



Universidad
César Vallejo

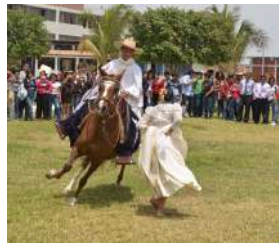
ISSN: 2221-9803



ENTREPRENEUR & BUSINESS

REVISTA CIENTÍFICA

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO PIURA EDICIÓN N° 02
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN





Universidad César Vallejo

ISSN: 2221-9803

Revista Científica

ENTREPRENEUR & BUSINESS

Volumen 02

Número 02

Hecho en el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2011
- 03841

Universidad César Vallejo

Facultad de Ciencias Empresariales

Facultad de Administración

Av. Prolongación Chulucanas Mza. S-T Lote SN Z.I Zona Industrial II

Piura - Perú

Central Telefónica (073) 285900 anexo 5530

Fax (073)285905

www.entrepreneur.pe

Edición N°02

Publicación anual

Los trabajos firmados son de responsabilidad de cada autor.

Prohibida la reproducción total o parcial de esta revista, por cualquier medio, sin permiso expreso del fondo editorial.

Se puede acceder a una revisión en pdf en www.entrepreneur.pe

AUTORIDADES Y DIRECTIVOS DE LA UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Dr. César Acuña Peralta
Rector Honorario Vitalicio de la Universidad

Dr. Sigifredo Orbegoso Venegas
Rector de la Universidad

Dra. Ana Teresa Fernández Gill
Vicerrectora Académica

Mg. Rosa Moreno Rodríguez
Decana de la Facultad de Ciencias Empresariales

Mg. Martín Estrada Vásquez
Director General - UCV Piura

MG. Oscar Vela Miranda
Director Académico - UCV Piura

Mg. Nélida Rodríguez de Peña
Directora de la Escuela de Administración - UCV Piura

COMITÉ EDITORIAL

Sergio Santamaría Suarez

Universidad Nacional Autónoma -
México

Eduardo Campechano Escalona

Universidad Centroccidental Li-
sandro Alvarado – Venezuela

Sara Esperanza Lucero Revelo

Universidad Mariana – Colombia

Piedad Cristina Martínez

Carazo

Universidad de Cartagena
Colombia

Pedro Rafael Moya Carrasco

Universidad de la Rábida
España

Silvia Viera Morán

Universidad César Vallejo - Perú

Rubén More Valencia

Universidad César Vallejo - Perú

COMITÉ CIENTÍFICO:

Nélida Rodríguez de Peña

Freddy William Castillo Palacios

Blanca Álvarez Luján

Allan Jeanfranco Quindés Niño

Daniel Benjamín Noriega Cortez

Jonathan Raúl Ortíz Murillo

Silvia Lorenza Lequernaque García

Kevin Fermín Jiménez Gonzales

COMITÉ DE REDACCIÓN

Rodolfo Ramal Calderón

Universidad César Vallejo – Perú

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Lucía Jennifer García Espinoza

Universidad César Vallejo – Perú

DISEÑO WEB

Gabriel Ernesto Borrero

Carrasco

Universidad César Vallejo – Perú

Tiraje:

100 ejemplares

Dirección Electrónica:

www.entrepreneur.pe

CONTENIDO

Presentación	10
“Clima Laboral Y Productividad De Los Trabajadores Administrativos De La Universidad Nacional De Piura- Año 2013”. <i>Nélida Rodríguez de Peña</i>	29
Análisis de las condiciones del entorno turístico para la promoción del distrito de Canchaque como destino regional - Año 2014. <i>Freddy William Castillo Palacios</i>	53
“Preferencias de los emprendedores, propietarios de las micro y pequeñas empresas del Distrito de Piura, en cuanto al financiamiento de sus negocios”. <i>Blanca Álvarez Luján</i>	60
Desarrollo Turístico Sostenible en el Distrito Fronterizo Andino de Ayabaca en la Región Piura en el Extremo Norte del Perú. <i>Allan Jeanfranco Quindés Niño</i>	69
Diseño de Estrategias Basadas en el Enfoque de la inteligencia emocional para el reforzamiento de las competencias actitudinales en el recurso humano de las organizaciones. <i>Daniel Benjamín Noriega Cortez</i>	98
Estudio de mercado para la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana. Año 2013. <i>Jonathan Raúl Ortiz Murillo</i>	117
“Análisis de los Procedimientos Administrativos desarrollados en la Sub. Gerencia de Planeamiento Urbano, Catastro y Asentamientos Humanos de la Municipalidad Provincial de Paita para una propuesta de Simplificación Administrativa - año 2013”. <i>Lequernaque García, Silvia Lorenza</i>	132
Desarrollo del Turismo Cultural en San Miguel de Tangará. <i>Kevin Fermín Jiménez Gonzales</i>	150

PRESENTACIÓN

Una de las tareas propias del quehacer universitario es la investigación, por tal razón, presentamos en esta ocasión, el segundo número de la revista científica Entrepreneur & Business, la cual es el resultado del trabajo profesional del recurso humano de la Escuela de Administración y Oficina de Investigación de la Universidad César Vallejo Filial Piura.

Debemos destacar la participación de los docentes investigadores cuyos artículos fueron aprobados para esta edición. Somos testigos del talento y seriedad con que emprendieron este trabajo con el objetivo permanente de la búsqueda de la verdad.

Entrepreneur & Business reúne los criterios de calidad, tales como el contenido de la investigación así como sus características técnicas y formales. Los artículos publicados en esta segunda edición incluyen temas de actualidad en la investigación de las Ciencias Empresariales.

Agradecemos a las personas que participaron en la presente edición, con quienes se constituye un equipo que busca contribuir al quehacer científico, comunicándonos con la comunidad académica nacional e internacional.

Mg. Nélida Rodríguez de Peña



“CLIMA LABORAL Y PRODUCTIVIDAD DE LOS TRABAJADORES ADMINISTRATIVOS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA- AÑO 2013”

MG. NÉLIDA RODRÍGUEZ DE PEÑA ¹

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general determinar la influencia del clima laboral en la productividad de los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional de Piura en el año 2013; para esto fue necesario analizar el clima laboral, evaluar los índices de productividad, diagnosticar el involucramiento de los trabajadores administrativos, determinar los niveles de comunicación con jefes y compañeros de área, así como, analizar las condiciones del ambiente físico de los puestos laborales y el nivel de motivación. El diseño de investigación es no experimental de corte transversal - correlacional, con un enfoque cualicuantitativo. Los datos fueron recolectados por medio de Focus Group, resultados que se complementaron con la aplicación de encuestas, los mismos que se analizaron e interpretaron por medio de la técnica de la triangulación y se contrastaron por medio de pruebas estadísticas. Estos resultados permiten observar que el clima laboral de los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional de Piura, medido a través de sus dimensiones, es calificado como medio por la mayoría de encuestados, 55.6%; sólo el 33.4%, lo califica como favorable, mientras que para el 10.9% considera que el clima es desfavorable. La productividad se encuentra en un nivel medio, debido a que hay dos dimensiones que evidencian niveles predominantemente altos, como son la dimensión aptitudes y experiencia, en las cuales el 68.1% y 54.8%, evidencian dichos niveles, el clima laboral y la productividad muestran una relación significativa ($r=0.293$, $\text{sig.}<0.05$); sin embargo, la correlación es demasiado baja ($r<0.3$), como para tener alguna implicancia práctica, lo que no permite concluir que ambas variables se relacionen en forma importante.

Palabras clave: Clima laboral, productividad, involucramiento de trabajadores, niveles de comunicación, condiciones laborales, motivación.

¹ Magíster en Ciencias Empresariales en la Universidad Nacional de Piura, estudios concluidos de doctorado en Administración.

ABSTRACT

This investigation has as an general objective to determine the influence of the work environment in the productivity of administrative workers at the National University of Piura in 2013; this it was necessary to analyze the work environment, to evaluate the productivity indexes, diagnose the involvement of administrative workers, determining the levels of communication with bosses and areas' colleagues as well as analyze the conditions of the physical environment of the jobs and motivation level. The research design is not experimental the cross section - correlational with quality-quantitative approach, collecting the data through focus group results were complemented by the implementation of surveys. The results were analyzed and interpreted by means of the technique of triangulation and were contrasted by means of statistical tests. The results allow to observe the working environment of administrative workers of the National University of Piura, measured through their dimensions, it is qualified as means by the majority of surveyed, 55.6%; only 33.4%, qualifies as positive while for 10.9% believe that the environment is unfavorable; the productivity is located in a medium level, because of there are two dimensions that demonstrate predominantly high levels, such as the dimension aptitudes and experience, in which 68.1% and 54.8% are demonstrate these levels, the working environment and productivity show a significant relation ($r = 0.293$, $\text{sig} < 0.05$.), however, the correlation is too low ($r < 0.3$) to have any practical implication; making it impossible to conclude that the two variables are related in the best way.

Keywords: Working environment, productivity, worker involvement, communication levels, working conditions, motivation

I. INTRODUCCIÓN

La Universidad Nacional de Piura fue fundada el 3 de marzo de 1961, mediante ley N° 13531 con el nombre de Universidad Técnica de Piura. El año académico se inició el 18 de agosto de 1961 con la escuela de Economía que se crea para formar economistas y contadores. En 1965 se creó la escuela de Agronomía y en 1966 la escuela de Ingeniería Industrial. A partir de 1967 estas escuelas cambiaron su denominación por facultades, actualmente la universidad cuenta con 14 facultades y 29 especialidades. (Facultad de Economía de la UNP, 2012)

El clima laboral dentro de este centro de estudio no es el adecuado y esto se evidencia en los bajos salarios que perciben y en el descontento por la repartición no equitativa de los recursos propios que generan los centros productivos de esta institución. Las pocas capacitaciones y la falta de detección de necesidades según los requerimientos de capacitación, es otro factor de descontento. De la misma manera los ambientes físicos no son de los más adecuados. Asimismo, la comunicación es poco fluida, originándose repeticiones en la realización de las tareas. Este malestar se refleja en las continuas huelgas de los trabajadores administrativos exigiendo mejoras por su desempeño, agudizando de esta manera su situación de retraso por la que está pasando la universidad como institución.

Lo indicado ocasiona que la universi-

dad no logre mejorar sus recursos, tanto a nivel de desarrollo humano como a nivel de productividad, por lo que, es necesario un cambio que permita mejorar dicha situación; esto redundará en beneficio de la misma universidad, ya que optimizará sus recursos; de los estudiantes porque al mejorar el clima laboral tendrán una mejor atención; de Piura y por ende del país.

Como antecedentes de la investigación tenemos:

Salazar, Guerrero, Machado y Cañedo (2009), realizaron el trabajo "Clima y cultura organizacional: dos componentes esenciales en la productividad laboral", donde afirman que el clima y la cultura organizacional son dos componentes de vital importancia para incrementar la productividad laboral, siendo el clima organizacional un componente esencial del proceso de socialización del conocimiento y la cultura; y la socialización de la cultura y del conocimiento constituyen una premisa fundamental en el éxito de la organización, debido a que la colaboración es fuente de ventajas competitivas. El clima organizacional induce a los individuos a tomar determinados comportamientos que influyen en la actividad de la organización, siendo los reflejos de esto la calidad de los servicios que prestan, así como la efectividad, eficiencia, eficacia, impacto social y el desempeño general de la organización.

Venutolo (2009) investigó de qué manera impacta el clima laboral en la pro-

ductividad de medianas y pequeñas organizaciones, específicamente en las empresas encargadas del servicio de transporte vertical en la ciudad Autónoma de Buenos Aires (Argentina). Para esto, se llevó a cabo el estudio casuístico de una empresa, que fue completado con una investigación de campo de tipo no experimental aplicando herramientas de recolección de datos cualitativas y cuantitativas entre los trabajadores de las empresas seleccionadas como objeto de estudio. Al emplear técnicas de encuestas y observación directa se llegó a la conclusión de que los aspectos negativos de las variables tienden a ser muy elevados en indicadores tales como cooperación, resolución de conflictos e identificación con los objetivos de la empresa.

Adrianzén (2010) realizó su estudio de tipo descriptivo correlacional en una población de 62 trabajadores donde se trabajó con una población de 62 personas, utilizando el instrumento Escala de Motivación Psicosocial de Fernández Seara y la Escala de Satisfacción Laboral de Sonia Palma. Los resultados determinaron que entre la motivación psicosocial y la satisfacción laboral no existe correlación significativa. Por otro lado, se establece que existen correlaciones significativas y positivas entre los indicadores activación y factor beneficios laborales, el factor expectativas y políticas administrativas, ejecución y desarrollo personal, incentivos y condiciones físicas, incentivos y desarrollo personal y, finalmente, satisfacción y re-

laciones sociales. Así mismo se determinó que los trabajadores de CEPICAFE se muestran altamente satisfechos con las condiciones laborales de la organización, mientras que, respecto a la motivación, los resultados muestran niveles por debajo del promedio.

Palma (2010) elaboró y estandarizó un instrumento de medición específico para los fines del estudio en una muestra de 1,323 trabajadores de entidades públicas y particulares. Los resultados de esta investigación constituyen un aporte con respecto al diagnóstico del clima organizacional en trabajadores con relación de dependencia laboral, confirmándose la percepción mayoritaria de que el clima laboral favorable es relativo y son consistentes con las estadísticas de la OIT, INEI y Ministerio de Trabajo acerca del deterioro de las relaciones laborales. De la misma manera se resalta la mejor percepción que reflejan los trabajadores de empresas particulares de producción y el grupo de empleados con cargo directivos; lo que evidencia las mejores condiciones de trabajo en las que se encuentran en comparación con el deterioro y la pauperización de los menos asalariados.

Monteza (2010) utilizó en su investigación la metodología cuantitativa, con énfasis descriptivo y transversal. La información fue recogida a través de la encuesta. La población y muestra de estudio fueron 42 enfermeras del Hospital Almanzor Aguinaga Asenjo de Chiclayo. De los resultados de la investigación se

infiere que el clima laboral y la satisfacción laboral son fundamentales en las instituciones públicas y tienen una relación directa. Cualquier variación de estos, afecta el ambiente de trabajo y por consecuencia afectan a las personas que forman parte de dicho ambiente.

Pachas (2007) llega a demostrar en su trabajo "Factores del clima organizacional que se relacionan con el desempeño y la motivación del personal administrativo que labora en la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la UNP", que los diferentes factores que integran el clima laboral según estudio de Sonia Palma, tienen una relación estrecha con el desempeño de los trabajadores. Se aplicó como instrumento de recolección de datos la encuesta diseñada por la doctora Palma y las categorías de Clima laboral según Likert.

Determinar la influencia del clima laboral en la productividad de los trabajadores administrativos en la Universidad Nacional Piura en el año 2013 es el objetivo general de esta investigación; mientras que los objetivos específicos son: analizar el clima laboral predominante en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional Piura en el año 2013, evaluar los índices existentes de productividad de los trabajadores administrativos en la Universidad Nacional Piura en el año 2013, diagnosticar el nivel de involucramiento laboral de los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional Piura en el año 2013, determinar los niveles de comu-

nicación con los jefes, compañeros de área y oficinas de la Universidad Nacional Piura en el año 2013, analizar las condiciones del ambiente físico de los puestos de trabajo de los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional Piura en el año 2013 y determinar el nivel de motivación existente en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional Piura.

La pregunta de investigación planteada es: ¿El clima laboral es un factor que influye en la productividad de los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional de Piura en el año 2013?

Por lo tanto, se presenta como hipótesis: El clima laboral es un factor que influye significativamente en la productividad de los trabajadores de la Universidad Nacional de Piura en el año 2013.

La investigación se justifica porque es necesario que toda institución tenga un buen Clima Laboral, ya que al tener los colaboradores un ambiente laboral agradable, mejorarán la productividad. Así mismo, con el conocimiento del Clima Organizacional que existe en las instituciones, se proporciona retroinformación acerca de los procesos que determinan los comportamientos organizacionales, permitiendo además, introducir cambios planificados tanto en las actitudes y conductas de los miembros, como en la estructura organizacional o en uno o más de los subsistemas que la componen. Por lo tanto, es

pertinente esta investigación porque permite conocer el sentir de los trabajadores, los puntos críticos por área de estudio relacionadas con los niveles de desempeño, motivaciones e implicancias; los cuales conllevarán a garantizar que la institución desarrolle procesos modernos y confiables con el fin de mejorar la productividad de sus trabajadores; situación que conllevará a mejorar el nivel de vida de su personal

II. MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación es no experimental ya que no se han manipulado las variables, sino que se han observado los fenómenos tal y como se dan en el contexto natural. Así mismo, es de corte transversal – correlacional, con un enfoque cuali-cuantitativo. Se utilizó las técnicas de recolección y análisis de datos propios de cada enfoque como el Focus Group del enfoque cualitativo y encuestas estructuradas del enfoque cuantitativo. Para el análisis e interpretación de los resultados se utilizó la técnica de la triangulación y pruebas de hipótesis estadísticas, para contrastar las hipótesis de investigación.

La variable independiente es Clima Laboral, que para este trabajo de investigación se entiende como el conjunto de factores que influyen o condicionan el desempeño de los trabajadores administrativos de la UNP. Para esto se ha utilizado la Escala de Clima Laboral que diseña la Dra. Sonia Palma Carrillo, investigadora de la Facultad de Psicología

de la Universidad Ricardo Palma (Lima, Perú), en su Manual Escala Laboral CL-SPC (2004), la cual está basada en la técnica Likert, para conocer los factores de: nivel de Involucramiento, nivel de Comunicación y Condiciones Laborales. Como variable dependiente se tiene a la Productividad, que se refiere a la relación que guarda el uso de materiales de trabajo, horas/hombre y uso de tecnología con eficiencia y eficacia de su labor.

La población es de 645 trabajadores administrativos de la Universidad Nacional de Piura, nombrados a junio de 2013 y la muestra, dado que la población es conocida y teniendo en cuenta los datos indicados en el punto anterior, se ha calculado por medio de la presente fórmula estadística:

$$n = \frac{Z^2 * N * P}{e^2 (N-1) + Z^2 * P * q}$$

Siendo:

Z = 1.96 (intervalo de confianza), con un nivel del confianza del 95%

e = error permitido del 5%

P = proporción de la población que posee la característica de interés, que en este caso es 50%

q = 1-p

N = 645 trabajadores de la UNP.

n = 241 trabajadores de la UNP.

La elección de la muestra fue aleatoria, a partir de la base de datos de la UNP utilizando el programa SPSS versión 20.0.

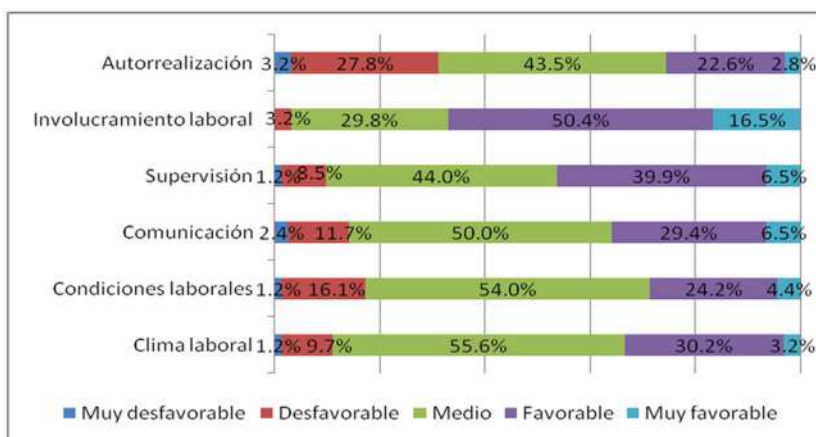
III. RESULTADOS

TABLA 01 CLIMA LABORAL EN LOS TRABAJADORES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA

DIMENSIONES	Muy desfavorable		Desfavorable		Medio		Favorable		Muy favorable	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Autorrealización	8	3.2%	69	27.8%	108	43.5%	56	22.6%	7	2.8%
Involucramiento laboral	0	.0%	8	3.2%	74	29.8%	125	50.4%	41	16.5%
Supervisión	3	1.2%	21	8.5%	109	44.0%	99	39.9%	16	6.5%
Comunicación	6	2.4%	29	11.7%	124	50.0%	73	29.4%	16	6.5%
Condiciones laborales	3	1.2%	40	16.1%	134	54.0%	60	24.2%	11	4.4%
Clima laboral	3	1.2%	24	9.7%	138	55.6%	75	30.2%	8	3.2%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

FIGURA 01



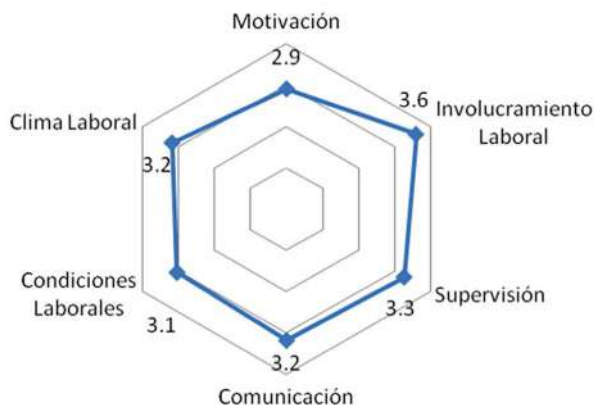
El estudio da cuenta que los trabajadores de la Universidad Nacional de Piura perciben un clima laboral no tan favorable, tanto a nivel general, como a nivel de cada una de las dimensiones. En general, se deduce que el clima laboral

de la Universidad Nacional de Piura, es calificado como medio por la mayoría de encuestados, 55.6%; solo el 33.4%, lo califica como favorable, mientras que para el 10.9%, el clima es desfavorable.

TABLA N° 02 PERCEPCIÓN MEDIA POR LAS DIMENSIONES DEL CLIMA LABORAL, EN LOS TRABAJADORES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA

Dimensiones	Promedio	Desviación estándar
Motivación	2.90	.65
Involucramiento Laboral	3.61	.59
Supervisión	3.28	.62
Comunicación	3.17	.62
Condiciones Laborales	3.06	.57
Clima Laboral	3.20	.54

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

FIGURA 02

La figura N°2 muestra el clima laboral de la Universidad Nacional de Piura desde otra perspectiva; se observa que solo una dimensión, involucramiento laboral, muestra un promedio cercano a los 4 puntos, es decir, se encuentra en un nivel favorable. este resultado corrobora lo mencionado en el cuadro ante-

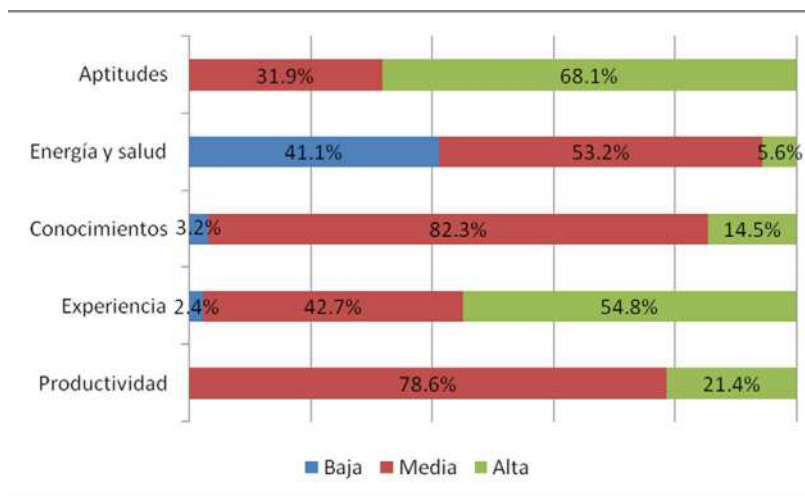
rior, en donde se demostró que la mayoría de los encuestados le daban una valoración favorable a esta dimensión. Las otras dimensiones son valoradas con un promedio de 3 puntos, equivalente a un nivel regular.

TABLA N° 03 NIVEL DE PRODUCTIVIDAD EN LOS TRABAJADORES DE LA UNP

DIMENSIONES	Baja		Media		Alta		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Aptitudes	0	.0%	79	31.9%	169	68.1%	248	100.0%
Energía y salud	10	41.1%	132	53.2%	14	5.6%	248	100.0%
Conocimientos	8	3.2%	204	82.3%	36	14.5%	248	100.0%
Experiencia	6	2.4%	106	42.7%	136	54.8%	248	100.0%
Productividad	0	.0%	195	78.6%	53	21.4%	248	100.0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

FIGURA 03



El estudio da cuenta de que los trabajadores muestran un nivel de productividad medio, según se observa en el 78.6% de ellos; solo el 21.4%, refleja un nivel de productividad alto. Este último grupo deja en claro que son trabajadores con destacada capacidad para realizar su trabajo empleando menos

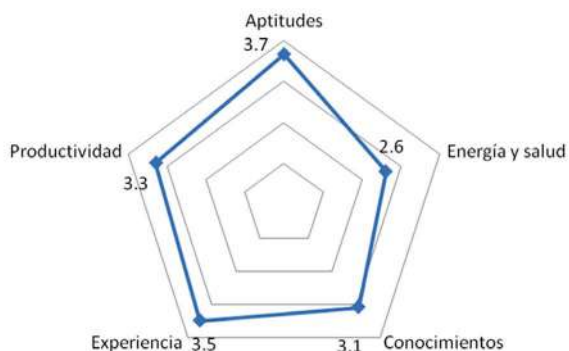
tiempo que el requerido, prestando un trabajo cuidadoso y demostrando un alto dominio para el puesto.

TABLA N° 04 PRODUCTIVIDAD MEDIA EN LOS TRABAJADORES DE LA UNP

DIMENSIONES	Promedio	Desviación estándar
Aptitudes	3.67	.38
Energía y salud	2.61	.54
Conocimientos	3.09	.41
Experiencia	3.50	.48
Productividad	3.29	.31

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

FIGURA 04



Visto los resultados desde otra perspectiva, se observa que en general la productividad evidencia un promedio de 3 puntos, equivalente a un nivel medio; lo mismo sucede en las dimensiones energía y salud, conocimientos y experiencia, aunque el promedio de la primera

de estas dimensiones, se encuentra por debajo de las otras; en cuanto a la dimensión aptitudes, el promedio es el más alto de todas, acercándose a una valoración media de 4 puntos lo que equivale a un nivel alto.

TABLA N° 05 RELACIÓN ENTRE EL CLIMA LABORAL Y LA PRODUCTIVIDAD EN LOS TRABAJADORES DE LA UNP

DIMENSIONES		Aptitudes	Energía y salud	Conocimientos	Experiencia	Productividad
Motivación	r	0.109	0.097	0.208	0.049	0.155
	Sig.	0.087	0.128	0.001	0.444	0.015
	N	248	248	248	248	248
Involucramiento Laboral	r	0.390	0.047	0.312	0.289	0.371
	Sig.	0.000	0.459	0.000	0.000	0.000
	N	248	248	248	248	248
Supervisión	r	0.326	0.038	0.280	0.194	0.290
	Sig.	0.000	0.554	0.000	0.002	0.000
	N	248	248	248	248	248
Comunicación	r	0.304	-0.018	0.221	0.204	0.256
	Sig.	0.000	0.772	0.000	0.001	0.000
	N	248	248	248	248	248
Condiciones Laborales	r	0.217	-0.018	0.228	0.163	0.206
	Sig.	0.001	0.775	0.000	0.010	0.001
	N	248	248	248	248	248
Clima laboral	r	0.313	0.035	0.280	0.205	0.293
	Sig.	0.000	0.580	0.000	0.001	0.000
	N	248	248	248	248	248

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores

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

La tabla anterior da cuenta de que el clima laboral y la productividad muestran una relación significativa ($r=0.293$, $\text{sig}.<0.05$), sin embargo, la correlación es demasiado baja ($r<0.3$), como para tener alguna implicancia práctica; lo que no permite concluir que ambas variables se relacionen en forma importante. No obstante, sí se encontró algunas relaciones significativas entre sus dimensiones. El involucramiento

laboral está directamente relacionada con las aptitudes ($r=0.390$), con los conocimientos ($r=0.312$) y en general con la productividad ($r=0.371$); la comunicación también evidencia una relación significativa con las aptitudes. En general el clima laboral se muestra íntimamente relacionado con las aptitudes que asumen los trabajadores dentro de la universidad.

IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIÓN

El objetivo de la presente investigación es determinar la influencia del clima laboral en la productividad de los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional de Piura en el año 2013; así como, analizar el clima laboral predominante en los trabajadores administrativos, evaluar los índices existentes de productividad de los trabajadores, diagnosticar el nivel de involucramiento laboral, determinar los niveles de comunicación entre las áreas de trabajo, analizar las condiciones del ambiente físico de los puestos de trabajo y determinar el nivel de motivación existente en la institución.

El recojo de datos se ha logrado mediante la aplicación de técnicas de recolección cualitativa como el focus group y cuantitativas como la encuesta; se

aplicó dos cuestionarios a los 248 colaboradores administrativos de la universidad, uno de clima laboral y otro de productividad; este último fue validado por tres juicios de expertos que permitieron modificar algunas preguntas. La confiabilidad fue evaluada mediante el método de Alfa de Cronbach, utilizando el paquete estadístico IBM SPSS versión 19 dando el siguiente resultado: 0,822. Ambos cuestionarios tienen una escala de valoración de 5 alternativas, desde la opción nada o nunca, poco, regular o algo, mucho, hasta todo o siempre, valoradas respectivamente de 1 a 5. En el caso del cuestionario de la productividad, se ha considerado la percepción media de las preguntas que conforman cada dimensión, de manera que si el promedio está por debajo de los 3 puntos, la productividad es baja, mientras que si supera a dicho valor la productividad es alta; en caso que el promedio

sea equivalente a los 3 puntos, se ha considerado una productividad media o regular. De los resultados obtenidos en el trabajo de campo se puede afirmar que en su totalidad no son tan confiables debido al temor de algunos colaboradores de responder con sinceridad las preguntas y esto se ve reflejado en los resultados de algunas preguntas.

Del análisis de los resultados de este estudio se puede afirmar que los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional de Piura, perciben un clima laboral no tan favorable con un 55.6% y con una puntuación media de 3.6, permitiendo aceptar la hipótesis 01 en forma parcial pues según los resultados el clima que se percibe en la institución no es desfavorable debido principalmente al compañerismo que existe entre los colaboradores; en cuanto a los niveles de productividad los resultados muestran una percepción media de 3.2 debido a que hay dos dimensiones que evidencian niveles predominantemente altos, como son las dimensiones aptitudes y experiencia, en las cuales el 68.1% y 54.8% evidencian dichos niveles; este grupo se caracteriza por tener una actitud laboral siempre positiva y cuentan con una experiencia demostrada en su área laboral. Por el contrario, en las otras dimensiones, energía y salud, y conocimientos, el nivel que predomina es el medio, según se observa en el 53.2% y 82.3%, respectivamente; en este caso, es necesario resaltar que en lo relacionado con la energía y salud, hay un porcentaje bastante alto, 41.1%,

con una aptitud baja, este resultado permite rechazar la hipótesis 02 donde afirma que la productividad de los trabajadores administrativos es baja.

Los resultados de 3.61 consideran que el nivel de involucramiento laboral es favorable, los datos muestran que el 66.9% lo valora de manera favorable o muy favorable; es decir, se identifican con su empleo y con los valores institucionales y se sienten comprometidos en el desarrollo de la misma; en cambio, hay otro 29.8% que se muestra indiferente en este aspecto, y otro 3.2% que no se involucra para nada con la institución, esto permite rechazar la hipótesis 03 donde se afirma que el involucramiento laboral es bajo. La comunicación en la institución, a juzgar por la opinión del 35.9%, es favorable, en cambio, el 14.1%, lo considera desfavorable; el resto, 50%, lo califica en un nivel medio. Es importante destacar que los que califican a esta dimensión de manera favorable tienen la percepción que en la institución la comunicación es fluida, rápida y clara y que existe coherencia y precisión en la información relativa al funcionamiento interno de la Universidad, estos resultados permiten rechazar la hipótesis 04.

En cuanto a las condiciones laborales, el estudio da cuenta que sólo el 28.6% tiene una percepción positiva, es decir, al calificar de manera favorable o muy favorable a esta dimensión, reconocen que la institución les proporciona los elementos materiales, económicos

y/o psicosociales para el cumplimiento de sus funciones; por el contrario, el 17.3%, no concuerda con esa apreciación; el resto, 54%, no tiene una percepción ni favorable ni desfavorable por dicha dimensión. Otros resultados muestran la percepción de los trabajadores de la motivación con un nivel de 2.9 con una calificación desfavorable sobre todo por el factor remunerativo y la falta de capacitaciones en la institución, este resultado permite aceptar la hipótesis planteada.

El clima laboral y la productividad muestran una relación significativa ($r=0.293$, $\text{sig.}<0.05$), sin embargo, la correlación es demasiado baja ($r<0.3$), como para tener alguna implicancia práctica, lo que no permite concluir que ambas variables se relacionen en forma importante. En general, el clima laboral se muestra íntimamente relacionado con las aptitudes que asumen los trabajadores dentro de la universidad. Estos resultados implican que para mejorar la productividad de los trabajadores, se debe mejorar todo el entorno laboral, pero de manera preponderante, se debe mejorar las condiciones laborales. Con estos resultados se acepta la hipótesis general donde se afirma que el clima laboral es un factor que influye significativamente en la productividad de los trabajadores de la Universidad Nacional de Piura en el año 2013.

Por otro lado, si comparamos los resultados con los encontrados en estudios realizados por otros autores, podemos

ver que dichos resultados están dentro de los límites de otros estudios similares. Venutolo (2009), investigó de qué manera impacta el clima laboral en la productividad encontrando influencia entre ambos e identificando indicadores altos como cooperación e identificación, por otro lado Adrianzén (2010) realizó un estudio de tipo descriptivo correlacional, los resultados encontrados determinaron que entre la motivación psicosocial y la satisfacción laboral no existe correlación significativa, por otro lado se establece que existen correlaciones significativas y positivas entre sus indicadores, estos resultados son similares a los encontrados en la presente investigación.

¿Cómo se puede exigir ser más productivo a un trabajador universitario y hacer labores fuera de sus tareas diarias, si en casa deja problemas relacionados con los gastos básicos comparados con su sueldo muy limitado?

¿Es posible que la Universidad Nacional de Piura genere recursos propios para financiar, mejorar los ingresos de sus trabajadores no docentes, sin tener que recurrir al Estado?

En cuanto a la primera interrogante, resulta obvio que ningún ser humano en cualquier dependencia donde trabaje pueda tener tranquilidad personal y laboral si es que en su casa hay problemas de subsistencia. Se dice de subsistencia, porque en la investigación realizada se ha podido determinar que los suel-

dos de los trabajadores cuyo tiempo de servicio oscila entre 20 y 30 años, sus ingresos promedio están entre 800 y 1300 soles mensuales. Aquellos que tienen nivel profesional, por ejemplo un F.3 su remuneración mensual es de S/. 1750, mientras que con la misma categoría un trabajador de la Región (Piura), es de S/. 4500. Esta marcada diferencia remunerativa agranda la brecha de descontento e intranquilidad laboral. En lo referente a la segunda interrogante, las universidades estatales del Perú, y en especial la Universidad Nacional de Piura, desperdicia infraestructura, talento humano y oportunidades que le ofrece el mercado ya que pocas veces en el año ofrece cursos que el mercado requiere en razón a su creciente demanda. Aún más, hoy en día que la Ley Servir, la me, juega un rol importante para la promoción y ascenso en los trabajadores.

Sumada a esa propuesta, es menester hacer mención que los gobernantes de turno de la Universidad Nacional de Piura, solo se limitan a cumplir dispositivos (resoluciones) que fijan montos verdaderamente irrisorios para el personal administrativo y no tienen el interés de modificar, por la vía legal, estos topes, para así mejorar la condición remunerativa del personal no docente cuyos sueldos son verdaderamente irrisorios.

Estas medidas, de ponerse en práctica, conllevarían a mejorar el clima laboral y la productividad de la clase de trabajadores no docentes de la Universidad

Nacional de Piura, y de todas las universidades del Perú, que suman un grueso contingente de colaboradores que llevaría a mejorar en un considerable porcentaje el nivel de productividad de la empresa peruana, que a la fecha, es uno de los más bajos de la región.

CONCLUSIONES

- El clima laboral entre los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional de Piura es moderado con un puntaje de 3.6 medido en una escala del 1 al 5, debido principalmente al compañerismo que existe entre los colaboradores.
- Al evaluar cada una de las dimensiones, el estudio muestra que hay dos dimensiones que evidencian niveles predominantemente altos, como son la dimensión aptitudes y experiencia, en las cuales el 68.1% y 54.8% evidencian dichos niveles; este grupo se caracteriza por tener una actitud laboral siempre positiva y cuentan con una experiencia demostrada en su área. Por el contrario, en las otras dimensiones, energía y salud, y conocimientos, el nivel que predomina es el medio, según se observa en el 53.2% y 82.3% respectivamente; en este caso, es necesario resaltar que en lo relacionado a la energía y salud, hay un porcentaje bastante alto, 41.1%, con una aptitud baja.
- El involucramiento laboral, es con-

siderado por el 66.9% de manera favorable o muy favorable, es decir, se identifican con su empleo y con los valores institucionales y se sienten comprometidos en el desarrollo de la misma; en cambio, hay otro 29.8%, que se muestra indiferente en este aspecto, y otro 3.2% que no se involucra para nada con la institución.

- La comunicación en la institución, a juzgar por la opinión del 35.9%, es favorable, en cambio, el 14.1%, lo considera desfavorable; el resto, 50%, lo califica en un nivel medio. Es importante destacar que los que califican a esta dimensión de manera favorable, tienen la percepción que en la institución la comunicación es fluida, rápida y clara y que existe coherencia y precisión en la información relativa al funcionamiento interno de la Universidad.
- En cuanto a las condiciones laborales, el estudio da cuenta que solo el 28.6%, tiene una percepción positiva, es decir, al calificar de manera favorable o muy favorable a esta dimensión, reconocen que la institución les proporciona los elementos materiales, económicos y/o psicosociales para el cumplimiento de sus funciones; por el contrario, el 17.3% no concuerda con esa apreciación; el resto, 54% no tiene una percepción ni favorable ni desfavorable por dicha dimensión.
- El factor motivación muestran la

percepción de los trabajadores con un nivel de 2.9 que la ubica con una calificación desfavorable sobre todo por el factor remunerativo y la falta de capacitaciones en la institución.

- El clima laboral y la productividad muestran una relación significativa ($r=0.293$, sig.<0.05), sin embargo, la correlación es demasiado baja ($r<0.3$), como para tener alguna implicancia práctica; lo que no permite concluir que ambas variables se relacionen en forma importante. No obstante, sí se encontró algunas relaciones significativas entre sus dimensiones. El involucramiento laboral está directamente relacionada con las aptitudes ($r=0.390$), con los conocimientos ($r=0.312$) y en general con la productividad ($r=0.371$); la supervisión, aunque no se relaciona significativamente con la productividad, sin embargo, sí evidencian una relación significativa con las aptitudes.

V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Adrianzén, M. (2010). Relación entre motivación psicosocial y satisfacción laboral de los trabajadores de CEPICAFE en la ciudad de Piura. Tesis para optar el título de Administradora de Empresas. Universidad "César Vallejo" Filial Piura.
- Alfaro, B. I. P. y Rivarola, G. I. J. (2005). Influencia del liderazgo en la competencia de las organizacio-

nes peruanas. (Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú). Recuperado de http://www.micop.org/apadilla/upeu/liderazgo/Influencia_del_Liderazgo.pdf

- Almudena, S y E Agulló, E. (2002). Calidad de vida laboral: hacia un enfoque integrador desde la Psicología social. Universidad de Oviedo. *Psicothema Revista anual de psicología* Vol. 14, n° 4, pp. 828-836. Recuperado de <http://156.35.33.98/reunido/index.php/PST/article/view/7926/7790>.
- Chiavenato, I. (2004). *Administración de Recursos Humanos*. Colombia: McGraw-Hill Interamericana S.A.
- Flores, Martín. (2002). Relación del clima organizacional y satisfacción laboral en profesores a tiempo parcial de una institución de educación superior, Universidad de las Américas Puebla. (Tesis de Maestría, Universidad de las Américas Puebla). Recuperado de http://biblioteca.universia.net/html_bura/ficha/params/title/relacion-clima-organizacional-satisfaccion-laboral-profesores-tiempo-parcial-institucion-educacion/id/50861042.html.
- Monteza, N. (2010). Influencia del clima laboral en la satisfacción de las enfermeras del Centro Quirúrgico Hospital Essalud Chiclayo 2010. (Tesis de Maestría). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo.
- Pachas, F. (2007). Factores del clima organizacional que se relacionan con el desempeño y la motivación del personal administrativo que labora en la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la UNP.
- Palma, S. (2010). Diagnóstico del Clima Organizacional en trabajadores dependientes de Lima Metropolitana. Recuperado de <http://www.urp.edu.pe/urp/modules/facultades/fpsicologia/articulos/diagnostic.php>.
- Salazar José, Guerrero Julio, Machado Y y Cañedo A. (2009). Clima y cultura organizacional: dos componentes esenciales en la productividad laboral. *ACIMED* Vol.20 n°4 Ciudad de La Habana. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1024-94352009001000004&script=sci_arttext.
- Vega Diana, Sandoval J, Aguilar C, Giraldo J. (2002). Panorama sobre los estudios de clima organizacional en Bogotá, Colombia (1994-2005). *Diversitas* vol.2 n°2 Bogotá. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1794-99982006000200013&script=sci_arttext.
- Venutolo, E. (2009). Estudio del clima laboral y la productividad

en empresas pequeñas y mediana: transporte vertical en la ciudad autónoma de Buenos Aires- Argentina. (Tesis Doctoral). Universidad Politécnica de Valencia. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10251/6561>.

