



UNAP



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
Y TURISMO**

EXAMEN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

SISTEMAS TURÍSTICOS

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO**

PRESENTADO POR:

SHEYLLYTH MILAGROS BARBARAN LEAL

IQUITOS, PERÚ

2020



UNAP

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
FACEN

"COMITÉ CENTRAL DE GRADOS Y TÍTULOS"



**ACTA DE EXAMEN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
ACTUALIZACIÓN ACADÉMICA N°184-CCGyT-FACEN-UNAP-2020**

En la ciudad de Iquitos, a los 09 días del mes de diciembre del 2020, a horas 09:00 a.m. se ha constituido en la Plataforma Zoom, el jurado designado mediante Resolución Decanal N°1187-2020-FACEN-UNAP, integrado por la LIC.ADM. NELIDA VALENCIA CORAL, Dra. (presidente), LIC.NIT. CYNTHIA LUDY SANCHEZ ELALUFF, Mg. (Miembro) y el LIC.NIT. STEVS RAYGADA PAREDES, Mg. (Miembro), para proceder al acto del Examen Oral de Suficiencia Profesional - Actualización Académica de la Bachiller en Negocios Internacionales y Turismo SHEYLLYTH MILAGROS BARBARAN LEAL, tendiente a optar el Título Profesional de LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO.

De acuerdo a lo establecido en el Reglamento de Grados y Títulos y sustentado en la Ley N°30220, el jurado procedió al examen oral virtual sobre el Tema: "SISTEMAS TURISTICOS".

El acto académico virtual fue aperturado por la presidente del Jurado, dándose lectura a la resolución que fija la realización del examen oral.

De inmediato se procedió a invitar a la examinada a realizar una breve exposición sobre el tema del examen y posteriormente a los señores del jurado a formular las preguntas que crean convenientes relacionadas al acto. Luego de un amplio debate y a criterio de la presidente del Jurado, se dio por concluido el examen oral pasando el jurado a la evaluación y deliberación correspondiente en privado; concluyendo que la examinada ha sido: **...APROBADA POR MAYORÍA...**

El Jurado dio a conocer el resultado del examen en **...ACTO PÚBLICO...**, siendo las **...12:15m** se dio por terminado el acto académico.

LIC. ADM. NELIDA VALENCIA CORAL, Dra.
Presidente

LIC.NIT. CYNTHIA LUDY SANCHEZ ELALUFF, Mg.
Miembro

LIC.NIT. STEVS RAYGADA PAREDES, Mg.
Miembro

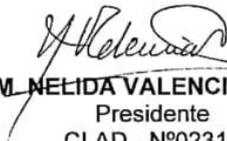
Somos la Universidad licenciada más importante de la Amazonia del Perú, rumbo a la acreditación

Calle Nanay N°352-356- Distrito de Iquitos - Maynas - Loreto
<http://www.unapiquitos.edu.pe> - e-mail: facen@unapiquitos.edu.pe
Teléfonos: #065-234364 / 065-243644 - Decanatura: #065-224342 / 944670264

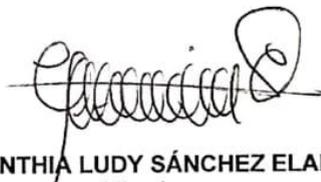


TEMA: "SISTEMAS TURISTICOS"

