con impactos socioeconómicos de consideración a favor de la población local, tiene que necesariamente garantizar flujos de turistas de manera permanente y que las estadías y las pernoctaciones de los turistas sean cada vez mayores, de manera tal que generen mayores ingresos al destino turístico.

Pero el flujo permanente de turistas hacia un destino turístico requiere de la implementación de un modelo de desarrollo del turismo que genere esos flujos permanentes durante el año como el caso del modelo centrado en la oferta que trata de ofrecer al turista mayores alternativas y oportunidades de disfrute durante su estancia como puede ser el turismo vivencial, el ecoturismo y el turismo deportivo y de aventura, entre otros.

Los flujos permanentes de turistas hacia el destino turístico garantizan en gran medida la oferta y la ocupabilidad de la planta turística con beneficios económicos para las empresas que brindan

servicios turísticos y de manera indirecta favoreciendo a un considerable segmento de la población local.

La información estadística de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, como se aprecian en la tabla 4, muestra considerables flujos de turistas hacia la Región Ancash. En el caso de la zona Ancash sierra, cuyo principal componente turístico es el Callejón de Huaylas, en el año 2006 registra un flujo de 214,253 turistas, pero la administración del Parque Nacional Huascarán en el Puesto de Control de Llanganuco, una llegada obligada del turista al Callejón de Huaylas, sólo registra un número de 91,596 turistas visitantes para ese mismo año, como se puede apreciar en la tabla 6, lo que genera una grave contradicción en la información de los flujos de turistas a la región.

La información estadística de ingresos al Parque Nacional Huascarán en el Puesto de Control de Llanganuco, muestra cierta estacionalidad en los flujos de turistas al Callejón de Huaylas, siendo los meses de abril, julio, agosto, octubre y noviembre con mayores ingresos. El mes de abril obedece a las festividades de la Semana Santa, los meses de julio y agosto corresponden a las Fiestas Patrias y Aniversario de la creación política de Huaraz, y los meses de octubre y noviembre tienen que ver con las promociones de los escolares procedentes de colegios primarios y secundarios del país, como se advierte en la tabla 6.

La permanencia de los turistas en el Callejón de Huaylas en los últimos diez años es de aproximadamente 1.61 días, vale decir, el

turista permanece prácticamente menos de dos días durante su visita a la región, lo que representa una tasa muy baja de permanencia. En lo que corresponde a las pernoctaciones sucede algo similar, por cuanto no alcanza los dos días, lo que significa también una baja tasa de pernoctación, como se aprecia en la tabla 4.

De conformidad a la información estadística de flujos de turistas a la Región Ancash - zona sierra de la Dirección Regional de Comercio Exterior y de Turismo, resulta preocupante la baja tasa de crecimiento anual en el flujo de turistas extranjeros al Callejón de Huaylas, por cuanto en los últimos cinco años hay un escaso incremento hasta se podría hablar de un estancamiento.

La capacidad hotelera en el Callejón de Huaylas, como se puede apreciar en la tabla 5, resulta superando al de la demanda, lo que indica una alta tasa de capacidad instalada hotelera ociosa en la zona.

4.5. Análisis de la influencia del turismo en el nivel vida de la población del Callejón de Huaylas.

Con el desarrollo del turismo aparecen una serie de cambios que de alguna manera y en mayor o menor medida tienden a mejorar las condiciones de vida de la población que reside en el destino turístico. El turismo contribuye de manera significativa en el desarrollo económico y social de la población local, que se traduce en mejores niveles de empleo, de salubridad, educación, servicios básicos, de infraestructura vial, entre otros.

En la Región Ancash, los principales indicadores demográficos y sociales del año 2006, muestran en las tablas 2 y 3 una alta tasa de analfabetismo del 22.70% superior a la tasa nacional que es del 11.40% de la población total, la población con educación superior es del 14.70% inferior a la tasa nacional que es del 19.70%, 5 médicos por cada 10,000 habitantes inferior a la tasa nacional que es de 15 médicos, la tasa de mortalidad infantil es de 34 por cada 1000 nacidos vivos, entre otros. Los indicadores relacionados con el suministro de servicios básicos en la Región Ancash en el año 2006, muestran el 66.10% de viviendas con agua potable, 70.40% de viviendas con energía eléctrica, 15.70% de hogares con telefonía fija y 29% de viviendas sin servicio higiénico. Otros indicadores socioeconómicos de la Región Ancash en el año 2006, muestran un 55.3% de la población en situación de pobreza, 23.4% de población pobre extremo, 38.3% de la población con al menos una necesidad básica insatisfecha y un 23.8% de la población con déficit calórico en su alimentación.

Los indicadores mostrados son un tanto preocupantes y que podrían indicar la poca influencia del turismo en las condiciones de vida de la población del Callejón de Huaylas.