- IPE Instituto Peruano de Economía. Productividad Laboral. Recuperado de: <http://www.ipe.org.pe/content/productividad-laboral>.
- Diccionario de la Real Academia Española (RAE) Recuperado: <http://definicion.de/productividad/#ixzz35hQtNPA>.

**“ANÁLISIS DE LAS CONDICIONES DEL ENTORNO TURÍSTICO PARA LA
PROMOCIÓN DEL DISTRITO DE CANCHAQUE COMO DESTINO
REGIONAL - AÑO 2014”**

CASTILLO PALACIOS, FREDDY WILLIAM ¹

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue analizar el entorno turístico del distrito de Canchaque, provincia de Huancabamba, con el fin de elaborar estrategias de Marketing que lo promuevan como destino turístico regional en el año 2014. Es un estudio de tipo descriptivo y diseño transversal. La población de esta investigación estuvo constituida por los hombres y mujeres mayores de 18 años que habitan en los distritos de Piura y Castilla, cuyo número, de acuerdo a la proyección realizada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2013) asciende a 270,801 habitantes. Considerándose una muestra probabilística de 384 personas. Las técnicas de investigación empleadas fueron la encuesta y la observación. Se evidenció que existen condiciones favorables en cuanto a recursos turísticos variados y a la demanda potencial de turistas regionales, existiendo un nivel medio de conocimiento respecto a lugares turísticos específicos. Asimismo, existe una preferencia de la población objetivo por realizar actividades como campamentos, caminatas, deportes, entre otros. Siendo los aspectos más valorados la alimentación, atención al cliente, nivel de diversión que brinde el destino turístico y seguridad del mismo. Se concluye que las estrategias de Marketing son necesarias con el fin de lograr una mayor presencia de Canchaque como destino turístico en la región.

Palabras clave:

Entorno turístico, análisis de los recursos turísticos, estrategias de marketing, turismo vivencial.

¹ Doctor en Ciencias Administrativas en Universidad Nacional de Piura, Magíster en Gerencia Social en Universidad Católica - Lima.

ABSTRACT

The objective of this research was to analyze the tourism environment Canchaque District, Province of Huancabamba, to develop marketing strategies to promote it as a regional tourist destination in 2014. This is a descriptive cross-sectional study. The population of this research consisted of men and women over 18 who live in the districts of Piura and Castilla, whose number, according to the projection by the National Institute of Statistics and Informatics (2013) amounts to 270.801 inhabitants. Considering a probability sample of 384 people. The research techniques used were the survey and observation. It was evident that there are favorable conditions in terms of varied tourist resources and tourist potential regional demand, having a medium level of knowledge regarding specific tourist attractions. There is also a preference of the target population for activities such as camping, hiking, sports, among others. Being the most valued aspects food, customer service and level of fun that gives the tourist destination it up. We conclude that marketing strategies are necessary to achieve a greater presence of Canchaque as a tourist destination in the region.

Key words

Tourism environment, analysis of tourism resources, marketing strategies, experiential tourism.

I. INTRODUCCIÓN:

En el mundo actual el turismo representa una de las actividades de mayor importancia, tanto por los beneficios económicos generados en los países receptores como por la experiencia originada a través del intercambio cultural entre comunidades anfitrionas y visitantes.

El turismo en el Perú se ha convertido en uno de los rubros estratégicos de la economía nacional, gracias a que nuestro país, además de sus características multiculturales, es rico en historia y diversidad geográfica.

Piura es una región que cuenta con una diversidad de atractivos turísticos, clima, comida y costumbres. El distrito de Canchaque, está ubicado en el extremo nor – occidental del territorio peruano, al oeste del flanco occidental de la cordillera de los andes, provincia de Huancabamba, departamento de Piura, entre los 5° 22' 24" de latitud sur y 79° 36' 15" de longitud oeste del meridiano de Greenwich. Sus límites son por el norte con el distrito de Lalaquiz, por el este con la provincia Huancabamba y el distrito de Sondorillo, por el sur con el distrito de San Miguel del Faique y por el oeste con los distritos de Salitral y San Juan de Bigote. Cuenta una superficie total de 306.41 km² y constituye el 7.20% del territorio de la provincia de Huancabamba. Este distrito está dotado de pisos altitudinales que se extienden desde los 300 m.s.n.m hasta por encima

de 3 mil metros de altura. Dependiendo de la altitud, el clima es caluroso y seco en zonas bajas, templado en las zonas intermedias y frío en las altas.

Canchaque se caracteriza por contar con una variada flora, fauna y atrayentes paisajes, lo cual lo convierte en un lugar de potencial desarrollo turístico. No obstante lo anterior, carece de promoción como destino turístico que permita impulsar la demanda en el sector. Ello se refleja en un limitado posicionamiento a nivel nacional a pesar del inmenso potencial que alberga para el turista.

Principales antecedentes

El Gobierno Regional de Piura, a través de la Dirección de Comercio Exterior y Turismo DIRCETUR Piura propuso el Plan Estratégico Regional de Turismo 2011- 2021 y Plan Operativo Regional 2011 - 2014 (PERTUR PIURA 2011 – 2021). En este documento se describen los antecedentes históricos de la Región Piura, de su geografía, hidrografía y de toda su biodiversidad, además se hace un diagnóstico de la realidad turística regional en el marco institucional y nacional, haciendo énfasis en las tendencias del mercado turístico. Asimismo, se visualizan las potencialidades, avances y limitantes de la actividad, lo que al final define la visión estratégica, indicadores y lineamientos de acción y propuesta de proyectos que institucionalmente compromete procurar su ejecución con recursos públicos y/o privados. Destacan

como lineamientos estratégicos de este documento: la competitividad, la articulación y gestión institucional, la cultura turística para la sostenibilidad y la promoción turística. Con ello se propone desarrollar una oferta turística competitiva y sostenible, basada en la calidad de sus productos y servicios, así como en las buenas prácticas de sus proveedores. Integrar, asociar y fortalecer a las instituciones públicas y privadas, vinculadas con la actividad turística, cuya gestión se oriente por la planificación estratégica. Promover una cultura turística que garantice la sostenibilidad del turismo en la región, expresada, por sus propios pobladores, en la conservación y valoración de los recursos naturales y culturales, así como implementar sistemas de promoción y difusión turística que incentiven el turismo receptivo y nacional de la misma región.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2008) planteó el Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR). Este plan estratégico busca integrar los recursos y servicios turísticos de interés del Perú con el fin de conformar productos basados en la identidad del destino. De este modo, optimiza la comercialización conjunta, la satisfacción de la demanda y el desarrollo socioeconómico integral del país. PENTUR es un documento ambicioso e innovador que favorece el desarrollo turístico equilibrado del Perú. Por ello, este documento comprende un conjunto de acciones que buscan enmarcar la actuación de los agentes privados y de los organis-

mos públicos peruanos en el contexto de la visión a corto, mediano y largo plazo. Nos permite conocer cuáles son las riquezas del Perú en materia de turismo, así también será de apoyo para la investigación de mercado, ya sea oferta y demanda turística y para la gestión de Canchaque como destino turístico.

La elaboración del PENTUR busca la consolidación y el reconocimiento del sector Turismo como una actividad económica estratégica, relevante y prioritaria, con alto impacto social y generadora de empleo. La conclusión de los resultados del PENTUR se transmite en dos ideas fundamentales. Por un lado la aplicabilidad de los resultados hacia un modelo estratégico de destino y unas líneas de acción operativas; y por otro, la necesidad de la corresponsabilidad en destino para asumir los compromisos del PENTUR.

La Comunitat Valenciana (2012) formuló el Plan Turístico para la Comunidad Valenciana. Este plan se presenta como una herramienta con propuestas que permiten optimizar y dotar de mayor eficacia a los recursos de las administraciones públicas en colaboración con los agentes del sector privado. Así también apuesta por el desarrollo de las tecnologías más innovadoras de la información y comunicación que van a posibilitar mantener una ventaja competitiva muy necesaria en la actualidad frente a otros destinos. Con todo ello, dicho plan busca su consolidación como una hoja de ruta imprescindible, capaz de adap-

tarse perfectamente a los cambios de la industria turística mundial.

Sánchez (2012), de la Escuela de Administración en Turismo y Hotelería, en la Universidad César Vallejo – Piura, llevó a cabo la tesis “Indicadores de capacidad de carga para el desarrollo del turismo vivencial en el distrito de Canchaque, provincia de Huancabamba – Piura 2012”, la cual tuvo como finalidad determinar los indicadores de capacidad de carga para el desarrollo del Turismo vivencial en el distrito de Canchaque, metodológicamente, esta investigación se encuentra bajo la perspectiva de un estudio descriptivo - transversal.

Esta investigación concluyó que Canchaque tiene hermosos recursos que ofrecer para la realización de un turismo vivencial, pero por falta de conocimiento hacia los recursos existentes aún los pobladores no tienen un nivel de conciencia suficiente, fuera de ello la Inversión, difusión no permiten las condiciones necesarias para lograr el desarrollo local en beneficio de los pobladores. Se demostró también que el turismo vivencial es una oportunidad de desarrollo turístico tanto para las comunidades como para los pobladores siempre y cuando cuenten con los atractivos y/o recursos suficientes que motiven el desplazamiento de los turistas; en particular, Canchaque cuenta con recursos pero por la falta de conocimiento como también de apoyo institucional hace que no progrese como debería. Por otro lado en cuanto a la

capacidad de carga, tanto los pobladores como personal involucrado en turismo, no tienen idea de este tema solo se preocupan en recibir ingresos económicos por la afluencias, lo cual es un problema porque el mantener un recurso y/o atractivo en buen estado y conservándolo de la mejor manera hace que desarrollemos un turismo sustentable para el futuro.

Lo anteriormente expuesto lleva a formular la pregunta ¿Cuáles son las condiciones que existen en el entorno turístico del distrito de Canchaque para la elaboración de estrategias que lo promuevan como destino regional en el año 2014? Siendo el objetivo general estudiar el entorno turístico del distrito de Canchaque a fin de elaborar estrategias que lo promuevan como destino regional en el año 2014.

Como objetivos específicos se plantearon: a) Analizar el entorno de Canchaque a fin de valorar su potencial turístico actual; b) Identificar la actual situación turística de Canchaque y c) Proponer estrategias que promuevan el desarrollo turístico del distrito. La hipótesis descriptiva es que existen condiciones favorables en el entorno turístico del distrito de Canchaque para la elaboración de estrategias que lo promuevan como destino regional en el año 2014.

Descripción física

El distrito de Canchaque, asentado a

1198 msnm tiene una superficie de 306.41 km². La capital de este distrito es la ciudad de Canchaque, llamada también la “Suiza Piurana” por la exuberante vegetación y el bello paisaje natural que presenta (PERTUR, 2011). Se ubica en la ceja de sierra piurana, provincia de Huancabamba y cuenta con una belleza natural y lugares que brindan inigualables paisajes en la zona, los cuales permiten realizar diferentes tipos de turismo, siendo esta una ventaja comparativa que requiere del diseño e implementación de estrategias que ayuden a que estos lugares sean reconocidos y posicionados efectivamente en el ámbito regional y nacional.

Con esa intención se generó una propuesta de Marketing dirigida a su territorio, considerando que la publicación y difusión del lugar generará beneficios a turistas, residentes, profesionales del sector, empresas e instituciones que puedan verse inmersas en el turismo local, realizando así un nuevo perfil turístico impulsado por un modelo propio de comercialización. La aplicación adecuada de estas estrategias daría paso, sin lugar a dudas, a una fuente generadora de empleos, oportunidad de negocios y mayor comercio en la zona.

2. MATERIALES Y MÉTODOS:

La investigación es de tipo descriptiva y diseño transversal. Descriptiva porque tuvo como objetivo indagar las características del entorno turístico del distrito de Canchaque, lo cual sirvió como

insumo principal para la elaboración de las estrategias de Marketing destinadas a promover a esta zona como destino turístico regional. Es transversal dado que el recojo de datos se hizo en un solo momento determinado (Hernández et al 2010).

La población motivo de esta investigación estuvo constituida por los hombres y mujeres mayores de 18 años que habitan en los distritos de Piura y Castilla, cuyo número, de acuerdo a la proyección realizada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2013) asciende a 270,801 habitantes. Para efectos de la recolección de información se llevó a cabo un muestreo probabilístico aleatorio. El tamaño de la muestra fue de 384 individuos. Se considera que la población de 18 años a más, de Piura y Castilla, constituye un mercado potencial para Canchaque como destino turístico regional. Sobre dicho mercado se buscará establecer distintos segmentos en razón a variables como: capacidad de gasto, intereses, estilos de vida, etc.

Como técnicas de investigación se emplearon la encuesta, aplicada a la muestra poblacional y la observación, empleada para visualizar la realidad del entorno y recursos turísticos de Canchaque. Para la edición y codificación se procedió a revisar la totalidad de los cuestionarios con la finalidad de detectar errores sistemáticos no muestrales que se podían haber presentado durante el trabajo de campo y asignar códigos a las respuestas para su posterior pro-

cesamiento.

El procesamiento de la información consistió en el ingreso y procesamiento automatizado de los datos con el software estadísticos SPSS versión 21.0

3. RESULTADOS

Análisis del potencial turístico de Canchaque:

El distrito de Canchaque posee un gran y variado potencial turístico constituido por quebradas, cascadas, bosques, colinas, actividades artesanales, folclor, gastronomía, las bondades de su clima y la tranquilidad en la que se vive. Todo ello lo convierten en el lugar ideal para pasar una temporada con fines de descanso y recreación. Visitar Canchaque, es una gran ocasión para caminar en medio de la vegetación, respirar aire puro y conocer una diversidad de especies de flora y fauna propias de la zona, además de contemplar los diversos paisajes que se presentan por doquier.

Montañas. La configuración topográfica de Canchaque, presenta cadenas morfológicas de altura media, con elevaciones sobresalientes (cerros) que constituyen un potencial turístico apto para la expectación panorámica y la caminata de ascenso. Llegar a la cumbre de un cerro constituye todo un desafío a la aventura de escalar y prueba a la resistencia física. Entre los más importantes cerros por su condición de miradores turísticos naturales figuran:

El Huando. Su estructura es rocosa con

vegetación a modo de mosaico que unida a los hondos abismos le dan un aspecto sobrio, agreste pero hermoso en su expresión artística.

El Canchamanchay. Importante cerro ubicado al noreste de Canchaque, su estructura es rocosa y su altura alcanza los 3200 msnm, solo permite alguna vegetación arbórea adaptada al clima frío imperante como la queñoa, la solapa y hierbas adheridas a las rocas, también un tipo de ichu pequeño. Su cumbre permite avizorar un amplio paisaje y se encuentran aquí vestigios pétreos de construcciones prehispánicas.

El Mishahuaca. Se ubica al este de la Ciudad de Canchaque, su cumbre alcanza los 1600 m.s.n.m desde donde se puede contemplar el amplio valle de "El Limón" en cuyo margen izquierdo se asienta la ciudad de Canchaque; también se observa el valle de "El Pusmalca".

El Huayanay. Localizado al sur de Palambra, tras la línea divisora entre los distritos de Canchaque y El Faique. La estructura del Huayanay es rocosa, su cumbre alcanza los 1300 msnm y se llega a ella en 15 minutos de ascenso. Desde aquí se contempla un amplio y hermoso panorama. Es considerado por parte de los lugareños como el "apu" tutelar de Palambra. En su cima, ubicada a casi 1,300 msnm, se encuentra la Capilla de la Santísima Cruz de Huayanay, a la cual se llega a través de un estrecho y escarpado camino hecho en mamposte-

ría de piedra que nos permite apreciar, a medida que ascendemos, el magnífico paisaje de Canchaque. La festividad de esta Santísima Cruz se realiza cada año durante la segunda semana de noviembre, en el marco de la Fiesta de Agua Santa, considerada oficialmente por el Gobierno Regional de Piura, dada su fastuosidad, como una festividad de interés regional.

Caídas de agua.

Chorro Blanco. Localizada al norte de Canchaque, en el cauce de la quebrada Chorro Blanco, en el cerro del mismo nombre, tiene una altura aproximada de 150 metros de caída en dos saltos. El agua fría es cristalina y de buena calidad en todas las épocas del año. Llegar a la cascada a pie desde Canchaque representa dos horas de caminata. Al final de cada uno de los saltos se encuentran pequeñas lagunas.

Los peroles de Mishahuaca. Llamado así por la presencia de erosiones en la roca de su lecho en forma de perol los cuales están llenos de agua fría y cristalina. Se localiza al este de Canchaque a 30 minutos de caminata, en el cauce de la quebrada seca llamada también el Puente Fierro. Posee tres saltos: El primero de seis metros de caída termina en un perol grande, el segundo se desliza siete metros por la roca hasta el perol pequeño, luego tiene un recorrido tranquilo de 20 metros, empezando el tercer salto de 25 metros de altura que termina en el cauce de la quebrada El Limón.

Los peroles de Agua Blanca. Caída de un solo salto de 40 metros de altura, sus aguas cristalinas son frías y de buena calidad. Estos peroles están ubicados al este de Canchaque a una distancia de tres horas de caminata. Consiste en una serie de pequeñas lagunas y toboganes naturales que han sido labrados en la roca por la persistencia del agua a través de los siglos.

Valles y quebradas.

La característica principal de los valles canchaqueños es ser estrechos y con vegetación agrícola permanente adaptada al clima y al ciclo lluvioso (valles interandinos). El volumen de las aguas de las quebradas es irregular de acuerdo a los periodos lluviosos y de estiaje. Quebrada Limón. Se inicia en los Peroles de Mishahuaca, a su margen izquierda se asienta el pueblo de Canchaque y a su derecha La Esperanza, sus aguas son torrentosas en épocas de lluvias, en su lecho se ubica la caída El Citán y es rocosa, cuenta con dos puentes El Limón y El Paraje. Entrega sus aguas al Pusmalca en el caserío de Santa Rosa.

Quebrada Pusmalca. Se inicia en Los Potreros, en su recorrido recibe las aguas de varias vertientes por lo que su caudal es considerable; entrega sus aguas al río Chanrro a la altura de Los Limeños (Hualtaca). Quebrada de gran recorrido, posee riberas estrechas y amplias, aptas para el turismo por su vida acuática como su vegetación ribereña. El cauce de esta quebrada y el hermoso paisaje circundante constituye una ex-

celente alternativa para la delectación de los amantes de la naturaleza. Es un lugar de fácil acceso y no muy visitado, ideal para hacer “trekking” desde Canchaque, a través de un camino bordeado de grandes árboles, también se puede realizar camping. Se ubica a 10 minutos en movilidad ó 40 minutos a pie.

Grutas y cavernas.

Piedra Tableada. Se ubica a 25 minutos del caserío de Agua Azul, al extremo derecho del camino de herradura que conduce a Almirante Grau, no cuenta con acceso adecuado ya que los 30 metros que separan del camino están cubiertos por una densa vegetación. Su longitud de penetración ha podido ser medida hasta los 40 metros de profundidad ingresando con equipo tradicional de explorador minero y se deduce una mayor profundidad, este desconocimiento ha generado la tradición oral de que es un túnel que llega hasta el cerro grande (cerca de Canchamanchay) con un recorrido de 50 kilómetros aproximadamente.

Restos y lugares históricos.

Canchamanchay. Se ubica en la cumbre del cerro Canchamanchay a 3200 msnm, consta de un conjunto de aterrasamientos, habitaciones de plantas rectangulares, cuadradas y circulares. El material utilizado en su construcción es piedra canteada unida con argamasa de barro. Existen dos clases de estructuras circulares, unas ubicadas en la parte intermedia de la cumbre, cuyo diámetro varía entre 1.000 m y 1.20 m,

los otros mayores en diámetro, ubicadas en la cumbre, asociados a estructuras de planta rectangular y cuadrangular son bastantes grandes, las medidas son hasta de 4 m por 7 m cada una; se encuentran bastantes destruidas. En este extenso complejo arqueológico pre inca, muy poco estudiado, se puede apreciar grandes construcciones de piedra, edificadas con piedras unidas con barro, así como andenes y petroglifos con representaciones del sol y la luna. Se encuentra a 8 horas de caminata, al norte de Canchaque.

Monumento Pétreo Yumbe. Ubicado en el caserío de Yumbe, a 50 metros del campo deportivo, en terrenos de propiedad de la familia Facundo Vilela. Su acceso es con facilidad, desde Canchaque y en dirección este, se llega en 40 minutos. El monumento pétreo está conformado por cuatro piedras labradas de 4 metros de largo colocadas en muro con un extremo hundido, estando la de encima con signos de profundos de erosión; ha sido descubierto en el mes de diciembre del 2000 y solo se ha removido la tierra periférica.

Petroglifo El Mishka. Es uno de los vestigios más antiguos dejados por los primeros habitantes de Canchaque y consiste en una piedra de forma ovalada, la cual tiene grabado en una de sus caras una figura antropomórfica, consistente en un personaje aparentemente de gran jerarquía, sentado en su trono y empuñando un cayado del cual parecieran brotar extrañas formas. Esta manifes-

tación del arte primitivo se encuentra a 15 minutos de Canchaque, bajando hacia el oeste de la ciudad por un pintoresco y antiguo camino que conduce hasta el pueblo de Santa Rosa.

Petroglifos de Pampaminas. Es un case-río donde se puede conocer en medio de la campiña una serie de petroglifos mediante los cuales antiguos pobladores grabaron mensajes en la dura piedra que hasta la fecha no han sido estudiados. Se encuentra a noventa minutos de la ciudad.

Folclor.

Festividad de San Juan Bautista. La festividad de San Juan Bautista se celebra el 24 de junio, cuya celebración aparte de ser religiosa está adornada de una serie de estampas folklóricas propias de la vida rural, donde los campesinos son los principales protagonistas a la cual convergen de diversas partes del ámbito distrital. Para dar realce a esta festividad se realizan eventos como el Festival de la Cumanana, del Poncho y el Rebozo, cantos y prendas de vestir relacionadas con la vida y usanza campesina.

Festividad de la Virgen del Carmen. El 29 de julio se celebra la festividad en honor a la Virgen del Carmen, fiesta que involucra la realización de actividades religiosas, deportivas, sociales y folklóricas. Es la festividad que convoca a todos los Canchaqueños que radican en diversas partes del Perú y del extranjero, quienes llegan a elevar sus plegarias

a la Sagrada Imagen y a reencontrarse con sus familiares y amigos. En esta fecha se realizan eventos como el festival del café, del poncho y el rebozo. Por las noches se queman vistosos castillos de fuegos artificiales, seguidos de concurridos bailes.

Aniversario del Distrito de Canchaque. El Distrito de Canchaque fue creado el 5 de setiembre del año 1904, por lo que esta fecha es motivo de celebración y fervor cívico de todos los canchaqueños. Por las noches se da paso a las actuaciones y serenatas, mientras que en el día suceden una serie de eventos culturales y cívicos patrióticos, un almuerzo de confraternidad y la gran fiesta popular donde se divierte la población, y los visitantes.

Semana Jubilar de la Villa de Palambla. La segunda Semana de Noviembre está dedicada a celebrar la Semana Jubilar de la Villa Palambla. Es una fiesta religiosa y creativa porque la programación se centra en competencias deportivas, peleas de gallos, bailes en el ramadón, misas y procesiones. El día domingo es el día central en homenaje a la Patrona la Virgen de Agua Santa, se conmemora con misa solemne, ceremonia cívica en la plaza de armas y procesión que convoca a todos los fieles devotos agradeciendo ante la milagrosa Virgen Patrona, "La Virgen de Agua Santa".

Danzas.

Los Indios Moros. Danza que se representa durante los días de la Festividad

en honor a San Juan Bautista, 23 y 24 de junio por las diferentes calles de la ciudad de Canchaque. La tradición oral le otorga dos explicaciones a su representación. La danza de los Indios Moros se caracteriza por estar integrado solo por varones vestidos con el típico taparrabo confeccionado en fibra seca de tronco de plátano, ataviado en sus cabezas con una borla hecha de carapa trenzada adornada en su alrededor con plumas de ave de corral, en sus brazos llevan muñequeras y tobilleras con cascabeles en los pies, confeccionados en carapa trenzada, porta en sus manos rusticas lanzas, el dorso desnudo y pintarrajeado.

Los Diablicos.

Danza que representa el eterno conflicto entre las fuerzas del bien y del mal, cuando el mal avanza, el bien retrocede y viceversa hasta que el bien vence al mal representando en la coreografía la muerte del diablo capataz en manos del angelito. Está coreografía tiene un momento medio denominado "San Miguel" en donde bailan solos el capataz y el angelito en embestidas de ida y vuelta que semeja una lucha encarnizada de retroceder para luego atacar. En su momento final y al compás del baile de todos, el angelito da muerte al capataz, esto sucede al final de la última procesión y al ingresar la imagen de la Virgen del Carmen al templo.

Casas turísticas.

Casa "El Alpino". Este cálido y acogedor rinconcito de la campiña canchaqueña,

rodeado de grandes y frondosos árboles, permite contemplar la belleza del paisaje que envuelve a la ciudad capital de este distrito. Aquí el visitante podrá disfrutar de estupendas comidas, acompañadas de deliciosas bebidas o exóticos tragos, mientras se avista un sinnúmero de aves que revolotean entre las ramas de los árboles cercanos. También, dentro de un concepto de turismo vivencial, se puede apreciar los procesos de la ordeña del ganado y la elaboración del queso, además del procesamiento que se les da a los residuos para la elaboración de abonos orgánicos. Se encuentra ubicada a veinte minutos a pie desde la Plaza de Armas de Canchaque.

**TABLA Nº 1. ANÁLISIS FODA DEL DISTRITO DE CANCHAQUE
COMO DESTINO TURÍSTICO REGIONAL.**

Fortalezas	Oportunidades
• Buen clima la mayor parte del año • Hospitalidad y acogida de la población local • Distancias cortas entre sitios turísticos • Recursos naturales bien conservados • Diversidad de flora y fauna • Cascadas y quebradas en estado natural y con belleza escénica • Presencia de importantes elementos culturales y ecológicos • El ambiente en el pueblo es apacible • El desarrollo del turismo es un objetivo de la alcaldía • Existe servicio de buses para llegar al distrito.	Participación en ferias de turismo Aprovechar internet y redes sociales para promocionar el destino Mercado regional muy potencial para el ecoturismo Hay instituciones a nivel nacional e internacional que pueden colaborar con el desarrollo turístico El turismo es una actividad en crecimiento
Debilidades	Amenazas
• Falta difusión del destino • Problemas sanitarios • Escasos controles de calidad en establecimientos locales • Pocos restaurantes en el pueblo • No hay infraestructura de apoyo al turista • No hay vocación empresarial en los lugareños • Hay lugares en el pueblo que no son conservados por la gente • Percepción de limitada calidad en los servicios • Percepción de limitada calidad en los servicios	Destinos turísticos con mejor infraestructura y servicios que Canchaque en el norte del Perú. Fenómenos naturales que pueden generar vulnerabilidad y pueden ser un obstáculo para el turista

Investigación propia.

TABLA Nº 2. PREFERENCIA QUE TIENE LA POBLACIÓN EN CUANTO AL TIPO DE TURISMO.

Tipo de Turismo	Frecuencia	Porcentaje
Sol y playa	165	43%
Parajes andinos	131	34%
Cultural	58	15%
Religioso	30	8%
Total	384	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

TABLA Nº 3. LUGARES RECONOCIDOS PARA REALIZAR TURISMO REGIONAL.

Lugares	Frecuencia	Porcentaje
Máncora	192	50%
Canchaque	50	13%
Ayabaca	58	15%
Catacaos	84	22%
Total	384	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

TABLA Nº 4. MEDIOS DE CONOCIMIENTO DE LUGARES TURÍSTICOS.

Medios	Frecuencia	Porcentaje
Radio	23	6%
Afiches	38	10%
Televisión	100	26%
Internet	108	28%
Referencias	115	30%
Total	384	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

TABLA Nº 5. ASOCIACIÓN DE CANCHAQUE CON UN CONCEPTO TURÍSTICO

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Cultura	31	8%
Aventura	131	34%
Naturaleza	219	57%
Gastronomía	4	1%
Total	384	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

TABLA Nº 6. ACTIVIDADES QUE LE GUSTARÍA AL POTENCIAL TURISTA REALIZAR EN CANCHAQUE

Actividades	Frecuencia	Porcentaje
Artísticas	8	2%
Campamento	146	38%
Caminatas	134	35%
Actividades deportivas	65	17%
Fiestas	31	8%
Total	384	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

TABLA Nº 7. CONOCIMIENTO PUNTUAL DE LUGARES TURÍSTICOS EN CANCHAQUE

Conoce	Frecuencia	Porcentaje
Sí	215	56%
No	169	44%
Total	384	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

TABLA Nº 8. PERCEPCIÓN SOBRE LOS POSIBLES FACTORES QUE NO PERMITEN CONOCER MEJOR A CANCHAQUE

Factores	Frecuencia	Porcentaje
Promoción al lugar	184	48%
Falta de información	100	26%
Capacidad de gasto de la persona	69	18%
Variedad de sitios alternos	31	8%
Total	384	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

TABLA N° 9. PUNTOS TURÍSTICOS CONOCIDOS DE CANCHAQUE

Rutas	Frecuencia	Porcentaje
Los Peroles	123	32%
Palambla	61	16%
Chorro Blanco	15	4%
Canchamanchay	23	6%
No conoce	161	42%
Total	384	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

TABLA N° 10. FRECUENCIA DE VIAJE A SITIOS TURÍSTICOS PREFERIDOS.

Factores	Frecuencia	Porcentaje
Cada mes	31	8%
Cada trimestre	34	9%
Cada semestre	31	8%
Cada año	288	75%
Total	384	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

TABLA Nº 11. ASPECTOS VALORADOS RESPECTO A LA OFERTA DE SERVICIOS EN UN LUGAR TURÍSTICO.

Preferencia	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	77	20%
Información	54	14%
Diversión	69	18%
Seguridad	65	17%
Acceso/Distancia	50	13%
Atención al cliente	69	18%
Total	384	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

TABLA Nº 12. CALIFICACIÓN DEL SERVICIO DE TRANSPORTE A LA ZONA.

Calificación	Frecuencia	Porcentaje
Está preparado	92	24%
No está preparado	115	30%
No sabe/No opina	177	46%
Total	384	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

**TABLA Nº 13. CALIFICACIÓN DEL PERSONAL EXISTENTE
RELACIONADO A LA ATENCIÓN AL TURISTA.**

Calificación	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	19	5%
Buena	69	18%
Regular	100	26%
Mala	35	9%
No sabe/no opina	161	42%
Total	384	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIÓN.

Sánchez (2012), concluyó que Canchaque tiene hermosos recursos que ofrecer para la realización de un turismo vivencial, pero la falta de conocimiento hacia los recursos existentes incide en que los pobladores no tengan un nivel de conciencia suficiente, asimismo, la inversión y difusión no permiten las condiciones necesarias para lograr el desarrollo del turismo en la localidad en beneficio de los pobladores. Se demostró también que el turismo vivencial es una oportunidad de desarrollo turístico tanto para las comunidades como para los pobladores siempre y cuando cuenten con los atractivos y/o recursos suficientes que motiven el desplazamiento de los turistas.

En la presente investigación hemos

enunciado la presencia de numerosos atractivos turísticos que conforman el potencial turístico de Canchaque como montañas, caídas de agua, grutas y cavernas, restos y lugares históricos, folclor, etc. Elementos que combinan una gama de múltiples posibilidades para la práctica de distintos tipos de turismo como: ecoturismo, agro turismo, turismo de aventura, turismo comunitario, avistamiento de aves, turismo de deportes extremos, ciclo turismo, turismo histórico, entre otros. Los resultados del estudio demuestran que existe un importante porcentaje de la población objetivo (44%) que desconoce espacios turísticos específicos en la zona. No obstante existe una importante asociación de Canchaque con aventura y naturaleza como conceptos turísticos. Lo cual se ratifica con la preferencia respecto a las actividades que realizarían

con mayor recurrencia los potenciales turistas en Canchaque como son: campamento (38%) y caminatas (35%). El 34% de encuestados manifestó su preferencia por destinos turísticos en parajes andinos, ello implica un importante potencial de demanda para Canchaque que debería ser aprovechado mediante estrategias participativas entre los distintos actores institucionales y la comunidad local.

A pesar de las ventajas como la belleza natural que posee el paisaje de Canchaque, se encontraron limitantes que afectan el desarrollo del turismo local, entre ellas cabe destacar la escasa difusión de Canchaque como destino turístico, no empleándose medios de comunicación masivos ni selectos, inexistiendo, asimismo una estrategia clara y congruente de promoción turística. Al respecto la población investigada manifestó que los medios más idóneos para este tipo de difusión serían la internet (28%), la televisión (26%) y las referencias de contactos personales (30%), por lo que queda evidenciada la necesidad de establecer estrategias de mayor contacto y conectividad con el mercado turístico regional. Siendo importante la promoción vía redes sociales, mailing, portales webs, links en sitios relacionados con el tema así como la inclusión en espacios televisivos que trabajen el tema destinos turísticos, dado que el alcance es también masivo.

Otras limitantes están relacionadas con la calidad de los servicios existentes

para el turista (restaurantes, hoteles), los cuales además son escasos en número, al respecto un número importante de encuestados respondió que el personal existente en Canchaque relacionado con la atención al turista no está preparado (30%). Por lo expresado, se cree conveniente que el gobierno local tome la iniciativa buscando capacitar y empoderar a los prestadores de servicios turísticos de la zona, así como promover la generación de un mayor número de emprendimientos relacionados al sector, de lo cual incluso podría participar la misma población lugareña, para el caso de determinados tipos de turismo, generando mayores fuentes de empleo e ingresos en el mediano plazo.

Lo anterior se refuerza con la respuesta que los encuestados dieron al preguntárseles por los principales aspectos valorados respecto a la oferta de servicios en un lugar turístico, ante lo cual un 20% eligió la alimentación y un 18% la atención al cliente.

De otra parte, los lugares turísticos más conocidos de Canchaque resultaron ser: los Peroles (32%) y Palambla (16%), mientras que un 42% manifestó desconocer puntos geográficos específicos como zonas turísticas en la localidad. No obstante existe el concepto general de Canchaque como lugar para experimentar aventura y contacto con la naturaleza, tal como se evidenció en líneas precedentes.

El Plan Estratégico Regional de Turismo

2011- 2021 (Dirección de Comercio Exterior y Turismo de Piura, 2011) propone como lineamientos estratégicos: la competitividad, la articulación y gestión institucional, la cultura turística para la sostenibilidad y la promoción turística. Con ello propone desarrollar una oferta turística competitiva y sostenible, basada en la calidad de sus productos y servicios, así como en las buenas prácticas de sus proveedores. Integrar, asociar y fortalecer a las instituciones públicas y privadas, vinculadas con la actividad turística, cuya gestión se oriente por la planificación estratégica. Promover una cultura turística que garantice la sostenibilidad del turismo en la región, expresada en la conservación y valoración de los recursos naturales y culturales por sus propios pobladores así como implementar sistemas de promoción y difusión turística que incentiven el turismo receptivo y nacional de la región.

El Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) por su parte comprende un conjunto de acciones que buscan enmarcar la actuación de los agentes privados y de los organismos públicos peruanos en el contexto de la visión a corto, medio y largo plazo. Busca la consolidación y el reconocimiento del sector turismo como una actividad económica estratégica, relevante y prioritaria, con alto impacto social y generadora de empleo. La conclusión de los resultados del PENTUR se transmite en dos ideas fundamentales: la aplicabilidad de los resultados hacia un modelo estratégico de destino y unas líneas de acción

operativas y la necesidad de la corresponsabilidad en destino para asumir los compromisos del PENTUR

Con base en los resultados de investigación, se propone un conjunto de estrategias destinadas a promover a Canchaque como destino turístico vivencial regional.

a) Equipar a la Municipalidad de Canchaque con infraestructura básica orientada a la imagen del desarrollo turístico. Objetivo: Dotar a la Municipalidad de condiciones infraestructurales que contribuyan a la consolidación de la industria turística.

Líneas de acción: promover inversión pública en el desarrollo de infraestructuras y servicios adecuados al desarrollo turístico como: energía eléctrica permanente, servicios sanitarios adecuados, calles en buen estado y mantenimiento territorial así como el mejoramiento de las vías de acceso hacia los distintos puntos turísticos.

Implementación de deportes extremos para el impulso de la zona y atraer turistas simpatizantes del turismo en esa categoría.

b) Desarrollar en la Municipalidad de Canchaque un enfoque de turismo sostenible para salvaguardar el ecoturismo del lugar. Objetivo: Preservar los recursos naturales para que sean atractivos turísticos de calidad

Líneas de acción: diseñar e implementar

un plan municipal de manejo sostenible de los recursos naturales, con la participación de todos los actores del municipio y coordinado con el Ministerio de Medio Ambiente.

Impulsar campañas de sensibilización y educación sobre el medio ambiente en las instituciones de educación de la zona y a los turistas, dando a conocer la legislación medioambiental existente. Impulsar alianzas con instituciones y comunidades que trabajen con protección ambiental.

Fomentar la cultura del ornato y limpieza, impulsando un premio municipal de limpieza y ornato – concursos de saneamientos ambiental a nivel escolar.

c) Construir un marco regulador del desarrollo turístico, en relación a las preferencias de los turistas. Objetivo: Contar con instrumentos que regulen y apoyen en el desarrollo turístico del municipio.

Líneas de acción: establecer un plan de ordenamiento turístico del municipio, que norme el desarrollo que se producirá; así mismo será necesaria una ordenanza municipal de la industria turística y su reglamento.

Fortalecer la oficina de turismo existente en la estructura del gobierno local actual, especialmente propiciando la capacitación de los funcionarios municipales

d) Consolidar la imagen de Canchaque como destino turístico regional en el

norte del Perú.

Objetivo: Aprovechar adecuadamente el potencial turístico de Canchaque para desarrollar productos y servicios turísticos de alta calidad.

Líneas de acción: Generar asistencia técnica y financiera para impulsar programa de mejoramiento de la calidad de los productos turísticos existentes y desarrollo de nuevos proyectos.

Impulsar programas de clasificación y certificación de productos, incrementar oferta de productos turísticos de calidad que aumentan la demanda.

Difundir entre la población regional la información sobre los sitios turísticos. Desarrollar ofertas basadas en los recursos culturales, naturales, impulsar la observación de aves y flora propia de la zona a fin de agregar valor al viaje a Canchaque.

Proyectar una imagen de destino turístico familiar que ofrezca diversión, esparcimiento, alimentación, relajación para toda la familia.

Consolidar el flujo de visitantes que existe actualmente, apostando al segmento de visitantes (visitas del día) provenientes de las ciudades de Piura y Castilla, especialmente los fines de semana.

Impulsar campañas publicitarias en los medios de comunicación regionales.

A través de un encargado en relaciones públicas, visitar instituciones educativas y participar en actividades turísti-

cas, así como generar contactos en la televisión para incluir a Canchaque en programas que promuevan el turismo.

e) Fortalecimiento del sector empresarial turístico. Objetivo: Incrementar la capacidad competitiva del sector empresarial turísticos de Canchaque para que sea el motor del desarrollo turístico local.

Líneas de acción:

Promover la creación de nuevas empresas y la diversificación de la oferta de servicios y productos turísticos.

Impulsar programas de fomento a los emprendedores para apoyar la diversificación de la oferta de servicios y crecimiento de los puestos de trabajo a nivel local.

Mejorar las habilidades y competencia de mano de obra local con programas de capacitación.