MIEMBROS DEL JURADO



LIC. ADM. NELIDA VALENCIA CORAL, Dra.
Presidente
CLAD - N°02311



LIC. NIT. CYNTHIA LUDY SÁNCHEZ ELALUFF, Mg.
Miembro
CLAD - N°07159



LIC. NIT. STEVS RAYGADA PAREDES, Mg.
Miembro
CLAD - N°26395

Indice

	Pág.
Portada	01
Acta de sustentación	02
Miembros del jurado.....	03
Indice	04
Resumen.....	06
Introducción.....	07
CAPÍTULO I: CONCEPTOS BASICOS SOBRE TURISMO	08
1.1. Turismo	08
1.2. Formas de turismo	08
1.2.1. Turismo interno.....	08
1.2.2. Turismo emisor.....	09
1.2.3. Turismo receptivo	09
1.3. El turismo en el tiempo.....	09
1.3.1. Edad Antigua.....	09
1.3.2. Edad Media	10
1.3.3. Edad Moderna.....	10
CAPÍTULO II: SISTEMAS TURISTICOS	12
2.1. La teoría de sistemas	12
2.2. Objetivo en los sistemas.....	13
2.3. Elementos que conforman un sistema	13
2.4. Modelo de teoría de sistemas	15
2.4.1. Modelo Mecánico	15
2.4.2. Modelo Orgánico	15
2.4.3. Modelo procesal	15
2.5. Sistemas turísticos	17
CAPÍTULO III: DEMANDA Y OFERTA TURISTICA.....	19
3.1. La industria turística.....	19
3.1.1. Elementos que conforman la industria turística	19
3.2. Definición de la demanda turística	19
3.2.1. Conceptos generales sobre la demanda turística.	19
3.2.2. Factores que determinan la demanda turística	20
3.3. La oferta turística	21

CAPÍTULO IV: ORGANISMOS DE TURISMO	22
4.1. Organismos a nivel Mundial.....	22
4.1.1. OMT- Organización Mundial de Turismo	22
4.2. A nivel Internacional.....	22
4.2.1. Organismos promotores del turismo	22
4.3. Organismos que se relacionan con las agencias de viajes	23
4.3.1. Organismos a nivel Internacional.	23
4.3.2. A Nivel Nacional	24
4.3.3. A nivel regional	25
CAPÍTULO V: ESTADÍSTICAS DE TURISMO	27
5.1. La Estadística.....	27
5.2. La Estadística Turística	27
5.3. Indicadores mensuales según la organización mundial del turismo.....	27
CAPÍTULO VI: FOMENTO Y DESARROLLO DE TURISMO	28
6.1. Fomento del Turismo	28
6.2. Medidas de promoción: planeación	28
6.3 Desarrollo del Turismo	29
6.3.1. El turismo como opción de Desarrollo	29
Conclusiones	30
Bibliografía	31

Resumen

El Consejo Regional de Turismo ha desarrollado un plan, el Plan Estratégico Regional de Turismo PERTUR, que recomienda implementar actividades de alto impacto a corto y mediano plazo con el fin de sentar las bases para el desarrollo turístico de la región. Además de estas actividades, también se ofrecen otras actividades de mediano y largo plazo, y en todas estas actividades se determinan costos aproximados, que evalúan el trabajo y/o recursos requeridos para su realización, las metas a alcanzar y los plazos.

Y los responsables de apoyarlos. Consigue financiación y realiza campañas. CTR Loreto juega un papel importante al solicitar a las autoridades nacionales, regionales y locales, el sector privado y otras organizaciones interesadas en el desarrollo turístico que incluyan medidas de implementación en su prioridad de financiamiento.

Introducción

Como muestran Anuar, Ahmad, Yusoh y Hussain (2012), el turismo ha crecido rápidamente en las últimas décadas, aportando importantes ingresos a las economías nacionales y estimulando el cambio social, cultural y ambiental.

Este ha sido especialmente el caso desde el auge del turismo de masas en la década de 1970, cuando las experiencias de viaje anteriormente solo estaban disponibles para la élite.

El turismo puede considerarse uno de los fenómenos socioeconómicos más significativos del siglo XX. Aunque inicialmente era la actividad de unos pocos privilegiados, desde la Segunda Guerra Mundial se ha ido convirtiendo poco a poco en un fenómeno de masas. En todo el mundo, especialmente desde los años setenta hasta los años 90.

El turismo es actualmente el mayor contribuyente a la creación de nuevos puestos de trabajo y la diversificación de la economía en muchos lugares. Así, el turismo es un fenómeno importante a nivel económico y sociocultural, creando nuevas formas de organizar y gestionar las entidades y destinos turísticos en el marco de la responsabilidad social y la sostenibilidad.