Los agentes promotores del turismo regional consideran como poco y medianamente significativo la influencia del turismo en el nivel de vida de la población del Callejón de Huaylas. Para el 51% de los operadores del turismo encuestados es poco significativo y para un 29% medianamente significativo dicha influencia, mientras que para

el 50% de la población local encuestada resulta siendo nada significativo y para un 23% poco significativo, como se observa en la tabla 12, y las figuras 11 y 20 respectivamente.

4.6. Análisis del aporte del turismo en la generación de empleo en el Callejón de Huaylas.

El turismo es considerado como una fuente generadora de empleo, por cuanto la afluencia de turistas origina nuevos puestos de trabajo en el destino turístico que es necesario ocupar. Por ejemplo, si se construye un hotel habrá la necesidad de contratar operarios y después personal especializado para su administración. Al empleo que se genera de esta forma se denomina empleo directo.

Pero además, la actividad turística logra generar muchos otros puestos de trabajo indirectos o inducidos en otros sectores de la economía regional, principalmente en aquellos que resultan siendo proveedores de las empresas de servicios turísticos. Lógicamente, cuanto mayor sea el grado de desarrollo del turismo, mayor será el número de puestos de trabajo tanto directos como indirectos generados por el turismo a favor de la población que reside en el destino turístico.

Los principales indicadores demográficos y sociales de la Región Ancash en el año 2006, como se aprecia en la tabla 2, muestran al sector primario con un 52.70%, al sector secundario con el 9.50% y al sector terciario con el 37.90%, lo que indica una buena ocupabilidad de la población en la agricultura y la minería, y probablemente una relativa baja ocupabilidad en el turismo, pese a que el Callejón de

Huaylas, una importante zona geográfica de la Región Ancash cuenta con una marcada ventaja comparativa para el desarrollo de la actividad turística.

Los agentes promotores del turismo regional, estiman como poco y medianamente significativo el aporte del turismo en la generación de empleo en el Callejón de Huaylas. El 34% de los operadores del turismo encuestados reconoce como poco significativo y el 31% como nada significativo dicho aporte, mientras que para el 47% de la población local encuestada resulta siendo nada significativo y para un 28% poco significativo, como se advierten en la tabla 12, y las figuras 12 y 21 respectivamente.

4.7. Análisis de la participación del turismo en la generación del PBI regional.

La región donde se desarrolla la actividad turística de manera equilibrada y sostenida, genera un crecimiento económico significativo a favor de la población que reside en el destino turístico, por cuanto de alguna manera y en mayor o menor medida genera un efecto multiplicador en la economía regional en su conjunto.

En los actuales tiempos, el turismo viene ganando cada vez mayor importancia en la economía de los países, por cuanto su contribución a la generación del PBI y de divisas es cada vez creciente, de allí algunos países como España y Costa Rica vienen haciendo del turismo toda una especialización con participación cada vez creciente en el Producto Bruto Interno.

La participación del turismo en el Valor Agregado Bruto (VAB) de la producción en la Región Ancash en el año del 2006, como se percibe en la tabla 7, representa el 3.5% del total, superando a la participación en el VAB nacional que alcanza el 1.9% del total. Aún superando a la participación nacional, resulta siendo de poca o mediana relevancia considerando que el Callejón de Huaylas, una zona importante de la Región Ancash, es eminentemente turístico.

En el VAB de la Región Ancash según grandes actividades económicas del año 2006, mostrados en la tabla 9, la agricultura participa con el 6%, minería con el 31.6%, manufactura con el 14.3%, comercio con el 6.9%, transportes y comunicaciones con el 7%, y turismo (restaurantes y hoteles) con tan sólo el 2%, lo cual implica por cierto un relativo bajo nivel de participación en el VAB regional.

Los agentes promotores del turismo regional, consideran como poco significativo la participación del turismo en el Valor Agregado Bruto del Callejón de Huaylas, conforme se aprecia en la tabla 13.

4.8. Análisis de la repercusión del turismo en el desarrollo intersectorial.

Como consecuencia del efecto multiplicador del turismo, otros sectores productivos de la economía local experimentan un notable crecimiento, con mayor énfasis por supuesto en aquellos sectores que resultan siendo proveedores de las empresas de servicios turísticos.

La riqueza que el turismo genera no se limita solamente a favorecer a los sectores productivos en contacto directo con la actividad turística.

La repercusión del turismo a nivel local, origina un efecto multiplicador sobre las diferentes ramas productivas que se desarrollan en dicha localidad o en áreas de influencia. Un considerable aumento en el flujo de turistas a un determinado destino turístico, paralelamente tiene lugar a un aumento de las necesidades de ciertos bienes y servicios, lo que a su vez como proceso en cadena, hace que se desarrollen otros sectores productivos de la economía local.