Establecer vínculos de comunicación y cooperación con empresas mayoristas, agencias de viajes y tour operadores de la ciudad de Piura, así como con empresas claves para la ejecución de acciones de comercialización para potenciar el flujo de turistas.

El plan de servicio debe estar focalizado en la oferta ecológica e histórica, consecuentemente abarcando el enfoque eco turístico. El servicio, acompañado de su respectivo mercadeo, puede contribuir a atraer y retener más visitantes. Basa-

do en esta estrategia, se debe continuar con la investigación de atractivos de la competencia regional y determinar la preferencia y gustos sobre atractivos eco turísticos, así como actividades recreativas y deportivas. Otro aspecto a considerar es que se debe revisar periódicamente la calidad del servicio y realizar los ajustes necesarios para un servicio más óptimo. Esta tarea debería ser liderada por el gobierno local.

Para el marketing es de suma importancia contar con el apoyo de las instituciones tales como el Ministerio de Turismo de Comercio Exterior y Turismo y la DIRCETUR Piura. La colaboración que se puede tener de ellos es: colocación de afiches creativos en las oficinas de centro de atención de capacitación y certificación de guías, inclusión de enlaces en las páginas WEB que promocionan el turismo nacional, incorporación en los portafolios de atractivos turísticos que desarrollan en el exterior.

Finalmente, la revisión de los resultados, evidenciados a través de la aplicación de la encuesta y la observación, nos permite aceptar la hipótesis: existen condiciones favorables en el entorno turístico del distrito de Canchaque para la elaboración de estrategias de Marketing que lo promuevan como destino turístico regional en el año 2014. Ello se sustenta en las condiciones favorables desde el punto de vista de la demanda y de los recursos turísticos a ofertar; requiriéndose de un trabajo continuo y sistemático de promoción turística, así

como de articulación de esfuerzos entre los distintos agentes institucionales y empresariales partícipes de la actividad.

CONCLUSIONES.:

- El entorno turístico de Canchaque es favorable dada la presencia de recursos turísticos como la demanda potencial significativa. Los recursos turísticos del distrito son múltiples y variados, los mismos que son útiles para la promoción de diversos tipos de turismo.
- Es necesario mejorar la calidad de servicio e infraestructura existente en la localidad, Al respecto, el gobierno local debiera liderar un programa de acción participativo e incluyente junto a la empresa y la comunidad, a fin de generar las sinergias necesarias para el desarrollo turístico.
- Se requiere promocionar a Canchaque con el fin de generar el posicionamiento de la marca, permitiendo sostener y expandir una demanda turística que amerite la generación de más y mejores emprendimientos empresariales locales.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Couillaud, D. (2006). Marketing turístico y hotelero. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología, Escuela Profesional de Turismo y Hotelería USMP 1ª Edición. Lima, Perú.
- Comunitat Valenciana (2012). Plan Turístico para la Comunidad Valenciana. España.
- Crespi, M. (2006). Producto y Destinos Turísticos Nacionales e Internacionales. Editorial Síntesis S.A. Madrid, España.
- Escobar, A. & González, Y. (2012). Marketing Turístico. Editorial Síntesis S.A. Madrid, España.
- Gobierno Regional de Piura (2011). Plan Estratégico Regional de Turismo 2011- 2021 y Plan Operativo Regional 2011 - 2014 Región Piura (PERTUR PIURA 2011 – 2021).
- Hernández, C., Olmo R. & García, J. (2000). El plan de marketing estratégico. Editorial Gestión 2000. Madrid, España.
- Hernández, R.; Fernández, C. & Baptista, M. (2010). Metodología de la Investigación. Editorial Mc Graw Hill. 5ª Edición. México D.F.
- Kotler & Armstrong (2008). Fundamentos de Marketing. México. Editorial: Pearson Educación.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2008). Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR).

Lima, Perú.

- Sánchez, A. (2012). Indicadores de capacidad de carga para el desarrollo del turismo vivencial en el Distrito de Canchaque, provincia de Huancabamba – Piura 2012.

“PREFERENCIAS DE LOS EMPRENDEDORES, PROPIETARIOS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL DISTRITO DE PIURA, EN CUANTO AL FINANCIAMIENTO DE SUS NEGOCIOS. 2011”

MBA. BLANCA ALVAREZ LUJÁN¹

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación fue conocer las preferencias de los emprendedores, propietarios de las micro y pequeñas empresas del distrito de Piura en cuanto al financiamiento de sus negocios. Se realizó un estudio cuantitativo, no experimental transeccional. El estudio fue en una primera etapa exploratorio, pues no se dispone de información referente a emprendedores en el distrito de Piura y en una segunda etapa descriptivo. La técnica utilizada en el recojo de información fue la encuesta y el instrumento de medición el cuestionario y se tomó una muestra no probabilística de 384 encuestas recogidas a través de un muestreo multietápico por áreas geográficas; el software estadístico utilizado para el procesamiento y análisis de datos fue el SPSS 17 para Windows.

Los resultados obtenidos en la presente investigación muestran que los emprendedores propietarios de las micro y pequeñas empresas del distrito de Piura en cuanto al financiamiento de sus negocios prefieren como fuente de financiamiento a las Cajas Municipales; montos de financiamiento entre S/ 1,000 y S/ 5,000; una frecuencia de financiamiento mayor a 12 veces por año; prefieren las Cajas Municipales y Bancos por sus bajos intereses, las financieras y Edpymes por la facilidad de trámite y a los prestamistas por la rapidez en la obtención del dinero; lo que más les desagrada de una entidad financiera es la solicitud de demasiados requisitos.

Los emprendedores en estudio consideran que una entidad financiera que los satisfaga totalmente debe cobrar intereses conscientes, ser flexible en los pagos y evaluar según la realidad local.

Palabras clave: Emprendedores, Financiamiento.

¹ Doctora en Administración de la Universidad Alas Peruanas.

ABSTRACT

This research aimed to know the preferences of entrepreneurs, owners of micro and small enterprises in the district of Piura in financing their businesses. A quantitative study was conducted, no experimental transeccional; The study was a first exploratory stage, since no information is available regarding entrepreneurs in the district of Piura and a second descriptive stage. The technique used in the gathering of information was the survey and questionnaire measuring instrument and a nonrandom sample of 384 surveys collected was taken through a multistage sampling by geographical area; software used for processing and data analysis was SPSS 17 for Windows.

The results showed that entrepreneurs prefer as a source of financing for municipal savings; funding requested amounts range from S / 1000 and S / 5000; the frequency of financing is more than 12 times per year; Municipal and consider that banks offer low interest boxes, while financial and Edpymes ease of processing, while lenders offer them quickly in obtaining the money; what's dislike of a financial institution is the application of too many requirements. Entrepreneurs in the study believe that a financial institution that meets fully aware should charge interest, be flexible payments and evaluated according to the local reality.

Keywords: Entrepreneurship, Financing.

I. INTRODUCCIÓN

Tras revisar diversas definiciones de emprendedor se puede decir que es aquella persona capaz de iniciar su propio negocio, asumiendo de manera personal los riesgos financieros que ello implique. Las actividades emprendedoras en los últimos años han venido tomando mayor importancia dentro de las economías de los países, es por ello que según el Informe de Doing Business 2011, en los últimos cinco años, alrededor del 85% de las economías del mundo facilitaron el funcionamiento de las empresas locales introduciendo 1,511 mejoras en materia de regulación de negocios, siendo el Perú uno de ellos.

Asimismo, el último estudio de investigación de mayor envergadura en el ámbito mundial sobre el proceso emprendedor y la contribución de este al desarrollo económico de los países: Global Entrepreneurship Monitor – Perú. 2010 (en lo sucesivo llamado GEM-Perú), el Perú es considerado uno de los países con mayor índice de actividad emprendedora en el mundo, pues obtuvo un índice TEA de 25,6%, lo que significa que uno de cada cuatro peruanos adultos realiza algún tipo de emprendimiento. Además, entre el grupo de países con economías basadas en eficiencia (según la clasificación del Word Economic Forum), el Perú presenta la tasa más alta de actividad emprendedora. Estas cifras demuestran la importancia que tiene el Emprendedorismo en la economía del país y por ende en

la mejora de la calidad de vida de sus habitantes.

Pero, el mismo estudio presentado por GEM-Perú muestra que solo el 37% de los negocios continúa y que en el 28% de esos casos la causa de discontinuidad es la falta de rentabilidad del negocio. Dentro de los aspectos más valiosos del estudio GEM-Perú se encuentran las recomendaciones de los expertos orientadas para mejorar el contexto emprendedor y fomentar no solo la creación de nuevas empresas, sino también facilitar su crecimiento, reconociendo el rol que desempeñan las actividades emprendedoras.

La falta de rentabilidad en un negocio puede producirse por múltiples factores, entre los cuales se podría mencionar: la baja productividad, la baja eficiencia o el excesivo costo que se paga por el financiamiento del negocio; siendo el costo por el financiamiento un factor que va a incidir directamente y de manera inmediata en la rentabilidad del negocio, pues es el monto que se acepta pagar por la utilización del dinero recibido; este depende de la fuente de financiamiento, del plazo en el que se solicite, del monto que se necesite, de la celeridad con que se requiera el dinero, de la calificación en el sistema que tenga el negocio emprendedor, entre otros.

Es así como surgen interrogantes como: ¿A dónde prefieren acudir los emprendedores cuando requieren de financiamiento y por qué? ¿Qué montos solici-

tan? ¿Con qué frecuencia lo hacen? ¿Qué características buscan de un proveedor de financiamiento? Si se conociera la realidad en cuanto a lo que necesitan y prefieren los emprendedores respecto al financiamiento, se podrían diseñar productos financieros que les permitan disminuir sus costos, contribuyendo de esta manera a la mejora en la rentabilidad y probablemente a la disminución del número de negocios cerrados por esta causa, permitiendo que más familias se encuentren ocupadas y puedan mejorar su calidad de vida.

Actualmente, el conocimiento de las preferencias de los emprendedores respecto al financiamiento es empírico, pues los estudios en lo que se refiere a emprendimiento son escasos y los disponibles presentan realidades a nivel nacional, no pudiendo ser generalizados a las realidades regionales o locales, pues los contextos son diferentes en cada uno de ellos.

La presente es una investigación que busca conocer las preferencias de los emprendedores en cuanto a financiamiento de sus negocios en la realidad local: Distrito de Piura, aplicando la metodología de investigación científica para contribuir a la generación de conocimiento que constituya un aporte en el desarrollo de la sociedad.

II. METODOLOGÍA

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo, no experimental transeccional e incluye dos tipos de investigación: Exploratoria, pues tal como lo indica Hernández (2006) "Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes" (p.100) y Descriptiva, "Busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice" (Hernández, 2006, p.103).

Se realizó una Investigación Exploratoria, con el fin de estimar el tamaño de la población y reconocer su ubicación. Para ello fue necesaria la revisión de fuentes secundarias, como las encontradas en internet, revistas especializadas además de Publicaciones estadísticas; también se utilizaron fuentes primarias como: entrevistas con los responsables de las estadísticas en la Municipalidad de Piura y la Dirección Regional de la Producción para acceder a información específica actualizada de las micro y pequeñas empresas del distrito de Piura. Además se utilizó la observación directa de los locales comerciales, para replantear las direcciones de los negocios en estudio.

Para la Investigación Descriptiva, se utilizó la Técnica de la Encuesta Personal y el instrumento de recolección de datos fue el cuestionario. Para la obtención de

la fiabilidad de la escala se utilizó el programa estadístico SPSS 17.0, realizando el análisis de fiabilidad de la escala, el resultado arrojado por el programa sobre la confiabilidad Alfa de Cronbach $\alpha = 0.779$, (77.9%), lo que indica una confiabilidad alta y aceptable para la presente investigación.

El levantamiento de la muestra fue realizado del 09 al 22 de Enero de 2011 mediante la aplicación de 384 cuestionarios a los emprendedores, propietarios de micro y pequeñas empresas del Distrito de Piura.

La muestra fue calculada para que sea representativa de esta población; para el presente estudio se estimó un 5,0% de error muestral y un nivel de confianza de 95,00%, en donde se considera un Z equivalente a 1,96. Esta variación nos permitirá obtener un resultado aceptable en el análisis de los datos. el tamaño de muestra se calculará con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2} \quad n = \frac{1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.05^2}$$

$$n = 384$$

Por lo que el tamaño de la muestra fue de 384 cuestionarios y el método de selección de la muestra fue no probabilístico, en el cual, de acuerdo con Hernández S. (2006) , “La elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación”; específicamente se aplicó

un muestreo multietápico o polietápico por áreas, en la cual primero se seleccionaron zonas geográficas y luego las micro o pequeñas empresas. Una vez que se obtuvieron los datos se procedió al procesamiento de datos, para ello se utilizó el software SPSS 17 para Windows. Después de hacer una evaluación y crítica de los datos, se organizaron y procesaron tablas de frecuencias. A partir de estas tablas se construyeron cuadros estadísticos, para facilitar el análisis e interpretación de los datos y resultados.

El Método de Análisis utilizado fue el Inductivo, procedimiento mediante el cual a partir de proposiciones singulares se pasa a proposiciones generales, puesto que las respuestas de la muestra se generalizaron para toda la población en estudio.

III. RESULTADOS

En la muestra investigada, el 55.2% de los emprendedores son varones, mientras que el 44.8% son mujeres. Asimismo, sus edades están distribuidas de la siguiente manera: el 31.8% manifestó tener entre 21 y 30 años de edad, el 29.4% de 41 a 50 años, el 24.7% de 31 a 40 años, el 10.9% de 51 a 60 años y el 3.1% menos de 21 años.

Entre los encuestados se destacan los giros a los que se dedican los emprendedores. Estos son: 70.8% al Comercio, 16.7% a la prestación de servicios,

mientras que el 12.5% se dedica a la venta de alimentos. Respecto al tiempo en el negocio, el 54.4% tiene más de 5 años de funcionamiento, el 27.6% tiene de 2 a 5 años y el 18% menos de dos años de funcionamiento.

- Fuente de Financiamiento que prefieren los emprendedores propietarios de micro y pequeñas empresas

del distrito de Piura:

Tabla N° 1., muestra que el 70.8% de los emprendedores prefieren acudir a las Cajas Municipales; el 16.9% a Bancos, el 6.3% a Financieras; el 4.3% a Prestamistas y el 1.3% a

TABLA N°1 PIURA: FUENTE DE FINANCIAMIENTO QUE PREFIEREN LOS EMPRENDEDORES PROPIETARIOS DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL DISTRITO DE PIURA. 2011.

Generalmente ¿A quién prefiere acudir cuando necesita financiamiento para su negocio?	Frecuencia	Porcentaje
Bancos	65	16,9%
Cajas Municipales	272	70,8%
Financieras	24	6,3%
Edpymes	5	1,3%
Prestamistas	18	4,7%
Total	384	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores propietarios de micro y pequeñas empresas del distrito de Piura. 2011.

- Montos mínimos de Financiamiento que prefieren los emprendedores propietarios de micro y pequeñas empresas del distrito de Piura:

Tabla N° 2., muestra que el 67.7% de los emprendedores requieren montos de S/1,000 a S/ 5,000; el 16.9% requiere menos de S/1,000; el 7.6% requiere de más de S/15,001; el 6.3% requiere de montos de S/ 5,001 a S/ 10,000 y el 1.6% de S/ 10,001 a S/ 15,000.

TABLA N°2 PIURA: MONTOS MÍNIMOS DE FINANCIAMIENTO QUE PREFIEREN LOS EMPRENDEDORES PROPIETARIOS DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL DISTRITO DE PIURA. 2011

¿Cuánto mínimo requiere de financiamiento para su negocio?	Frecuencia	Porcentaje
Menos de S/ 1,000	65	16,9%
De S/ 1,000 a S/ 5,000	260	67,7%
De S/ 5,001 a S/ 10,000	24	6,3%
De S/ 10,001 a S/ 15,000	6	1,6%
Más de S/ 15,001	29	7,6%
Total	384	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores propietarios de micro y pequeñas empresas del distrito de Piura. 2011.

- Montos máximos de Financiamiento que prefieren los emprendedores propietarios de micro y pequeñas empresas del distrito de Piura:

S/30,000 y un 3.1% necesita máximo de S/ 20,001 a S/25,000.

Tabla N° 3., muestra que el 63.0% de los emprendedores requieren montos máximos de S/1,000 a S/ 5,000; el 18.5% requiere máximo de S/5001 a S/10,000; el 6.0% requiere de S/ 25,001 a S/ 30,000; el 4.7% requiere de montos máximos de S/ 10,001 a S/ 15,000; otro 4.7% requiere más de

TABLA N°3 PIURA: MONTOS MÁXIMOS DE FINANCIAMIENTO QUE PREFIEREN LOS EMPRENDEDORES PROPIETARIOS DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL DISTRITO DE PIURA. 2011.

¿Cuánto máximo requiere de financiamiento para su negocio?	Frecuencia	Porcentaje
De S/ 1,000 a S/ 5,000	242	63,0%
De S/ 5,001 a S/ 10,000	71	18,5%
De S/ 10,001 a S/ 15,000	18	4,7%
De S/ 20,001 a S/ 25,000	12	3,1%
De S/ 25,001 a S/ 30,000	23	6,0%
Más de S/ 30,000	18	4,7%
Total	384	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores propietarios de micro y pequeñas empresas del distrito de Piura. 2011.

• Frecuencia anual que requieren de financiamiento los emprendedores propietarios de micro y pequeñas empresas del distrito de Piura:

año; mientras que el 17.2% de 05 a 08 veces al año y un 7.8% de 01 a 04 veces por año.

Tabla N° 4., muestra que el 75.0% de los emprendedores requieren de financiamiento más de 12 veces por

TABLA N°4 PIURA: FRECUENCIA ANUAL QUE REQUIEREN DE FINANCIAMIENTO LOS EMPRENDEDORES PROPIETARIOS DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL DISTRITO DE PIURA. 2011

Aproximadamente, ¿Cuántas veces al año requiere de financiamiento?	Frecuencia	Porcentaje
De 01 a 04 veces al año	30	7,8%
De 05 a 08 veces al año	66	17,2%
Más de 12 veces al año	288	75,0%
Total	384	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores propietarios de micro y pequeñas empresas del distrito de Piura. 2011.

- Motivos por los que prefieren la fuente de financiamiento elegida, los emprendedores propietarios de micro y pequeñas empresas del distrito de Piura:

Tabla N° 5., muestra el motivo por el cual los emprendedores prefieren las respectivas fuentes de financiamiento.

TABLA N°5 PIURA: MOTIVOS POR LOS QUE PREFIEREN LA FUENTE DE FINANCIAMIENTO ELEGIDA, LOS EMPRENDEDORES PROPIETARIOS DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL DISTRITO DE PIURA. 2011

¿Por qué prefiere acudir a esa fuente de financiamiento?		Generalmente ¿A quién prefiere acudir cuando necesita financiamiento para su negocio?				
		Bancos	Cajas Municipales	Financieras	Edpymes	Prestamistas
Solidez	Frecuencia	12	36	0	0	0
	%	18.5%	13.2%	0.0%	0.0%	0.0%
Bajos intereses	Frecuencia	24	136	6	0	0
	%	36.9%	50.0%	25.0%	0.0%	0.0%
Confianza	Frecuencia	6	18	0	0	0
	%	9.2%	6.6%	0.0%	0.0%	0.0%
Flexibilidad en el pago	Frecuencia	0	29	0	0	6
	%	0.0%	10.7%	0.0%	0.0%	33.3%
Facilidad de Trámite	Frecuencia	0	41	12	5	0
	%	0.0%	15.1%	50.0%	100.0%	0.0%
Rapidez en la obtención del dinero	Frecuencia	0	12	0	0	12
	%	0.0%	4.4%	0.0%	0.0%	66.7%
Buen servicio	Frecuencia	23	0	6	0	0
	%	35.4%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%
Total	Frecuencia	65	272	24	5	18
	%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores propietarios de micro y pequeñas empresas del distrito de Piura. 2011.

Los emprendedores en estudio que prefieren como fuente de financiamiento a los Bancos, el 36.9% los prefieren por los bajos intereses; el 35.4% por el buen servicio; el 18.5% por la solidez y el 9.2% los prefieren por la confianza que les brindan.

Los emprendedores que prefirieron como fuente de financiamiento a las Cajas Municipales, el 50% manifestó preferirlas por los bajos intereses que cobran; el 15.1% por la facilidad de trámite; el 13.2% por la solidez; el 10.7% por la flexibilidad en el pago; el 6.6% por la confianza y el 4.4% por la rapidez en el desembolso del crédito.

En cuanto a los emprendedores que prefieren como fuente de financiamiento las financieras, el 50% las prefiere por la facilidad de trámite; el 25% por los bajos intereses y otro 25% por el buen servicio.

El 100% de los emprendedores encuestados que prefieren las Edpymes, manifestaron que es por la facilidad de trámite que ofrecen.

Finalmente, respecto a los emprendedores que prefieren acudir a prestamistas, el 66.7% de ellos los prefiere por la rapidez en la obtención del dinero y el 33.3% por la flexibilidad en el pago.

- Aspectos que les desagradan de las entidades financieras a los emprendedores propietarios de micro y pequeñas empresas del distrito de

Piura

Tabla N° 6. muestra los aspectos que al 35.7% de los emprendedores propietarios de las micro y pequeñas empresas les desagradan los demasiados requisitos que solicitan en las entidades financieras; un 19.8% manifestó que les desagrada la demora en el trámite; el 18.2% indicó que les desagradan los altos intereses; al 16.9% le desagradan las altas tasas por mora; al 7.8% les desagrada que las entidades financieras sean poco flexibles en los pagos y al 1.6% la presión por el pago.

TABLA N°6 PIURA: ASPECTOS QUE LES DESAGRADA DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS A LOS EMPRENDEDORES PROPIETARIOS DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL DISTRITO DE PIURA. 2011.

¿Qué es lo que le desagrada de una entidad financiera?	Frecuencia	Porcentaje
Demasiados requisitos	137	35,7%
Demora en el trámite	76	19,8%
Altos intereses	70	18,2%
Poco flexible en los plazos	30	7,8%
Presión por el pago	6	1,6%
Alta tasa por mora	65	16,9%
Total	384	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores propietarios de micro y pequeñas empresas del distrito de Piura. 2011.

- Características que debería tener una entidad financiera para que sea de total satisfacción para los emprendedores propietarios de micro y pequeñas empresas del distrito de Piura

Tabla N° 7. muestra que para el 35.2% de los emprendedores la característica que debería tener una entidad financiera para que sea de su total satisfacción es que los intereses sean conscientes; el 20.3% manifestó que debería ofrecer flexibilidad en los pagos; el 20.1% considera que las entidades financieras deberían hacer una evaluación según la

realidad local; para un 10.4% las entidades financieras deben tener experiencia en el negocio, es decir, conocer el negocio; para un 7.8% deben ofrecer rapidez en la entrega y para un 6.3% una entidad financiera debe ofrecer una buena atención al cliente.

TABLA N°7 PIURA: CARACTERÍSTICAS QUE DEBERÍA TENER UNA ENTIDAD FINANCIERA PARA QUE SEA DE TOTAL SATISFACCIÓN PARA LOS EMPRENDEDORES PROPIETARIOS DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL DISTRITO DE PIURA. 2011

¿Qué característica debería tener una entidad financiera para que sea de su total satisfacción?	Frecuencia	Porcentaje
Flexibilidad en los pagos	78	20,3%
Intereses conscientes	135	35,2%
Rapidez en la entrega	30	7,8%
Buena atención al cliente	24	6,3%
Experiencia en el negocio, conocer el negocio	40	10,4%
Evaluación según la realidad local	77	20,1%
Total	384	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores propietarios de micro y pequeñas empresas del distrito de Piura. 2011.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos en la presente investigación muestran que la fuente de financiamiento preferida por la mayoría (70.8%) de los emprendedores propietarios de las micro y pequeñas empresas del distrito de Piura, son las Cajas Municipales (Ver Cuadro N° 2.1), un porcentaje muy por encima de los Bancos (16.9%), datos ya percibidos a lo largo de estos años, debido a que el mercado objetivo de las Cajas Municipales desde su aparición fueron los micro y pequeños empresarios. Pero un dato interesante es que el 4.3% de los investigados aún prefiere como fuente de financiamiento a los prestamistas, siendo este un mercado potencial que se mantiene en el mercado pagando altas tasas de interés mensual. Estos resultados pueden ser motivo e investigaciones posteriores para conocer el perfil de los emprendedores que prefieren a los prestamistas y cómo podrían ser atendidos en el mercado formal, de tal manera que se les ayude a disminuir los costos de financiamiento de sus negocios y puedan obtener una mejor rentabilidad en los mismos.

En cuanto a los montos mínimos y máximos que requieren de financiamiento para sus negocios, mostrados en las Tablas N°2.2 y 2.3, respectivamente, se aprecia que la mayoría de los investigados (67.7%) requiere como mínimo de S/1,000 a S/5,000 y coincidentemente, también, la mayoría (63.0%) requiere como monto máximo de S/1,000 a

S/5,000; mostrando que los créditos que requieren los emprendedores oscilan entre de S/1,000 y S/5,000, montos que son solicitados por la mayoría de ellos (75%) más de 12 veces al año (Ver Cuadro N°2.4). Esto demuestra que los emprendedores no necesitan montos muy elevados de financiamiento, pero sí con una alta rotación.

En cuanto a los motivos por los cuales prefieren la fuente de financiamiento elegida, mostrado en el Cuadro N°2.5, las Cajas municipales, las que tienen una mayor aceptación, son preferidas por el 50% de sus usuarios por los bajos intereses; de la misma forma, la mayoría de los usuarios de los bancos los prefieren por los bajos intereses; mientras que la mayoría de los usuarios de las financieras (50%) y el total de usuarios de las Edpymes los eligen por la facilidad de trámite. En lo que se refiere a los que acuden a los Prestamistas para financiar sus negocios, la mayoría acude a ellos (66.7%) por la rapidez en la obtención del dinero.

En la presente investigación la mayoría de los emprendedores manifestaron que una entidad financiera, para que sea de su total satisfacción debe cobrar intereses conscientes (35.2%), tener flexibilidad en los pagos (20.3%) y hacer una evaluación según la realidad local (20.1%). Estos datos representan las características de un producto crediticio ideal por ofrecer a los emprendedores propietarios de las micro y pequeñas empresas del distrito de Piura.

CONCLUSIONES

La fuente de financiamiento que prefieren de los emprendedores propietarios de las micro y pequeñas empresas del distrito de Piura son las Cajas Municipales.

Los montos de financiamiento que prefieren los emprendedores propietarios de las micro y pequeñas empresas del distrito de Piura oscilan entre S/ 1,000 y S/ 5,000.

Los emprendedores propietarios de las micro y pequeñas empresas del distrito de Piura requieren de financiamiento más de 12 veces al año.

Los emprendedores propietarios de las micro y pequeñas empresas del distrito de Piura prefieren las cajas municipales y los bancos principalmente por sus bajos intereses, las financieras y las Edpymes por la facilidad de trámite y a los prestamistas por la rapidez en la obtención del dinero.

Lo que más les desagrada a los emprendedores propietarios de las micro y pequeñas empresas del distrito de Piura de una entidad financiera es la solicitud de demasiados requisitos.

Los emprendedores propietarios de las micro y pequeñas empresas del distrito de Piura consideran que una entidad financiera de su total satisfacción debería: cobrar intereses conscientes, ser flexible en los pagos y evaluar según la realidad local.

REFERENCIAS

Banco Interamericano de Desarrollo. (2002). *Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*, DC: Autor.

Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento y Banco Mundial. (2011). *Creando oportunidades para los emprendedores*. Disponible en: <http://espanol.doingbusiness.org/~media/FPKM/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/Overview/DB11-Overview-Spanish.pdf>. Acceso el 18 de Febrero de 2011.

Confederación de Empresarios de Galicia (2010). *Global Entrepreneurship Monitor: Informe Ejecutivo Perú 2010*, DC: Autor.

Hernández, S., Fernández-Collado, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México, 5ª Ed. Editorial McGraw-Hill Interamericana, 100-103.

Matiz, F. (2009). *Investigación en emprendimiento, un reto para la construcción de conocimiento*. Revista EAN No. 66: Mayo-Agosto de 2009. Disponible en: <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/download/276/249>. Acceso el 11 de Enero de 2011.

Observatorio Socio Económico Laboral de Lima Norte. (2006). *Informe Eco-*

nómico 2006: Comas, Puente Piedra y Ventanilla. Colección Investigación y Desarrollo. Disponible en: http://www.ucss.edu.pe/osel/pdf/ie_2007.pdf. Acceso el 10 de Enero de 2011.

Quevedo, L., Izar, J. y Romo, L. (2010). Factores endógenos y exógenos de mujeres y hombres emprendedores de España, Estados Unidos y México. Investigación y Ciencia, Vol. 18, Núm. 46, marzo, 2010, pp. 57-63. Universidad Autónoma de Aguascalientes. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/674/67413508008.pdf>. Acceso el 11 de Enero de 2011.

Ramírez-Urquidy, M., Mungaray, A. y Guzmán, N. (2009). Restricciones de liquidez en microempresas y la importancia del financiamiento informal en Baja California. Región y Sociedad, Vol. XXI, Núm. 44, enero-abril, 2009, pp. 71-90. El Colegio de Sonora. Sonora, México. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=10204403>. Acceso el 11 de Enero de 2011.

Real Academia Española. (2005). Diccionario de la Real Academia Española. Disponible en: <http://www.rae.es/>. Acceso el 28 de Febrero de 2011.

Serida, J., Nakamatsu, K. y Uehara, L. (2010). Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2008. Universidad ESAN, 2010. – 180 p. GEM Peru 2008 National Report download. Disponible en: <http://www.gemconsortium.org/document.aspx?id=1042>. Acceso el 18 de Febrero de 2011.

DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE EN EL DISTRITO FRONTERIZO ANDINO DE AYABACA EN LA REGIÓN PIURA EN EL EXTREMO NORTE DEL PERÚ

ALLAN JEANFRANCO QUINDES NIÑO ¹

RESUMEN

El desarrollo del turismo sostenible desde su propuesta conceptual hasta la difícil concreción del mismo es una necesidad real, tanto en los territorios con vocación turística como aquellos donde se propone desarrollarlo. El distrito de Ayabaca ubicado en la región Piura en el norte del Perú; como sociedad y territorio busca diversificar su economía por medio del turismo, ante ello habría que preguntarse cuáles son las condiciones, sociales, ambientales y económicas que el territorio presenta y cómo estas influyen e influirán en el desarrollo del turismo como estrategia para el alivio de la pobreza, partiendo de una realidad diversa, compleja, pero con potencialidades que podrán conllevar al desarrollo real y concreto del turismo sostenible.

ABSTRACT

The development of sustainable tourism from its conceptual proposal to the difficult realization of it is a real need in both tourism-oriented areas as those where it is proposed to develop it. Ayabaca district located in the Piura region in northern Peru; as a society and country seeks to diversify its economy through tourism, before this we should ask what are the conditions, social, environmental and economic issues that the country has and how they affect and influence the development of tourism as a strategy for alleviating poverty, from a diverse, complex reality, but with potential that can lead to real and concrete sustainable tourism development.

¹ Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad Nacional de Piura – Perú. Master en Desarrollo Integral de Destinos Turísticos. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria – España.

I. INTRODUCCIÓN.

El objetivo principal del Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR), es posicionar al Perú como destino turístico competitivo y sostenible. Con ello se busca incrementar las divisas generadas por turismo receptivo, incrementar el flujo de turistas nacionales e internacionales en el país y posicionar el destino Perú en todo el mundo.

Asimismo, se busca consolidar y diversificar la oferta turística, promover una cultura turística entre los peruanos, fomentar el fortalecimiento institucional de las entidades del Estado y de las instituciones encargadas de la gestión de destinos, entre otros objetivos que permitan hacer del turismo una herramienta de desarrollo económico, social, cultural y ambiental. (MINCETUR, 2012, p.09).

En el Perú, la actividad turística ha demostrado tener una gran importancia en la economía nacional, ya que se ha convertido en la segunda actividad exportadora más importante de estos últimos años, constituyéndose en una importante herramienta para alcanzar diversos objetivos de desarrollo, como la generación de empleo descentralizado, la conservación de nuestro patrimonio cultural y natural con participación de la sociedad civil y el fortalecimiento de la pequeña y micro empresa, entre otros.

En la Región Piura, la actividad turística

ca muestra suficiente potencial para ser un canal de alta contribución al crecimiento y desarrollo económico, básicamente por la gran diversidad de recursos sin explotar y por el agradable clima que lo caracteriza, de allí que la Región es conocida turísticamente como “Piura: sol, magia y encanto”; destacando sus innumerables recursos naturales, arqueológicos, folklóricos y una variada gastronomía, existiendo también otros recursos turísticos que propician el turismo de aventura, cultural, ecoturismo, turismo esotérico, entre otros (DIRCE-TUR PIURA, 2005, p.02).

La provincia de Ayabaca específicamente su distrito y ciudad capital del mismo nombre, se caracterizan por una ferviente fe católica y que posee en la imagen del “Señor Cautivo de Ayabaca” a su patrono y máximo referente de religiosidad que ha trascendido más allá de sus propias fronteras provinciales e incluso nacionales. Es a partir de ello que la ciudad de Ayabaca es considerada como un referente del turismo religioso o de fe; del norte del Perú y sobre el cual se ha desarrollado de manera no planificada e informal un producto turístico primario; que en cierta medida dinamiza la economía de la ciudad andina de Ayabaca Quindes (2005, p.196), manifiesta con relación al desarrollo del turismo en Ayabaca que “se necesita un gobierno regional, local y nacional con visión de desarrollo, capacidad técnica y política que empodere eficaz y eficientemente proyectos de desarrollo” por ende “se necesita de una decisión

política y un compromiso continuo y ejemplar para desarrollar el turismo a niveles superiores; en la provincia de Ayabaca”.

El QhapacÑan o Sistema Vial Andino, declarado por la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad el 25 junio del 2014 durante la 38ª reunión del Comité del Patrimonio Mundial desarrollado en Doha (Qatar), es un patrimonio transfronterizo integrado por las repúblicas de Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, Chile y Argentina. Pero no todo el QhapacÑan ha sido declarado Patrimonio, pues se han priorizado tramos nacionales. El Perú posee seis tramos priorizados; cuatro nacionales y dos binacionales; uno con Bolivia y otro con Ecuador; es precisamente este tramo el que se ubica en los territorios del distrito fronterizo de Ayabaca y que tiene como sitio asociado principal al Complejo Arqueológico de Aypate. Aunque se destaque estas características meramente incaicas de Ayabaca, se debe de recalcar que este territorio ha tenido una dinámica social importante, incluso antes de los incas.

La declaratoria del QhapacÑan o Sistema Vial Andino ha causado una gran expectativa tanto en los pobladores como en las autoridades quienes han visto la “declaratoria” como una gran oportunidad para desarrollar el turismo cultural; teniendo al Complejo Arqueológico de Aypate como un referente trascendental. En ese sentido con este artículo se pretende hacer un acercamiento explo-

ratorio con respecto a las dimensiones del desarrollo sostenible; vinculados al turismo en el distrito de Ayabaca; con el fin de clarificar las condiciones del territorio para el desarrollo efectivo del turismo; además de proponer acciones para el desarrollo del turismo cultural en el distrito andino fronterizo de Ayabaca.

II. OBJETO DE ESTUDIO, MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

2.1. Objeto de Estudio.- El distrito de Ayabaca, en la Provincia de Ayabaca de la Región Piura.

2.2. Métodos.- Descriptivo.

2.3. Técnica.- Se realizó un análisis documental

2.4. Instrumento.- El fichaje.

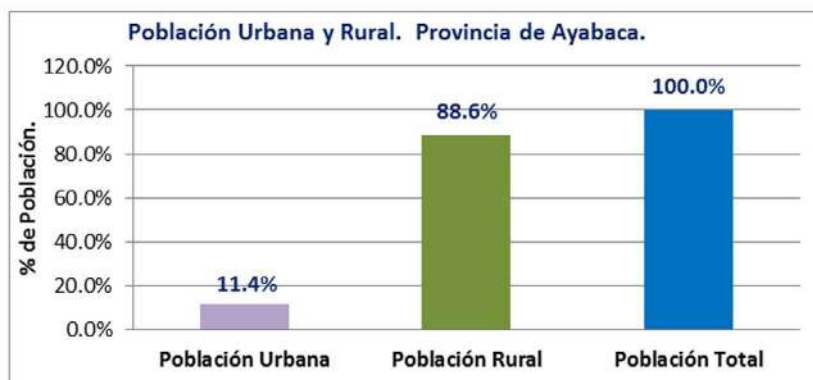
III. RESULTADOS

3.1. Dimensión Social de la Provincia y Distrito de Ayabaca.

Se han obtenido los siguientes datos de fuentes oficiales, los cuales se expresan en términos territoriales de provincia y distrito; así tenemos:

a) Estadísticas territoriales provinciales.

Gráfico Nº 01: Población Urbana-Rural. Provincia de Ayabaca

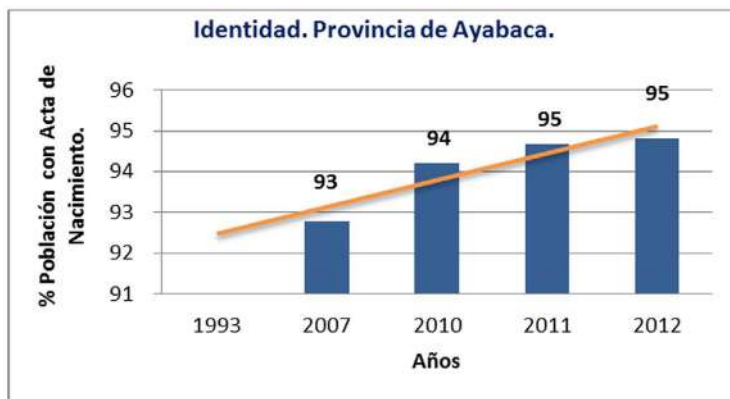


Fuente: INEI, Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda. / Elaboración: Propia.

Gráfico Nº 02: Densidad del Estado. Provincia de Ayabaca

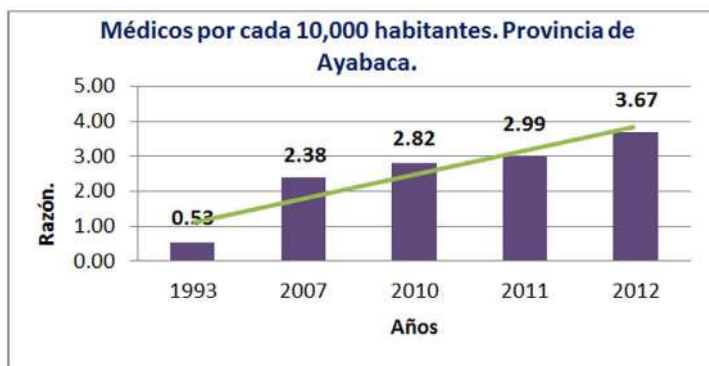


Fuente: Informe sobre Desarrollo Humano Perú 2013. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).
Elaboración: Propia.

Gráfico N° 03: Identidad. Provincia de Ayabaca

Fuente: Informe sobre Desarrollo Humano Perú 2013. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Elaboración: Propia.

Gráfico N° 04: Salud. Médicos por 10 000 Habitantes. Provincia de Ayabaca.

Fuente: Informe sobre Desarrollo Humano Perú 2013. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Elaboración: Propia.

Gráfico N° 05: Educación. Asistencia a Secundaria. Provincia de Ayabaca.



Fuente: Informe sobre Desarrollo Humano Perú 2013. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Elaboración: Propia.

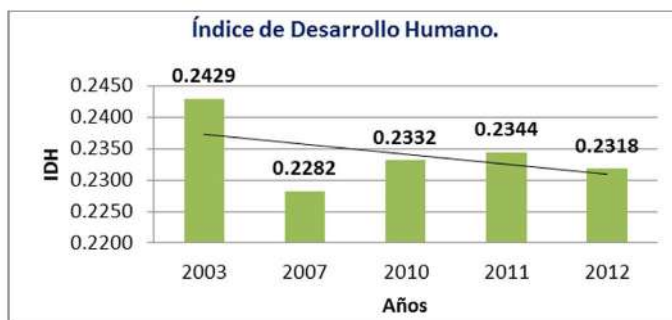
Gráfico N° 06: Saneamiento. Viviendas con Agua y Desagüe. Provincia de Ayabaca



Fuente: Informe sobre Desarrollo Humano Perú 2013. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Elaboración: Propia.