Este artículo sintetiza la clave del significado del turismo e introduce los principales modelos del sistema turístico. Todos estos datos relacionados con el turismo tratado en este artículo muestran la actualidad del fenómeno turístico e invitan a reflexionar sobre la renovación de su percepción y su impacto.

CAPÍTULO I: CONCEPTOS BASICOS SOBRE TURISMO

1.1. Turismo

El turismo como disciplina de investigación contiene diferentes perspectivas y los autores presentan diferentes conceptos.

Según la definición de la Organización Mundial del Turismo, el turismo incluye a las personas con fines de ocio u otros (por ejemplo, relajarse, visitar lugares históricos, caminar en espacios naturales, conocer diferentes costumbres y aprender las características distintivas de cada cultura).

Pudo haber sido una actividad encaminada a trasladar personas de la comunidad emisora a la comunidad receptora durante más de 24 horas o menos de trescientos sesenta y cinco días y sin ánimo de lucro.

Asimismo, se considera como el conjunto de actividades que realizan las personas cuando viajan y permanecen fuera de su entorno habitual de manera continua, menos de un año, por motivos de ocio, negocios y otros.

También se reconoce como un fenómeno socioeconómico complejo, que actualmente se reconoce como un factor importante del desarrollo económico y social. De hecho, es una serie de actividades industriales y comerciales que producen bienes y servicios para el consumo turístico.

1.2. Formas de turismo

1.2.1. Turismo interno

Es aquel que se da, cuando los residentes de un país viajan dentro del territorio de su propio país

(ejemplo: los peruanos que viajan por todo el Perú). Los viajes realizados, con fines turísticos, por los residentes de un país, sean nacionales o extranjeros, dentro del territorio nacional.

1.2.2. Turismo emisor

Es aquel que se da, cuando los residentes de un país viajan a otro país (ejemplo: los peruanos que viajan a España, México, Chile, etc.)

1.2.3. Turismo receptivo

Esto sucede cuando un residente de un país viaja allí después de llegar. (Ejemplo: español, americano, etc. llegó a Perú). También se puede decir que es una forma de turismo por la cual turistas extranjeros ingresan al territorio del país anfitrión.

También se dice que es la cantidad de viajes emitidos de un país a otro, siempre que el viaje sea no menor de 24 horas y menor de 90 días y si no hay participación en el mercado laboral.

1.3. El turismo en el tiempo

Existen diferentes clasificaciones para abordar la evolución del turismo, seguidamente presentamos lo siguiente:

1.3.1. Edad Antigua

En este punto, los autores postulan distintos referentes para el inicio o iniciación del turismo. Por ejemplo, McIntosh data del 4000 a. y cita la invención sumeria (babilónica) de la acuñación y el desarrollo del comercio que marcó el comienzo de la era moderna de los viajes. Nos dice que no solo fueron los sumerios los primeros en adoptar la idea del dinero y utilizarlo en las transacciones comerciales, sino que también inventaron la escritura cuneiforme y la rueda.

Martín Rojo Inmaculada hace referencia a la antigua peregrinación, o del siglo XVIII, cuando parte de la aristocracia europea, impulsada por ideales estéticos y literarios, viajaba a otros lugares en carruajes tirados por caballos. Por tanto, es bien sabido que el ocio en la Grecia clásica era muy importante, y el ocio se dedicaba a la cultura, el entretenimiento, la religión y el deporte; los viajes más famosos fueron sus viajes a las olimpiadas antiguas (las olimpiadas se realizaban en la ciudad de olimpia con un lapso de 4 años entre dos juegos consecutivos), a las que asistían miles, combinando religión y deporte. También participaron en peregrinaciones religiosas, como a Delfos y al Oráculo de Dodona.

1.3.2. Edad Media

En la Edad Media, tras los contratiempos iniciales, el conflicto creciente y el consiguiente declive económico dieron lugar a una nueva forma de viajar, la peregrinación religiosa. Existieron en la antigüedad y en la época clásica, pero tanto el cristianismo como el islam los expandirían para ganar más creyentes y los cambios serían mayores. Se hicieron famosas las expediciones desde Venecia a Tierra Santa y la ruta de peregrinación por Santiago (desde el descubrimiento del Santo Sepulcro en el año 814, llegaba un flujo continuo de peregrinos de toda Europa, creándose así mapas, posadas y servicios para varios peatones).