En el callejón de Huaylas, fundamentalmente se desarrollan las actividades económicas de agricultura, ganadería, agroindustria, comercio, finanzas, entre otros. La participación de estas actividades en el VAB regional en el año 2006, como se observa en la tabla 9, es de poca significación, agricultura y ganadería participa con un 6%, comercio con un 6.9%, transportes y comunicaciones con un 7% y turismo con apenas el 2%, lo cual evidencia una poca significación de la repercusión del turismo en el desarrollo intersectorial, mas aún cuando esta actividad no está articulada o integrada a los demás sectores productivos de la economía regional, conforme reconocen los agentes promotores y los operadores del turismo en el Callejón de Huaylas.

Los agentes promotores del turismo regional, mayoritariamente consideran como poco significativo la repercusión del turismo en el desarrollo intersectorial en el Callejón de Huaylas. El 57% de los operadores del turismo encuestados asumen como poco significativo y un 24% como nada significativo dicha repercusión, como se aprecian en la tabla 12 y la figura 14 respectivamente.

V. PROPUESTA

En el Callejón de Huaylas se debe implementar el modelo de desarrollo sostenible del turismo, comprendiendo los componentes económico, social y ambiental que aseguren niveles de rentabilidad empresarial, la interacción de turistas y población local, y el cuidado y la preservación del medio ambiente como garantía de la sostenibilidad en el tiempo y que además genere impactos socioeconómicos de consideración para el desarrollo regional. Para asegurar la viabilidad y la consecución de metas y objetivos trazados en los planes de desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas, deben ser integrados y consensuados entre los agentes promotores del turismo regional, así como los recursos disponibles deben de guardar coherencia y relación con las metas y objetivos previstos. Un factor clave para elevar los niveles de competitividad del turismo en el Callejón de Huaylas resulta siendo la implementación de clusters turísticos como conglomerados que permitan la competencia de las empresas de servicios turísticos del lugar y que además mejoren los niveles de competitividad frente a otros destinos turísticos del país, para lo cual se hace imperativo y necesario un marketing turístico agresivo que promocióne e informe de las bondades del Callejón de Huaylas como un excelente destino turístico para asegurar mayores y permanentes flujos de turistas, así como incrementar las permanencias y pernoctaciones de los visitantes mejorando la calidad y calidez en la oferta de servicios turísticos. Y finalmente en los

planes y programas de desarrollo regional, el turismo debe de estar articulado a los demás sectores productivos de la economía regional para garantizar el efecto multiplicador a favor de los otros sectores productivos contribuyendo de tal manera al desarrollo regional.

V. CONCLUSIONES

1. La incidencia del turismo en el desarrollo socioeconómico del Callejón de Huaylas es de poca significación, por su modelo de desarrollo demasiado convencional, los planes y programas de desarrollo poco viables, los bajos niveles de competitividad de la industria del turismo y la estacionalidad de los flujos de turistas, los que inciden en la poca participación del turismo en la generación del Producto Bruto Regional, el empleo y desarrollo de los demás sectores productivos de la economía local.
2. El modelo de desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas es demasiado convencional y centrado en la demanda lo que supone la adaptación del destino turístico a las condiciones y/o características de la demanda, no habiendo ofertas significativas para la práctica de un turismo alternativo de ecoturismo y de aventura en los que esta zona tiene cierta ventaja comparativa frente a otros destinos turísticos del país.
3. Los planes y programas de desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas diseñados por los agentes promotores resultan siendo de poca viabilidad, por cuanto no están integrados y consensuados, y porque los objetivos y metas previstas no guardan relación con los recursos disponibles para tal propósito.
4. La industria del turismo en el Callejón de Huaylas es poco competitivo en comparación con otros destinos turísticos del país, por los bajos

niveles de calidad y altos precios de los servicios turísticos, las deficiencias en la gestión empresarial y la no implementación de los clusters turísticos que mejoren los niveles de competitividad.