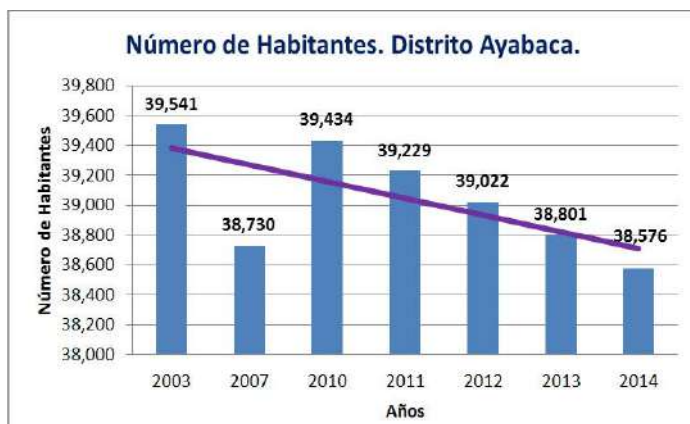
Gráfico N° 07: Electrificación. Viviendas electrificadas. Provincia de Ayabaca.



Fuente: Informe sobre Desarrollo Humano Perú 2013. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).
Elaboración: Propia.

b) Estadísticas Territoriales Distritales.

Gráfico N° 08: Habitantes. Distrito de Ayabaca.



Fuente: Informe sobre Desarrollo Humano Perú 2013. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).
Elaboración: Propia.

Gráfico N° 09: Índice Desarrollo Humano. Distrito de Ayabaca.



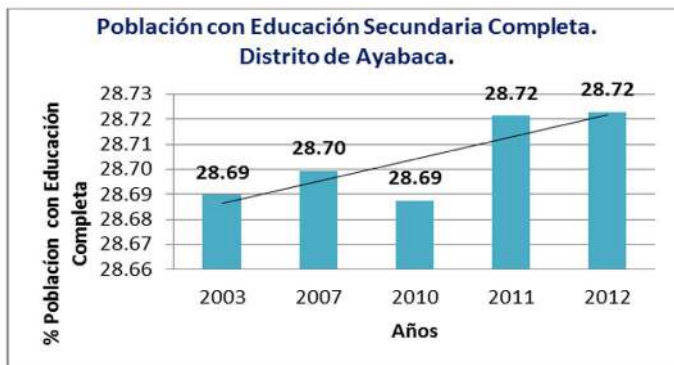
Fuente: Informe sobre Desarrollo Humano Perú 2013. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).
Elaboración: Propia.

Gráfico N° 10: Esperanza de Vida al Nacer. Distrito de Ayabaca.



Fuente: Informe sobre Desarrollo Humano Perú 2013. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).
Elaboración: Propia.

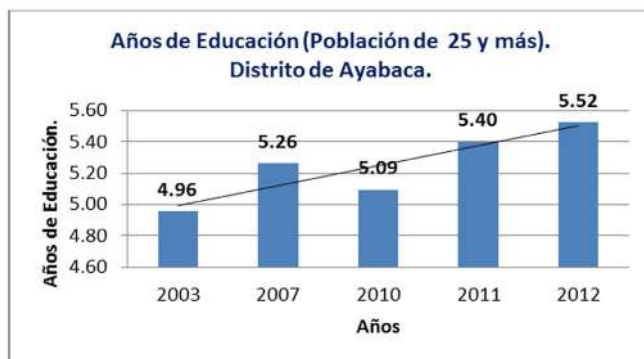
Gráfico N° 11: Población con Educación Secundaria Completa. Distrito de Ayabaca.



Fuente: Informe sobre Desarrollo Humano Perú 2013. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

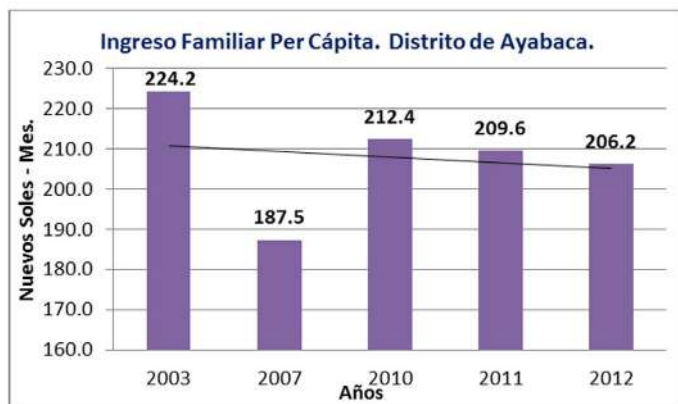
Elaboración: Propia.

Gráfico N° 12: Años de Educación. Distrito de Ayabaca.



Fuente: Informe sobre Desarrollo Humano Perú 2013. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Elaboración: Propia.

Gráfico N° 13: Ingreso Per Cápite. Distrito de Ayabaca.

Fuente: Informe sobre Desarrollo Humano Perú 2013. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Elaboración: Propia.

c) Las comunidades campesinas.

Un aspecto importante a tener en cuenta es el hecho que en la provincia la mayor parte del territorio son comunidades campesinas. Respecto de las mismas la Constitución de la República (1993) dice: "Artículo 89º.- Las Comunidades Campesinas y las Nativas tienen existencia legal y son personas jurídicas. Son autónomas en su organización, en el trabajo comunal y en el uso y la libre disposición de sus tierras, así como en lo económico y administrativo, dentro del marco que la ley establece. La propiedad de sus tierras es imprescriptible, salvo en el caso de abandono previsto en el artículo anterior. El Estado respeta la identidad cultural de las Comunida-

des Campesinas y Nativas". En la actualidad en el distrito de Ayabaca existen 22 Comunidades Campesinas y 18 Predios Campesinos.

3.2. Dimensión ambiental de la provincia y distrito de Ayabaca.

Este territorio posee características naturales que lo definen, para conocer estas características hay que agruparlas científicamente en nuestro caso usaremos dentro de las distintas clasificaciones.

Brack A, Mendiola C (2004, pp 83-253). Definen a una ecorregión como un área geográfica que se caracteriza por las mismas condiciones climáticas, edáficas, hidrológicas, florísticas, y faunísticas.

cas, en estrecha interdependencia, perfectamente delimitable y distinguible de otra y de utilidad práctica. En el Perú se identificaron once ecorregiones naturales de las cuales siete están en Piura. (Hocquenghem, 1998, p.43)

En ese sentido de las siete ecorregiones que tiene Piura, todas ellas le corresponden a Ayabaca, lo que la define a esta provincia como un espacio con características naturales especiales, así tenemos las siguientes usando la definición propuesta por (Brack A y Mendiola C, 2004) y contextualizada por (Hocquenghem, 1998)

a) El Bosque Seco Ecuatorial.- el cual a la vez posee dos formaciones muy distintas “Sapotol – Algarrobal” y la del “Ceibal”.

“Sapotol – Algarrobal” Entre la orilla del mar y los 500 metros de altitud se extiende la primera de las dos formaciones del bosque seco ecuatorial. Comprende una franja costero de 100 a 200 km de ancho en Piura y está presente desde Guayaquil (Ecuador), hasta el departamento de La Libertad. El relieve de esta zona es, en general, llano con ondulaciones. En algunos casos se adentra al este por los ríos y quebradas que vienen desde los andes. Y como es lógico está cubierto por árboles por zapotes y algarrobos. Esta ecorregión está dentro de la “Ruta”, la podemos ver en los distritos de Suyo y Paimas.

“El Ceibal”, está entre los 500 y 1000

metros de altitud, pero alcanza casi los 1500 metros en las laderas de los valles interandinos encajonados, donde el calor es más fuerte y no llega la humedad de la Cordillera o la del Pacífico. En Ayabaca esta ecorregión es relativamente pequeña, se caracteriza por tener un clima cálido y seco, más templado en las alturas. Las lluvias veraniegas son irregulares y las precipitaciones menos abundantes que en Tumbes (Donde se puede ver esta ecorregión en todo su esplendor), por ello los árboles no alcanzan las proporciones de los bosques tumbesinos. El relieve es accidentado, las pendientes fuertes son trabajadas, en forma activa, por arroyos y cursos de agua, las quebradas son profundas. La erosión de las laderas expuestas a las lluvias, que si caen son fuertes aguaceros, facilita el lavado del suelo y los derrumbes de terrenos. Los ríos no dejan de ampliar sus cauces arrancando sus playas, aportando tierra entreverada de materiales vegetales cada temporada húmeda, fertilizando los valles de la costa. Es cierto, la sierra tiende a perder tierras y el ceibal a reducirse mientras que la costa gana limos y el “zapotal-algarrobal” se revitaliza. Esta ecorregión la podemos observar dentro de la “Ruta” en los distritos de Paimas, Lagunas y Montero.

Lo que se puede observar hoy no es muy diferente a lo que vio en 1868 Antonio Raimondi viniendo del distrito Ayabaca al distrito de Lagunas pasando el río Quiroz por el puente de Tondopa.

b) La Selva Alta.- se sitúa entre los 600-800 metros y los 3500-3800 metros. Se localiza debajo del páramo en la cordillera. El clima es templado, disminuyendo la temperatura a medida que se sube. La selva alta se mantiene en las laderas empinadas que están cubiertas gran parte del año por las nubes que vienen de la Amazonía y pasan la cordillera de los Andes, así como por las nubes que se forman por encima del océano Pacífico y son detenidas por la cordillera del Guamaní, las precipitaciones son abundantes en los meses de noviembre y abril y casi diariamente, de enero a marzo. El relieve es abrupto, con fuertes pendientes. En las partes altas y medianas las lluvias lavan el terreno, provocando huaicos. Una fuerte erosión arrasa con las tierras. Este hecho se acentúa, debido al crecimiento de la población que necesita talar y quemar lo que queda de vegetación para ampliar la frontera agrícola.

La vegetación de la selva alta presenta tres diferentes tipos de formaciones. Entre los 1000 y 2000 metros de altitud se observa una formación arbórea semidecídica (Es decir, entre 25% y 75% de las plantas pierde anualmente sus hojas como una estrategia para resistir a la sequía) llamada monte, se puede observar el monte en el fondo de las quebradas cubiertas de una margen a la otra por un frondoso bosque galería. Los árboles, altos y de amplias ramadas que no dejan pasar los rayos del sol, protegen una espesa maleza de arbustos y helechos y crían entre sus cortezas una

multitud de plantas parásitas, bromeliáceas y orquídeas. Entre los 2000 y los 2500 metros de altitud se presenta una formación arbórea siempre verde, es el monte grande, se penetra en un bosque de neblina cupido, se extiende de una quebrada a otra, todo está cubierto de redes de bejucos, otra vez entreverados de orquídeas y bromeliáceas, una verdadera selva. Entre los 2500 y los 3500 metros de altitud se encuentra una formación arbórea arbustiva que se llama matorral, aquí los árboles se vuelven raquíticos y se refugian en los tajos que abren las vertientes la erosión de las aguas para protegerse de las agresiones del viento.

c) El Páramo.- se localiza en las alturas de la cordillera de los Andes y la cordillera del Guamaní encima de los 3500 metros de altitud. En las cumbres se encuentran lagunas de donde bajan las aguas que se escurren hacia las cuencas. El clima es frío y húmedo, el relieve es escarpado, son planicies onduladas, dominadas por acantilados abruptos. El suelo es húmedo y pantanoso, con partes pedregosas y afloramientos rocosos. La tierra es de turbera negra, las rocas son volcánicas, la vegetación es de ichu y otras gramíneas. De esta ecorregión Humboldt en su Diario de Viaje (1802), menciona: "Nos quedamos largo tiempo sentados, con lo ojos fijados sobre la cordillera y los inmensos desiertos que le son vecinos. Era una noche magnífica. La Luna, Venus, Júpiter y Saturno muy cerca uno del otro".

Aspectos de relevancia social-ambiental se han desarrollado en el territorio. Así tenemos la oposición de los pobladores a la minería metálica y que fue puesto manifiestamente en un censo-votación donde el No superó largamente al Sí. Otro acontecimiento importante es la creación de la primera Área de Conservación Privada de la Región Piura, denominada "Bosques de Neblina y Páramos de Samanga" reconocida con R.M. N° 117-2013-MINAM(18.04.2013), la cual está ubicada en la Comunidad Campesina de Samanga. La creación de "El Fondo del Agua Quiroz". El fondo reúne el aporte anual de socios o beneficiarios dispuestos y conscientes de la importancia de mantener el funcionamiento de estos ecosistemas naturales. En este contexto el modelo sostiene tres objetivos centrales: conservación de bosques, reserva de agua y retribución de servicios ambientales. Es una experiencia pionera en el Perú, prácticamente todo el distrito de Ayabaca pertenece a la Cuenca del Río Quiroz.

Los Sistemas Locales de Gestión Ambiental, han sido implementados, quedando aún la decisión de empoderarlos. Otros procesos como los de Zonificación Ecológica Económica y el Ordenamiento Territorial, aún están en fases primarias.

Otros procesos en marcha impulsados desde las Comunidades Campesinas de la Micro Cuenca de Olleros en conjunto con el Programa Nuestra Tierra, para la creación de nuevas áreas de conservación privada (ACP), en torno al cerro y

Centro Arqueológico de Aypate.

Asimismo desde el Gobierno Regional Piura, se está implementando el Sistema Regional de Conservación de Áreas Naturales Protegidas de Piura. En ese sentido se han identificado 26 sitios prioritarios para la conservación de biodiversidad en Piura, de ellos tres están en el distrito de Ayabaca; así tenemos:

- Cuyas Molinos (bosque húmedo).
- Aypate (bosque húmedo).
- Cabecera de Cuenca (bosque húmedo y Páramo).

Así mismo dentro de la Estrategia Regional Diversidad Biológica de Piura (ERDB Piura) y de sus 05 objetivos y específicamente en el objetivo que se plantea el: "Uso sostenible y distribución equitativa de los beneficios derivados de la biodiversidad, uso sostenible y distribución equitativa de los beneficios derivados de la biodiversidad", Se encuentran acciones como: generar programas y proyectos de capacitación a comunidades locales para impulsar cadenas productivas de biocomercio (incluye ecoturismo), e implementar acciones de ecoturismo sostenible y ambientalmente responsable en el marco del PERTUR. (Región Piura, 2013, pp. 21-22)

3.3. Dimensión económica del distrito de Ayabaca.

Se han obtenido los siguientes datos de fuentes oficiales, los cuales se expresan en términos territoriales de distrito; así

Tabla Nº 01: Condición actividad económica. Distrito de Ayabaca.

Área Rural, Urbana y Condición Actividad Económica.	Total	Porcentaje
Distrito Ayabaca	32646	100.00%
PEA	11539	35.35%
Ocupada	11235	34.41%
Desocupada	304	0.93%
No PEA	21107	64.65%

Fuente: INEI-Censos Nacionales: XI Población.VI Vivienda2007.

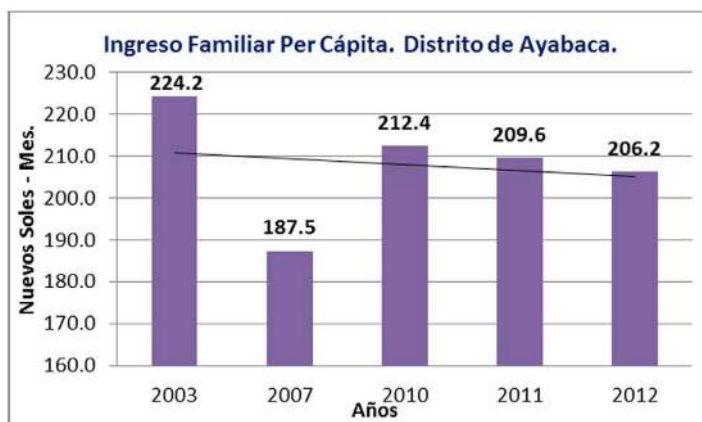
Elaboración: Propia.

Tabla Nº 02: Población económicamente activa del distrito de Ayabaca, por rama de actividad económica.

Área Rural Urbana y Condición Actividad Económica.	Total	Porcentaje
Distrito Ayabaca	11539	100.00%
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	8332	72.21%
Pesca	3	0.03%
Explotación de minas y canteras	7	0.06%
Industrias manufactureras	131	1.14%
Suministros de electricidad, gas y agua	15	0.13%
Construcción	195	1.69%
Comercio, reparación, vehículos, motoci, etc.	842	7.30%
Hoteles y restaurantes	272	2.36%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	148	1.28%
Intermediación financiera	5	0.04%
Actividades inmobiliarias, Emp. y alquileres	91	0.79%
Administración pública	218	1.89%
Enseñanza	587	5.09%
Servicios sociales y de salud	67	0.58%
Otras actividades servicios comunales, sociedad y personales	63	0.55%
Hogares privados con servicio doméstico	76	0.66%
Actividad económica no especificada	183	1.59%
Desocupado	304	2.63%

Fuente: INEI-Censos Nacionales: XI Población.VI Vivienda2007.

Elaboración: Propia.

Gráfico N° 13: Producción Pecuaria. Distrito Ayabaca. 2012

Fuente: INEI-IV CENSO NACIONAL AGROPECUARIO 2012.

Elaboración: Propia.

Tabla N° 03: Superficie Agropecuarias por Hectáreas Total. Distrito de Ayabaca 2012.

Distrito Ayabaca	Total	Porcentaje
Superficie cultivada Total	5822.82	100.00%
Superficie cultivada en riego	664.15	11.41%
Superficie cultivada en seco	5158.66	88.59%

Fuente: INEI-IV CENSO NACIONAL AGROPECUARIO 2012.

Elaboración: Propia.

3.4. El Turismo en Ayabaca.

Con respecto al desarrollo del turismo en la Provincia de Ayabaca existen tres espacios con vocación turística.

El primero se desarrolla en el distrito de Montero vinculado al desarrollo comercial de la zona por la producción de productos ecológicos (café y la panela). Otra iniciativa la encontramos en el Distrito de Pacaipampa; relacionada al ecosistema páramo y las lagunas altoandinas (Aunque es una propuesta meramente conceptual). Y el tercer espacio es el distrito de Ayabaca debido a la presencia de la imagen del Señor Cautivo de Ayabaca (turismo religioso o de fe).

La referencia más antigua sobre turismo en el distrito de Ayabaca podemos encontrar en los planes de desarrollo del distrito y provincia de Ayabaca, en ellos se plasma las primeras visiones y acciones para el desarrollo del turismo. El primer antecedente que se tiene es lo referido al desarrollo de una “ruta turística” entre el distrito de Ayabaca y la Provincia de Loja (Ecuador) y que tuvo el patrocinio de la Municipalidad Provincial de Ayabaca, de dicho documento solo tenemos la referencia personal. Posteriormente se desarrolló el “Plan Estratégico de Desarrollo de Ayabaca 1998-2008”, donde incluía objetivos como Mejoramiento de la red vial de acceso a zonas turísticas de Ayabaca. Mejoramiento y ampliación de la infraestructura hotelera en Ayabaca, Sícchez, Frías, Pacaipampa. Promoción turística.

Conservación y mantenimiento de los centros turísticos. Albergue de peregrinos y un Aeropuerto.

Posteriormente se desarrollaron otros planes como: “Plan Estratégico de Desarrollo de Ayabaca 2000-2010”. “Plan de Desarrollo Concertado de la Provincia de Ayabaca 2005 - 2015”. “Plan Estratégico de Desarrollo Ayabaca 2003-2013” y por último el “Plan Estratégico de Desarrollo de la Provincia de Ayabaca 2013-2021”; el cual está vigente. En todos estos planes el tema turismo es recurrente.

Así también se desarrollaron planes específicos de turismo como “Plan de Desarrollo Turístico de la Provincia de Ayabaca 2002-2010”. “Plan Estratégico Orientado al Desarrollo del Turismo en Ayabaca 2005-2011”. “Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de la ruta Montero-Ayabaca-Aypate 2008” (Fase diagnóstico). “Plan de Desarrollo Turístico de la Mancomunidad Señor Cautivo de Ayabaca 2010 – 2015” y que incluía a los distritos de Paimas, Lagunas, Montero, Sícchez, Jililí y Ayabaca.

Se han desarrollado además diversos proyectos de desarrollo turístico en el distrito de Ayabaca; así tenemos: El Proyecto Binacional “Impulso a las prácticas de turismo rural que contribuyan a la reducción de la pobreza en el marco de una gestión efectiva de los destinos a lo largo del QhapacÑan o Camino Andino de Aypate”. Cuyos participantes fueron la Organización

Mundial del Turismo (OMT), Servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo (SNV), Universidad de Piura (UDEP), Escuela Campesina de Educación y Salud (ESCAES), Instituto Nacional de Cultura (INC). El Proyecto “Mejora de Capacidades Para la Gestión, Promoción y Desarrollo Turístico Sostenible en la Mancomunidad Señor Cautivo de Ayabaca”, Cuyos participantes fueron el Fondo Peruano Alemán, la Mancomunidad Municipal Señor Cautivo de Ayabaca, el Proyecto Binacional Catamayo Chira, la ONG Instituto de Gestión de Cuencas Hidrográficas (IGCH). El Proyecto: “Fortalecimiento de capacidades y acondicionamiento de los principales sitios de interés turístico del distrito de Ayabaca”. Cuyos participantes fueron la Municipalidad Provincial de Ayabaca y la Unidad de Gestión Educativa Local.

Otro proyecto presente hoy en el distrito de Ayabaca y que está dentro del Proyecto QhapaqÑan, el denominado “Proyecto de Investigación Arqueológica Aypate” cuyos fines son de diagnóstico para su puesta en uso social, el cual se inició en el 2012, si bien este proyecto no es de turismo, conciben al turismo como una forma de desarrollo económico sostenible del territorio y que corresponde uno de los objetivos del proyecto el cual es “Contribuir al desarrollo social, educativo y económico de nuestra sociedad a través de la investigación, conservación y puesta en uso social de las manifestaciones culturales del pasado y presente vinculadas al QhapaqÑan, siendo estos objetivos una

de las principales tareas del proyecto”. (Ministerio de Cultura – Perú)

En el Distrito de Ayabacalos recursos turísticos registrados en el Inventario Nacional de Recursos Turísticos; son los siguientes:

- 1) Aguas medicinales de Chocán.
- 2) Bosque del Cerro Negro.
- 3) Bosque de Cuyas.
- 4) Cerro Balcón.
- 5) Cerro Campanario.
- 6) Cerro Granadillo.
- 7) Cerro Yantuma.
- 8) Complejo Arqueológico de Aypate.
- 9) Complejo Arqueológico San Bartolomé de los Olleros.
- 10) Festividad del Señor Cautivo de Ayabaca.
- 11) Iglesia Matriz de Nuestra Señora del Pilar.
- 12) Laguna Prieta.
- 13) Laguna San Antonio.
- 14) Laguna Tapal
- 15) Lagunas Arreviatadas.
- 16) Museo Arqueológico Hijos del Sol.
- 17) Petroglifos de Samanga.
- 18) Pueblo Tradicional de Ayabaca.
- 19) Río Quiroz.

Con respecto al crecimiento del turismo en el distrito de Ayabaca, durante un espacio temporal de cinco años, tenemos los siguientes resultados:

Gráfico N° 14: Arribos Totales. Distrito Ayabaca 2009-2013



Fuente: Estadísticas MINCETUR.

Elaboración: Propia.

Tabla N° 04: Arribos año 2013.

Por tipo de turista: nacional y/o extranjero.

Ítem	Arribos	Porcentaje
Total Arribos Anuales. Distrito de Ayabaca.	14897	100%
Total Nacional	14399	97%
Total Extranjero	498	3%

Fuente: Estadísticas MINCETUR.

Elaboración: Propia.

IV. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

Las características de la provincia de Ayabaca, con respecto a la prevalencia de la población rural de la provincia de Ayabaca (89%); hacen del territorio un espacio especial que requiere de políticas enfocadas a esta realidad y sus características. Desde el estado podemos observar que el indicador de la “Densidad del Estado”, para la construcción de este índice se ha tenido en cuenta temas como identidad, vinculado a ciudadanía; salud, vinculado al número de médicos por cada 10 000 habitantes; el tema de educación, vinculado a la asistencia a secundaria, al tema de saneamiento, vinculado a viviendas con agua y desagüe; y electrificación, vinculado a las viviendas electrificadas. Con respecto a este índice se aprecia un aumento llegando en la actualidad a un índice de 0.51, lo que significa una mejora; pero también significa una manifiesta ausencia del estado y sus políticas públicas; por lo que se requiere potenciar la presencia del estado y mejorar la gestión del mismo desde la propia colectividad e institucionalidad del territorio. Será necesario relacionar el desarrollo integral y sostenible con la vigencia plena y efectiva de los derechos fundamentales y la dignidad de las personas. “Fortalecer la vigencia de estos derechos implica que toda la ciudadanía, sin excepción, tenga acceso a una justicia autónoma, confiable y eficiente. Y que la consolidación de la institucionalidad democrática y de la participación ciudadana permita que, mediante el consenso, se logren reducir

al mínimo las inequidades, la pobreza y la pobreza extrema” (Plan Bicentenario 2021,2011, p.27).

Las estadísticas sociales del distrito de Ayabaca desnudan aún más esta inequidad de desarrollo. Podemos ver que la población de este distrito está en decrecimiento y aunque la línea tendencial no es pronunciada, existe un leve desdoblamiento del territorio. Este distrito posee un Índice de Desarrollo Humano (IDH) de 0.2318, y se encuentra en el puesto 1453 de 1834 distritos del Perú, la tendencia referida al IDH es de disminución progresiva, ejemplo de ello tenemos que en el año 2003 el distrito de Ayabaca estaba en el puesto 1055, en el 2007 en el puesto 1137, en el 2010 en el puesto 1425, en el 2011 en el puesto 1399 (una leve recuperación) y en 2012 en el puesto 1453. En conclusión existe una disminución progresiva del IDH distrital y comparado.

Si analizamos con detalle los componentes del IDH, podemos entender por qué la disminución del mismo; así tenemos que: la esperanza de vida al nacer en el distrito de Ayabaca ha disminuido considerablemente pasando de 69 años el 2003 a 64 años el 2012. La población con educación secundaria completa del distrito de Ayabaca ha mostrado una muy leve mejora, casi una igualdad con respecto a los años pasados. Con respecto a los años de educación promedio por habitante del distrito de Ayabaca es de casi medio año más con respecto de los datos del 2003 al 2012; pasando de

4.96 años a 5.52 años. El ingreso per cápita mensual ha tenido una franca disminución pues en el año fue de 224.2 y el años 2012 fue de 206.2, tendiendo una disminución neta de 18.00 nuevos soles; esta disminución además es progresiva.

Todo lo dicho nos lleva a una gran contradicción con lo que pasa en el Perú, pues según PNUD (Noviembre 2013, p.15”), desde hace más de una década, el Perú atraviesa por una fase de crecimiento sin precedentes en su historia económica. Al mismo tiempo, en este periodo se ha producido un importante descenso de la pobreza y algún avance, aunque todavía limitado, en la reducción de las brechas y la desigualdad social. Las mejoras en el Índice de desarrollo humano, resultantes de este dinamismo económico y de los programas sociales, se expresan principalmente en mayores ingresos de ciertos sectores de la población y también en un progreso, si bien modesto y dispar, en los indicadores de salud y educación.

Fayos Solá (1991) también afirma que la competitividad de los destinos turísticos debe afrontarse a través de las ventajas competitivas, lo que permite asegurar que los destinos no solo compitan a través de recursos únicos heredados o precios, sino incorporando otros elementos como la calidad de los servicios, la hospitalidad, la imagen, el respeto al medio ambiente, el desarrollo social de la población residente, la gestión responsable, la innovación o el

aprendizaje continuo, entre otros factores que pasan a ser esenciales.

El Modelo de competitividad de Crouch y Ritchie (1993-2000, o conocido como el Modelo de Competitividad de Calgary. Ha ido madurando y a diferencia del modelo original, la última versión introduce el concepto de sostenibilidad, bajo la premisa de que la competitividad no es posible sin sostenibilidad, ya que para ser competitivos el desarrollo de un destino debe ser sostenible, no sólo económica y ecológicamente, sino social, cultural y políticamente (Crouch y Ritchie, 2000).

El Perú es uno de los diecisiete países megadiversos del mundo (Plan Bicentenario 2021,2011, p.236), lo que le da un protagonismo clave en el equilibrio ecológico del planeta, el distrito de Ayacucho posee también características que corresponden a esta biodiversidad y sus ecorregiones, además todo ello está vinculado con la sociedad del territorio desde tiempos pre incas; básicamente una sub etnia dentro de la etnia los Huastecos que se ubicaban en los páramos andinos y que conocían muy bien el territorio y sobre todo las características medicinales de la plantas y animales y seres abióticos de esta zona; y hoy perdura dicha característica la cual vemos reflejados en “los Maestros Curanderos”. Otra relación hombre naturaleza, la encontramos en la “Leyenda de Aypate”, con un rasgo eminentemente ecológico y educativo.

Siendo la actividad turística una actividad económica y considerando además que los recursos turísticos se encuentran en territorios comunales es necesario definir los mecanismos administrativos que permitan la coestión de esta actividad entre las autoridades locales y las comunidades campesinas. Urge la creación primordial de un “Ente Gestor” del distrito. En este panorama el turismo efectivamente será una herramienta que contribuya al desarrollo integral, social, ambiental y económicamente sostenible, como parte de un sistema económico local diverso.

Conociendo las características socioeconómicas del espacio, creemos que en este territorio se debe de tener muy en cuenta, El “Turismo Responsable”, que consiste en crear mejores condiciones locales para los residentes, y con ello mejorar la calidad de la “visita” de los turistas. Se debe de tener claramente fijado este orden. Responsabilidad social, respecto cultural y respuesta a las necesidades de la comunidad. Este debe de ser el concepto paraguas que vincule a toda propuesta de desarrollo turístico de Ayabaca.

Ya para el desarrollo de “Productos” concretos se debe de tener en cuenta el Turismo Rural Comunitario, la definición de turismo rural y/o comunitario es: “Toda actividad turística solidaria que se propone y gestiona por las mismas comunidades, permitiendo así su participación desde una perspectiva intercultural, manejo adecuado de los

recursos naturales y valoración del patrimonio cultural, con un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales”.

Desde los años noventa, el turismo rural o comunitario se ha convertido en el sur del Perú en una actividad estratégica para muchas comunidades ya que actúa como catalizador de diferentes procesos como:

- La promoción socioeconómica de comunidades en situación muy vulnerable desde los puntos de vista sociales, económico y cultural, constituyendo un motor estratégico para su desarrollo.
- El encuentro cultural a través del turismo, en tanto y en cuanto no solo potencia las identidades culturales indígenas, sino el contacto intercultural entre los visitantes y la población receptora.
- El desarrollo de actividades económicas sustentables desde el punto de vista medioambiental habida cuenta que este tipo de turismo tiene en la naturaleza a uno de sus principales pilares de atracción a través del ecoturismo.
- La apertura de posibilidades de autogestión y desarrollo endógeno de las comunidades receptoras en virtud de los índices de participación, acción y control comunitario que promueve esta actividad.

El desarrollo del turismo rural-comunitario se convierte en un campo estratégico de desarrollo social, económico y cultural, que encara con éxito varias de las más acuciantes expectativas del

mundo actual. Esta modalidad de turismo posibilitará el desarrollo de las comunidades rurales menos favorecidas del país teniendo en cuenta su situación desfavorable en el contexto del territorio del distrito de Ayabaca.

Una propuesta de desarrollo de turismo en Ayabaca que se involucren comunidades campesinas productoras, que cuenten un potencial turístico en el sentido de recursos humanos y naturales. Adicionalmente, debe existir la posibilidad de que los emprendimientos sean gestionados por pobladores locales, en diferentes modalidades de negocios. Para ello más que las potencialidades propias del territorio que se poseen comparativamente, se requiere desarrollar la competitividad. Según Ritchie y Crouch (2003) la excelencia de un destino viene determinada por dos tipos de ventajas: las comparativas y las competitivas. Las primeras hacen referencia a la cantidad, calidad y autenticidad de los atractivos y recursos existentes puestos en valor, en comparación con otras ofertas del mercado. Las segundas son el resultado de la efectiva estructuración de los recursos y de la adecuada coordinación y cooperación de los agentes del destino.

Crouch y Ritchie (1999) en (Alonso V., 2012, P. 04). Afirman que la competitividad de un destino depende de su habilidad para maximizar sus características. Según estos autores, para asegurar la competitividad de un destino a largo plazo este tiene que disponer tanto de

ventajas comparativas como de ventajas competitivas. Las ventajas competitivas ya no son solo naturales sino cada vez más hechas por el hombre, impulsadas por la ciencia, la tecnología de la información y la innovación. De esta forma, un destino no solo debe basarse en los recursos para determinar su participación en el mercado turístico, sino en cómo estos recursos son gestionados e integrados con diversas competencias y habilidades para crear ventajas competitivas.

La OMT define a turismo sostenible como "El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas".

Asimismo nos indica que: Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, debiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. Por lo tanto, el turismo sostenible debe:

1) Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemen-

to fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.

2) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.

3) Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de sus incidencias para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias.

El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa que los haga más conscientes de los problemas

de la sostenibilidad y fomento en ellos unas prácticas turísticas sostenibles. En suma, es una tarea compleja; que incluye a todos los y las pobladoras del distrito de Ayabaca.

V. CONCLUSIONES.

- La dimensión social del distrito de Ayabaca se presenta como un aspecto trascendental del territorio; pues influye directamente en las prioridades del territorio y estas prioridades no necesariamente están en el desarrollo del turismo, por ello se plantea el desarrollo del “turismo responsable”; el cual por sobre todas las cosas, incluyendo las necesidades del turista, prioriza las necesidades de los pobladores y de las metas y los objetivos del territorio. Pero ello no debe de llevar a una inacción sino más bien a proponer políticas concretas en el territorio e ir preparando y desarrollando el talento humano, para el aprovechamiento sostenible de los variados recursos turísticos que posee la zona.
- La dimensión ambiental del distrito de Ayabaca nos presenta un territorio diverso, sobre todo por la presencia de bosques húmedos y páramos. Por ello es que gran parte de los recursos inscritos en el Inventario Nacional de Recursos Turísticos, sea de la categoría “Sitios naturales” y que ya existan espacios o áreas de

conservación y que existan además procesos para crear o institucionalizar nuevas áreas. Así mismo el desarrollo de instrumentos de gestión ambiental en el territorio impulsa el uso sostenible y responsable del medio ambiente; donde las comunidades campesinas también juegan un rol importante.

- La dimensión económica del distrito de Ayabaca está enfocada básicamente en la agricultura y ganadería como actividades primordiales del territorio, pero que son además en gran medida de subsistencia; solo en algunos casos, sobre todo los relacionados a la producción de la papa y el café es que son rentables y puede llevar a la capitalización de la familia rural. Dentro de la PEA solo una ínfima parte está relacionada a los hoteles y restaurantes la cual es impulsada básicamente en Ayabaca ciudad por el desarrollo del turismo religioso o de fe.
- El desarrollo del turismo en Ayabaca, en relación al número de arribos, ha sido creciente, pero con tasas más bajas que el promedio de crecimiento nacional, lo cual podría suponer una fase previa al declive, por ende se debe buscar nuevos productos y no solo depender de la imagen del “Señor Cautivo de Ayabaca”, es decir diversificar la oferta y que de esta oferta sean beneficiados los pobladores circundantes a los recursos turísticos; para ello se

necesita una política clara referida al turismo, que quizá puede partir de la creación del “Ente Gestor”, que impulse políticas en ese sentido, desde etapas de planificación y zonificación participativa vinculante y con una participación expresa de las comunidades campesinas.

- Según el análisis de estas dimensiones y relacionadas al turismo, podemos decir que existen potencialidades del territorio, básicamente heredadas, es decir aspectos comparativos que en la dinámica actual del turismo de poco sirve, por ende el desarrollo de capacidades en todos los niveles de gobierno, sociedad y empresa, enfocado a mejorar la competitividad del territorio, es lo único que aseguraría el desarrollo del turismo sostenible del distrito de Ayabaca. Es decir que el desarrollo se base en las personas y no en los recursos del territorio.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Alonso V. (2012): “Competitividad de destinos turísticos medición y evaluación de la competitividad de destinos”, P. 04. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria – España.
- Antonio Brack A y Mendiola C, (2004): “Ecología del Perú” Editorial Bruño. Lima. Pp 83-252.
- Astuhumán C. (1998): “Aypate. Asentamientos Inca en la sierra de

Piura". Lima. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. E.A.P. de Arqueología.

- Centro Nacional de Planeamiento Estratégico CEPLAN (2011): "El Plan Bicentenario: El Perú hacia el 2021", Primera edición: Lima.
- Camino L (1992): "Cerros, plantas y lagunas misteriosas, la medicina la norte del Perú". CIPCA. Primera Edición.
- Constitución Política del Perú 2013.
- Crouch, G.I. y Ritchie, J.R.B. (2000): "The competitive destination: A sustainable perspective", *Tourism management*, 21(1), pp. 1-7.
- Espinoza W. (2006): "La etnia Guayacundo de Ayabaca, Huancabamba y Cajas (Siglo XV – XVI)". Instituto de Ciencias y Humanidades, San Marcos, Fondo Editorial.
- Fayos Solá, E. (1991): "Competitividad y calidad en la Nueva Era del Turismo", *Estudios Turísticos*, 123, pp. 5-10.
- Hernández J (2011). Artículo: "Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales". *Revista Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Vol. 9 N° 2 págs. 225-236.
- HOCQUENGEM, Anne Marie, (1998): "Para vencer la muerte: Piura y Tumbes. Raíces en el bosque seco y en la selva alta - horizontes en el Pacífico y en la Amazonía". Centro nacional de la investigación científica. Programa internacional de cooperación científica.
- Institut français d'études andines. IFEA - Instituto de la naturaleza y el conocimiento ambiental humano. INCAH.
- Instituto Nacional de Estadística e informática INEI (2007): "Censos Nacionales: XI de Población y VI de Vivienda 2007". Lima
- Instituto Nacional de Estadística e informática INEI (2012): "IV Censo Nacional Agropecuario 2012". Lima.
- MINCETUR (2012): "Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR 2012 -2021". Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Viceministerio de Turismo. Lima. 1.ª edición.
- Municipalidad Provincial de Ayabaca (1998): "Plan estratégico de desarrollo de Ayabaca 1998-2008". ONG CIPCA, Villa Nazaret, CEAS y Municipalidad Provincial de Ayabaca. Editorial diseños e impresos gráficos Piura (edigraf S.R.L), Piura, Perú.
- Municipalidad Provincial de Ayabaca (2000): "Plan estratégico de desarrollo de Ayabaca 2000-2010".

ONG CIPCA y Municipalidad Provincial de Ayabaca. Ayabaca.

- Municipalidad Provincial de Ayabaca (2003): "Plan estratégico de desarrollo Ayabaca 2003-2013". Municipalidad Provincial de Ayabaca. Ayabaca.
- Municipalidad Provincial de Ayabaca (2005): "Plan de desarrollo concertado de la provincia de Ayabaca 2005 - 2015". Municipalidad Provincial de Ayabaca y otras municipalidades distritales. Gerencia de Asuntos Sociales Productivos y Empresariales (GASPE), del gobierno local municipal de la Provincia de Ayabaca. Ayabaca.
- Páucar J. Pozo (1980). "Ensayo Monográfico de Ayabaca-Piura". INDUSTRIAS GRAFICAS INGENIERÍA. LIMA PERÚ.
- Polia M. (1995): "Los Guayacundos-Ayahuacas: una arqueología desconocida". CONSEJO MUNICIPAL DE AYABACA. Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial.
- -Programa QhapaqÑan (2004): "Plan de Acción Regional para un proceso de integración y cooperación". Proyecto QhapaqÑan. UNESCO.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD (2013): "Informe Desarrollo Humano Perú 2013, cambio climático y territorio: Desafíos y respuestas para un futuro sostenible". Primera Edición. Lima.
- Quindes N. (2005): "Plan estratégico orientado al desarrollo del turismo en Ayabaca 2005-2011". Universidad Nacional de Piura UNP Facultad de Ciencias Administrativas.
- Quindes N. (2012): "Desarrollo Turístico en el Distrito Fronterizo Andino de Ayabaca en el Extremo Norte del Perú Vinculado al QhapaqÑan o Camino Inca". Universidad de Las Palmas de Gran Canaria – España.
- Región Piura (2005): "Plan Estratégico Regional de Turismo - PERTUR 2005 -2015". Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo. Consejo Regional de Turismo de Piura. Piura.
- Región Piura (2013): "Estrategia Regional y Plan de Acción para la Conservación de la Diversidad Biológica en la Región Piura". Gerencia Regional de Recursos Naturales y Gestión del Medio Ambiente. ONG Naturaleza y Cultura Internacional NCI. Programa de Desarrollo Rural Sostenible PDRS-GIZ. Primera Edición. Piura
- Ritchie, J.R.B. y Crouch, G.I. (2003): The competitive destination: a sustainable tourism perspective, CABI

Publishing, Oxon, UK.