1.3.3. Edad Moderna

A fines del siglo XVI, surgió la costumbre de enviar a los jóvenes nobles ingleses al Grand Tour después de completar sus estudios para complementar su educación y adquirir algo de experiencia. Fue un largo viaje (de 3 a 5 años) por diferentes países europeos de donde provienen los nombres.

La majestuosidad de Roma, París o Atenas y las discusiones de los cafés de los grandes centros calientes, los viajeros deben aprender a dominar un imperio como Gran Bretaña.

Para algunos autores, este es el fenómeno verdaderamente fundamental del turismo moderno, ya que surgió como un fenómeno revolucionario en paralelo a otras transformaciones que tuvieron lugar durante la Ilustración.

CAPÍTULO II: SISTEMAS TURISTICOS

2.1. La teoría de sistemas

La teoría general de sistemas (TGS) se atribuye al biólogo austriaco Ludwig von Bertalanffy (1901-1972), quien la desarrolló a mediados del siglo XX. Una teoría puede ser considerada un fin filosófico-teórico que ofrece una comprensión de la realidad como un todo, que consiste en las interrelaciones de sus elementos constitutivos.

Contiene el carácter interdisciplinario y multidisciplinario de la ciencia y es ampliamente utilizado en diversos campos del conocimiento.

El objetivo de la teoría general de sistemas no es buscar analogías entre las ciencias, sino tratar de evitar la superficialidad científica que las obstaculiza. Para ello, sirve como una herramienta de modelización que puede ser utilizada y transferida entre diferentes disciplinas, y que las extrapolaciones son posibles e integradas dentro de ellas.

Los objetivos originales de la teoría general de sistemas son:

- a) Contribuir al desarrollo de una terminología común para describir las propiedades, funciones y comportamientos del sistema.
- b) Crear un conjunto de leyes aplicables a todas estas actividades.
- c) Promover la formalización (matemática) de estas leyes.

En este contexto, recordemos el concepto de sistema, que, según la propuesta de Bertalanfi, puede entenderse como un conjunto de elementos interrelacionados con un fin determinado, a saber, que tal sistema debe formar un "mecanismo de integración de las ciencias naturales". . y la

sociedad, al tiempo que se convierte en una herramienta básica de información y preparación para el científico”.

2.2. Objetivo en los sistemas

Un sistema cumple una función básica o primaria, por lo que todos los elementos estarán diseñados para lograr el objetivo anterior. Para nuestro estudio, el fin del sistema corresponde al resultado que debe alcanzar. Sin tiempo de inactividad, el sistema no tiene razón de existir. Esta razón es el punto de partida para un estudio minucioso y completo del sistema por parte de diseñadores y analistas.

2.3. Elementos que conforman un sistema

El concepto de elemento en la investigación de sistemas es una visión amplia. En él podemos encontrar e identificar: actividades, secuencias, procesos, procedimientos, métodos, recursos y controles. Todas las partes del sistema son interdependientes e interactúan. La forma en que están conectados les permite afectar a todo el sistema.

Si un elemento no agrega valor al sistema, debe eliminarse, porque solo utiliza los recursos necesarios que pueden servir a otros elementos, o simplemente es una molestia, si no ayuda a lograr el objetivo, a la larga. Es más fácil no tenerlo, sino mantenerlo.

El corazón en sí es inútil, pero debido a que está conectado al cuerpo, su trabajo es mover la sangre por todo el cuerpo y transportar oxígeno, energía, anticuerpos y nutrientes. Si falla un elemento, no se puede lograr el objetivo, dependiendo de la importancia y la contribución de ese elemento al sistema. La calidad de la respuesta (características, tiempo de entrega, estado) definitivamente se verá afectada y su efectividad disminuirá si se logra el objetivo. Descomponer un sistema en sus elementos individuales es una tarea esencial para quienes lo estudian.