5. Los flujos de turistas al Callejón de Huaylas son estacionarios en la medida en que muestran flujos significativos solo en los meses de abril, julio, octubre y noviembre debido en gran medida a la insuficiente promoción y publicidad, además las permanencias y pernoctaciones de los visitantes muestran indicadores muy bajos que ni siquiera alcanzan los dos días.
6. La participación del turismo en el Producto Bruto Regional y en la generación de empleo es de poca significación, lo que se traduce en las actuales condiciones de vida de la población que reside en el Callejón de Huaylas.
7. El efecto multiplicador del turismo a favor de otros sectores productivos de la economía local es de poca relevancia, lo que muestra un turismo un tanto desarticulado de las demás actividades económicas que se desarrollan en la zona.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARAUJO CACHAY, Rosario Isabel (2007) :“La planificación estratégica y el desarrollo turístico sostenible de Honqopampa – Ancash”. (Tesis Maestría). Perú: Universidad Nacional de Trujillo. Perú.
- ASCENCIÓN UGARTE, Félix (2005): “Turismo sostenible en el Perú: planificación, gestión y desarrollo”. Perú: Editorial Universitaria de la Universidad Ricardo Palma.
- BARRETO, M. (2004): “Produção científica na área de turismo”. Brasil: In:Moesch.M.M. y Gastal, S. (orgs.)
- BULLON, Roberto (1999): “Las actividades turísticas y recreativas”. México: Editorial Trillas, segunda edición.
- CÁRDENAS TABARES, Fabio (1994): “Proyectos turísticos: localización e inversión”. México: Editorial Trillas. México.
- DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y DE TURISMO DE ANCASH (1998): “Plan Regional de Desarrollo Turístico”. Huaraz-Perú.
- FIGUEROLA PALOMO, Manuel (1990): “Teoría económica del turismo”. Editorial Alianza Universal Textos. España.
- GALARRETA, Robert y GARRO, Jorge (2003): “Modelo de clusters turísticos y su aplicación a la Región Tumbes”. (Tesis para obtención de título).Perú: Universidad Nacional de Tumbes.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA (2007): “Compendio Estadístico de la Región Ancash”. Huaraz, Perú.

- GOBIERNO REGIONAL DE ANCASH (2001): “Plan Estratégico de Desarrollo Regional”. Huaraz, Perú.
- GURRIA DI-BELLA, Manuel (1996): “Introducción al turismo”. Editorial Trillas, segunda edición. México.
- HERNANDEZ DIAZ, Edgar Alonso (1998) : “Planificación turística”. México: Editorial Trillas.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA (2007): “Compendio Estadístico de la Región Ancash”. Huaraz, Perú.
- MARZANO DELGADO, José (2005): “Economía del turismo”. Perú: Editorial de la Universidad San Martín de Porras.
- MILIO Balanza, Isabel (2004): “Diseño y comercialización de productos turísticos locales y regionales”. España: Editorial Thomson.
- MOLINA, Sergio (1998): “Turismo y ecología”. México: Editorial Trillas, sexta edición.
- PAÑOSO NETTO, Alexandre (2007): ”Filosofía del Turismo: Una propuesta epistemológica” . <http://biblioteca.universia.net>.
- PEREZ DE LAS HERAS, Mónica (2004) : “Manual de turismo sostenible: como conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable”.España: Ediciones Mundi-Prensa.
- PROMPERU (2000): “Manual de importancia e impacto del turismo en el Perú”. Editorial de la Escuela de Dirección de la Universidad de Piura. Perú.
- VOGELER, Carlos y HERNADEZ, Enrique (2004): “El mercado turístico”. España: estructura, operaciones y procesos de producción”. Editorial Centro de Estudios Areces S.A.

ANEXO Nº 01

CUESTIONARIO PARA ENTREVISTAS A AGENTES PROMOTORES DEL TURISMO REGIONAL EN EL CALLEJÓN DE HUAYLAS – REGIÓN ANCAH

1. DATOS GENERALES:

Entidad:.....

Cargo del entrevistado:

Profesión/ocupación del entrevistado:.....

2. DEASARROLLO SECTORIAL DEL TURISMO:

¿Cómo considera el actual modelo de desarrollo turístico en el Callejón de Huaylas?

- a. Convencional ()
- b. Ecológico ()
- c. Sostenible ()
- d. De aventura ()
- e. otro () ¿Cuál?.....

2.2. ¿Porqué el turismo en el Callejón de Huaylas no logra alcanzar el desarrollo esperado?

- a. Por el modelo de desarrollo tradicional ()
- b. Incapacidad de los agentes promotores ()
- c. Protagonismos de autoridades ()
- d. Descuido y desinterés de los operadores ()
- e. Otros () ¿Cuáles?.....

2.3. ¿Cómo considera Ud. los planes y programas de desarrollo turístico implementados por los agentes promotores del turismo regional?

- a. Muy viables ()
- b. Medianamente viables ()
- c. Poco viables ()
- d. Nada viables ()

2.4. La institución que Ud. representa, ¿Cuenta con un Plan de Desarrollo Turístico?

- a. Si () No ()

2.5. De ser afirmativa su respuesta, infórmenos brevemente: la fecha de aprobación, su implementación, los avances y logros obtenidos, así como de las dificultades presentadas.

.....
.....
.....

2.6. ¿Cómo considera Ud. al Plan de Desarrollo del Turismo Regional, formulado e implementado por la Dirección Regional de Turismo de Ancash en el año de 1998?.