- TM Consultores Asociados SAC (2008): "Desarrollo Turístico de la Ruta Montero-Ayabaca-Aypate. Diagnóstico Situacional". Gobierno Local Municipal Provincia Fronteriza de Ayabaca, Naturaleza y Cultura Internacional, el Instituto de Gestión de Cuencas Hidrográficas y el Proyecto Binacional Catamayo



... INVESTIGACIONES EGRESADOS ...

DISEÑO DE ESTRATEGIAS BASADAS EN EL ENFOQUE DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL PARA EL REFORZAMIENTO DE LAS COMPETENCIAS ACTITUDINALES EN EL RECURSO HUMANO DE LAS ORGANIZACIONES

DANIEL BENJAMÍN NORIEGA CORTEZ¹

RESUMEN

En el Hospital José Cayetano Heredia se encuestó a una muestra probabilística aleatoria simple de 108 personas del departamento de enfermería, con el objetivo de determinar sus niveles de inteligencia emocional (IE) así como sus competencias actitudinales/emocionales con las que cuentan actualmente en el desarrollo de sus labores. Para esto se siguió un diseño de investigación no experimental, transaccional y descriptivo, se aplicó un cuestionario que permitió medir el grado de inteligencia emocional y las competencias actitudinales/emocionales, tomando como modelo el propuesto por Vara (1998). Se estableció que la inteligencia emocional y las competencias actitudinales en el hospital se encuentran en un promedio estándar, hasta cierto punto, dados los resultados de los cuestionarios. Asimismo se encuentran entrelazadas sus actitudes y su grado de inteligencia emocional, lo cual se ve determinado en los resultados de la guía de observación.

La investigación contó con una metodología de observación y se siguió el método deductivo para establecer el modo de comportamiento, desenvolvimiento y expresión emocional con el que cuenta el personal de enfermería, además se estableció un tipo de estudio aplicativo con un enfoque mixto, de esta manera contribuyó a establecer los datos cuantitativos y cualitativos obtenidos.

El objetivo fue diseñar estrategias basadas en el enfoque de la inteligencia emocional que permitieran mejorar las competencias actitudinales del recurso humano de las organizaciones como en el Hospital José Cayetano Heredia. Así de esta manera contribuir a optimar el clima laboral dentro de esta organización, el liderazgo y el desarrollo de las competencias actitudinales para

alcanzar el beneficio máximo y la estabilidad laboral y emocional.

Palabras Clave:

Inteligencia emocional, Competencias, Actitudes, Pilares, Emociones y Salud emocional.

ABSTRACT

In the José Cayetano Heredia Hospital were surveyed a sample random probabilistic simple of 108 people from the Department of nursing, with the aim of determining their levels of emotional intelligence (EI) as well as their emotional/attitudinal competencies that are currently in the development of their work. This followed a non-experimental, transactional and descriptive research design, applied a questionnaire allowing to measure the degree of emotional intelligence and emotional/attitudinal competencies, taking as a model proposed by Vara (1998). Established emotional intelligence and hospital attitudinal competencies found in an average standard, to some extent, given the results of questionnaires. Also their attitudes and their degree of emotional intelligence are intertwined which is determined on the results of observation guide.

Research was a methodology of observation and the deductive method to set the mode of behaviour, development and emotional expression that has the nursing staff, also established a type of application study with a mixed approach, this way I contribute to establish quantitative and qualitative data. The aim was to design strategies based on emotional intelligence approach allowing to improve competencies attitude of the human resources of organizations as in the Hospital José Cayetano Heredia.

In this way contribute to optimize the working environment within this organization, leadership and the development of attitudinal competencies to achieve the maximum benefit and labor and emotional stability.

Keywords:

Emotional Intelligence, Competencies, Attitudes, Pillars, Emotions and Emotional health.

1. INTRODUCCIÓN

En la década de los 80 (denominada la década del cerebro) se intensificaron los estudios dirigidos a investigar profundamente el órgano que tan poco se utiliza, pese a su enorme potencial. Estas investigaciones llegaron a determinar que las emociones juegan un rol muy importante en la capacidad del ser humano para vivir mejor. La trascendente conclusión determinó que ya no se debería ajustar solo a un coeficiente de inteligencia basado en informaciones intelectuales, sino también a un coeficiente emocional. Un coeficiente emocional óptimo es alcanzado por aquella persona que conoce sus emociones negativas y, lo que es más importante, puede resolverlas. La persona que no conoce sus propias emociones negativas, o que conociéndolas es incapaz de manejarlas, está afectando en distintas medidas su vida de trabajo, de pareja, de familia y su particular visión del mundo.

La expresión "Inteligencia Emocional" fue acuñada en 1990 por el psicólogo Peter Salovey, de Yale, y por John Mayer, de la Universidad de Yale de New Hampshire, para describir cualidades como la comprensión de los propios sentimientos, la comprensión de los sentimientos de otras personas y "el control de la emoción de forma que intensifique la vida".

Aunque la psicología conoce desde siempre la influencia decisiva de las emociones en el desarrollo y en la efi-

cacia del intelecto, el concepto concreto de la inteligencia emocional, en contraposición al de coeficiente intelectual no fue hasta la publicación del célebre libro de Daniel Goleman *Inteligencia emocional: ¿Por qué puede importar más el coeficiente emocional que el concepto de cociente intelectual?*. En 1995, la revista "Time" fue el primer medio de comunicación interesado en la IE que publicó Goleman. A partir de entonces comenzaron a aparecer cada vez con mayor frecuencia artículos sobre el tema

La Inteligencia Emocional podría definirse como la capacidad que tiene una persona de manejar, entender, seleccionar y trabajar sus emociones y las de los demás con eficiencia y generando resultados positivos. Es decir consiste en una serie de actividades que nos permiten apreciar y expresar de manera justa nuestras emociones y las de los demás, y para emplear nuestra sensibilidad a fin de motivarnos, planificar y realizar de manera cabal nuestra vida.

La Inteligencia Emocional deriva de cuatro elementos esenciales:

Autoconocimiento emocional (o conciencia de uno mismo), se refiere al conocimiento de las emociones propias y cómo afecta al ser humano. Es muy importante conocer el modo en que el estado de ánimo influye en el comportamiento, cuáles son nuestras virtudes y nuestros puntos débiles.

Autocontrol emocional (o autorregula-

ción), el autocontrol, permite no dejarse llevar por los sentimientos del momento. Es saber reconocer que perdura o qué es pasajero en una crisis.

Automotivación, dirigir las emociones hacia un objetivo, permite mantener la motivación y fija la atención en las metas en lugar de los obstáculos.

Reconocimiento de emociones ajenas (o empatía), las relaciones sociales se basan en saber interpretar las señales que los demás emiten de forma inconsciente y que a menudo son no verbales. Reconocer las emociones ajenas, aquello que los demás sienten y que se puede manifestar a través de expresiones o gesto, puede ayudar a establecer lazos más reales y duraderos con las personas de nuestro entorno.

Relaciones interpersonales o habilidades sociales, poder relacionarse adecuadamente con los demás, es uno de los aspectos más importantes para la vida y para el trabajo.

Uno de los secretos a voces de la psicología es la relativa incapacidad de las notas, el coeficiente intelectual (CI) o las pruebas de aptitud académica, para predecir de manera infalible si alguien tendrá éxito en la vida. Según Goleman, el CI aporta solo un 20 % a los factores que determinan el éxito en la vida en tanto que el 80 % restante, caben elementos tan dispares como la clase social o la suerte. El coeficiente intelectual e inteligencia emocional están vincula-

dos, pero, todos están acostumbrados a la medición de la inteligencia que se basa en el coeficiente intelectual (IQ): Raciocinio lógico, habilidades matemáticas, habilidades especiales, capacidad analítica, etc. aunque actualmente se ha descubierto que el éxito depende también en gran medida de la inteligencia emocional.

El coeficiente intelectual (IQ) y la inteligencia emocional (IE) son habilidades distintas, sin embargo, no son opuestas sino más bien complementarias. La persona con un alto IQ es más analítica y lógica, acumula datos, requiere de tiempo y calma para tomar decisiones, tiende a ser frío en sus apreciaciones y utiliza mucho más el hemisferio izquierdo del cerebro. En cambio la persona con una alta IE se relaciona con facilidad, gusta de ideas nuevas, decide a partir de intentos y errores, es rápida, espontánea, es cálida y utiliza más el hemisferio derecho del cerebro. Así mismo estos factores se ven reflejados con las actitudes que toman las personas en diferentes circunstancias en sus vidas. Las personas que se enfadan con facilidad, se deprimen con frecuencia y no son capaces de controlar sus impulsos, son personas con una inteligencia emocional deficiente o inadecuada. Por el contrario, una persona que es capaz de pensar antes de actuar, que domina sus impulsos y se expresa con educación es un buen ejemplo de una correcta inteligencia emocional.

Dentro de esta concepción de la inteligencia emocional la diferencian 3 inteligencias específicas:

1. La inteligencia Intrapersonal. Como la capacidad estratégica de poder conocer (autoconocimiento emocional) y controlar las propias emociones de tal manera que permita utilizar esa información y energía para desarrollar procesos productivos y alcanzar metas (intencionalidad, insatisfacción productiva, etc.).
2. La inteligencia Interpersonal. Es la capacidad estratégica de poder identificar, conocer y discriminar las emociones en los demás (conocimiento emocional de otros); expresar honestidad y adecuadamente nuestras emociones (conexiones interpersonales); de tal manera que permita formar redes sociales beneficiosas para la cooperación, el desarrollo y la satisfacción del personal.
3. Las competencias especiales de la Inteligencia Emocional. Son capacidades especiales de escaso estudio científico, se desarrollan sobre la base de la inteligencia intrapersonal.

Dentro de la misma investigación existen diferentes autores que determinan la utilidad como herramienta de la inteligencia emocional. Es el caso de Cooper y Sawaf (1998) quienes argumentan lo siguiente:

“Es cierto que los negocios se manejan con el poder del cerebro, pero para pensar bien y alcanzar el éxito duradero es necesario aprender a competir con todos los aspectos de la inteligencia, la mayoría de los casos muy poca emoción puede ser aún más perjudicial para una carrera u organización”.

Así mismo el Dr. Ríos Reyes, A. (2000) establece que en el cambio organizacional hoy en día se conocen que las personas que más alto llegan en sus carreras profesionales, son aquellas que poseen un mayor coeficiente de inteligencia emocional.

En la actualidad no solo existen las investigaciones de Daniel Goleman, Cooper y Sawaf o la del Dr. Ríos Reyes como aporte a los beneficios que brindan estas técnicas que forman personas de éxito, puesto que a nivel nacional e internacional existen diferentes investigaciones acerca de este tema y un claro ejemplo es la investigación que El Mg. Arredondo Baquerizo L. aborda y titula su investigación “Inteligencia emocional y clima organizacional en el personal del hospital Félix Mayorca Soto” en el 2008 de la Universidad Mayor de San Marcos.

La investigación pretendió contribuir a entender más la Salud Ocupacional, explicando las implicancias de la inteligencia emocional en el clima organizacional, y la importancia de esta última en el bienestar psicosocial de los trabajadores. El objetivo principal fue esta-

blecer la correlación entre inteligencia emocional y la percepción del clima organizacional en el personal del referido Hospital "Félix Mayorca Soto". Para el estudio se emplearon dos instrumentos confiables y validados para su uso en el Perú: El ICE de Bar-On, adaptados por Zoila Abanto, Leonardo Higuera y Jorge Cueto; y la Escala de Percepción del Clima organizacional de Litwin y Stringer, adaptado por Sonia Palma. Para obtener los promedios de la percepción del clima organizacional según el grupo ocupacional, se aplicó ANOVA y se encontró que el 78.99% de trabajadores consideran que existe un clima bueno o aceptable. Al realizar la comparación entre grupos ocupacionales, se encontró diferencias estadísticamente significativas entre obstetrices y enfermeros, obstetrices y médicos; por lo que se llega a afirmar que las obstetrices tienen mejor percepción del clima organizacional que los enfermeros y médicos.

A nivel internacional existen también profesionales que abordaron este tema teniendo éxito en sus investigaciones. El del Mg. Aquino García C. de la Universidad San Carlos de Guatemala en el 2006 que consolidó un Análisis de la formación emocional del personal del departamento de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

En esta investigación se analizan los conceptos y prácticas principales de la Inteligencia Emocional. Del mismo modo en la investigación se pudo comprobar la importancia de brindar a los

trabajadores los insumos necesarios (conocimientos, destrezas, habilidades, aptitudes, materiales y suministros) para que su rendimiento laboral supere las expectativas individuales y grupales, evaluando periódicamente dicho rendimiento, por tanto se debe iniciar por trabajar y fortalecer los aspectos actitudinales que le permitan desenvolverse positivamente en su entorno laboral, favoreciendo el trabajo en equipo, la calidad en el servicio y la respuesta efectiva en la realización de cualquier función o tarea. Para esto se propuso utilizar la inteligencia emocional como base para el cambio y fortalecimiento actitudinal y por tanto se determinó el nivel de coeficiente emocional de cada participante del estudio. Finalmente, el estudio evidenció que el proceso formativo fue muy bueno, operando cambios importantes en el coeficiente emocional de los trabajadores que participaron en la investigación.

La inteligencia emocional es la base para usar las emociones de forma positiva para lograr beneficios que estimulen el éxito personal y profesional. En la actualidad es importante concientizar a las organizaciones sobre el impacto favorable que podría tener desarrollar este tipo de inteligencia en su personal. En el siglo XXI se ha convertido en un instrumento importante dentro de la empresa para la correcta formación de un personal eficaz y eficiente, y lo más importante es que es aplicable a cualquier organización independientemente de su rubro laboral, debido al factor

común que se comparte como seres humanos, las emociones. Modifican la manera de pensar, actuar o de percibir las cosas; potencializan habilidades y estimulan el clima afectivo que rodea a los trabajadores de una organización. No obstante, ahora mismo en la ciudad de Piura no existe un enfoque sobre inteligencia emocional como estrategia; en las organizaciones es realmente mínima, la situación emocional de los trabajadores no es un tema de interés para los directivos de las empresas de la región Piura y esto se ve reflejado en los bajos estándares de producción y un deficiente servicio de atención al cliente, creándose un círculo vicioso de insatisfacción e inconformidad dentro de las organizaciones.

El grado de insatisfacción laboral en la ciudad de Piura se da por muchas razones y se relaciona directamente con "las emociones" las cuales conllevan a un declive en el desempeño laboral, observable no solo en los resultados de producción o servicio, sino en el estado emocional de la persona, esto tiene una influencia directa en su desempeño laboral y social. Contrariamente a lo que se piensa, los sentimientos son un factor preponderante en el mundo del trabajo; todos tienen sentimientos y es una necesidad humana, socializarse, especialmente cuando se considera la cantidad de tiempo que se invierte en el medio laboral. Las organizaciones son el lugar perfecto para promover el aprendizaje de las competencias de la inteligencia emocional. El trabajo, cumple un rol central en la vida de las per-

sonas, nuestra identidad, autoestima y actitudes están afectadas por las experiencias laborales, ya sean positivas o negativas.

Incrementando el capital emocional en las organizaciones, se aumenta la energía, motivación, la claridad de la misión, el compromiso con los objetivos de la organización, lo cual se traducirá en un incremento en la satisfacción del personal y la productividad. Así mismo se optimiza el desempeño personal, la comunicación y por consiguiente el clima laboral. La persona se siente protegida y apreciada, por lo tanto, disminuye el ausentismo y la rotación, aumenta la autoestima de los individuos y sus actitudes, se tiene una tendencia positiva, hay una mayor adaptabilidad a los procesos de cambio porque se sabe manejar el miedo y la incertidumbre, también se puede facilitar los procesos de cambio de cultura y de pensamiento, sobre todo en organizaciones multiculturales pudiendo prevenir conflictos y/o resolver problemas, manejando mejor las relaciones interpersonales en los equipos de trabajo.

Las emociones positivas estimulan el éxito profesional y personal, si los compañeros de trabajo se muestran agradables, cooperativos y empáticos, se establecerá un clima laboral saludable y placentero, por lo tanto el rendimiento será mayor. Por el contrario las emociones negativas frenan o desestabilizan, cuando existe un clima hostil o desagradable se pierde la motivación y cuesta

implicarse. Si se tiene miedo de perder el puesto de trabajo, se cometen más equivocaciones y errores durante la jornada laboral, ante la posibilidad de perder su trabajo, su capacidad para rendir en forma efectiva disminuye. De esta manera, se ha creído conveniente que la mejor forma de incrementar capacidades y competencias es la elaboración de técnicas con base en la inteligencia emocional, la cual está totalmente ligada al desarrollo organizacional y clima laboral.

Así mismo, la realización de una propuesta de estrategias de Inteligencia emocional dentro de una organización, podría ser realmente algo novedoso en Piura y con grandes resultados, puesto que, como seres humanos se comparte un factor genérico, "las emociones".

En todas sus investigaciones Goleman señala que los efectos de estrategias de inteligencia emocional generan resultados altamente favorables, resaltando las siguientes conclusiones: La productividad aumenta en un 100% y más, el número de bajas por enfermedad se reduce a la mitad, la autoestima de los empleados aumenta, los empleados disfrutaban más con su trabajo, la sensación de impotencia entre los empleados se reduce y aumenta la sensación de control sobre las cosas.

Las estrategias en base a inteligencia emocional podrían favorecer a las organizaciones en sus procesos de producción o servicio, alcanzando estándares

más altos y una eficiencia continúa.

Por estas razones se ha determinado que la hipótesis general de esta investigación sea:

- El diseño de estrategias basadas en el enfoque de la inteligencia emocional ayuda al reforzamiento de las competencias actitudinales/emocionales en el recurso humano de las organizaciones.

Así mismo se tomó en cuenta las siguientes hipótesis como base de la hipótesis general.

- La propuesta de estrategias basadas en inteligencia emocional ayuda a mejorar el clima laboral y las relaciones interpersonales.
- La propuesta de estrategias basadas en Inteligencia emocional contribuirá a orientar el desarrollo del liderazgo en las organizaciones.
- Las estrategias de inteligencia emocional ayuda a obtener las actitudes requeridas en la selección del personal.

De esta manera se propone llegar a los siguientes puntos:

- Diseñar estrategias basadas en el enfoque de la inteligencia emocional que permitan mejorar las competencias actitudinales/emocionales del recurso humano de las organizaciones.

Seguidas por los objetivos específicos:

- Proponer estrategias basadas en Inteligencia emocional que orienten la mejora del clima laboral y las relaciones interpersonales en las organizaciones.
- Proponer estrategias basadas en Inteligencia emocional que orienten el desarrollo del liderazgo en las organizaciones.
- Proponer estrategias que orienten la adecuada selección del personal con las competencias actitudinales requeridas.

Todos estos puntos tratan de colaborar a un determinado fin que Goleman, D. (1998) expresa que es “El arte de la influencia requiere manejar con efectividad las emociones ajenas. Los trabajadores estelares son diestros en la proyección de señales emocionales, lo cual los convierte en potentes comunicadores, capaces de dominar a un público”.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

Método deductivo y observacional: se determinó el método de observación debido al tipo de investigación, el cual se basa en la conducta y el desenvolvimiento de los trabajadores en el ámbito emocional, conductual y actitudinal. Así mismo el método deductivo para sintetizar la información obtenida del método de observación y poder establecer conclusiones acerca del comportamiento de los trabajadores.

El tipo de Estudio es:

Aplicativo: Por su interés en la aplicación, utilización y consecuencias prácticas de los conocimientos. Busca conocer la realidad determinada, en este caso que las estrategias con enfoque de inteligencia emocional puedan ayudar a las organizaciones.

El enfoque del estudio es:

Mixto: Puesto que se recolectó, analizó y se vinculó los datos cuantitativos y cualitativos.

Diseño de investigación:

No Experimental: porque no se efectuó manipulación intencional alguna de variables independientes.

Transeccional o transversal: porque la recolección de datos se realizó en un único momento.

Descriptiva: porque tiene como objetivo indagar la incidencia de los niveles de una o más variables en una población en este caso y en esta situación en el Departamento de Enfermería del Hospital José Cayetano Heredia.

Población, muestra y muestreo: Estará determinada por el Hospital José Cayetano Heredia

Unidad de Muestra:

Departamento de Enfermería del Hospital José Cayetano Heredia. Se tomó como unidad de muestra al Departamento de Enfermería del Hospital José Cayetano Heredia.

mento de Enfermería del Hospital José Cayetano Heredia para la aplicación de cuestionarios que permitan medir los diferentes segmentos que abarca la inteligencia emocional y las competencias.

El número de enfermeras del hospital es de 150

- El Tipo de muestreo es Muestreo Probabilístico aleatorio simple porque todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos: las técnicas que se utilizaron para la obtención de información con base en inteligencia emocional y competencias fueron dos:

- Cuestionario: Que permita medir los diferentes segmentos que abarca la inteligencia emocional y las competencias emocionales.
- Observación directa de enfoque cualitativo: para determinar el comportamiento en el personal de enfermería.

A través de estas 2 técnicas se pudo establecer una base de datos que facilite el análisis de las variables.

Procedimientos de recolección de datos: Los datos se reunieron con la aplicación de cuestionarios que permitan medir los diferentes segmentos que abarca la inteligencia emocional y las competencias emocionales en el Departamento de Enfermería del Hospital José Cayeta-

no Heredia. Se tomó en cuenta los días de la semana en que laboran la mayoría de las enfermeras para poder recolectar los datos, así mismo se mantuvo una observación de los diferentes comportamientos que tienen en el desarrollo de sus actividades con sus pacientes diarios, de esta manera se conservó un perfil bajo en la recolección de datos, mientras realizan sus actividades de la manera más natural posible. El procesamiento de datos se llevó a cabo mediante el paquete estadístico SPSS versión 19 y el programa Excel para Windows, llegando así a una presentación clara y concisa de los resultados obtenidos.

RESULTADOS: De los objetivos – Estrategias de Inteligencia Emocional orden vinculan

El estudio se basó en la aplicación de un cuestionario que consta de 46 preguntas, que estaban divididas en 9 cuadros, de los cuales 3 eran para medir su inteligencia emocional, 5 para medir las competencias actitudinales/emocionales y 1 para medir su salud emocional. Las escalas de inteligencia emocional (cuestionario de IE) es un instrumento psicométrico desarrollado por Arístides Vara Horna (1998), que mide los niveles de inteligencia emocional de los factores intrapersonal, interpersonal y competencias especiales, contenido en opciones de respuesta tipo Likert. Las estrategias a continuación se desarrollaron en base a los resultados obtenidos y según el orden de los objetivos de la investigación, que vienen a ser la

formación de “Estrategias con base a la inteligencia emocional” relacionada con el clima laboral, el liderazgo y las competencias actitudinales.

ESTRATEGIA N° 1

Ascensos

Objetivo: Determinar el tipo de personas más aptas para ocupar cargos directivos y un buen manejo de personal.

Acciones:

- Determinar las cualidades innatas de cada aspirante a un cargo directiva.
- Verificar el desenvolvimiento que tiene con las demás personas
- Medir su grado de CI y de IE
- Establecer el grado de empatía con la que cuenta

Indicadores:

- Autodominio
- Empatía
- Habilidad social

Costo: Ninguno – solo determinar una buena selección del personal desde el principio a través de exámenes correctos y medición de la IE necesarios para cada área, lo cual dependerá del jefe de recursos humanos. Además de establecer un patrón de seguimiento continuo para determinar su grado de Habilidad social con el cual se desenvuelve en su área de trabajo y saber su nivel de manejo de personal

Fundamento Teórico: Toda persona que desee ser ascendido de puesto debe tener un Coeficiente Emocional alto. El

principio de acción del Dr. Peter Salovey determina que todos ascienden hasta un nivel de competencia. Una persona ascendida por su pericia (sabiduría, experiencia o habilidad) se encuentra en un plano nuevo, donde todas o casi todas sus responsabilidades tienen que ver con el trato con personas, no con la destreza técnica.

- Debido a esto, el mundo laboral está sembrando malos jefes.
- No todos los CI altos tienen la capacidad de liderar.

Goleman establece que cuando más inteligente es, menos competentes suelen ser emocionalmente y en el manejo de la gente. Es como si el músculo del CI se fortificara a expensas de los músculos que atienden a la aptitud social y personal. Esto no significa, desde luego, que todas las personas dotadas de un alto CI sean socialmente ineptas. Pero sí que las facultades de la inteligencia emocional brindan ventajas especiales en las carreras o cargos directivos (Personas que reúnan la capacidad científica con la habilidad social).

Entonces ¿no es más valorable una persona que cuenta con grandes talentos para dominar las relaciones interpersonales entre los empleados y socios sabiendo llegar a acuerdos viables, que una persona que solo cuenta con conocimientos teóricos?

Muchos consideran la respuesta como: “el punto medio estabiliza la balanza para el éxito”, y si es cierto, pero en el

mundo empresarial aquellas personas que son capaces de dominar estas dos competencias son muy pocas. De esta manera si usted cuenta con alguna persona en su empresa que cuente con estas dos competencias no lo deje fuera en sus decisiones porque será muy difícil volver a encontrar a alguien con sus mismas habilidades.

Cuando se va a ascender para tener a cargo un determinado grupo de personas recuerde lo siguiente: la empatía es un factor indispensable en las empresas para poder llegar al éxito.

ESTRATEGIA N° 2

Puntos ciegos

Objetivo: Ayudar a determinar cuáles son sus puntos ciegos en su organización.

Acciones:

- Identificar cuáles son los puntos ciegos más resaltantes
- Identificar cuáles son las carencias más importantes en su personal.
- Saber cuáles son las razones de los puntos ciegos para minimizarlos.
- Fomentar un equipo de personas para minimizar sus propios puntos ciegos.

Indicadores:

- Ambición ciega
- Metas no realizadas
- Abuso de otros

- Sed de poder
- Insaciable necesidad de que se reconozcan sus méritos
- Preocupación por las apariencias
- Necesidad de parecer perfecto

Costo: Ninguno – solo determinar una buena selección del personal a través de exámenes correctos y medición de la IE necesarios para cada área y la formación de equipos de trabajo, seguidos de un sistema de observación para determinar las deficiencias con las que cuenta en el desenvolvimiento de su trabajo. Fundamento Teórico: El primer paso para mejorar el propio desempeño es identificar la necesidad de hacerlo. En distintas empresas se establece las competencias o habilidades con los que cuenta cada persona y se les asigna ciertas tareas según su desempeño de habilidades. Pero dentro de esta selección de tareas nunca se miden los “Puntos ciegos” con los que cuentan también las personas. Para determinar una buena línea de gestión en cualquier nivel se debe tener un balance establecido. Siendo así el determinar las carencias o puntos ciegos con los que se cuenta en la empresa es importante, puesto que se puede establecer lo siguiente:

- La carencia de uno puede ser el complemento de otro.
- Los buenos hábitos se conglomeran.
- Se lleva un control de las habilidades con las que cuenta mi empresa.
- Se establece un patrón de dirección y guía.

- Se reducen las deficiencias.

Entonces si se permanece ciego a los puntos problemáticos se puede poner en peligro la estabilidad de un equipo de trabajo. Es fácil reconocer algunos de los “puntos ciegos” en las empresas y una de las maneras es con observación continua. Cuando alguien se equivoca consistentemente en el manejo de una situación dada, eso es señal segura de que hay un punto ciego. Aun en las grandes empresas en el mundo saben que el éxito no se debe a las habilidades con las que cuentan sus ejecutivos estelares, ya que saben que no tienen habilidades ilimitadas, sino que tienen conciencia de sus límites, así saben en qué necesitan mejorar o buscar trabajar con otra persona que compense lo que a ellos les falta y no quedar atrapados en puntos ciegos.

Todas las aptitudes laborales son hábitos aprendidos: Si se es deficiente en una u otra cosa, se puede aprender a mejorarlas.

ESTRATEGIA N° 3

Evaluación de la Salud emocional

Objetivo: Contribuir para la evaluación de la salud emocional en el personal de trabajo.

Acciones:

- Identificar cuáles son sus carencias de salud emocional.
- Determinar las razones de sus deficiencias emocionales.
- Fomentar la importancia entre los trabajadores acerca de esta variable.
- Ayudar a estabilizar su salud emocional.

Indicadores:

- Estados de ánimo
- Fuertes dolores de cabeza
- Resistencia a la autoridad
- Automedicación
- Necesidad de parecer perfecto

Costo: Esta estrategia pudo generar un costo extra a la organización puesto que se necesitaba un profesional experto en este ámbito que pudiera dar a ciencia cierta cómo se encontraba la salud emocional de los trabajadores, a través de exámenes, test, observación y ejercicios.

Fundamento Teórico: Diferentes estudios han demostrado la influencia de la Inteligencia Emocional en los niveles de bienestar y ajuste psicológico. Parece ser que un correcto manejo de las emociones resulta fundamental para una buena adaptación psicológica y física. Pero muchas empresas no toman este tema como relevante.

Bar-On, basándose en su modelo de Inteligencia Emocional-social, comprobó la capacidad para predecir algunos aspectos del comportamiento de las personas, así como su desempeño y rendimiento. Ciertamente, resultó un fiable predictor de la salud física y mental, la sensación subjetiva de bienestar y tam-

bién de otras variables como la interacción social y el desempeño en el lugar de trabajo y la auto-actualización.

La satisfacción en la vida puede resultar de la valoración que cada uno haga en los diferentes aspectos que la componen, como por ejemplo, la salud, la familia, el amor, etc.

Entonces, ¿vale la pena tener a una persona que cuente con grandes conocimientos y habilidades si se desmorona en su salud emocional? Como seres humanos se debe tener en cuenta que nada vale más que la salud física y mental (emocional) de las personas que están alrededor. Para que las empresas comiencen a tener éxito no solo deben establecer el grado de habilidades, competencias o debilidades con las que cuenta su staff, sino informarse cómo se encuentra actualmente la salud mental de sus colaboradores y preguntarse ¿en qué puedo ayudar a mejorar esta situación? Recuerde que el análisis de la salud emocional de su staff no es un gasto innecesario, es una inversión a largo plazo que crea lazos de confianza en su equipo y mejora su relación.

ESTRATEGIA N° 4

Charlas de inteligencia emocional

Objetivo: Contribuir al conocimiento de la inteligencia emocional

Acciones:

- Establecer la importancia de este tipo de inteligencia.
- Determinar las razones por las cuales es indispensable este tipo de conoci-

miento.

- Fomentar la importancia entre los trabajadores acerca de esta variable.

Indicadores:

- Necesidad de los trabajadores acerca de este tipo de temas
- Ausencia de conocimientos de esta variable
- Falta de conocimiento de aplicación de este tipo de inteligencia

Costo: Esta estrategia pudo generar un costo extra a la organización puesto que se necesitaba un profesional experto en este ámbito que pueda dar charlas explícitas de este tema para el reforzamiento de las capacidades de los trabajadores y poder ayudarlos con el entorno laboral, familiar y mental.

Fundamento Teórico: La falta de conocimiento de saber en qué consiste la inteligencia emocional es un punto sumamente importante en el estado actual en las empresas. Las charlas permiten formar a un equipo de trabajo con ideas más claras y precisas acerca de cómo lidiar con sus emociones y cuál es el mejor método para expresarlas. Las charlas de inteligencia emocional son siempre apasionantes y altamente productivas y solucionadoras porque enseñan a cada individuo participante a realizar un aprendizaje a través de la experiencia y de la total sinceridad interior, por cuanto todos necesitan aprender un modo o una manera para dirigir los estados de ánimo y a través de este

proceso, mantenerse siempre en estados positivos, sinceros, generadores de actividad y de sentimientos positivos y constructivos.

ESTRATEGIA N° 5

Talleres de Inteligencia emocional

Objetivo: Contribuir al conocimiento de la inteligencia emocional y al desarrollo de las capacidades de los trabajadores.

Acciones:

- Establecer la importancia de este tipo de inteligencia.
- Determinar las razones por la cuales es indispensable este tipo de conocimiento.
- Establecer formas de realizar este tipo de competencias.

Indicadores:

- Necesidad de los trabajadores acerca de este tipo de temas.
- Ausencia de conocimientos de esta variable.
- Falta de conocimiento de aplicación de este tipo de inteligencia.

Costo: Esta estrategia pudo generar un costo extra más elevado que las anteriores a la organización, puesto que se necesitaba un Exponente profesional en este ámbito que pudiera dar talleres explícitos de este tema para el reforzamiento de las capacidades de los trabajadores y de su Inteligencia Social.

Fundamento Teórico: Una manera en que las empresas pueden fomentar y generar conciencia es organizando ta-

lleres de inteligencia emocional que permitan a sus trabajadores expresarse y saber cuánto se conocen a sí mismos, de esta manera se podrá aprovechar al máximo sus habilidades y encontrar tranquilidad laboral y emocional.

En el taller de Inteligencia Emocional se trabaja la capacidad para conocerse mejor, reflexionar acerca de los sentimientos y pensamientos, de mejorar el control de los impulsos, razonar, permanecer tranquilos, optimistas cuando se toman decisiones respecto a sí mismos, la familia, amigos y otras instituciones. Así mismo se busca que los colaboradores disfruten y se diviertan en un ambiente positivo. La importancia del taller radica en darle cabida al autoconocimiento para poder reforzar de este modo la propia autoestima. De esta manera el taller de inteligencia emocional alcanzaría el objetivo general de que el participante desarrolle su inteligencia emocional y logre expresar sus sentimientos adecuadamente, para que finalmente tome conciencia de sus propias emociones y las de los demás, permitiéndoles así mejores relaciones interpersonales y mayor seguridad personal.

Los objetivos específicos de este taller son:

- Aprender la importancia de las emociones positivas.
- Potenciar la autoestima.
- Fortalecer la resistencia ante las adversidades.
- Gestionar mejor las emociones.
- Lograr una actitud positiva ante la

vida.

- Aprender a relacionarse mejor consigo mismo.
- Mejorar las relaciones con los demás
- Vivir la vida plenamente.

ESTRATEGIA N° 6

Evaluar los Talentos con los que cuenta Actualmente

Objetivo: Colaborar a que las empresas y organizaciones puedan establecer los tipos de talentos con los que cuenta actualmente y saber aprovecharlos al máximo, dando a cada trabajador las facilidades según su talento natural.

Acciones:

Determinar con qué tipo de talentos cuenta actualmente.

- Saber dirigir cada talento a un área específica.
- Analizar cuál es su talento más resaltante y lograr aprovecharla al máximo.
- Dar facilidades para que puedan desarrollar aún más sus talentos.

Indicadores:

- Desempeño
- Desenvolvimiento ante los demás
- Actitudes
- Productividad

Costo: Ninguno – Solo determinar una buena selección del personal a través de exámenes correctos y medición de la IE necesarios para cada área, lo cual dependerá del jefe de recursos humanos.

Fundamento Teórico: Es posible evaluar la aptitud o ineptitud emocional del líder por el aprovechamiento o derroche que hace la organización de los talentos de que dispone. La mayoría de las empresas u organizaciones basan las vacantes de plazas de trabajo solo por la necesidad de llenarlas o por alguna experiencia similar a esta. ¿Pero acaso determinan el parámetro de los talentos con los que cuenta?. Existen personas en las organizaciones que realizan sus actividades con el simple afán de terminirlas, no desean hacerlo con todo ánimo, solo lo hacen por cumplir. La distinción de las capacidades y talentos con los que cuenta cada persona es una de las cualidades más apreciadas por los altos directivos.

Dentro del análisis de cualidades requeridas en todos los cargos se requiere manejar una situación emocional de las capacidades necesarias para resolver los problemas de raíz, establecer soluciones rápidamente y de confianza, saber escuchar y ser capaz de persuadir. En otras palabras la medición de capacidades y cualidades que tengan los colaboradores permitirá saber en qué área se podrá desenvolver mejor, qué nivel de empatía con los clientes y compañeros tiene, qué grado de automotivación y regulación posee. De esta forma se mide el grado de éxito, estableciendo los parámetros con los que se deben cumplir para cada función. Esta es la ventaja del líder, conocer las fortalezas de su equipo de trabajo y aprovecharlas al máximo.

En resumen: Para un desempeño estelar en todos los trabajos, en todas las especialidades, la aptitud emocional es dos veces más importante que las facultades cognitivas.

ESTRATEGIA N° 7

Determinar el punto revelador de éxito de los trabajadores: aptitudes emocionales

Objetivo: Colaborar con establecer un patrón de éxito en los trabajadores determinando sus aptitudes emocionales más resaltantes.

Acciones:

- Determinar qué aptitudes emocionales desea usted en su organización.
- Saber dirigir cada aptitud en cada tarea específica.
- Tratar de realzar estas aptitudes con el desempeño laboral.
- Darle facilidades para que puedan desarrollar aún más sus aptitudes emocionales.

Indicadores:

- Conocimiento emocional de uno mismo
- Autodominio
- Motivación
- Empatía
- Habilidad social

Costo: Ninguno – solo determinar un buen seguimiento del personal a través de la observación midiendo su IE y su comportamiento en su entorno laboral.

Fundamento Teórico: Las aptitudes vienen en grupos. Para lograr un desempeño excelente no basta con poseer una o dos actitudes, sino dominar una combinación.

El Dr. David McClelland descubrió que las personas exitosas no se destacan solo por la iniciativa o la influencia, sino que cuentan con actitudes de los cinco aspectos de la IE. Estos cinco aspectos indispensables son:

- Conocimiento emocional de uno mismo
- Autodominio
- Motivación
- Empatía
- Habilidad social

Dentro de las organizaciones debe existir el indicio para medir “el punto revelador” que es el punto máximo de una de las cinco cualidades de la IE, este índice brinda la información de lo bien que es manifestado en el colaborador y la frecuencia con que demuestra estas actitudes claves.

Las aptitudes que preanuncian el éxito en todo el mundo en las organizaciones con más frecuencia y conducen al éxito son:

Iniciativa, afán de éxito y adaptabilidad. Influencia, liderazgo de equipos y conciencia política.

Empatía, seguridad y desarrollo de otros.

El “punto revelador” no es solamente importante en los jefes o altos directi-

vos de las empresas sino en todos los que operan en las áreas.

ESTRATEGIA N° 8

Contar con Aptitudes de estrella

Objetivo: Ayudar a determinar a las empresas y organizaciones las aptitudes más resaltantes que todo profesional debe tener para convertirse en una pieza fundamental en su ámbito laboral.

Acciones:

Determinar qué tipo de aptitudes desea en su organización.

Medir el Grado de CI así como el IE y establecer un patrón de éxito.

Analizar cuál es su aptitud más resaltante y lograr aprovecharla al máximo.

Indicadores:

Conocer los límites de CI (Coeficiente Intelectual)

Pericia

La Inteligencia Emocional

Costo: Ninguno – Solo determinar una buena selección del personal a través de exámenes correctos y medición de la inteligencia emocional necesarios para cada área, lo cual dependerá del jefe de recursos humanos.

Fundamento Teórico: Todas las empresas buscan cualidades exactas de las personas con las cuales desea trabajar, que van desde cómo actuar hasta cuánto deben saber, pero ¿cuánto influye

el grado de puntuación que se obtiene de cada factor?. En la actualidad en la ciudad de Piura se toma en cuenta el de grado de un CI alto como la persona más competente y perfecta para algún puesto de trabajo.

El profesor David McClelland de la Universidad de Harvard dice. “Medir la aptitud antes que la inteligencia”.

Las aptitudes académicas y el grado de conocimiento que se tengan no conllevan rotundamente al éxito futuro. En cambio una serie de aptitudes específicas como la empatía, la autodisciplina y la iniciativa distingue a los más exitosos tanto en la vida laboral como en lo personal. En esta estrategia se requiere que como empresa u organización se basen en la medición de las aptitudes correctas que se desea según el perfil, no solo dejándose llevar por el grado de CI que se obtenga sino el grado de aptitudes que cuenta como persona. Para poder determinar las maneras más relevantes Goleman determina tres aspectos importantes que denomina “Dominios de Excelencia”:

Conocer los límites de CI (Coeficiente Intelectual): El grado de Coeficiente Intelectual de una persona es sumamente importante, pero no lo es todo. Todo trabajo tiene un factor en común “La interacción con otras personas”. Entonces si se tiene un CI extremadamente alto pero se carece de CE (Coeficiente Emocional) bajo, el grado de éxito de esa persona en el cargo es riesgoso.

Pericia: Gran parte de la pericia es una combinación del sentido común con el conocimiento especializado y la habilidad que se adquiere con la práctica de cualquier trabajo. Dentro de la pericia está lo que se conoce como inteligencia práctica que tiene valor en cuanto al éxito laboral.

La Inteligencia Emocional: Es la capacidad de reconocer las emociones propias y la de los demás. La inteligencia emocional determina el potencial para aprender las habilidades prácticas que se basan en sus cinco elementos: conocimiento de uno mismo, motivación, autorregulación, empatía y destreza para las relaciones. Las facultades de la inteligencia emocional son sinérgicas con las cognitivas; los trabajadores excelentes poseen las dos.

DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS:

De acuerdo a la presente investigación el personal del Departamento de Enfermería del Hospital José Cayetano Heredia posee un nivel de inteligencia emocional un tanto elevado en comparación con las personas promedio. Sin embargo solo un pequeño porcentaje mayor a la mitad obtuvo promedio altos en relación a áreas como: conciencia emocional propia y ajena, además de expresión emocional.

Este análisis se ve respaldado por múltiples investigaciones, enfatizando que las inoportunas resoluciones de conflictos emocionales dentro y fuera de la

organización son factores causantes de malestares fisiológicos y sociales, que degradan la calidad de vida y el desarrollo social-afectivo sin tomar en cuenta que disminuyen el desarrollo y desenvolvimiento de las competencias. Esta puede ser una de las razones por las cuales el nivel de las competencias en el hospital José Cayetano Heredia sea tan variado en las diferentes preguntas de cada sección, demostrando un posible conflicto emocional. Por ello, la actual investigación ha tomado la iniciativa de crear estrategias basadas en inteligencia emocional para que el desarrollo de las organizaciones sea efectiva y emocionalmente estable, lo cual permitirá el aumento de las capacidades y competencias emocionales, las cuales hoy en día, no se consideran importantes, pero debido a su grado de incidencia en las decisiones y comportamiento se pretende formar parte de un cambio de percepción, teniendo prioridad la salud del colaborador tanto física como mental.

Las estrategias son claras y precisas según cada investigación realizada anteriormente, las organizaciones tienen el mismo problema: Liderazgo, clima laboral y falta de competencias actitudinales/emocionales. Por ello fue necesaria la creación de estrategias que faciliten el desarrollo de las áreas específicas y permitan un correcto desempeño laboral en las organizaciones.

CONCLUSIONES:

- La inteligencia emocional pueden ser aprendida y desarrollada con el transcurso de los años, en la medida que se fortalezcan a través de conocimientos y herramientas para hacerlo. En el Hospital José Cayetano Heredia se determinó que el clima laboral se encuentra en un estado estable pero con una pequeña deficiencia en la disposición al servicio y tiene algunos aspectos a considerar en el entrenamiento de las emociones como la identificación de sentimientos propios y ajenos, el control de impulsos, su verbalización y su empatía.
- Según los resultados en las preguntas existen cualidades de líder en gran escala, pero en el análisis de la guía de observación se muestra la falta de dirección que existe. Es importante luchar por el logro de una organización emocionalmente inteligente, beneficiando el mejoramiento de la calidad de vida y la actitud emocional, ayudando de esta manera a convertir líderes completos; y dados los resultados en el Hospital José Cayetano Heredia, es preciso utilizar Inteligencia Emocional.
- Se pudo determinar que cerca del 70% en una escala promedio en base a todas las preguntas, cuentan con este tipo de aptitudes de

estrella, pero también se determina que estas aptitudes no son tomadas en cuenta en valor a toda su capacidad de desarrollo. Las personas del Departamento de Enfermería son emocionalmente inteligentes, realistas respecto a las metas que se trazan y se esfuerzan por lograr un equilibrio interno hasta cierto punto, apoyándose fundamentalmente en sus fortalezas para minimizar las debilidades y amenazas.

BIBLIOGRAFÍA

- Goleman D. (1995). La inteligencia emocional. Ciudad: Argentina, editorial: Pinter Industria Gráfica, S.A. [Fecha de consulta: Noviembre del 2012].
- Goleman D. (1995). Manejar las emociones ajenas. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/8661511/33/Manejar-las-emociones-ajenas>. [Fecha de consulta: Febrero del 2013].
- Goleman D. (2004). Inteligencia emocional en la empresa. Recuperado de http://webs.uvigo.es/pmayobre/master/textos/evangelina_garcia/inteligencia_emocional.pdf [Fecha de consulta: Marzo del 2013].
- Ríos Reyes A. (2000) Inteligencia emocional y cambio organizacional. Recuperado de <http://www.geocities.com/amirhali/IEMOC.html> - [Fecha de consulta: Mayo del 2013].
- Reeve J. (1994). Motivación y emoción. Madrid. Mc Graw Hill. Emoción-Recuperado de <http://www.psicoactiva.com/emocion.htm>[Fecha de consulta: Julio del 2013]
- Goleman D. (2006). Inteligencia social, la nueva ciencia de las relaciones humanas. Recuperado de http://psicoreygabinetedepsicologia.com/?page_id=2041 [Fecha de consulta: Setiembre del 2013]

ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE TAXI SEGURO LAS 24 HORAS DEL DÍA EN LA CIUDAD DE SULLANA.
AÑO 2013.

JONATHAN RAÚL ORTÍZ MURILLO

RESUMEN

La presente tesis tiene como finalidad identificar cuáles son los determinantes de la demanda y la oferta que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013. La población de la demanda está comprendida por la población económicamente activa (PEA) de la ciudad de Sullana de la zona urbana, ascendiendo a 104, 991 habitantes, a la cual se le aplicó la fórmula de población finita para determinar el tamaño de la muestra, el cual asciende a 383 encuestas; para la oferta, la población está comprendida por los taxistas que brindan el servicio de taxi, el cual asciende a 32 taxistas. En la presente investigación se utilizó la encuesta, la observación y el análisis documental como técnicas de recolección de datos. Para el análisis de datos se codificaron los ítems de las encuestas de demanda y oferta en el patrón de vista de variables del paquete estadístico SPSS versión 19, donde se especifican todas las preguntas del cuestionario y sus respectivas escalas. Luego de dicho análisis se concluyó que los factores determinantes de demanda: gustos y preferencias, ingreso, precio, cantidad demandada y perfil de consumidor y los determinantes de oferta: tecnología, número de ofertantes, precio, número de servicios ofertados y perfil del ofertante, favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana.

Palabra Clave: Determinantes de oferta, determinantes de demanda, estudio de mercado, servicio de taxi.

ABSTRACT

This thesis aims to identify what are the determinants of demand and supply that favor the formation of a company safe taxi service 24 hours a day in the city of Sullana – 2013. The population of the demand is covered by the economically active population (EAP) of the city of Sullana of the urban area, amounting to 104 991 inhabitants, which was applied to the formula of finite population to determine the sample size, which amounts to 383 surveys, to supply the population is comprised of taxi drivers that provide taxi service, which amounts to 32 drivers. In this research the survey, observation and document analysis as data collection techniques used. For data analysis the items of surveys of demand and supply in view of the pattern variables SPSS version 19, where all the survey questions and their respective scale that were coded. After this analysis it was concluded that the determinants of demand: tastes and preferences, income, price, quantity demanded and consumer profile and determinants of job: technology, number of bidders, price, number of services offered and profile of the bidder, favor the formation of a company safe taxi service 24 hours a day in the city of Sullana .

Keywords: Determinants of supply, determinants of demand, market survey, service taxi.

INTRODUCCIÓN

El Perú mantiene una economía dinámica y estable dentro de la región sudamericana, con un crecimiento económico anual de 6,0% a 6,5%, un crecimiento poblacional anual de 1.13 % y un crecimiento comercial a gran escala (nuevos centros comerciales, empresas transnacionales, entre otras); paralelo a ello Piura no se escapa de esta economía, ya que cuenta con un crecimiento económico que supera el 6,0% anual, un crecimiento poblacional de 1.6% anual y un crecimiento económico potencial que se demuestra con la continua incorporación de grandes empresas de servicios, productivas y extractivas.

Así como se vive en una economía emergente, la criminalidad y violencia en el Perú constituyen en la actualidad un problema político social de primer orden que exige la necesidad de implementar medidas concretas para disminuir la violencia urbana en las principales ciudades del país, en particular contra la delincuencia común, cuyos efectos los padece transversalmente toda la población. Este mal en los últimos años, ha cobrado vital importancia en las políticas del Estado, pues se está viendo afectado por uno de los principales derechos del hombre el derecho de vivir en paz, en condiciones adecuadas para su desarrollo, vinculado principalmente con el aumento de la delincuencia, alarmantes cifras de homicidios, robos, afectando el normal desarrollo de sus actividades.

Según Diario El Correo, día 17 de mayo de 2013, Edición región Piura, transitar por las principales ciudades de la región Piura, a pie o en vehículos privados o públicos, entraña un alto riesgo de sufrir el ataque de avezados delincuentes que a plena luz del día asaltan a personas o conductores con armas de fuego. No solo están los ladrones que rondan mercados y establecimientos comerciales para arrancar paquetes, relojes y billeteras; sino también está el crimen organizado que aprovecha el desorden reinante en la ciudad; ya sea, bajo sus diversas modalidades, asalto en automóviles, motocicletas y mototaxis, se está imponiendo, debido a la inexistencia de reglas claras o por el equivocado enfoque de regidores, técnicos y especialistas.

En la ciudad de Sullana, varios ciudadanos han mostrado su preocupación e interés por los problemas y/o deficiencias que presenta el servicio de transporte con más de 20,000 unidades en circulación (76% empadronadas y el 24% informales), 89 paraderos formales y más aún con el creciente mal de la delincuencia que azota la ciudad en mención. (Municipalidad Provincial de Sullana, 2011).

Si bien es conocido, el medio de transporte que frecuentemente utilizan son las mototaxis (vehículo trimóvil), los ciudadanos presentan una serie de dificultades al momento de tomar una carrera por diversos factores: descon-

fianza, personalidad y/o apariencia del conductor, el estado del vehículo entre otros, mezclados con la delincuencia, hace que el traslado de un lugar a otro sea inseguro y más aún cuando el horario es nocturno.

Este último se ve reflejado en los altos índices que presentan las estadísticas, elaboradas por la Policía Nacional del Perú (PNP) en la provincia de Sullana el año 2012, las cuales presentan un incremento del 12.83 %, por ello; es que los sullanenses quieren que su ciudad no se muestre en una ola de inseguridad, desordenada (caos vehicular), y atribuir a todo esto el servicio de mototaxis desconfiables e inseguros.

Es un problema que a diario tienen que enfrentar los padres de familia, alumnos, trabajadores, hasta las mismas autoridades entre otros, que se movilizan mediante este medio que no saben con quién está siendo transportados y hacia dónde probablemente los están llevando.

Ante la inseguridad vivida hoy en día en la provincia de Sullana y ante la inexistencia de un servicio que logre eliminar esta situación, es como se da la oportunidad de identificar un mercado para poder brindarle un servicio no existente y tan codiciado por muchos habitantes de esta provincia como es la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día.

La presente investigación tuvo la necesidad de recurrir a antecedentes a nivel

local, nacional e internacional como base de testimonio, tales como:

Ruesta Chapilliquen, L. (2009). Estudio de mercado para determinar la viabilidad de instalar un lavacentro vehicular en la ciudad de Piura. (Tesis inédita de Licenciatura en Administración). Universidad César Vallejo, Piura, Perú; cuyo propósito fue determinar la demanda en el servicio de lavado de autos que hay en la ciudad de Piura, así como las condiciones técnicas que exigen este tipo de servicio; basándose en un estudio descriptivo – exploratorio, debido a que identifica y describe los diferentes factores y variables que intervienen en este tipo de actividad. Llegando a las siguientes conclusiones: Existe una demanda de 35,658 vehículos que estarían dispuestos a utilizar este servicio de lavado especializado, mientras que haciendo un cálculo de la oferta, se estima en el mayor de los casos de 26,880, lo cual demuestra que existe viabilidad en el presente proyectora. En el mercado de Piura, las principales y más representativas empresas dedicadas al servicio de lavado de vehículos son empresas que utilizan maquinaria semiautomática, y esto hace que el servicio se demore, por falta de tecnología de punta y por tener ambientes pequeños.

Barreto Feijóo, E. y Barrientos Ruiz, P. (2010). Estudio de mercado para la implementación de una sucursal de Representaciones V. Barrientos en la ciudad de Paita Baja. Año 2010. (Tesis inédita de Licenciatura en Administra-

ción). Universidad César Vallejo, Piura, Perú; cuyo propósito es determinar la viabilidad de la implementación de una sucursal de Representaciones V. Barrientos en la ciudad de Paita Baja; presentando un enfoque cuantitativo, además se trata de un diseño no experimental – descriptivo ya que no manipulan deliberadamente las variables. Llegando a las siguientes conclusiones: La ciudad de Paita solo cuenta con dos empresas dedicadas al rubro de comercialización de repuestos de motos, siendo estas Regenda EIRL y Representaciones V. Barrientos. Se puede concluir que al establecer la sucursal de repuestos de motos Representaciones V. Barrientos tendría una rentabilidad de 88% como indica la tasa interna de retorno. Según este estudio se puede apreciar que Paita Baja necesita una tienda de repuestos de motos de los cuales el 95.3% está de acuerdo que la necesita. La mayoría de los encuestados que se dedican a esta labor son mototaxistas con un 45.9% seguido de los pescadores con el 14.1%.

Dioses Atoche, D. y Jirón Zapata, A. (2010). Estudio de mercado para la empresa Sullana Taxi. (Tesis inédita de Licenciatura en Administración). Universidad Nacional de Piura, Piura, Perú; cuyo propósito es la constitución de una empresa de servicio de taxi en la ciudad de Sullana; basándose en un estudio descriptivo – exploratorio. Llegando a las siguientes conclusiones: Concluye que la investigación para la constitución de una empresa de servicio de taxi es brindada hacia aquellas

personas que buscan principalmente seguridad así como rapidez y comodidad para llegar a su destino. La idea de ofrecer un servicio de taxi a domicilio es una solución en parte a los hechos delictivos que está afrontando la Provincia de Sullana, ofreciendo a la población un servicio de seguridad que tanta falta les hace, promoviendo en ellos un clima de confianza hacia el servicio que se le está brindando. La estrategia se asocia a choferes que cuenten con unidades propias y experiencia, es una buena alternativa ya que la empresa ahorra los costos de adquisición de los transportes; además de aprovechar la experiencia que estos poseen en cuanto al conocimiento de la ciudad y trato hacia los posibles clientes, lo cual hace que la capacitación se pueda desarrollar de forma rápida y precisa.

Segarra Echevarría, A. (2013). Creación de una empresa de servicios de transporte ejecutivo en el Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena. Año 2013. (Tesis de Licenciatura en Administración, Universidad UPSE, Santa Elena, Ecuador), cuyo propósito es determinar la viabilidad económica y financiera de la creación de una empresa de servicios de transporte ejecutivo en el Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena. Año 2013; la metodología empleada detalla todas las técnicas, diseños, métodos, instrumentos y procedimientos investigativos. Llegando a las siguientes conclusiones: La investigación permitió conocer las necesidades y requerimientos de los clientes potenciales en el servicio

de taxi ejecutivo, estableciendo índices de opinión, gustos y preferencias de los usuarios. El estudio económico-financiero demuestra la viabilidad y factibilidad del negocio para su aplicación y permanencia en el mercado con estrategias adecuadas, actuando siempre bajo el marco legal reglamentario, tal como la Ley de Tránsito y transporte terrestre, ambiental y laboral lo establece, para que cada colaborador que integre la empresa se sienta activo en el equipo de trabajo y parte medular de la consecución de los objetivos de la organización.

Cazorla, K. (2010) Estudio de mercado para la creación de un empresa de transporte marítimo turístico que cubra la ruta "La Guaira - Punta de Piedras". (Tesis de Licenciatura en Administración en Empresas Turísticas, Universidad Nueva Esparta. Caracas, Venezuela), cuyo propósito es elaborar un estudio de mercado para la creación de un empresa de transporte marítimo turístico que cubra la ruta "La Guaira - Punta de Piedras"; la metodología empleada es de tipo descriptiva con diseño mixto de campo y documental. Llegando a las siguientes conclusiones: Las investigaciones y análisis realizados para el desarrollo de un estudio de mercado con el fin de crear una empresa de transporte marítimo turístico que cubra la ruta "La Guaira - Punta de Piedras", arrojó una cantidad de datos que permitió determinar la viabilidad para su institución y puesta en marcha. Finalmente, se puede concluir que resulta viable la creación

de una empresa de transporte marítimo turístico que cubra la ruta "La Guaira - Punta de Piedras", ya que como se mencionó anteriormente el turismo debería generar un efecto multiplicador sobre la oferta y producción de productos de consumo.

La justificación de la presente investigación ha de expresar la razón por la cual se ha seleccionado el tema por estudiar. Por ende, presenta las siguientes:

La presente investigación se realizó con la finalidad de identificar cuáles son los determinantes de la oferta y demanda que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana, evitando así de una u otra manera la inseguridad reinante en la ciudad, permitiéndole al cliente y/o usuario seguridad, calidad y garantía.

A nivel empresarial es una buena idea de negocio, ya que se dio la oportunidad de identificar un mercado no existente y así poder brindar un servicio innovador, seguro y tan codiciado por muchos habitantes de esta ciudad, la cual consta en invertir y hacer empresa.

Promueve el desarrollo de la ciudad de Sullana, en un entorno social favorable y seguro al momento de movilizarse de un lugar a otro.

La presente investigación constituye un aporte para la empresa en constitución, a través del cual se sugerirán acciones tendientes a mejorar el servicio en be-

neficio de la organización a través del paso del tiempo y con nuevas investigaciones.

Los resultados de la investigación pueden servir de base para otros investigadores que estén interesados en profundizar y/o complementar el tema tratado. Asimismo me permite el desarrollo de habilidades gerenciales y conocimientos en el campo de la administración.

En conclusión, lo anterior mencionado está contextualizado para responder la pregunta del problema general ¿Cuáles son los determinantes de la demanda y la oferta que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana - 2013? y sus respectivas preguntas de problemas específicos, ¿Cuáles son los gustos y preferencias del usuario potencial del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana - 2013?, ¿cuál es el ingreso promedio y el perfil del usuario potencial del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana - 2013?, ¿cuál es el nivel de precios y la cantidad demandada que el usuario potencial está dispuesto a pagar y demandar por el servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana - 2013?, ¿cuál es el tipo de tecnología y la cantidad de servicios ofertados para el servicio de taxi en la ciudad de Sullana - 2013?, ¿cuál es el número de ofertantes y el nivel de precios promedio que presenta el servicio de taxi en la ciudad

de Sullana - 2013? y ¿cuál es el perfil del ofertante del servicio de taxi en la ciudad de Sullana - 2013?

Asimismo, las hipótesis planteadas por el autor, están contextualizadas y relacionadas con la pregunta del problema general. La hipótesis general de la presente investigación es: Los determinantes de la oferta que favorecen son la tecnología, el número de ofertantes, el precio, el número de servicios ofertados y el perfil del ofertante y los determinantes de la demanda que favorecen son los gustos y preferencias, los ingresos, el precio, la cantidad demandada y el perfil del consumidor para la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana - 2013.

Las hipótesis específicas planteadas son: Los gustos y preferencias del usuario potencial están dados por el tipo de vehículo taxi y por el atributo principal de seguridad para el servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana - 2013. El nivel de ingresos promedio del usuario potencial es medio y el perfil del consumidor potencial está dado por las características laborales y demográficas para el servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana - 2013. El nivel de precios promedio que el usuario potencial está dispuesto a pagar es bajo y la cantidad demandada que presenta el servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana - 2013 es alta. El tipo de tecnología ofertada para el servicio

de taxi en la ciudad de Sullana – 2013 es antigua y la cantidad promedio de servicios ofertados que presenta el servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013 es baja. El número de ofertantes que presenta el servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013 está dado por la cantidad de ofertantes del servicio de taxi y el precio está dado por el nivel de precio medio que ofrece el ofertante por el servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013. El perfil del ofertante está dado por las características del vehículo que tiene el ofertante para brindar el servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013.

Finalizando, la presente investigación se encamina en el estudio de los determinantes de la oferta y la demanda para la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013; cuyo objetivo general permite identificar cuáles son los determinantes de la demanda y la oferta que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013.

Y como objetivos específicos: Identificar cuáles son los gustos y/o preferencias del usuario potencial del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013, identificar cuál es el nivel de ingresos promedio y cuál es el perfil del consumidor potencial del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013, cuantificar cuál es la cantidad demandada e identificar cuál es el nivel de

precios promedio que el usuario potencial está dispuesto a pagar por el servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013, identificar cuál es el tipo de tecnología ofertada y cuantificar cuál es la cantidad promedio de servicios ofertados que presenta el servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013, cuantificar cuál es el número de ofertantes e identificar cuál es el nivel de precios promedio que el ofertante ofrece por el servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013 e identificar cuál es el perfil del ofertante del servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013.

METODOLOGÍA

La metodología está orientada al desarrollo de la investigación y al uso de técnicas particulares aplicadas en la investigación. Por tal motivo, la presente tesis presenta una metodología observacional, debido a que consiste en el estudio de un fenómeno que se produce en condiciones naturales. A partir de esto surgió el planteamiento del problema que se estudió, lo que llevó a emitir hipótesis o suposiciones, de las cuales se extrajo consecuencias. Para ello, en la presente investigación el método observacional se dio de manera cuidadosa, exhaustiva y exacta, porque el investigador vigiló y registró directamente las características de los elementos objeto de estudio.

La presente investigación es de tipo aplicado, debido a su interés en la aplicación, utilización y consecuencias

prácticas de los conocimientos, marco teórico y técnicas. Buscó conocer una realidad problemática determinada, para luego proponer la aplicación de conocimientos y técnicas pre establecidos, con el objeto de construir o modificar sobre la base de esa realidad inicial.

El diseño de la investigación es cuantitativo; ya que para este tipo de estudio se sigue rigurosamente un proceso de acuerdo con los datos generados que poseen los estándares de validez y confiabilidad.

La presente investigación presenta una investigación no experimental, debido a que no se efectúa manipulación deliberada de variables.

Asimismo, presenta una investigación transeccional, dado que la toma de datos se efectuó en un momento determinado, la cual fue hecha el día 18 de octubre de la presente.

Presenta una investigación descriptiva, porque indaga la incidencia de las variables de estudio, determinantes de demanda y oferta en la población económicamente activa (PEA) a nivel urbano en la ciudad de Sullana para el estudio de la demanda y a la población determinada por el número de taxistas que brindan el servicio de taxi en la ciudad de Sullana para el estudio de la oferta. Para el estudio se elaboró encuestas, una para demanda y otra para oferta, y una ficha y/o formulario de observación y ficha de registro para la

oferta.

Elas aplicadas a la población objeto de estudio mencionadas en el párrafo anterior. Una vez formulada se procedió a su aplicación y por ende a su correspondiente análisis, para así proporcionar la descripción de sus resultados y cumplir con los objetivos trazados en la investigación.

RESULTADOS

Los gustos y/o preferencias del usuario potencial fueron determinados a partir de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a la PEA de la ciudad de Sullana, para ello en la presente investigación, se ha considerado la opinión de las personas respecto a: el tipo de vehículo que prefiere, los atributos importantes que influyen al momento de usar el servicio, el modelo y/o marca del vehículo que prefiere y los medios de comunicación que le gustaría recibir información del nuevo servicio de taxi seguro.

El nivel de ingresos promedio y el perfil del usuario potencial fueron determinados a partir de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a la PEA de la ciudad de Sullana, para ello en la presente investigación, se ha considerado la opinión de las personas respecto a: ingreso económico promedio mensual y para el caso del perfil del consumidor, el lugar de residencia, el sexo, sector laboral donde labora, condición laboral, edad y el grado de instrucción.

La cantidad demandada y el nivel de precios promedio que el usuario potencial está dispuesto a pagar fueron determinados a partir de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a la PEA de la ciudad de Sullana, para ello en la presente investigación, se ha considerado la opinión de las personas respecto a: el precio que está dispuesto a pagar el usuario potencial dentro del casco urbano, el precio que está dispuesto a pagar el usuario potencial fuera del casco urbano y la frecuencia diaria que utilizaría el usuario potencial el nuevo servicio.

El tipo de tecnología y la cantidad

promedio de servicios ofertados que presenta el servicio de taxi fueron determinados a partir de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a los taxistas que brindan el servicio de taxi en la ciudad de Sullana, para ello en la presente investigación, se ha considerado la opinión de las personas respecto a: el número de servicios que aproximadamente atiende al día, el número de horas que al día labora, mecanismos de seguridad del vehículo y si cuenta con sistema de aire acondicionado.

El número de ofertantes y el nivel de precios promedio que el ofertante ofrece por el servicio de taxi fueron determinados a partir de los resultados ob-

TABLA N° 01
DETERMINANTES DE LA OFERTA Y DEMANDA QUE FAVORECEN
LA CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE TAXI
SEGURO LAS 24 HORAS DEL DÍA EN LA CIUDAD DE SULLANA -
2013.

Determinantes de la demanda.	Gustos y preferencias.
	Nivel de ingresos del usuario potencial.
	Perfil del consumidor potencial.
	Nivel de precios dispuestos a pagar.
	Cantidad demanda.
Determinantes de la oferta	Tipo de tecnología.
	Cantidad ofertada.
	Número de ofertantes.
	Nivel de precios del ofertante.
	Perfil del ofertantes.

Fuente: Elaborado por el autor.

Interpretación: Los determinantes de la demanda que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad – 2013, son los gustos y preferencias debido a que el usuario potencial presenta actitudes y deseos de poder contar con el nuevo servicio con el 92.43 %. El determinante nivel de ingresos, debido a que el usuario potencial maneja un nivel de ingreso medio con el 55.09 %, lo que refleja que tiene dinero para poder demandar nuestro servicio. El determinante perfil del consumidor, porque sus características socio - demográficas, estilo de vida y conductuales presentan una inclinación favorable hacia el nuevo servicio. El determinante nivel de precio, tanto dentro como fuera del casco urbano, el usuario potencial está dispuesto a pagar un precio bajo por el nuevo servicio con el 84.14 %. Por último, el determinante cantidad demandada, ya que el usuario potencial demandaría con frecuencia nuestro servicio entre dos a tres servicios por día con el 58.48 %.

Para el caso de los determinantes de la oferta que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad – 2013 está el tipo de tecnología, debido a que los taxistas que brindan este servicio carece de una tecnología moderna. El determinante cantidad ofertada, debido a que el ofertante presenta un promedio bajo de servicios ofertados con el 40 %. El determinante perfil del ofertante, porque sus características socio - de-

mográficas, estilo de vida y conductuales presentan cierta incomodidad en el cliente, como lo es la limpieza y la apariencia del conductor. El determinante nivel de precio, tanto dentro y fuera del casco urbano, el usuario potencial paga un precio alto por el servicio con el 87.50 %. Por último, el determinante número de ofertantes, debido a que son pocos los taxistas que brindan este servicio en el mercado de la ciudad de Sullana con solo 32 taxistas.

DISCUSIÓN

Respecto a los determinantes de la demanda y a la oferta que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana - 2013, Para Parkin, M. y Esqueviel, G. (2001), la cantidad que los consumidores planean comprar de un bien o servicio, depende de muchos determinantes. Los principales son gustos y preferencias: actitudes y deseos de los usuarios potenciales hacia el servicio de taxi. Ingresos: cantidad de dinero que disponen los usuarios potenciales. Precio: valor monetario que los usuarios potenciales están dispuestos a pagar por el servicio de taxi. Cantidad demandada: cantidad de servicios que los usuarios potenciales están dispuestos a demandar a un precio dado y el perfil del consumidor: características socio-demográficas, estilo de vida y conductuales de los usuarios potenciales.

Para Parkin, M. y Esqueviel, G. (2001), las cantidades de cualquier bien o servicio que los productores planean vender depende de muchos determinantes. Los principales son: tecnología: conjunto de medios y mecanismos que usan los ofertantes para el servicio de taxi. Número de ofertantes: cantidad de ofertantes para el servicio de taxi. Precio: valor monetario que los ofertantes ofrecen para el servicio de taxi. Número de servicios ofertados: cantidad de servicios que los ofertantes realizan al día por el servicio de taxi. Perfil del ofertante: características socio-demográficas, estilo de vida y conductuales de los ofertantes.

En la presente investigación los determinantes de la demanda están dados por los gustos y preferencias, ingresos, precio, cantidad demanda y el perfil del consumidor y respecto a los determinantes de la oferta están dados por la tecnología, el número de ofertantes, el precio, número de servicios ofertados y el perfil del ofertante.

Los resultados de la investigación muestran que los determinantes de la demanda y oferta favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013.

La hipótesis general planteada (Hi) los determinantes de la oferta que favorecen son tecnología, número de ofertantes, precio, número de servicios ofertados y perfil del ofertante y los de-

terminantes de la demanda que favorecen son gustos y preferencias, ingresos, precio, cantidad demandada y perfil del consumidor para la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013. La misma que fue verificada en los resultados, por lo que se ACEPTA la hipótesis.

CONCLUSIÓN

Los determinantes de la demanda que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013, son los gustos y preferencias, el nivel de precios, el perfil del usuario potencial, el nivel de ingresos y la cantidad demandada y los determinantes de la oferta que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013, son el tipo de tecnología, la cantidad ofertada, el número de ofertantes, el nivel de precios y el perfil del ofertante del servicio de taxi.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- American Marketing Association (2006). Recuperado de: <http://www.marketingpower.com/mg-dictionary.php> 15 de Septiembre de 2013
- Andrade, S. (2005). Diccionario de Economía. (Tercera Edición). Bogotá, Colombia: Editorial Andrade.

- Arellano Cueva, R. (2002). Comportamiento del Consumidor. (Primera Edición). México D.F., México: Mc. Graw Hill.
- Becerra Marsano, A. y García Vega, E. (2008). Aspectos basicos de marketing para micro y pequeño empresa (Primera Edición). Lima, Perú: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- Cazorla, K. (2010) Estudio de mercado para la creación de un empresa de transporte marítimo turístico que cubra la ruta "La Guaira – Punta de Piedras". (Tesis de Licenciatura en Administración en Empresas Turísticas, Universidad Nueva Esparta. Caracas, Venezuela)
- Chisnall, P. (2010). Marketing Research. (Séptima Edición). México D.F., México: Mc. Graw Hill.
- Dioses Atoche, D. y Jirón Zapata, A. (2010). Estudio de mercado para la empresa Sullana Taxi. (Tesis inédita de Licenciatura en Administración). Universidad Nacional de Piura, Piura, Perú.
- Fischer, L. y Espejo, J. (2004). Mercadotecnia. (Tercera Edición). Bogotá, Colombia: Mc. Graw Hill.
- Ferguson. C. y Gould, J. (1978). Teoría Macroeconómica. (Primera Edición). México D.F., México: Fondo de Cultura Económica.
- Hernández Sampieri, R (2010). Metodología de la Investigación. (Quinta Edición). México D.F, México: Mc. Graw Hill.
- Jany Castro, J. (2005). Investigación Integral de Mercados. (Tercera Edición). Bogotá, Colombia: Mc. Graw Hill.
- Kinneer Thomas, C. (1998). Investigación de Mercados: un enfoque aplicado (Quinta Edición). Bogotá, Colombia: Mc Graw – Hill.
- Kotler, P. (2006). Diccionario de Marketing. Recuperado de: <http://goo.gl/DNqNL>. 12 de Mayo de 2013.
- Kotler, P., Bloom, P. y Hayes, T. (2004). El marketing de servicios profesionales. (Primera Edición). Barcelona, España: Paidós.
- Krugman, P. y Wells, R. (2006). Introducción a la economía. Microeconomía. Barcelona, España: Reverte.
- Nogales, A. (2004). Investigación y técnicas de mercado. (Primera Edición). Ciudad de Madrid, España: Editorial ESIC.
- Malhotra, N. (2008). Investigación de Mercado. (Quinta Edición). Ciudad de México, México: Pearson Educación de México.

- Mankiw, G. (2002). Principios de Economía. Recuperado el 25 de Septiembre de 2013 de: <http://goo.gl/yiLJXE>
- Parkin, M. y Esquivel, G. (2001). Microeconomía versión para Latinoamérica. (Quinta Edición). Ciudad de México, México: Pearson Educación de México.
- Rosales Obando, J. (2007). Elementos de Microeconomía. (Primera Edición). San José de Costa Rica, Costa Rica: Cimgra.
- Ruesta Chapilliquen, L. (2009) Estudio de mercado para determinar la viabilidad de instalar un lavacentro vehicular en la ciudad de Piura. (Tesis inédita de Licenciatura en Administración). Universidad César Vallejo, Piura, Perú.
- Schiffman, L. y Kanuk, L. (2005). Comportamiento del Consumidor. (Octava Edición). Ciudad de México, México: Pearson Educación de México.
- Segarra Echevarría, A. (2013). Creación de una empresa de servicios de transporte ejecutivo en el Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena. Año 2013. (Tesis de Licenciatura en Administración, Universidad UPSE, Santa Elena, Ecuador).

“ANÁLISIS DE LOS PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS DESARROLLADOS EN LA SUB. GERENCIA DE PLANEAMIENTO URBANO, CATASTRO Y ASENTAMIENTOS HUMANOS DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE PAITA PARA UNA PROPUESTA DE SIMPLIFICACIÓN ADMINISTRATIVA - AÑO 2013”

LEQUERNAQUÉ GARCÍA, SILVIA LORENZA

RESUMEN

La presente investigación se propuso con el fin de efectuar el análisis de los Procedimientos Administrativos de la Sub Gerencia de Planeamiento Urbano, Catastro y Asentamientos Humanos de la Municipalidad Provincial de Paita para el diseño de una propuesta de Simplificación Administrativa, entendiendo que esta Sub Gerencia tiene procesos engorrosos que solo hacen que el procedimiento se torne trabajoso y por consiguiente se incurra en pérdida de tiempo y costos elevados incumpliendo lo establecido en el Texto Único de Procedimientos Administrativos - TUPA. Para ello tenemos 2 unidades de análisis, 12 trabajadores de la Sub Gerencia de Planeamiento urbano, Catastro y Asentamientos Humanos y 68 usuarios cuya muestra se obtuvo de una población de 1000 personas según la data de gestión de trámite, Para el levantamiento de la información de campo se aplicó la técnica de encuesta y análisis documental, los datos fueron procesados mediante el programa de IBM SPSS 19. La simplificación administrativa no es sólo un problema de incomodidad o de pérdida de tiempo en trámites al aplicarla; es un tema que involucra la inversión, el desarrollo económico y la credibilidad del Estado y sus instituciones frente al ciudadano, es por ello que en la presente investigación se propone un diseño de Simplificación Administrativa para el buen funcionamiento de los procedimientos y el desarrollo económico de la entidad.

Palabras clave:

Simplificación Administrativa, Administración Pública, Procedimiento Administrativo

ABSTRACT

The following investigation was proposed with the finality of make an analysis of the Managing Procedures in Sub Managing of Urban Planning, Statistics, and Human Settings of the Paita Province City Hall, having as an objective to design a Simplifying Managing Proposition understanding that this Sub Managing has complex processes that only make this procedure lasts longer than was expected and asks more effort to accomplished it as well as lose of time and higher costs non following what is established in the Managing Procedures Unique Text – MPUT. For this purpose we had set two units of analysis, 12 workers from the Sub Managing of Urban Planning, Statistics, and Human Settings and 68 users, sample that was taken from a population of 1000 people according to the procedure managing. For the surveying of the field information was applied the survey and file analysis techniques, the data was processed according to the IBM SPSS 19 program. Simplifying managing is not only a problem of inconvenience or a problem for losing the time to achieve it; it is an issue that involves investment, economic development and State credibility and its institutions facing the street citizen, that is why in this investigation it is proposed a Simplifying Managing design for the fine functioning of the procedures and the economic development of the entity.

Key words: Simplifying Managing, Public Management. Managing Procedures

INTRODUCCIÓN

Actualmente las instituciones públicas son centro de crítica por los procedimientos administrativos que suelen ser engorrosos y hasta muchas veces burocráticos, pero para evitar aquellos inconvenientes de esta magnitud, estas entidades tienen instrumentos de gestión para un mejor trámite y una mejor atención al administrado, entre ellos el más importante y necesario para toda entidad es el Texto Único de Procedimientos Administrativos - T.U.P.A.

El T.U.P.A. es un documento normativo de gestión, creado para brindar a los administrados en general (personas naturales o jurídicas) la información de los procedimientos administrativos que se tramitan ante las entidades (requisitos, costos, plazos).

El que una entidad cuente con T.U.P.A. le permite cumplir con objetivos que a su vez constituyen significativas ventajas tanto para la entidad como para el ciudadano.

Llevando de la mano a otros instrumentos como los son el ROF, MOF y el CAP, estos son herramientas que complementan para el buen desempeño de las actividades a realizar, ya que estos dirigen, organizan y establecen reglas que no deben ser transgredidas.

Como a todo instrumento o equipo que tengamos necesita de un debido mantenimiento, estos también necesitan cada

cierto tiempo un mantenimiento para dar un mejor servicio a los ciudadanos y las empresas, con trámites simples y rápidos.

Para ello debemos tener presente que la simplificación de procedimientos incide en la reducción de requisitos ilegales e innecesarios, la reducción de costos y el pago de las tasas, así como la eliminación de instancias y pasos que internamente se dan por unidades orgánicas que no tienen competencia respecto del procedimiento o servicio que se brinda, para el bien del ciudadano tanto como trabajador.

El presente trabajo de investigación está estructurado formalmente en capítulos correctamente delimitados.

Como primer punto se detalla de manera específica los datos del proyecto, los mismos que requirieron la opinión corrección y aceptación de los asesores que teniendo en cuenta lo que se va a realizar decidieron aprobar el nombre del proyecto como, "Análisis de los Procedimientos Administrativos desarrollados en la Sub. Gerencia de Planeamiento Urbano, Catastro y Asentamientos Humanos de la Municipalidad Provincial de Paita para una propuesta de Simplificación Administrativa - año 2013".

El mismo que fue llevado a cabo por Silvia Lorenza Lequernaqué García con la asesoría de dos especialistas en el tema: el Dr. Freddy William Castillo Palacios y

el MG. Luis Alberto Sánchez Pacheco.

El tipo de investigación tiene un enfoque cuantitativo y es de tipo aplicativo, teniendo como línea de investigación la Administración Pública, para lo cual se ha considerado como ámbito de estudio la provincia de Paita, la misma que tendrá lugar desde el 01 de abril hasta el 20 de diciembre de 2013.

En lo que respecta al Marco Teórico se tratan puntos como Simplificación Administrativa, Administración Pública, Modernización de la Gestión Pública, Procedimientos Administrativos, procesos, gestión de procesos, Texto Único de Procedimientos Administrativos.

A continuación se detalla algunos de los autores mencionados en la tesis anteriormente esbozada:

La Simplificación Administrativa, parte importante de esta investigación hace que mencionemos a:

Paredes, F. (2005) Simplificación Administrativa recuperado de http://www.congreso.gob.pe/historico/cip/centro_doc/ivirtuales/simplificacion_administrativa.pdf.

Según el citado autor es una iniciativa y una decisión de política, que requiere de una institucionalidad de seguimiento en su diseño, para reducir las vallas, barreras y costos que impiden una mayor eficiencia social en la interacción de los ciudadanos y los agentes económicos.

Rodríguez Patiño Briseida (2005) que investiga El Análisis de los procedimientos administrativos y contables en la distribución de los ingresos realizados en el departamento de administración del consejo legislativo del estado Monagas.

En cuanto al marco legal, Econ. Nuñez G. hace mención a una serie de leyes que ayudan de una u otra manera la ejecución de la Simplificación Administrativa, a continuación algunas de ellas:

Ley N° 27444 – Ley de Procedimientos Administrativos General define las normas de la Simplificación Administrativa prestados en exclusividad por las entidades públicas.

D.S N° 025-2010-PCM define la política de la Simplificación Administrativa.

Ley 29060 Ley del Silencio Administrativo, establece que el Silencio Administrativo positivo deberá ser la regla en la calificación de los Procedimientos Administrativos.

Después de analizar la realidad problemática planteada líneas arriba se define el objetivo principal:

Efectuar el análisis de los Procedimientos Administrativos de la Sub Gerencia de Planeamiento Urbano, Catastro y Asentamientos Humanos de la Municipalidad Provincial de Paita para el diseño de una propuesta de simplificación

administrativa.

Resultando del mismo los siguientes objetivos específicos:

Identificar los procedimientos administrativos que presentan mayor demanda en la Sub Gerencia de Planeamiento Urbano, Catastro y Asentamientos Humanos de la Municipalidad Provincial de Paita.

Determinar qué procedimientos administrativos pueden incluirse en la propuesta de simplificación administrativa en la mencionada Sub Gerencia.