- a. Muy viable ()
- b. Medianamente viable ()
- c. Poco viable ()
- d. Nada viable ()

- 2.7. El Plan de Desarrollo Turístico antes indicado, según su apreciación, tiene un avance de aproximadamente el:
- a. 0%
 - b. 25%
 - c. 50%
 - d. 75%
 - e. 100%
- 2.8. ¿A qué factores atribuye Ud. el poco avance en la implementación y ejecución del indicado Plan de Desarrollo Turístico?
- a. Falta de recursos económicos
 - b. Incapacidad de la Dirección Regional de Turismo
 - c. Negligencia de agentes promotores
 - d. Descuido de operadores (empresarios turísticos)
 - e. Otros ¿Cuáles?
- 2.9. ¿Cómo calificaría Ud. los roles y desempeño de los agentes promotores del turismo regional?
- a. Excelente
 - b. Muy bueno
 - c. Bueno
 - d. Regular
 - e. Malo
- 2.10. ¿Qué problemas y/o dificultades observa Ud. entre los agentes promotores del turismo regional?
- a. Falta de liderazgo
 - b. Usurpaciones de funciones
 - c. Protagonismos personales y/o políticos
 - d. Falta de cohesión y articulación
 - e. Otros ¿Cuáles?.....
- 2.11. ¿A su parecer que organismo debe de liderar el desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas?
- a. Dirección Regional de Turismo
 - b. Municipalidades
 - c. Cámaras de Comercio
 - d. Operadores de Turismo (empresarios)
 - e. Otros ¿Quiénes?.....
- 2.12. El desarrollo del turismo, depende en gran medida de:
- a. La Dirección Regional de Turismo
 - b. Las Municipalidades
 - c. Las Cámaras de Comercio
 - d. Los Operadores de Turísticos (empresarios)
 - e. Otros ¿Quiénes?
-
- 2.13. ¿Cómo calificaría las alianzas estratégicas entre agentes promotores y operadores del turismo en el Callejón de Huaylas?
- a. Excelentes
 - b. Muy Buenos
 - c. Buenos
 - d. Regulares
 - e. Malos

3. COMPETITIVIDAD DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO:

- 3.1. ¿Cómo calificaría Ud. a la Planta Turística (agencias de viaje, transportes, alojamientos, restaurantes y centros de diversión) con que cuenta el Callejón de Huaylas?
- a. Adecuados ()
 - b. Inadecuados ()
 - c. Suficientes ()
 - d. Insuficientes ()
- 3.2. ¿Cómo calificaría Ud. la calidad de los servicios turísticos ofrecidos en el Callejón de Huaylas?
- a. Excelentes ()
 - b. Muy buenos ()
 - c. Buenos ()
 - d. Regulares ()
 - e. Malos ()
- 3.3. ¿Cómo considera Ud. los precios de los servicios turísticos en el Callejón de Huaylas?
- a. Excesivos ()
 - b. Caros ()
 - c. Razonables ()
 - d. Baratos ()
- 3.4. ¿Cómo calificaría Ud. la gestión o administración de las empresas de servicios turísticos del Callejón de Huaylas?
- a. Excelente ()
 - b. Muy bueno ()
 - c. Bueno ()
 - d. Regular ()
 - e. Malo ()
- 3.5. ¿Cómo calificaría Ud. la promoción y publicidad del Callejón de Huaylas como destino turístico?
- a. Suficiente ()
 - b. Insuficiente ()
 - c. Adecuado ()
 - d. Inadecuado ()
- 3.6. ¿Cómo considera Ud. al turismo del Callejón de Huaylas en comparación con otros destinos turísticos del país?
- a. Altamente competitivo ()
 - b. Medianamente competitivo ()
 - c. Poco competitivo ()
 - d. Nada competitivo ()

4. DESARROLLO REGIONAL:

- 4.1. ¿Cómo considera Ud. la contribución del turismo al desarrollo de los pueblos del Callejón de Huaylas?
- a. Muy significativo ()
 - b. Medianamente significativo ()
 - c. Poco significativo ()
 - d. Nada significativo ()