Especificar los beneficios tangibles en tiempo y costo para la ejecución de los procedimientos administrativos.

Proponer las modificaciones en los procedimientos administrativos a fin de contribuir a la eficiencia en la ejecución de los mismos.

Así mismo se plantean las siguientes preguntas de la presente investigación:

¿De qué manera el análisis de los Procedimientos Administrativos de la Sub Gerencia de Planeamiento Urbano, Catastro y Asentamientos Humanos permitirá efectuar una propuesta de simplificación administrativa de los mismos?

Y los problemas específicos resultantes de la principal son:

¿Cuál es el nivel de demanda de los dis-

tintos Procedimientos Administrativos que realiza la Sub Gerencia de Planeamiento Urbano, Catastro y Asentamientos Humanos de la Municipalidad Provincial de Paita?

¿Qué Procedimientos Administrativos ameritan ser evaluados a efecto de incluirse en la propuesta de Simplificación Administrativa en la mencionada Sub Gerencia?

¿Cuál es el nivel de eficiencia (tiempo y costos) en la ejecución de los Procedimientos Administrativos objeto de la propuesta de Simplificación Administrativa?

¿Qué modificaciones deben proponerse a fin de contribuir a la eficiencia en la ejecución de los procedimientos seleccionados?

Al término de la investigación se decidirá si se aprueba o rechaza la hipótesis general: El análisis de los procedimientos administrativos de la Sub Gerencia de Planeamiento Urbano, Catastro y Asentamientos Humanos de la Municipalidad Provincial de Paita contribuye efectivamente al diseño de una propuesta de Simplificación administrativa.

Y las específicas:

Aproximadamente el 15% de los procedimientos Administrativos que realiza la Sub. Gerencia de Planeamiento Urbano, Catastro y Asentamientos Humanos

en la Provincia de Paita presenta una demanda significativamente superior a los demás procedimientos.

Existen Procedimientos Administrativos que ameritan incluirse en una propuesta de Simplificación Administrativa.

La propuesta de simplificación administrativa en la Sub. Gerencia de Planeamiento Urbano, Catastro y Asentamientos Humanos de la Provincia de Paita permitirá un menor tiempo y costos para la ejecución de determinados procedimientos administrativos.

Existen procedimientos administrativos con bajos niveles de eficiencia.

Al culminar con la información investigada y presentada anteriormente se da a saber que la base en la que se justifica este proyecto es la necesidad de mejorar los procedimientos administrativos existentes en la Sub Gerencia de Planeamiento Urbano, Catastro y Asentamientos Humanos lo que nos lleva a identificar los procesos que no agregan valor a los mismos y que solo hace que la burocracia desarrolle constantemente, queriendo llegar a diseñar una propuesta de Simplificación Administrativa de estos procedimientos para un mejor trámite en la que no solo se verán beneficiados los administrados sino también los funcionarios y la institución pública, ya que reducirá tiempo y costos, factores importantes en todos los procedimientos administrativos so-

licitados por el administrado y puntos principales de quejas e insatisfacciones de los mismos, es de ahí de donde surge la idea de este proyecto para erradicar procesos que solo generan costos y pérdida de tiempo que no hacen más que atrasar dichos procedimientos.

En general el tema de la simplificación administrativa ha sido visto como un problema de orden económico-empresarial y vinculado al grado de formalidad institucional económica de la sociedad en el Perú.

MATERIALES Y MÉTODOS

Metodología

Observacional: Es una técnica extremadamente útil y sencilla de utilizar para la recolección de datos, esto se da cuando técnicamente no se puede manipular las variables.

Tipos de estudio

La investigación tiene un enfoque cuantitativo y es de tipo aplicativo.

Es cuantitativo. Porque se utilizó la recolección y el análisis de datos para contestar las preguntas de investigación y probar las hipótesis establecidas previamente, asimismo, empleó la medición numérica, el conteo y uso de la estadística para establecer patrones de comportamiento.

Es aplicativo. Porque se buscó conocer una realidad determinada, para luego proponer la aplicación de conocimientos y técnicas pre establecida con el objeto de construir o modificar sobre la base de la realidad inicial.

Diseño de la investigación

No Experimental. Porque no se efectuó manipulación intencional alguna de variables independientes (estímulos, influencias o intervenciones) para analizar sus consecuencias sobre variables dependientes.

Transaccional o transversal. Porque la recolección de datos se realizó en único momento.

Descriptiva. Porque tiene como objetivo indagar la incidencia de los niveles de una o más variables en una población. Se ubicó en una o más variables a personas, situaciones, contextos o comunidades, para así proporcionar la descripción de sus características.

RESULTADOS

Aquí se mostrará los principales gráficos de esta investigación, según los objetivos plasmados.

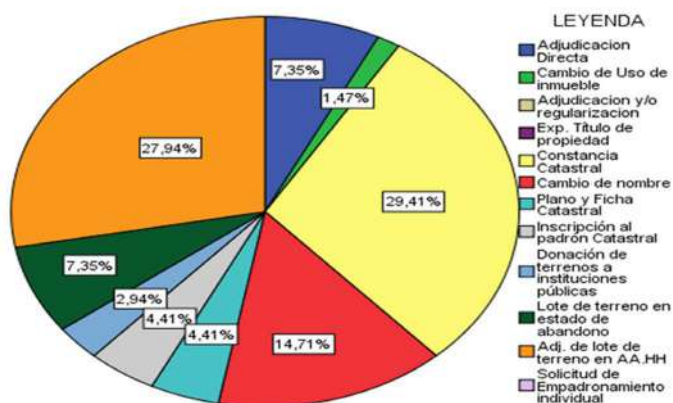
PRIMER OBJETIVO ESPECÍFICO

Identificar los Procedimientos Administrativos que presentan mayor demanda en la Sub. Gerencia de Planeamiento

Urbano, Catastro y Asentamientos Humanos.

PREGUNTA N° 02 – ENCUESTA DE USUARIO

GRÁFICO N° 01 PROCEDIMIENTOS REALIZADOS

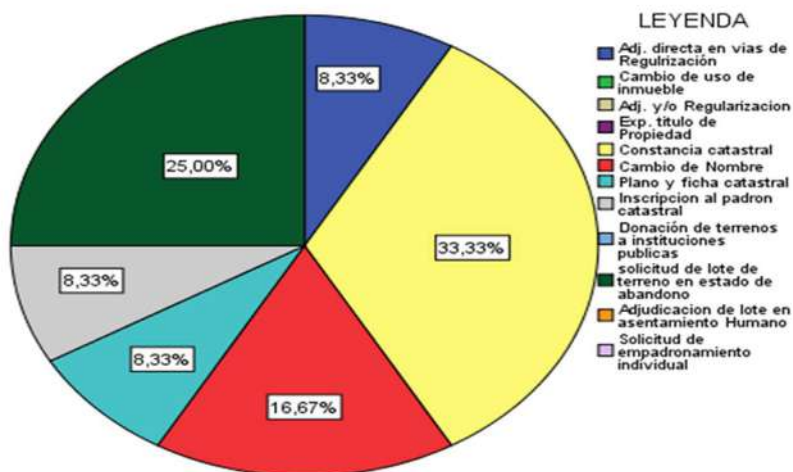


INTERPRETACIÓN:

En los resultados obtenidos se puede evidenciar que el procedimiento más utilizado por los encuestados es la Constancia Catastral, seguidos de la Adjudicación de terreno y cambio de nombre, por lo que nos lleva a deducir que estos 3 procedimientos serían los posibles procedimientos a estudiar.

PREGUNTA N° 03 – ENCUESTA DE TRABAJADOR

GRÁFICO N° 02 PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO MÁS UTILIZADO



INTERPRETACIÓN:

En base a los resultados obtenidos y presentados en el gráfico se puede evidenciar que la mayor parte de los funcionarios que participan en los procedimientos administrativos de la Sub Gerencia declaran que los procedimientos más utilizados por los administrados son la Constancia Catastral y la Adjudicación de lote de terreno.

**PREGUNTA N° 03 – ENCUESTA DE JEFE
PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS MÁS UTILIZADOS**

RESPUESTA:

El Procedimiento Administrativo más utilizado según jefatura es la Adjudicación de lote de terreno.

SEGUNDO OBJETIVO ESPECÍFICO

Determinar qué Procedimiento Administrativo puede incluirse en la propuesta de Simplificación Administrativa en la mencionada Sub. Gerencia.

PREGUNTA N° 03 – ENCUESTA DE JEFE PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS MÁS UTILIZADO

RESPUESTA:

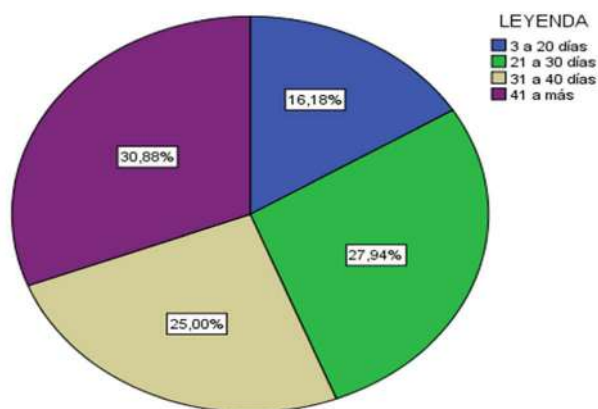
El Procedimiento Administrativo más utilizado según jefatura es la Adjudicación de lote de terreno.

TERCER OBJETIVO ESPECÍFICO

Especificar los beneficios tangibles en tiempo y costo para la ejecución de Procedimientos Administrativos.

PREGUNTA N° 03 – ENCUESTA DE USUARIO

GRÁFICO N° 03
TIEMPO DEMANDADO

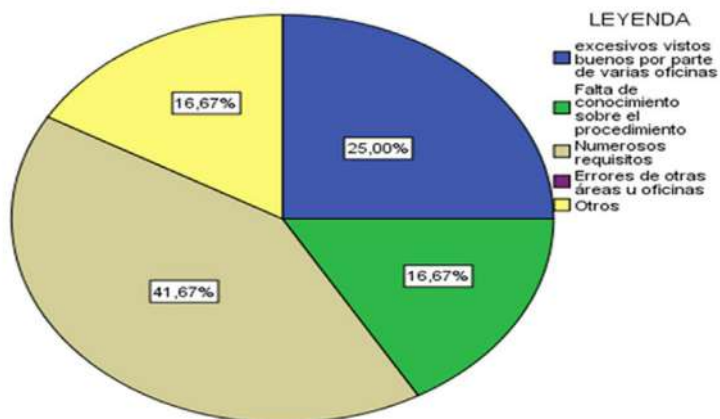


INTERPRETACIÓN:

En base a los resultados presentados en el gráfico nos demuestra que la mayor parte de los administrados han obtenido una respuesta del trámite presentado en una lapso de 41 a más días, lo cual ha generado una molestia en los administrados.

PREGUNTA N° 04 – ENCUESTA DE TRABAJADOR

GRÁFICO N° 04 EXTENSIÓN DEL TIEMPO DE EJECUCIÓN



INTERPRETACIÓN:

Según lo señalado por los trabajadores, el porqué de la extensión de los procedimientos sería por los numerosos requisitos solicitados ante un procedimiento, por los excesivos vistos buenos para una aprobación o el avance del mismo. Punto que nos lleva a analizar el proceso que no genera valor al procedimiento para que sea eliminado y así haya una rápida atención a lo solicitado por el administrado.

CUARTO OBJETIVO ESPECÍFICO

Proponer las modificaciones en los Procedimientos Administrativos a fin de contribuir a la eficiencia en la ejecución de los mismos

Las modificaciones propuestas por la jefa de la Sub. Gerencia indican agregar requisitos que no están estipulados en el Tupa y que son de vital importancia para la atención de los mismos.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En la Sub Gerencia de Planeamiento Urbano, Catastro y Asentamientos Humanos se cuenta con 47 procedimientos de los cuales hay procedimientos con mayor demanda.

En cuanto al primer objetivo de esta investigación que es identificar los procedimientos Administrativos que presentan mayor demanda en la Sub. Gerencia de Planeamiento Urbano, Catastro y Asentamientos Humanos de la Municipalidad Provincial de Paita y en base a los resultados obtenidos al aplicar las tres encuestas podemos determinar que el primer procedimiento más utilizado es la Constancia Catastral, como segundo procedimiento Adjudicación de lote de terreno y por último Cambio de nombre; estos tres procedimientos son los más utilizados en la Sub Gerencia de Planeamiento Urbano, Catastro y Asentamientos Humanos.

En lo que respecta al primer procedimiento el más utilizado es el Procedimiento Administrativo N° 01, según el TUPA, la Constancia Catastral, pero según lo observado la demanda que hay hoy en día en las Constancias Catastrales es por el proyecto de Agua y Alcantarillado que se está presentando para los Asentamientos Humanos que quieren contar con el servicio del agua, a diferencia del Procedimiento de Adjudicación de lote de terreno que es un procedimiento que en el transcurso del tiempo se mantiene la demanda de las

solicitud presentadas por usuarios.

Es por ello que se analizó cada proceso del procedimiento de Adjudicación de lote de terreno ya que es el procedimiento que más tiempo demanda para dar una respuesta, esto se debe al gran conjunto de procesos que este tiene para su atención.

Por lo tanto la hipótesis: Aproximadamente el 15 % de los procedimientos administrativos que realiza la Sub Gerencia de Planeamiento Urbano, Catastro y Asentamientos Humanos de la Municipalidad Provincial de Paita, presenta una demanda significativamente superior a los demás procedimientos, se acepta debido a que se ha comprobado fehacientemente lo antes dicho, todo ello a través de la identificación de los procedimientos más demandados los cuales son Constancia Catastral, Adjudicación de lotes de terreno y Cambio de nombre.

Como segundo objetivo se tiene determinar qué procedimientos administrativos ameritan incluirse en la propuesta de Simplificación Administrativa de la Sub Gerencia de Planeamiento Urbano, Catastro y Asentamientos Humanos de acuerdo a los resultados obtenidos a través de las 3 encuestas realizadas se obtuvo que los procedimientos que ameritan estar en una propuesta de simplificación Administrativa son tres de los cuales se consideró el procedimiento que tiene mayor procesos que se tornan muchas veces engorrosos

este procedimiento es la Adjudicación de lote de terreno

Los procedimientos antes mencionados han sido elegidos según la información obtenida la cual detalla que son los más utilizados y más burocráticos, esto se debe a que requieren de varias evaluaciones, por parte de la Gerencia de Desarrollo Urbano y Rural, gerencia de la cual dependemos, o simplemente los requisitos son demasiados.

Por lo antes esbozado la hipótesis: Existen procedimientos Administrativos que ameritan incluirse en una propuesta de Simplificación Administrativa el cual es Adjudicación de lote de terreno.

En lo que respecta al tercer objetivo que es especificar los beneficios tangibles en tiempo y costo para la ejecución de Procedimientos, de acuerdo a los resultados se analizó cada elemento utilizado en este Procedimiento para así poder determinar el costo y el tiempo utilizado al emplear el Procedimiento de Adjudicación de lote de terreno.

Uno de los principales beneficios que se ha logrado tener en esta propuesta de simplificación es principalmente la reducción de tiempo del procedimiento analizado, actualmente este tiene una duración actual de 44 días (63,610 minutos) pero con la propuesta de simplificación se ha logrado reducir a 26 días (38,580 minutos), logrando bajar más del 50% de su duración actual. Esto se logró eliminando las actividades que

no agregan valor al procedimiento este procedimiento cuenta con 68 procesos o actividades y con la propuesta de Simplificación Administrativa solo se tiene 41 Procedimientos Administrativos.

Por lo antes mencionado la hipótesis, la propuesta de Simplificación Administrativa en la Sub Gerencia de Planeamiento Urbano, Catastro y Asentamientos Humanos implicará un menor tiempo y costo para la ejecución de determinados Procedimientos Administrativos se acepta fehacientemente ya que el poder analizar el procedimiento administrativo a trabajar permite especificar los beneficios tangibles en tiempo y costo para la ejecución del mismo, para así poder mantener una mejora continua en los procedimientos.

Como cuarto objetivo, proponer las modificaciones en los Procedimientos Administrativos a fin de contribuir a la eficiencia en la ejecución de los mismos.

Hoy en día la simplificación administrativa es un medio importante para que no solo los procedimientos administrativos mejoren sino también para los procesos, mejorar desde que el documento es ingresado por mesa de partes, probar que la simplificación administrativa es una herramienta de trabajo que ayuda a que la ineficiencia y la burocracia se erradique de raíz, mantener los procesos en una mejora continua, si bien es cierto la ley de simplificación administrativa.

Por ello la hipótesis de que existen Procedimientos Administrativos con bajos niveles de eficiencia se acepta fehacientemente ya que el análisis del Procedimiento Administrativo ha permitido corroborar los bajos niveles de eficiencia en la Sub Gerencia de Planeamiento Urbano Catastro y Asentamiento Humanos, por ello se han propuesto modificaciones que la eliminación de procesos o actividades que se realizan actualmente pero que no agregan valor al Procedimiento solo hace que la valla de la burocracia incremente.

CONCLUSIONES

Una vez finalizada la investigación se formulan las siguientes conclusiones:

- Muchos consideran que la simplificación administrativa es solo un problema y que tiene cierta complejidad al aplicarlo, cuando realmente es todo lo contrario, ya que es un tema que involucra la inversión, el desarrollo económico y la credibilidad del Estado y sus instituciones frente al ciudadano.
- El actual proceso del procedimiento de Adjudicación de lote de terreno utiliza 63610 minutos para dar atención y aplicando la Simplificación Administrativa utiliza 38580 minutos, ahorrando 25030 minutos visualizando una notable diferencia al simplificar procesos que no agregan valor al procedimiento por

atender.

- En relación a los trámites de los Procedimientos Administrativos, se pudo detectar que una de las debilidades de esta entidad edil se encuentra en una de las áreas que es el centro del inicio del trámite la cual es MESA DE PARTES, ya que tiene como función principal revisar, evaluar todos los requisitos establecidos por el TUPA para que de esta manera lo solicitado por el ciudadano se atienda y así evitar una pérdida de tiempo por falta de los mismos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Juárez Gallardo, D. (2007). La Simplificación Administrativa en la autoridad fiscal como medida para mejorar la recaudación impositiva en pequeños contribuyentes. (Tesis de doctorado, Universidad de Colima de EE.UU).<http://www.tdx.cat/handle>
- Suárez Barraza, M. (2008) La Sostenibilidad de la Mejora Continua de Procesos en la Administración Pública. Un estudio en los Ayuntamientos españoles (Tesis de doctorado, Universidad Ramón Llull). <http://www.tdx.cat/handle/10803/9178>
- Varela Álvarez E. (2010) Gestión Pública y Gobernanza Local en

- Perspectiva Comparada. Las Políticas Públicas De Modernización Administrativa en los Gobiernos locales de Galicia y el Norte de Portugal. (Tesis de doctorado, Universidad Complutense De Madrid. <http://www.tdx.cat/handle/10803/47794>
- Cruz Día M. (2010) El empleado público ante el procedimiento administrativo: deberes y obligaciones de buena administración. (Tesis de doctorado, Universidad Complutense De Salamanca). <http://tdx.cesca.cat/handle/10803/51470>
 - Price, Jorge (2001) Simplificación Administrativa para la pequeña y mediana empresa – Nicaragua. <http://www.tdx.cat/handle/10803/2154>
 - Galindo Huamani, E. (2010) Los procedimientos Administrativos y su incidencia en las acciones y acto administrativo en la administración Pública (Gobierno Regional 2004). (Tesis de doctorado universidad de Ayacucho). <http://www.monografias.com/trabajos37/procedimientos-administrativos/procedimientos-administrativos.shtml>
 - Erazo Ramírez R. (2005) Organización burocrática, gestión eficiente y modernización de la universidad pública el caso de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. (Tesis de doctorado, Universidad).
 - http://www.cybertesis.edu.pe/sisbib/2005/ramirez_er/.../ramirez_er-TH.7.pdf
 - Paredes, F. (2005) Centro de Investigación Parlamentaria Simplificación Administrativa. http://www.congreso.gob.pe/historico/cip/centro_doc/ivirtuales/simplificacion_administrativa.pdf.
 - Usaid. (2011) Reforma del Estado y Modernización de la Gestión Pública.
 - http://www.gerenciapublica.org.pe/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=581&catid=64&Itemid=85
 - “Los procedimientos”
Mellinkoff, R (1990, pág. 28),
Gómez, F. (1993, Pág. 61)
Biegler, J. (1980, pág. 54)
Gomes, G. (1997, pág. 53)
Mellinkoff, R. (1990, pág. 30)
 - <http://www.monografias.com/trabajos16/procedimientoadministrativo/procedimiento-administrativo.shtml#ixzz2X43A5aHj>.
 - Procedimientos Administrativos
Munich G. Y Martínez G. (1979, pág. 99)
Terry & Franklin (1993, pág. 32)
<http://www.monografias.com/trabajos16/procedimiento-administrativo/procedimiento-administrativo.shtml#ixzz2X43A5aHj>.
 - Pérez, J. A. (2009) Gestión por pro-

cesos.

- España: Esic Editorial.
- ¿Qué es un proceso? (Cap. 2)
- Blog de Vicente Sánchez Vásquez. LA POLÍTICA NACIONAL DE MODERNIZACIÓN DE LA GESTIÓN PÚBLICA. AVANCES Y LÍMITES. (Lima, 17 de abril de 2013). <http://blog.pucp.edu.pe/item/175049/la-politica-nacional-de-modernizaci-n-de-la-gesti-n-p-blica-avances-y-l-mites>
- Texto Único De Procedimientos Administrativos. http://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=2347%3Atexto-unico-de-procedimientos-administrativostupa&catid=250%3Aplaneamiento-organizacion&Itemid=101583&lang=es
- Modernizando la gestión del estado/ metodología de Simplificación Administrativa - D.S N° 007- 2011 .PCM - Marco Legal
- Econ. Gaby Nuñez Gallo – Fondo Nacional de Desarrollo Pesquero – FONDEPES

DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL EN SAN MIGUEL DE TANGARARÁ

KEVIN FERMÍN JIMÉNEZ GONZALES

RESUMEN

El presente estudio se realizó con el objetivo de identificar los factores culturales y sociales que limitan el desarrollo del turismo cultural en la villa de San Miguel de Tangarará- Distrito de Marcavelica. Provincia de Sullana.

Ello, considerando que San Miguel de Tangarará, es la primera ciudad que fundara el conquistador Francisco Pizarro, en territorio del Tahuantinsuyo; honrada además por los historiadores, como la Primogénita ciudad hispana, edificada en las costas del Pacífico Sur, de nuestro continente.

Es un estudio descriptivo-pre experimental. Los instrumentos utilizados fueron cuestionarios, libreta de campo y registro de evidencias culturales.

La muestra estuvo conformada por 119 familias, 6 autoridades y 2 pobladores gestores.

Asimismo, se concluyó que los factores culturales: bajo nivel de conciencia e identidad turística, y las escasas evidencias culturales materiales aptas para el turismo, limitan el desarrollo del turismo cultural de la zona en estudio.

De igual forma, la falta de organización local y el limitado apoyo de los órganos competentes con proyectos turísticos, son los factores sociales que limitan el desarrollo de la población.

ABSTRACT

The present study was undertaken in order to identify the cultural and social factors that limit

The development of cultural tourism in the town of San Miguel de Tangarará-Marcavelica District, Sullana Province.

This, considering that San Miguel de Tangarará, is the first city founded by the conquistador Francisco Pizarro, in territory of Tahuantinsuyo; also honored by historians as the first born hispan city, built on the Pacific coast south of our continent. It is a pre-experimental descriptive study. The instruments used were questionnaires, field notes and record cultural evidence. The sample consisted of 119 families, 6 and 2 people managers authorities.

It was concluded that cultural factors: low level of consciousness and identity tourism, cultural and scant evidence materials suitable for tourism, limiting the development of cultural tourism in the study area.

Similarly, the lack of local organization and limited support from relevant bodies with tourism projects are social factors that limit the development of population

Palabras clave: Factores culturales y sociales, turismo cultural, identidad cultural.

INTRODUCCIÓN

El Perú es el resultado de una conjunción de culturas, en este territorio se desarrollaron evidencias del patrimonio cultural arqueológico desde el periodo Lítico, hasta su culminación con el desarrollo imperial incásico. Pero, a pesar de presentar una diversidad cultural, es necesario mencionar la carencia de investigaciones científicas en este tema, que permita conocer el potencial del patrimonio cultural material, para fines

orientados en realizar una efectiva gestión cultural y turística.

Un claro ejemplo de la situación que atraviesa nuestro patrimonio cultural es la Villa San Miguel de Tangarará, importante evidencia para el conocimiento de la historia de nuestro país y de América del Sur, considerando que es el lugar donde se fundó la primera ciudad española en el Pacífico Sur, la cual ha quedado reducida a la demarcación de un pequeño poblado, que se lo considera solo como el lugar de referencia histórica,

sin relevancia en la actualidad, por las dificultades de acceso y otros servicios colaterales. A ello se puede incorporar un tema de gravitante importancia; la carencia de evidencias arquitectónicas, trazos urbanos que muestren de aquella ciudad fundada en 1532, todo rastro material fue destruyéndose, por la intemperie, el abandono que la originaria población hizo de la ciudad a pocos años de su fundación, y la indiferencia de los gobernantes de la colonia, virreinato y república del histórico lugar.

Ante tal situación por la que atraviesa la villa, surgió la siguiente incógnita ¿Qué elementos han contribuido para que San Miguel de Tangarará se encuentre en tan lamentable realidad, olvidando acontecimientos significativos que ocurrieron en ese lugar?, se tenía que identificar y priorizar esos factores culturales y sociales.

Respecto a los factores culturales, se menciona el desinterés por conocer y difundir de la actual población que ocupa el lugar, así como de las autoridades provinciales y regionales; el escaso nivel de divulgación en las instituciones educativas sobre el tema materia de la investigación, la ilegal destrucción (saqueo) de las evidencias culturales que existían in situ, ello ha motivado que la población vaya perdiendo interés de lo que poseen (valoración de su identidad cultural como población mestiza de original prosapia histórica precolombina y occidental).

Profundizando en la problemática cul-

tural, se reitera lo mencionado, pérdida del diseño original de la ciudad del siglo XVI, de su primera iglesia, cabildo, viviendas de los españoles que participaron en la fundación de la ciudad, o de la edificación del cacique de Tangarará. En la actualidad, la población presenta un trazo urbano totalmente desorganizado, con viviendas que no tienen ninguna relación arquitectónica con la original San Miguel, ello otorga como prioritaria connotación ejecutar estudios de investigación de arqueología prehispánica y colonial, que permita descubrir las evidencias del patrimonio material inmueble, que tuvo el curacazgo de Tangarará y la primogénita ciudad de San Miguel.

El único lugar donde se puede apreciar evidencias arqueológicas de los Tallanes es un pequeño museo, que funciona debido al esfuerzo de un grupo de pobladores de la zona, y que requiere de una propuesta museológica y museográfica que permita al visitante tener información del curacazgo que pertenecía a la etnia tallan, y que tampoco muestra objetos coloniales de la primogénita San Miguel. El aludido museo en realidad es una sala que exhibe lo que han encontrado los pobladores en la zona, se cuenta con información de que la Municipalidad provincial de Sullana está interesada en elaborar un Proyecto y ejecutar la obra física e implementar el museo que merece tener la villa San Miguel de Tangarará, para mostrar y recrear el encuentro de la cultura aborígen y la que trajeron los españoles en el

siglo XVI, porque además, en este lugar oficialmente se dio el primer acto oficial público que realizó Francisco Pizarro, en nombre del Rey de España Carlos V, acontecimiento que tampoco es valorado y menos admitido por las instituciones tutelares de la Región Piura.

El primer intento en otorgarle el lugar que históricamente le corresponde acceder a San Miguel de Tangarará ocurrió en 1932 al conmemorarse los 400 años de fundación de la primogénita ciudad, el entonces Presidente de la República, Coronel Luis M. Sánchez Cerro, mandó confeccionar un Obelisco, en el lugar que ahora es la Plaza principal de la Villa, ostenta una placa de bronce que perenniza dicho acontecimiento, y muy cerca al indicado obelisco se ubica la histórica Cruz, que según los pobladores fue usada en el ceremonial de la fundación de la ciudad, seguramente por el tiempo transcurrido fue reconstruida en diferentes épocas, como reiteramos solo se tiene la transmisión oral de la población, sobre tal símbolo de la cristianidad.

Respecto al factor social, el más evidente es la desorganización de la población local, que apoye decididamente al comité de Desarrollo y progreso que tiene la Villa, considerando que si se integran y conscientemente trabajan para poner en valor tan importante lugar, promoverían un nuevo trazo urbano de la Villa, interesarse en apoyar las gestiones para que se realicen estudios de investigación histórica que definitivamente

permita mostrar la verdadera historia que ha tenido la villa San Miguel de Tangarará, lugar donde se inicia oficialmente el proceso de mestizaje en el territorio, ello permitirá no solo poner en valor el patrimonio cultural, también se avalaría la ejecución de un Plan de Turismo Sostenible, donde la población del lugar sería beneficiada, y cambiaría su calidad de vida.

Formulación del problema

Pregunta general

¿Qué factores culturales y sociales limitan el desarrollo del turismo cultural en San Miguel de Tangarará, distrito de Marcavelica, provincia de Sullana, Piura 2011?

Preguntas específicas

¿Cuál es el nivel de identidad cultural que posee la población de San Miguel de Tangarará?

¿Existen suficientes evidencias del patrimonio cultural en San Miguel de Tangarará que puedan permitir el desarrollo del turismo cultural?

¿Cuáles son los motivos sociales que han permitido que el turismo tenga un bajo nivel de desarrollo en San Miguel de Tangarará?

¿Cuál es el nivel de conciencia turística que posee la población de San Miguel de Tangarará?

Objetivos

Objetivo general

Determinar los factores culturales y so-

ciales que limitan el desarrollo del turismo cultural en Targarará.

Objetivos específicos

Identificar el nivel de identidad cultural que posee la población de San Miguel de Targarará.

Identificar las evidencias culturales materiales que pueden permitir el desarrollo del turismo cultural en San Miguel de Targarará.

Precisar los motivos sociales que han permitido que el turismo tenga un bajo nivel de desarrollo en San Miguel de Targarará.

Identificar el nivel de conciencia turística que posee San Miguel de Targarará.

Justificación

El gran nivel de importancia cultural que posee la Villa de San Miguel de Targarará por ser la primogénita ciudad española fundada en el Pacífico Sur por Francisco Pizarro González ha permitido que este pequeño, aunque valioso lugar obtenga diversidad de reconocimientos, siendo los de mayor relevancia el otorgamiento de un escudo de armas por el emperador Carlos V en 1537, declarada Capital Regional de la Transcultura en el 2005 y declarado como Ambiente Urbano Monumental por el gobierno peruano en 1982. Ante tales reconocimientos, este lugar adquiere importancia histórica para el país y región.

Siendo el turismo la actividad que promueve y pone en valor lugares que poseen características que los distinguen

de otros; además de poseer nuestro país características que trascienden a nivel mundial y que la Ley General de Turismo lo abala como actividad de interés nacional y política prioritaria para el desarrollo nacional. (Art. 1. Párr. 1) se hace necesario priorizar el turismo en esta villa, pues al presentar características culturales relevantes, genera atracción por lo que posee y ostenta como un atractivo del turismo cultural.

Ante tal circunstancia surgió el interés por conocer qué factores han contribuido para que esta importante Villa pueda desarrollar un proyecto de turismo, el cual debió ser ejecutado hace mucho tiempo, no pudiéndose lograr, pues como ya se ha descrito, el turismo promueve la puesta en valor del patrimonio cultural y trae consigo desarrollo, además de ofrecer sostenibilidad –si es que se sabe gestionar– a favor de la población que lo requiere para mejorar su calidad de vida.

Es por todo lo anteriormente sustentado y al no existir hasta la fecha trabajos de investigación turística en esta zona, que surgieron los motivos por la realización de la presente investigación, para brindar razones científicas y ser un aporte para el desarrollo del turismo cultural y con ello revalorar este lugar –muy poco conocido aún– que se ha ganado un sitio en la historia del Perú; y que ya desde hace cinco siglos, el cronista Pedro Cieza de León (1553) tomado en el libro *Crónicas de las Conquistas del Perú* (1979), refiere sobre San Miguel que “es justo que merezca ser honrada

y privilegiada por haber sido principio de lo que se ha hecho” (pp. 340 - 341).

Antecedentes de estudio

1. “La demanda del turismo cultural y su vinculación con el medio ambiente urbano: los casos de Madrid y Valencia”.

Tesis de doctorado.

Autor: Javier de Esteban Curiel (2007), Universidad Complutense de Madrid.

Es un tipo de investigación cuantitativa, las poblaciones en estudio Madrid y Valencia, con una muestra de 400 personas, con un nivel de confianza del 95% y un error de la muestra de +/- 7%.

Conclusiones:

El turista cultural es una persona que viaja de manera independiente, organizando generalmente sus viajes por medio de internet, sin ningún tipo de intermediación. Es un turismo “más libre”, menos organizado por la industria turística. De hecho internet se está convirtiendo en el principal referente cuando se organiza un viaje cultural, con numerosos motores de búsqueda y páginas web especializadas de compra de boletos de nuevos destinos.

De esta manera, la imagen percibida por el turista cultural de un destino urbano es, en cierto modo, sin la influencia del mercado turístico y más por los elementos estáticos como son los propios residentes de ese destino urbano. El turismo cultural parece estar muy vinculado al medio ambiente social,

humano de una ciudad. En efecto, el desplazamiento de un turista cultural es motivado, principalmente, para experimentar el ambiente de la ciudad, por lo que este tipo de turismo es muy vulnerable al medio ambiente social de un destino urbano. Ante una situación adversa, como un aumento en el destino del número de casos de atracos, robos, con violencia, etc., los turistas culturales evitarán ese destino por considerarlo como peligroso. Además se debe tener en cuenta que el turista cultural, tal como confirman los resultados, viaja normalmente de manera independiente, y no en grupo, aumentando por tanto la sensación de inseguridad, evitando ese destino por considerarlo peligroso. Por ello debe planificarse una estrategia para el turismo cultural impulsado por el sector público y apoyado por el sector privado, cuyo objetivo primordial sea transmitir y garantizar una imagen positiva de la ciudad basado en la combinación de oferta cultural, con la amabilidad de la población local, la limpieza de las calles, la iluminación y la seguridad ciudadana.

Precisamente las posibles diferencias entre la imagen y la identidad de un destino están fuertemente marcadas por la interpretación y el mensaje que quieran transmitir los intermediarios culturales o productores de servicios culturales

Por otro lado, el turista cultural que visita un destino urbano tiene conciencia y le otorga mucha importancia

a los temas ambientales dentro de su experiencia turística. En particular los turistas nacionales parecen ser los que mayor compromiso tienen con el medio ambiente, seguidos por los extranjeros y los residentes locales. En este sentido al estar altamente concienciados con el medio ambiente, las medidas en educación ambiental, orientadas al turismo cultural pueden pasar a un segundo orden, para así enfocarse más en acciones concretas que busquen la sostenibilidad de los destinos. Dicho de otro modo, parece más interesante invertir el presupuesto dedicado a los temas ambientales del turismo cultural para minimizar la contaminación y la reducción de los recursos de un destino en acciones no de tipo educativo, sino de carácter práctico, como por ejemplo la estimulación del reciclado de residuos de los centros culturales o bien el ahorro y la utilización de fuentes alternativas para la conservación de la energía en las atracciones culturales, etc.

Respecto al perfil socio demográfico del turista cultural una vez integrados los resultados obtenidos de las ciudades de Madrid y Valencia, con carácter general se puede señalar que se trata de un turista cultural con predominio de mujeres sobre hombres, con edades que oscilan entre los 20 y 40 años, con un nivel educativo mayoritariamente de licenciados universitarios con un nivel laboral de empleado o autónomo especialmente de profesionales liberales, y con un nivel de renta bruta que se estima en 23,500 euros.

Comentario de las conclusiones:

Al haberse leído las conclusiones de esta tesis se puede referir que al encontrarse el turismo cultural muy desarrollado e implementado en las ciudades de Madrid y Valencia, los visitantes (en su mayoría mujeres) sienten la seguridad de realizar los viajes por su propia cuenta, puesto que además son personas con vastos conocimientos preparadas, deseosas de conocer y experimentar la realidad social del lugar sin ser distorsionada por las agencias intermedias. El turismo cultural no solo se da visitando el atractivo turístico, sino que se complementa con la cultura viva del lugar, apreciando las formas de vida, como el nivel de identidad de la población y el cuidado por el entorno natural. Es tener una perspectiva holística del lugar visitado.

2. "Patrimonio cultural y turismo en los reales sitios de la comunidad de Madrid y sus incidencias en el territorio".

Tesis de doctorado.

Autor: Mínguez García, María del Carmen. (2007).

Universidad Complutense de Madrid

Es un tipo de Investigación cuantitativa.

Conclusiones:

El (...) patrimonio cultural se ha convertido en un potente reclamo de atracción turística. Este hecho (...) plantea la necesidad de minimizar los impactos negativos y potenciar los positivos que la actividad turística puede causar; (...)

tener siempre presente los planteamientos del desarrollo sostenible que, además de asegurar un correcto crecimiento económico, garantice la conservación de los diferentes tipos de recursos patrimoniales. (...)

(...) los bienes patrimoniales actúan como recursos turísticos y por lo tanto son generadores de riqueza, (...) y que en la actualidad está teniendo presente el principio de autenticidad. Dicho principio se encuentra vinculado a la necesidad existente de asegurar la identidad histórica y la esencia de los distintos tipos de bienes patrimoniales, tanto si son monumentales como paisajísticos y/o naturales, hecho que adquiere especial importancia en los Reales Sitios por sus características físicas e históricas. (...)

Riqueza patrimonial:

(...) riqueza y estado de conservación se deben en gran medida al valor institucional que se les ha asignado. Un hecho que en un primer momento sirvió para dotarse de bienes (la corona actuó como mecenas), y para generar patrimonio, y que, a lo largo de los siglos hasta la actualidad, ha servido como garante de este estado de conservación y, sobre todo de cohesión de dichos bienes. (...)

La adecuación del patrimonio a la función turística:

(...) en los monumentos (...) la función turística queda relegada a un segundo plano tras la institucional, junto a otras como la educativa, cultural, religiosa y/o residencial. De esta manera el turismo no es contemplado por parte de

la institución encargada de la gestión como una prioridad y eso se va a reflejar en sus estrategias y políticas.

La parte no monumental de los cascos históricos de los Reales Sitios presentan una funcionalidad turística muy baja, lo que plantea el reto de acondicionar nuevos espacios para adaptarse a una oferta cultural limitada; (...) hay que resaltar que también es muy difícil despertar interés por los edificios de la arquitectura popular en un modelo de visita patrimonial monumental.

3. "Causas que generan la mala gestión del sector turismo en la región Lambayeque".

Tesis para Licenciatura.

Autor: Bach. Paola del Carmen Arce Zamora. (2006)
(2007).

Universidad Señor de Sipán

Es un tipo de Investigación cuantitativa.

Conclusiones:

Se han llegado a las siguientes conclusiones:

Con respecto al proceso de planificación:

Existe un plan estratégico el cual no está implementado y no está operativo. Las políticas que existen no están de todo claras, existiendo burocracia para tomar las decisiones.

La región Lambayeque cuenta con muchas fortalezas para desarrollarse potencialmente.

Con respecto al proceso de organización del turismo en Lambayeque:

El organismo encargado y responsable del turismo en Lambayeque es la dirección regional de Lambayeque y el consejo regional de turismo, quienes deben coordinar con todos los demás organismos públicos y privados que ofrecen turismo.

Se está tratando que el trabajo sea en conjunto pero todavía este proceso está empezando.

Falta mucha coordinación y comunicación entre los organismos.

Con respecto a la apreciación del turista de la gestión turística de la zona en estudio:

Lambayeque es una región con alto número de turistas, los que manifiestan su opción por esta zona por encontrarla atractiva para el turismo.

Los turistas se percatan del mal manejo del turismo en la zona de estudio.