- 4.2. ¿Cómo considera Ud. la incidencia del turismo en los ingresos de las familias del Callejón de Huaylas ?
- a. Muy significativo ()
 - b. Medianamente significativo ()
 - c. Poco significativo ()
 - d. Nada significativo ()
- 4.3. ¿Cómo considera Ud. al turismo del Callejón de Huaylas como fuente generadora de empleo?
- a. Muy significativo ()
 - b. Medianamente significativo ()
 - c. Poco significativo ()
 - d. Nada significativo ()
- 4.4. El turismo en el Callejón de Huaylas ¿Está articulado a los demás sectores productivos de la economía regional?
- a. Plenamente ()
 - b. Medianamente ()
 - c. Minoritariamente ()
 - d. No está articulado ()
- 4.5. ¿Cómo considera Ud. el desarrollo intersectorial (agricultura, comercio, industria, otros) en el Callejón de Huaylas como efecto del desarrollo del turismo?
- a. Muy significativo ()
 - b. Medianamente significativo ()
 - c. Poco significativo ()
 - d. Nada significativo ()
- 4.6. Tendría Ud. la gentileza de proporcionarnos algunas sugerencias que conlleven a mejorar el desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas:
- -
 -
 -

Huaraz, 2008

ANEXO N° 02

CUESTIONARIO PARA ENCUESTAS A OPERADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS DEL CALLEJÓN DE HUAYLAS

1. GENERALIDADES (DATOS DEL NEGOCIO Y/O CONDUCTOR):
 - 1.1. Datos del negocio:
 - 1.1.1. Giro del negocio: -----
 - 1.1.2. Permanencia en el negocio (expresar en años): -----
 - 1.2. Datos del conductor (administrador):
 - 1.2.1. Edad: -----
 - 1.2.2. Sexo: -----
 - 1.2.3. Grado de instrucción: -----
 - 1.2.4. Profesión / ocupación: -----
 - 1.2.5. Procedencia: -----
2. DESARROLLO DEL TURISMO:
 - ¿Cómo calificaría Ud. el desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas?
 - a. Excelente ()
 - b. Muy bueno ()
 - c. Bueno ()
 - d. Regular ()
 - e. Malo ()
 - 2.2. ¿Como considera Ud. el modelo de desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas?
 - a. Convencional ()
 - b. Ecoturismo ()
 - c. Sostenible ()
 - d. De aventura ()
 - e. Otro () ¿cuál?.....
 - 2.3. ¿Porqué el turismo en el Callejón de Huaylas no logra alcanzar el desarrollo esperado?
 - a. Por el modelo de desarrollo convencional ()
 - b. Por la incapacidad de los agentes promotores ()
 - c. Por los protagonismos de las autoridades ()
 - d. Por el descuido y desinterés de los operadores ()
 - e. Otros () ¿Cuáles?...
 - 2.4. ¿Como considera Ud. los planes y programas de desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas diseñados e implementados por los agentes promotores del turismo regional?.
 - a. Completamente viables ()
 - b. Medianamente viables ()
 - c. Poco viables ()
 - d. Nada viables ()
 - 2.5. El desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas, es responsabilidad de:
 - a. La dirección Regional de Turismo ()
 - b. Las Municipalidades ()
 - c. Las Cámaras de Comercio ()

- 2.13. ¿ A qué factores atribuye Ud. el poco avance en la implementación y ejecución del Plan Regional de Desarrollo Turístico de Ancash?
- a. Falta de recursos económicos ()
 - b. Incapacidad de la Dirección Regional de Turismo ()
 - c. Negligencia de agentes promotores del turismo ()
 - d. Descuido de operadores de turismo ()
 - e. Otros () ¿Cuáles?

3. COMPETITIVIDAD DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO:

- 3.1. ¿Cómo considera al turismo en el Callejón de Huaylas en comparación con otros destinos turísticos del país?

- a. Muy competitivo ()
- b. Medianamente competitivo ()
- c. Poco competitivo ()
- d. Nada competitivo ()

- 3.2. ¿A qué factores podría obedecer la poca competitividad del turismo en el Callejón de Huaylas?

- a. Roles de los agentes promotores del turismo ()
- b. Calidad de los servicios turísticos ()
- c. Precios de los servicios turísticos ()
- d. Políticas y estrategias de desarrollo del turismo ()
- e. Marketing turístico ()
- f. Otros () ¿Cuáles?: ...

- 3.3. ¿Cómo considera Ud. la planta turística (agencias de viaje, alojamientos, restaurantes, centros de diversión) con que cuenta el Callejón de Huaylas?

- a. Suficientes ()
- b. Insuficientes ()
- c. Apropriados ()
- d. Inapropiados ()
- e. Otros () ¿Cuáles?.....

- 3.4. ¿Cómo considera Ud. la promoción y publicidad del turismo del Callejón de Huaylas como destino turístico?

- a. Suficiente ()
- b. Insuficiente ()
- c. Adecuado ()
- d. Inadecuado ()
- e. Otros () ¿Cuáles?:

- 3.5. ¿Cómo calificaría Ud. la calidad de los servicios turísticos en el Callejón de Huaylas?.

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

- 3.6. ¿Cómo calificaría los precios de los servicios turísticos en el Callejón de Huaylas?