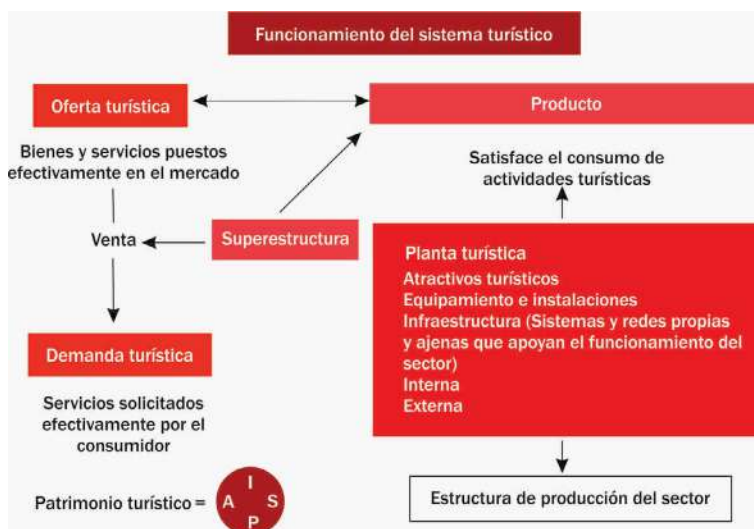
Manifiestan estar acorde con el servicio que se les brinda, siendo el transporte, el servicio que se necesita mejorar.

MARCO TEÓRICO

El sistema turístico

Para describir el sistema turístico, se ha tomado lo que dice Boullón, Roberto (2006) según el modelo de oferta y demanda.

FIGURA01: FUNDAMENTO DEL SISTEMA TURÍSTICO



Fuente: Boullón, Roberto (2006) (p. 32)

Demanda turística

Este autor menciona que es el "(...) total de turistas que recorren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a los ingresos que generan (...)." (p. 32) Es decir los visitantes, el grupo que forman y requieren de servicios, una vez que son demandados, dejan de ser potencial para convertirse en demanda real.

Turista cultural

Según Crespi, Montserrat y Planells, Margarita. (2003) menciona que el turista cultural "busca una satisfacción estática o determinada en su tiempo libre, a través de la infraestructura de turismo existentes en las ciudades, en la naturaleza de los pueblos (...)" (pp. 16-17)

Según García, Joaquim y Poyato, M^a del Carmen. (2002) mencionan una tipología psicográfica de tres tipos de turista cultural:

Turista de motivación cultural

"Que elige el destino por las oportunidades culturales que ofrece". (p. 118)

Turista de inspiración cultural

"Que elige un destino conocido, generalmente internacional, como un viaje único en la vida sin deseo de repetición." (p. 118)

Turista de atracción cultural

"Que pasa sus vacaciones en un destino tradicional (sol y playa o montaña) pero que realiza alguna actividad de tipo cultural". (p. 118)

Turismo en ciudades históricas

Al apreciar la diversidad que tiene este país en el tema cultural y al presentar ciudades históricas declaradas por la UNESCO, cabe resaltar que es necesario la puesta en valor con que cuentan los recursos y atractivos del lugar, para poder estar preparados a las exigencias de la demanda turística, es así que Gómez, Miguel; Mondéjar, Juan y Sevilla, Claudia (2005) mencionan que:

(...) el turismo sea de motivación cultural profunda o superficial, ha conocido un importante incremento en la última década y se está convirtiendo en un fenómeno de masas, siendo un protagonista fundamental de la vida y también de la recuperación urbanística y arquitectónica de importantes conjuntos históricos. (p. 37)

Son estos conjuntos históricos que por su belleza y valor intrínseco, dice Calle, M. de la (2002) tomado por Gómez, Miguel; Mondéjar, Juan y Sevilla, Claudia. (2005) llevan a:

La revalorización de la historia y la mitificación del pasado, el reforzamiento simbólico de los centros históricos, en cuanto memoria colectiva de nuestra sociedad, o la presencia de hitos arquitectónicos o museísticos les ha convertido en potentes y diversificados focos de atracción turística. (p. 19)

Al incrementar la demanda de los turistas hacia lugares culturales no solo basta poner en valor lo que se tiene sino moldear a la ciudad para que esté

preparada hacia esta actividad, es así por ello que Gómez, Miguel; Mondéjar, Juan y Sevilla, Claudia (2005) describen que “para dar respuesta a una demanda creciente, ya sea turismo exterior o interior, es necesario organizar bien nuestras ciudades en términos urbanísticos, de medio ambiente, de oferta cultural, de rutas e itinerarios peatonales y de equipamientos e infraestructuras turísticas”. (p. 17) y además que:

La recuperación funcional de los recursos culturales y su adecuación para las demandas y necesidades del siglo XXI requiere dotarse de infraestructuras de gestión transversales, que establezcan puentes de comunicación y sellen acuerdos entre políticas turísticas, las urbanísticas y las de promoción cultural. En suma, terminaría reclamando más gestión y menos promoción. (p. 24)

Pero esta revaloración de conjuntos históricos no solo se debe limitarse hacia aquellas ciudades que a simple vista se sabe que guardan un valor histórico, ya sea por la presencia de casonas, monumentos o festividades, sino también que al ser el Perú un país que tiene mucho por conocer, pues al haber tenido presencia de españoles en la época virreinal por doquier, es necesario valorar aquellos lugares que por falta de estudios no han logrado obtener una importancia en la actualidad, pero que pueden dar significativos aportes a la cultura y ser de paso atractivos para el turismo.

Identidad cultural

En el presente trabajo se han mencionado documentos, programas, revistas y los elementos con que cuenta la cultura, pero todo esto de nada serviría si es que no se trabaja ante todo con las mismas personas que ejercen la cultura de un lugar, si no hay un involucramiento de la sociedad, un reconocimiento por lo suyo, donde no hay aquello a que se le llama identidad, pues es justamente esta la que hace que una cultura trascienda y perdure en el tiempo, es como “el toque final” que requieren las culturas para que los latentes cambios (anteriormente mencionados) que se dan no sean tan rápidos y por último eviten el origen de una aculturación.

Para tener una idea muy clara de lo que es identidad cultural, Crespi, Montserrat y Planells, Margarita (2003) quitan la incógnita manifestando que:

Esta se compone de un sistema de contenidos, de creencias, de ideas y pensamientos, de valores, de normas, de conocimientos, de intenciones y deseos explícitos y conscientes, de emociones y pasiones, de ilusiones y motivos inconscientes presentes en una comunidad espacial y en un momento histórico determinado; agregando que es “una manera de comprender el mundo, de actuar y de sentir, unas formas de vida genéricamente compartidas que se expresan en saberes, comportamientos e instituciones (...) cada miembro de una comunidad se reconoce y se identifica”. (p. 11) Según lo descrito, la identidad tiene re-

lación con la psicología del individuo, la cual se expresa en el reconocimiento de la cultura a la que pertenece, siendo este factor la base para el desarrollo de la cultura.

Los mencionados autores también hacen una división de los componentes de la identidad cultural, siendo estos:

El territorio

"(...) como un elemento indispensable para la gestación y la existencia de una identidad cultural". (p. 12)

La historia

"(...) fragua los pueblos mediante el pasado historiable y la memoria histórica del pueblo, con lo que ha favorecido su cohesión". (p. 12)

La lengua.

Los símbolos.

Los valores y las creencias:

"(...) los valores son proposiciones más abstractas, relativas a cómo deberían ser las cosas, las creencias hacen referencia a asuntos más específicos sobre lo que se emite un juicio en relación a su verdad o falsedad". (p. 13)

Las normas.

Los objetos materiales y la tecnología:

"(...) son los elementos tangibles de la cultura, los artefactos, que, generalmente, reflejan los valores de esta sociedad. (...) la tecnología de una sociedad, entendida como el conocimiento aplicado que dispone una sociedad y que le sirve para sobrevivir". (p. 13)

Patrimonio cultural de la Nación por el

Estado Peruano

Ley General de Patrimonio Cultural de la Nación (2004) la define como:

Toda manifestación del quehacer humano –material o inmaterial- que por su importancia, valor y significado paleontológico, arqueológico, arquitectónico, histórico, artístico, militar, social, antropológico, tradicional, religioso, etnológico, científico, tecnológico o intelectual, sea expresamente declarado como tal o sobre el que exista la presunción legal de serlo. Dichos bienes tienen la condición de propiedad pública o privada. (...) (Definición. Párr. 1)

Patrimonio como cultura viva

El INC (2004) refiere a:

La concepción de patrimonio no debe hacer referencia exclusiva al pasado ya a lo monumental, sino que también debe referirse al valor fundamental que se le debe asignar a todo aquello que se asocie con la vida cotidiana, el presente y el futuro de los pueblos, etnias, naciones, y comunidades donde se haya creado y se siga creando. (p. 24)

Esta descripción hace referencia al patrimonio inmaterial el cual se expresa en el día a día, como la manera de vivir y que sin duda alguna es la cultura que se vive y aprecia en las sociedades hoy en día.

Zona urbana monumental

Según el INC (2008) "son sectores o barrios de la ciudad cuya fisonomía debe conservarse porque posee valor urba-

nístico de conjunto, valor documental histórico, artístico o un carácter singular”. (p. 169)

Esta declaración otorgada por el INC como se lee, no es necesario que un lugar en particular posea valor urbanístico u otras cosas, sino también por poseer algún carácter singular, ya sea un acontecimiento de gran relevancia para que el estado se vea en la obligación de otorgar este distintivo.

Ambiente urbano Monumental

Según el portal oficial del Ministerio de Cultura (s. f) “son ambientes urbanos monumentales los espacios urbanos (plazas, plazuelas, calles, etc.) cuya fisonomía y elementos por poseer valor urbanístico de conjunto, deben conservarse total o parcialmente”. (Monumentos coloniales y republicanos. Párr. 6)

Monumentos

“Aquellas esculturas colosales, edificios, obras o estructuras arquitectónicas o de ingeniería que poseyeran interés singular (...) podrían afectar también a cuantos bienes muebles, instalaciones y accesorios formen unidad con el monumento, preservando el entorno más inmediato (...)” (pp. 19-20) (Jose M. Cano de Mauvesín F. 2005)

Centro histórico

INC (2008) menciona que “es la zona monumental más importante de la ciudad, es el espacio donde esta se originó y desarrolló. Es un asentamiento humano vivo, fuertemente condicionado por edificaciones cuyas características

proviene del pasado.” (p. 69)

Sitio histórico

JoséCano de Mauvesín (2005) refiere que “esta catalogación se otorga principalmente a aquellos lugares en los que se desarrollaron acontecimientos históricos de relevancia”. (p. 20) y también añade que “no son muchos los que se encuentran catalogados como sitio histórico debido, en parte, al desinterés y desconocimiento de las propias instituciones locales que deberían ser las primeras en promover los respectivos expedientes. (p. 21)

Villa

Un distintivo que puede adquirir una población pequeña en la cual el estado al percatarse que presenta fundamentos para distinguirla de otras es declararla como Villa.

La Real Academia de la lengua española (s. f) en su diccionario virtualdefine esta palabra como ‘población que tiene algunos privilegios con que se distingue de las aldeas y lugares’.

MARCO CONTEXTUAL

Historia y datos actuales

En el Siglo XV, año de 1492, la corona española tuvo la gracia de conocer un nuevo continente –aunque ellos aún no lo sabían- a través del navegante portugués Cristóbal Colon. A partir de esta fecha, esta tierra fue fuente de inspiración de varias personas del viejo mundo, lo que ocasionó que gran número de habitantes pertenecientes a esta parte

del planeta decidieran buscar nuevos horizontes y aventuras.

La necesidad de conocer y conquistar nuevas tierras que pudieran formar parte de la corona española fue tomando fuerza en las mentes de miles de aventureros que buscaban aportar alguna ayuda a su Rey y con ello adquirir gloria; es así como se da origen a la empresa del Poniente, la cual consistió en la conquista de las tierras del norte, dominadas por la cultura Azteca, hoy en día república de los Estados Unidos Mexicanos, más conocido como México. Ante la conquista de las mencionadas tierras, la necesidad expansionista y por adquirir oro en los españoles no cesó, y ante todo se acrecentó, es así como surge la idea de llevar a cabo la denominada empresa del Levante, en esta ocasión para conquistar las tierras ubicadas al sur.

La empresa del Levante fue muy tentada por varias personas, pero no logró concretizarse hasta que 3 ilustres y famosos varones, los cuales poseían una buena vida y un acomodado status social en Panamá, decidieron dar fin a su monótona vida y realizar un triunvirato, el cual los obligaba a unirse y trabajar juntos para llevar a cabo tan ansiada aventura.

Estos 3 caballeros eran el capitán Francisco Pizarro González, natural de Trujillo, Diego de Almagro, “natural de Malagón, según Agustín de Zárate, aunque Gómara dice que de Almagro, que es más verosímil por el nombre” (De la

Vega, Garcilaso. 1617. en la edición de 1970. p. 32)y Hernando de Luque, los cuales a voluntad propia decidieron que el primero “tomase la empresa de ir al descubrimiento y conquista de la tierra que hallase”; el segundo, “fuese y viniese del uno al otro, con gente armas y caballeros y bastimento, para socorrer los compañeros que anduviesen en la conquista” y el tercero, “se quedase en Panamá en beneficiar las haciendas de todos tres”. (De la Vega, Garcilaso. 1617. En la edición de 1970. pp. 32 – 33)

Pizarro realiza dos viajes exploratorios en los cuales pasan muchas necesidades y travesías por mar y por tierra llegando por aguas hasta lo que hoy en día es Chíncha en el Perú.

En el tercer viaje, Francisco Pizarro ya con el título de Gobernador recorre el territorio que hoy se conoce como los departamentos de Tumbes y Piura hasta llegar a un lugar dominado por el cacique TallánTangará, donde decide fundar una ciudad.

San Miguel, el cual es su verdadero nombre, se erige como la primera ciudad española en el Pacífico Sur, fundada por el Gobernador Don Francisco Pizarro González junto con la hueste española en el año de 1532, la cual se encuentra en lo que hoy en día es el valle del Chira.

Ubicación:

La localización de este lugar, el cual tiene denominación de centro poblado hoy en día está ubicado en el distrito de Marcavelica, Provincia de Sullana, Re-

gión Piura, en la Zona norte del Perú. El verdadero nombre, lugar y año de fundación de la primera ciudad española en el Pacífico Sur.

Sobre el nombre:

Como se ha descrito, el nombre original que se adjudicó a esta ciudad fue solamente el nombre de “Sant Miguel”, el porqué de este nombre es un tema muy discutido por diversos historiadores, los cuales aportan diferentes perspectivas y defienden cada una de ellas.

Es necesario mencionar que el verdadero nombre de la primera ciudad ha tenido ciertos cambios en el tiempo, pues estuvo sujeta a tres traslaciones como se describe a continuación.

LAS TRASLACIONES DE LA CIUDAD DE SAN MIGUEL.

La primera traslación - 1534:

Localizada en Monte de los Padres – Ciudad denominada por la población como Piura La Vieja. Actualmente ubicado en el distrito de La Matanza, Provincia de Morropón-Chulucanas.

El historiador José A. del Busto. (2004), basándose en las crónicas de Agustín de Zárate, menciona:

Camino a Pachacámac, a mediados de octubre de 1534 Almagro y Pedro de Alvarado pasaron por San Miguel de Tangará. Al notar la disconformidad de los vecinos por el emplazamiento que tenía –se considera que el lugar era un “sitio enfermo”-y haciendo uso de los poderes que Pizarro le había otorgado, Almagro lo trasladó al poblado indígena

de Piura –en el que dos años atrás se había ubicado un grupo de españoles para proteger a la naciente ciudad- conservando su nombre original, aunque con un pequeña variante: ahora se llamaría San Miguel de Piura y su ubicación –a pesar de estar tierra adentro y de carecer de riquezas auríferas- estaba “en un lugar fresco y bien proveído, Almagro trasladó la ciudad “por llegarse a la sierra e al fresco e donde hay verduras”. (p. 150)

Segunda traslación- posiblemente en 1576:

Ciudad llamada San Francisco de la Buena Esperanza, actualmente es la Ciudad Puerto de Paita.

Del Busto D. José A. (2004), basándose en el libro de Vargas U. Rubén, refiere: “Ya en 1569 el virrey de Toledo, al pasar por Monte de los Padres, había podido advertir esta pobreza en los vecinos y se había preocupado por la condición en que se hallaba la ciudad decana del Virreinato. (...) Para levantar la desolación a los pocos habitantes de San Miguel, y para darle nueva vida al puesto de Paita-también descuidado y deshabitado-, Toledo cree conveniente el traslado del asentamiento de Monte de los Padres a dicho puerto. No se puede precisar exactamente el año, pero hacia 1576, aproximadamente, parte de la población de Monte de los Padres ya estaba en Paita, convirtiendo desde ese momento dicho puerto en cabeza o capital del Corregimiento, con un vecindario de españoles alrededor del cual se situaba el pueblo indígena también

nombrado Paita. No había duda alguna que la hermosa bahía del venido a menos puesto de San Francisco de la Buena Esperanza de Paita, se constituía como una buena solución para los problemas (...)” (p. 216)

Tercera traslación. 1588.

Localizada en el asiento del Chilcal - Ciudad llamada San Miguel de Piura del Villar.

Actual ciudad de San Miguel de Piura, comúnmente conocida solo como Piura. Del Busto D. José A. (2004) describe también:

(...) el 15 de agosto de 1588, día de la Asunción de Nuestra Señora, el Corregidor, el Cabildo y todo el vecindario de españoles se reunieron con el Visitador [Juan de Cadalso Salazar] en el lugar acordado, para llevar a cabo la fundación. La ciudad fue bautizada cono San Miguel del Villar de Piura, en homenaje al VII Virrey del Perú, Fernando Torres y Portugal, Conde de Villar Don Pardo (1585-1589), quien ordenó su traslado y fundación, señalando los límites de su jurisdicción y declarando que se le otorgaba los mismos privilegios que había gozado del puerto de Paita.

El acta de fundación explica las razones de la misma y del nombre de la ciudad fundada. Dice:

ACTA CAPITULAR DE LA CUARTA FUNDACIÓN DE LA CIUDAD DE PIURA CON EL NOMBRE DE SAN MIGUEL DE VILLAR 15 DE AGOSTO DE 1588. (p. 226) Esta última traslación se realizó mucho tiempo después que la primera funda-

ción-se puede leer arriba CUARTA FUNDACIÓN- y de muchas otras que en el Virreinato de la Nueva Castilla o del Perú se habían fundado por los españoles; hoy en día aquel nombre ha quedado reducido a San Miguel de Piura, nombre completo como se presenta esta ciudad. Es por ello que al ser la actual Piura, la última traslación, muchas personas pertenecientes a este lugar se presentan en diferentes ciudades, eventos, publicaciones, etc. como la primera ciudad española en el pacifico sur, tergiversando de esta forma la verdadera historia y nunca haciendo la respectiva aclaración.

Hipótesis general

El bajo nivel de identidad cultural, conciencia turística y la existencia de pocas evidencias culturales materiales aptas para el turismo; así como también, la falta de organización local y el limitado apoyo de los órganos competentes con proyectos turísticos, son de manera respectiva, los factores culturales y sociales que limitan el desarrollo del turismo cultural en San Miguel de Tangará.

Hipótesis nula

El bajo nivel de identidad cultural, conciencia turística y la existencia de pocas evidencias culturales materiales aptas para el turismo; así como también, la falta de organización local y el limitado apoyo de los órganos competentes con proyectos turísticos, no constituyende manera respectiva, factores culturales y sociales que limitan el desarrollo del turismo cultural en San Miguel de Tan-

garará.

Variables.

Variables independientes:

Factores culturales

Factores sociales

Variable Dependiente:

Turismo cultural

Material y método.

Enfoque de investigación

Cuantitativo

Tipo de estudio

Transversal.

Nivel o alcance de estudio

Descriptivo.

Diseño del estudio

Pre experimental.

Población y muestra.

Población –muestra: Se aplicó una encuesta a 6 autoridades.

Alcalde del distrito de Marcavelica.

Alcalde de la Provincia de Sullana.

Especialista en educación-Programa de turismo escolar-UGEL Sullana. Ministerio de Educación.

Arqueólogo y Antropólogo del Ministerio de Cultura-sede Piura.

Consejero Regional por la Provincia de Sullana.

Director de turismo. DIRCETUR Piura.

Muestra:

Se aplicó una encuesta a dos pobladores de la Villa de San Miguel de Tangará, quienes desde ya hace más de 10 años vienen gestionando el apoyo por parte de los órganos competentes y organizaciones privadas, además son quienes

tienen a cargo el museo de sitio. Población: 316 familias

Para una muestra finita el tamaño de muestra se calculará con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{P(1-p)}{\left[\frac{E}{Z}\right]^2 + \frac{P(1-p)}{N}}$$

Donde:

z= Grado de confiabilidad

e=Margen de error

p=Nivel de conocimiento

P=Probabilidad que no ocurra

N = Tamaño de población

Remplazando:

$$n = \frac{0.50(0.50)}{\left[\frac{0.05}{1.96}\right]^2 + \frac{0.50(0.50)}{316}}$$

$$n = 119.48002$$

Se aplicó una encuesta dirigida a las 119 viviendas.

TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Preguntas		Nº	%
¿Sabe usted si a San Miguel de Tangará le han otorgado algún reconocimiento oficial desde su creación hasta la actualidad?	Si	31	26,1%
	Escudo de armas otorgado por la realeza española	21	17,6%
	Distinción de Villa histórica por parte del gobierno peruano	20	16,8%
	Capital regional de la transculturización por el gobierno regional	7	5,9%
	Patrimonio cultural de la nación	6	5,0%
	Diploma Toribio Rodríguez de Mendoza por parte del congreso de la república.	3	2,5%
	Otros	2	1,7%
	No	88	73,9%
	Total	119	100,0%

Técnicas de procesamiento y análisis de datos.

El procesamiento de análisis de datos se realizará utilizando el programa SPSS.

RESULTADOS

TABLA 02: CONOCIMIENTOS SOBRE HISTORIA, DE LOS POBLADORES DE SAN MIGUEL DE TANGARARÁ.

Conocimientos		Nº	%
¿Qué es el turismo para usted?	Nivel bajo de conocimiento	43	36,1%
	Nivel intermedio de conocimiento	11	9,2%
	Posee una idea clara de lo que es el turismo	65	54,6%
Total		119	100,0%
¿Qué es turismo cultural para Usted?	Actividad que promueve la visita de determinado grupo de personas a otro lugar.	24	20,2%
	Actividad que las personas realizan en su tiempo libre con el fin de recreación y para adquirir conocimiento	19	16,0%
	Actividad que pone en valor un lugar determinado para la visita de turistas donde el mayor beneficiado es la sociedad en su conjunto.	76	63,9%
Total		119	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de San Miguel de Tangarará.

Fecha: Aplicada del 09 al 24 de Octubre

TABLA 03: IDENTIDAD CULTURAL, NIVEL DE CONOCIMIENTOS SOBRE TURISMO E INTEGRACIÓN SOCIAL DE LOS POBLADORES DE SAN MIGUEL DE TANGARARÁ

ASPECTOS	Muy deficiente		Deficiente		Regular		Bueno		Muy bueno		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Conocimientos e Historia	24	20,2%	70	58,8%	16	13,4%	4	3,4%	5	4,2%	119	100,0%
Conocimientos sobre Turismo	40	33,6%	77	64,7%	2	1,7%	0	,0%	0	,0%	119	100,0%
Integración Social	10	8,4%	19	16,0%	45	37,8%	34	28,6%	11	9,2%	119	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de San Miguel de Tangarará.

Fecha: Aplicada del 09 al 24 de Octubre

TABLA 04: INTERÉS DE LOS POBLADORES DE SAN MIGUEL DE TANGARARÁ POR FORMAR UN COMITÉ O ASOCIACIÓN TURÍSTICA.

INTERÉS	Nº	%
Si	104	87,4%
No	15	12,6%
Total	119	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de San Miguel de Tangarará.

Fecha: Aplicada del 09 al 24 de Octubre

TABLA 05: APOYO A PROYECTOS DE DESARROLLO EN SAN MIGUEL DE TANGARARÁ.

¿Ha apoyado el desarrollo de algún proyecto en San Miguel de Tangarará?	Nº	%
Si (PROYECTO CULTURAL), CON DIFICULTADES ECONÓMICAS)	1	16,7%
No	5	83,3%
Total	6	100,0%

Fuente: Encuesta a las autoridades de los órganos competentes.

Fecha: Aplicada del 25 al 30 de Octubre del 2011

TABLA 06: ACCIONES QUE LAS AUTORIDADES CONSIDERAN PRIORITARIAS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN SAN MIGUEL DE TANGARARÁ

ACCIONES	PRIORIDAD									
	1		2		3		4		5	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Capacitación en identidad cultural y conciencia turística a la población	3	50,0%	0	0,0%	1	16,7%	1	16,7%	1	16,7
Infraestructura básica	2	33,3%	1	16,7%	2	33,3%	0	0,0%	1	16,7%
Elaboración de un plan de turismo cultural	1	16,7%	4	66,7%	1	16,7%	0	0,0%	0	0,0%
Puesta en valor del museo de sitio y de la plaza Dos culturas	0	0,0%	1	16,7%	1	16,7%	2	33,3%	2	33,3%
Profundizar en los estudios arqueológicos	0	0,0%	0	0,0%	1	16,7%	3	50,0%	2	33,3%

Fuente: Encuesta a las autoridades de los órganos competentes.

Fecha: Aplicada del 24 al 30 de Octubre del 2011

TABLA 07: OPINIÓN DE LAS AUTORIDADES RESPECTO AL FACTOR PRINCIPAL POR EL QUE SAN MIGUEL DE TANGARARÁ SE ENCUENTRA ATRASADO SOCIOCULTURALMENTE.

Factores	Casos	%
Falta de apoyo con proyectos por parte de los órganos competentes	4	66,7%
La falta de conocimiento sobre la importancia de este lugar, en la historia de la región y a nivel nacional.	3	50,0%
Desinterés por parte de la misma población	2	33,3%
Existencia de pocas evidencias culturales	1	16,7%

Fuente: Encuesta a las autoridades de los órganos competentes.

Fecha: Aplicada del 25 al 30 de Octubre del 2011

TABLA 08: CONSENSO CON OTRAS AUTORIDADES Y ORGANIZACIONES PARA REALIZAR ALGÚN PROYECTO DE PUESTA EN VALOR Y TURÍSTICO PARA SAN MIGUEL DE TANGARARÁ.

RESPUESTA	Nº	%
Se intentó una vez pero no se concretó	2	33,3%
No se ha realizado algún consenso	4	66,7%
Total	6	100,0%

Fuente: Encuesta a las autoridades de los órganos competentes.

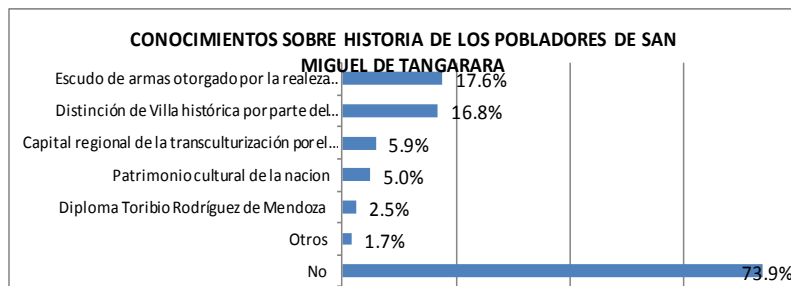
Fecha: Aplicada del 25 al 30 de Octubre del 2011

TABLA 09: RESULTADOS DE LAS EVIDENCIAS CULTURALES MATERIALES APTAS PARA EL TURISMO.

Existencia de evidencias culturales materiales aptas para el turismo.	
✓ Evidencias arqueológicas:	Estado de las evidencias materiales para el turismo.
1. Existen 6 sitios arqueológicos. (ANEXO N° 19)	No apto
2. Fondos del museo.(Osamentas, huacos, entre otros)	No apto
✓ Evidencias históricas (coloniales y republicanas):	
3. Réplica de la cruz que uso Francisco Pizarro en la fundación.	No apto
4. El "Obelisco"	Apto

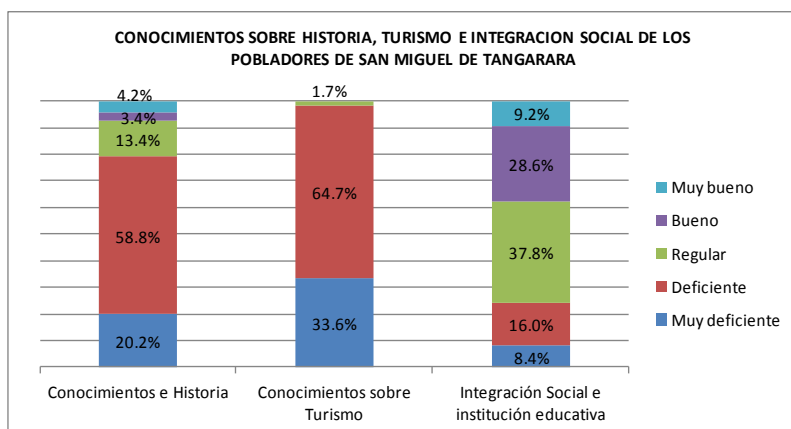
Fuente: Elaboración propia en base a la recopilación de datos obtenidos.
Fecha: Elaborado el 30 de Octubre del 2011

FIGURA 02

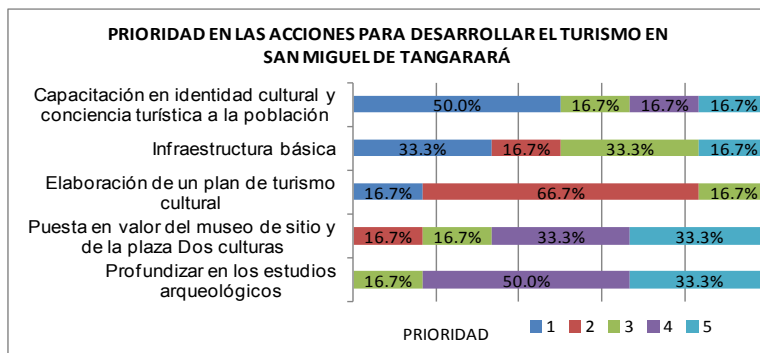


Fuente propia

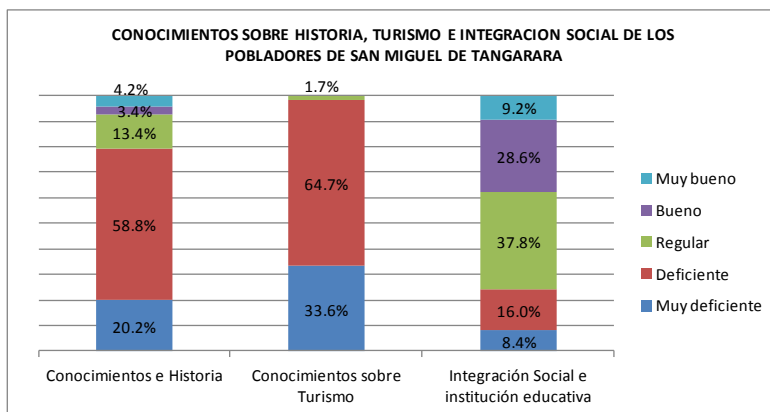
FIGURA N° 03



Fuente propia

FIGURA N° 04

Fuente propia

FIGURA N° 05

Fuente propia

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Bajo nivel de identidad cultural

El bajo nivel de identidad cultural repercute de manera negativa en muchas actividades que tienen como objetivo buscar el beneficio de San Miguel de Tangará; Crespi, Montserrat y Planells, Margarita (2003) describen que los elementos de la identidad cultural son el territorio, la historia, la lengua, los símbolos, los valores y creencias, las normas y los objetos materiales y tecnológicos, de todos estos elementos se conoce por los resultados de las encuestas aplicadas a la población que el nivel de conocimientos de historia y sobre la relevancia de este lugar y las normas, son lamentablemente bajos, hecho que es corroborado por los dos pobladores gestores, quienes tienen experiencia trabajando y pidiendo apoyo a sus conciudadanos, que el nivel de identidad cultural de estos se encuentra entre malo y regular, lo que lleva a deducir que no existe la implicación por parte de los habitantes, lo cual impide lograr la integración cultural, y que puede permitir cambios que conlleven a perder la esencia de la cultura, y aún más, se origine una aculturación que cause la pérdida por completo de los valores, historia, conocimientos, normas entre otros elementos culturales que hacen tan diferente a esta villa.

El bajo nivel de conciencia turística

La conciencia turística no es ajena a la identidad cultural y más bien guarda mucha relación, es por ello que no es

difícil saber que en los resultados sobre la falta de conocimientos respecto a temas turísticos, la población no posee una idea clara sobre lo que significa esta actividad para ellos y sobre cómo desarrollarla, lo cual conlleva a que los pobladores realmente interesados en atender al visitante muchas veces improvisen al momento de brindar un servicio turístico como por ejemplo, el guiado. Pero lo que más preocupa es que la población en general puede actuar de manera contraproducente si es que no conoce muy bien este tema.

Las pocas evidencias culturales materiales aptas para el turismo

La existencia de pocas evidencias culturales aptas para el turismo en San Miguel de Tangará, como son los 6 sitios arqueológicos, los cuales son señalados en las fichas técnicas (ANEXO N° 19), que su estado de conservación es malo, además de seguir enterrados por la falta de continuos trabajos de investigación arqueológica; el deterioro de La Cruz, que si bien es cierto aún se puede apreciar, no presenta leyenda o información alguna para el visitante, además de haber sido cambiada su posición original, tergiversándose de esta forma la historia y el mensaje que guarda este objeto cultural; todo esto indica que es necesaria su puesta en valor.

La falta de organización local

La organización local en San Miguel de Tangará no se encuentra en un nivel negativo, pues se conoce que existe un grupo de pobladores que se han orga-

nizado y se encuentran gestionando la elevación de la Villa a distrito histórico y a la vez el 68. 9% de los pobladores encuestados manifiestan estar dispuestos a unirse a este grupo, además existe un comité vecinal y un comité de festejos, de los cuales, este último lleva a cabo las actividades en la época de aniversario; sin embargo, si habría que observar algo es la continua actividad que poseen estas organizaciones, es decir, la incidencia de sus roles; respecto al colegio San Miguel de Tangará, que es la única institución que existe en esta Villa, solo el 32,8 % declara que este realiza actividades de apoyo cultural, viéndose reflejado la poca integración con el desarrollo cultural y turístico, otra observación no menos importante es que no existe alguna asociación turística propiamente dicha que se dedique exclusivamente a realizar actividades continuas en beneplácito del desarrollo turístico, lo que limita de cierta forma el avance del turismo.

El limitado apoyo de los órganos competentes con proyectos turísticos
El apoyo que ha recibido en los últimos años la villa de San Miguel de Tangará por los órganos competentes es deplorable, si bien es cierto que las autoridades políticas actuales recién llevan un periodo corto en sus actividades, el no haber realizado algún proyecto de diversa índole, a excepción del actual alcalde de Sullana quien manifiesta si haber realizado un proyecto cultural, el cual se realizó en su primer gobierno que finalizó el año 2002, indica el poco

interés que muestran las autoridades para con el desarrollo de este lugar, esto último se asocia a lo que manifiesta Mínguez García, María del Carmen (2007) al desarrollar su tesis de doctorado en España refiere que "(...) el turismo no es contemplado por parte de la institución encargada de la gestión como una prioridad y eso se va a reflejar en sus estrategias y políticas", dándose también este problema en el mencionado país.

CONCLUSIONES

La población posee un bajo nivel de identidad cultural al conocer de manera limitada la historia y la importancia de su pueblo, además el no contar con espacios dedicados a la cultura como es una biblioteca especializada, el regular nivel de enseñanza sobre historia impartido en la escuela local y la falta de respeto por su patrimonio por parte de algunos habitantes, conllevan a que no se desarrolle el turismo cultural.

El bajo nivel de conciencia turística, el cual se ve reflejado en el limitado conocimiento sobre temas turísticos por parte de la población local, ha contribuido a que se limite el desarrollo del turismo cultural.

La inexistencia de evidencias culturales materiales aptas para el turismo, debido a la falta de trabajos de puesta en valores la causa que ha permitido el limitado desarrollo del turismo cultural. Si bien es cierto, existe un cierto grado de organización local, este es impulsado

por un grupo minoritario de pobladores; no obstante, no existe una asociación turística que realice actividades de desarrollo de manera frecuente, además que la falta de proyectos turísticos por parte de los órganos competentes y el limitado apoyo cultural de la institución educativa local, han permitido que el turismo cultural tenga un bajo nivel de desarrollo.

RECOMENDACIONES

- Realizar programas que tengan como objetivo, elevar el conocimiento de la enseñanza de la historia, a través del desarrollo de eventos culturales con la participación de la población para no solo generar conocimientos, sino entendimiento, y con ello respeto al patrimonio cultural.
- Implementar el proyecto Fortalecimiento Integral del Turismo en el Perú -FIT Perú- a través del programa de conciencia turística dirigido a los alumnos de la institución educativa y la población en general.
- Implementar estrategias de mecenazgo cultural para el patrimonio arqueológico e histórico y de igual forma el acondicionamiento adecuado de los lugares culturales concurridos por los visitantes.
- Incentivar la participación activa de los pobladores a través de la crea-

ción de una asociación turística, involucrar a las autoridades y órganos competentes a ser partícipes del desarrollo sostenible de la Villa a través de la elaboración de un plan turístico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acerenza, Miguel. (2006). Conceptualización, origen y evolución del turismo. México: Trillas
- Boullón, R. (2006). Planificación del espacio turístico. México: Trillas
- Cano de Mauvesín, José. (2005). Turismo cultural. Manual del gestor del patrimonio. Córdova: Almuzara
- Castro, J. (2000). Sociología para analizar la sociedad. Perú: San Marcos
- Cerna, J (s. f.) Antropología. Recuperado de: <http://goo.gl/i1cHF>
- Comisión Internacional de la Cooperación Intelectual Dependiente de la Organización de Naciones. (1931) Carta de Atenas. Recuperado de: <http://goo.gl/YdBIF>
- Crespi, M y Planells, M. (2003). Patrimonio Cultural. España: Síntesis.
- Curiel, J. (2007). La demanda del turismo cultural y su vinculación con el medio ambiente urbano: Los casos de Madrid y Valencia. (Tesis de doctorado) Universidad Complutense de Madrid: España.
- Consejo Interamericano de Desarrollo Integral. (1998). Programa Interamericano de Cultura. Recuperado de: <http://goo.gl/JDfhL>
- De Jerez, Francisco; Cieza de L,

- Pedro;de Zarate, Agustín. (1979). "Crónicas de la conquista del Perú." Ed. Nueva España. México D.F.
- Del Busto D, José A. (2004) "Historia de Piura" Ed. Universidad de Piura. Setiembre. Piura.
- De la Vega, Garcilaso. (1617) Historia General del Perú. Córdoba, España.
- Impreso por Editorial Universo S.A. (1970) Mayo. Lima.
- Ember, C y Ember, M. (2003). Antropología cultural. 8va edición. Madrid: Prentice Hall.
- Fuller, N. (2009). Turismo y cultura. Entre el entusiasmo y recelo. Lima: Fondo editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- García, J y Poyato, M^a. (2002). La función social del patrimonio histórico: El turismo cultural. Cuenca, España: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Garrido Lecca F, Guillermo. (mayo, 1998) El Escudo de Armas de la Ciudad de San Miguel de Piura. Lima: Ed. Gobierno Local de Piura-CYDES.
- Gómez, M; Mondéjar, J y Sevilla, C. (2005). Gestión del turismo cultural y de ciudad. Cuenca, España: Servicios de publicaciones de la universidad de castilla – la Mancha.
- INC. (1995). Reglamento para la creación, registro e incorporación de museos al sistema nacional de museos del Estado.
- INC. (2002). Lineamientos y Programas de Política Cultural del Perú 2003 – 2006. Lima: Autor.
- INC. (2004). Diversidad Cultural en el Perú. Lima: Autor.
- Jafari, J. (2005). El turismo como disciplina científica. E.E.U.U.
- Monroy G. Jorge. (1994). Homenaje a los fundadores de la UNP. Álbum de Oro de Piura.- 100 AÑOS Manuel Vargas Castillo. Piura. Piura. Perú
- Moya E, Reynaldo (1994). Breve Historia de Piura. La Conquista.. Gobierno Local de Piura. Lima: Ed. FIMART
- Nanda, S. (1987). Antropología Cultural. Adaptaciones culturales. México: Grupo Editorial Iberoamérica.
- OMT. (1998). Introducción al Turismo. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Presidencia de la República. (2004). Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación. Lima: INC.
- Silva, F. (1998). Antropología. Conceptos y Nociones Generales. Lima: Fondo de Cultura Económica
- Smith, M. (2003). Issues in Cultural Tourism Studies. London: Routledge.
- Zevallos Q, Jorge. (1994). Los Fundadores de San Miguel de Tangará en 1532. Ed. INC – UNP, Serie Turinap, Año I, N° 1. Piura.



Universidad César Vallejo

Solo para los que quieren salir adelante