- a. Excesivos ()
- b. Caros ()
- c. Moderados ()

d. Baratos ()

4. DESARROLLO REGIONAL:

4.1. ¿Cómo considera Ud. la contribución del turismo al desarrollo socioeconómico de los pueblos del Callejón de Huaylas?

a. Muy significativo ()

b. Medianamente significativo ()

c. Poco significativo ()

d. Nada significativo ()

4.2. ¿Cómo considera Ud. la incidencia del turismo en los ingresos de las familias del Callejón de Huaylas?

a. Muy significativo ()

b. Medianamente significativo ()

c. Poco significativo ()

d. Nada significativo ()

4.3. El turismo del Callejón de Huaylas ¿Está articulado a los demás sectores productivos de la economía regional?

a. Plenamente ()

b. Medianamente ()

c. Minoritariamente ()

d. No está articulado ()

4.4. ¿Cómo considera Ud. el desarrollo intersectorial (agricultura, industria, comercio, otros) motivado por el turismo?.

a. Muy significativo ()

b. Medianamente significativo ()

c. Poco significativo ()

d. Nada significativo ()

4.5. ¿Cómo considera Ud. la generación de empleo directo e indirecto en el Callejón de Huaylas por efecto del turismo?.

a. Muy significativo ()

b. Medianamente significativo ()

c. Poco significativo ()

d. Nada significativo ()

4.6. Tendría la gentileza de proporcionarnos algunas sugerencias para mejorar el turismo en el Callejón de Huaylas:

-
-
-
-
-

Huaraz, 2008

ANEXO Nº 03

CUESTIONARIO PARA ENCUESTAS A POBLACIÓN RESIDENTE EN EL CALLEJÓN DE HUAYLAS

1. GENERALIDADES:

- 1.1. Lugar de residencia : _____
- 1.2. Edad : _____
- 1.3. Sexo : _____
- 1.4. Grado de instrucción : _____
- 1.5. Ocupación : _____

2. DESARROLLO DEL TURISMO:

- 2.1. ¿Cómo calificaría Ud. el desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas?
 - a. Excelente ()
 - b. Muy bueno ()
 - c. Bueno ()
 - d. Regular ()
 - e. Malo ()
- 2.2. ¿Porqué cree Ud. que el turismo en el Callejón de Huaylas no logra alcanzar el desarrollo esperado?
 - a. Por el modelo de desarrollo convencional ()
 - b. Por la incapacidad de los agentes promotores ()
 - c. Por los protagonismos de las autoridades ()
 - d. Por el descuido y desinterés de los operadores ()
 - e. Otros () ¿Cuáles?....
- 2.3. ¿Quién debe de liderar el desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas?
 - a. La Dirección Regional de Turismo ()
 - b. Las Municipalidades ()
 - c. Las Cámaras de Comercio ()
 - d. Los operadores (Empresas) ()
 - e. Otros () ¿Quiénes?:
- 2.4. ¿Cómo considera Ud. los roles y desempeño de los agentes promotores del turismo regional (Dirección Regional de Turismo, Cámara de Comercio y las Municipalidades)?
 - a. Excelentes ()
 - b. Muy buenos ()
 - c. Buenos ()
 - d. Regulares ()
 - e. Malos ()

3. COMPETITIVIDAD DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO:

- 3.1. ¿Cómo considera Ud. la planta turística (agencias de viaje, alojamientos, restaurantes, centros de diversión) con que cuenta el Callejón de Huaylas?
 - a. Suficientes ()
 - b. Insuficientes ()

- c. Apropriados ()
 - d. Inapropiados ()
 - e. Otros () ¿Cuáles?:
- 3.2. ¿Cómo considera Ud. la promoción y publicidad del turismo del Callejón de Huaylas como destino turístico?
- a. Suficiente ()
 - b. Insuficiente ()
 - c. Adecuado ()
 - d. Inadecuado ()
 - e. Otros () ¿Cuáles?: ..
- 3.3. ¿Cómo calificaría Ud. la calidad de los servicios turísticos en el Callejón de Huaylas?.
- a. Excelente ()
 - b. Muy bueno ()
 - c. Bueno ()
 - d. Regular ()
 - e. Malo ()
- 3.4. ¿Cómo calificaría los precios de los servicios turísticos en el Callejón de Huaylas?
- a. Excesivos ()
 - b. Caros ()
 - c. Moderados ()
 - d. Baratos ()
4. DESARROLLO REGIONAL:
- 4.1. ¿Cómo considera Ud. la contribución del turismo al desarrollo socioeconómico de los pueblos del Callejón de Huaylas?
- a. Muy significativo ()
 - b. Medianamente significativo ()
 - c. Poco significativo ()
 - d. Nada significativo ()
- 4.2. ¿Cómo considera Ud. la incidencia del turismo en los ingresos de las familias del Callejón de Huaylas?
- a. Muy significativo ()
 - b. Medianamente significativo ()
 - c. Poco significativo ()
 - d. Nada significativo ()
- 4.3. El turismo del Callejón de Huaylas ¿Está articulado a los demás sectores productivos de la economía regional?
- a. Plenamente ()
 - b. Medianamente ()
 - c. Minoritariamente ()
 - d. No está articulado ()
- 4.4. ¿Cómo considera Ud. la generación de empleo directo e indirecto en el Callejón de Huaylas por efecto del turismo?.
- a. Muy significativo ()
 - b. Medianamente significativo ()
 - c. Poco significativo ()
 - d. Nada significativo ()

ANEXO N° 04

CUESTIONARIO PARA ENCUESTAS A TURISTAS QUE DEMANDAN SERVICIOS TURÍSTICOS EN EL CALLEJÓN DE HUAYLAS

1. GENERALIDADES (DATOS DEL TURISTA):

Edad:

Sexo:

Grado de instrucción:

Profesión / ocupación:

Procedencia:

2. DESARROLLO DEL TURISMO:

¿Cómo calificaría Ud. El desarrollo del turismo en el Callejón de Huaylas?

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

¿Cómo calificaría Ud. a los atractivos turísticos con que cuenta el Callejón de Huaylas?

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

2.3. ¿Cómo considera Ud. el estado en que se encuentran los atractivos turísticos del Callejón de Huaylas?

- a. Bien protegido y cuidados ()
- b. Descuidados ()
- c. Abandonados ()
- d. Contaminados ()
- e. Otros () ¿Cuáles?:

2.4. ¿Cómo considera Ud. el estado en que se encuentran las vías de acceso (carreteras, caminos) a los atractivos turísticos del Callejón de Huaylas?

- a. Con adecuado mantenimiento ()
- b. Descuidados ()
- c. De difícil tránsito ()
- d. Intransitables ()

e. Otros () ¿Cuáles?.....

3. COMPETITIVIDAD DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO:

3.1. ¿Cómo considera Ud. a la industria del turismo (servicios de alojamiento, alimentación, transportes y diversiones) en el callejón de Huaylas?.

- a. Muy competitivos ()
- b. Competitivos ()
- c. Regular competitivos ()
- d. Poco competitivos ()
- e. Nada competitivos ()

3.2. ¿Cómo considera Ud. la calidad de los servicios turísticos del Callejón de Huaylas?

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

3.3. ¿Cómo considera Ud. los precios de los servicios turísticos en el Callejón de Huaylas?

- a. Excesivos ()
- b. Caros ()
- c. Moderados ()
- d. Baratos ()

3.4. ¿Cómo considera Ud. la promoción y publicidad del turismo del Callejón de Huaylas?

- a. Adecuados ()
- b. Inadecuados ()
- c. Suficientes ()
- d. Insuficientes ()
- e. Otros () ¿Cuáles?:

3.5. ¿Cómo calificaría Ud. la gestión (administración) de las empresas de servicios turísticos del Callejón de Huaylas?

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

4. LOS FLUJOS DE TURISTAS:

4.1. Marque Ud. con una "x" las razones de su viaje al Callejón de Huaylas?

- a. Conocer los atractivos turísticos ()
- b. Aventura y diversión ()
- c. Prescripción médica ()
- d. Visita a parientes y/o amigos ()
- e. Otros ()

¿Cuáles?.....

- 4.2. Marque Ud. con una "x" los factores que de alguna manera influenciaron en su viaje al Callejón de Huaylas:
- a. La publicidad por los medios de comunicación ()
 - b. Los comentarios de personas allegadas ()
 - c. Las promociones de las agencias de viaje ()
 - d. La hermosura de sus paisajes ()
 - e. Otros () ¿Cuáles?:
- 4.3. Marque con una "x" los atractivos turísticos del Callejón de Huaylas que ha visitado o tiene previsto visitarlos?
- a. El Castillo de Chavín ()
 - b. Nevado de Pastoruri ()
 - c. Laguna de Llanganuco ()
 - d. Campo Santo de Yungay ()
 - e. Otros () ¿Cuáles?:
- 4.3. Marque Ud. con una "x" los inconvenientes encontrados durante su visita al Callejón de Huaylas:
- a. Precios elevados de los servicios turísticos ()
 - b. Falta de información adecuada ()
 - c. Inseguridad ()
 - d. Mal trato de la población local ()
 - e. Otros () ¿Cuáles?:
- 4.4. Tendría la gentileza de proporcionarnos algunas sugerencias para mejorar el turismo en el Callejón de Huaylas:
- -
 -
 -
 -

Huaraz, 2008