Sin este paso, es imposible comprender completamente su función y es poco probable que mejore o cambie su alcance y limitaciones.

2.4. Modelo de teoría de sistemas

A partir de este planteamiento han ido surgiendo diversas orientaciones en su estudio, es así que se trazan modelos, como los que seguidamente mostramos:

2.4.1. Modelo Mecánico

Se basa en la concepción (desde la física) de un sistema cerrado, el cual los elementos que lo conforman se encuentran en equilibrio, por la simultaneidad entre Expulsión y Atracción (similar a lo que ocurre con la fuerza Centrípeta/ Centrífuga en la Tierra).

2.4.2. Modelo Orgánico

Se basa en la concepción (desde la biología) de un sistema abierto, donde hay flujo de información desde sus elementos hacia el entorno, y desde el entorno hacia los elementos generando así una retroalimentación.

2.4.3. Modelo procesal

El modelo de procesos también describe al sistema como abierto, pero se basa en los principios de la cibernética, se asume que los elementos del sistema tienen comunicación mutua con la organización para que puedan avanzar hacia el logro de resultados o metas.

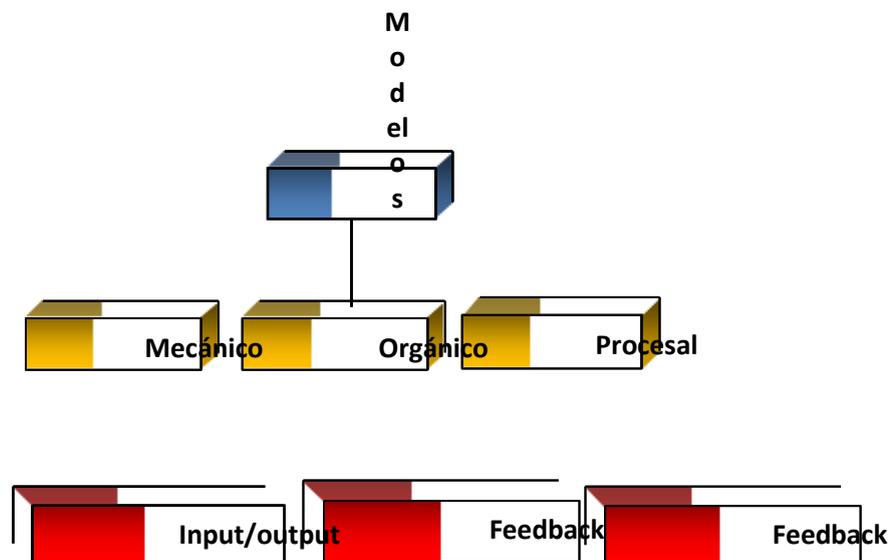
El modelo prevé la creación de sistemas complejos que se ven perturbados por su entorno, lo que hace que cambien y se adapten. Por otro lado, existen diferentes variantes del modelo de programa: entrada/salida/, retroalimentación negativa y retroalimentación positiva.

- a) entrada/salida: enfatiza dónde los cambios registrados provienen del sistema en lugar del entorno; sin embargo, esto conduce a una simplificación matemática del comportamiento

del sistema donde "bajo ciertas condiciones se puede predecir el resultado", es decir escenarios de estímulo/respuesta. La generalización es extrema.

- b) Retroalimentación negativa. Conocido como "caja negra", esto significa que es imposible saber qué está pasando en el sistema simplemente identificando las relaciones externas.
- c) Retroalimentación positiva. Es el encargado de analizar cuánto puede desviarse el sistema en relación con el entorno, es decir, a diferencia de los modelos anteriores, es interesante saber cuánto cambio se puede introducir sin poner en peligro el sistema, qué mecanismos se deben utilizar para controlar la desviación o cambio. tendencia catastrófica.

FIGURA N° 01 MODELO PROCESAL



2.5. Sistemas turísticos

En este contexto, el turismo es una disciplina que corresponde a la perspectiva del sistema, como lo plantea el Instituto Mexicano de Turismo (IMT), como “un conjunto definible de relaciones, servicios y oportunidades que interactúan para promover, beneficiar y sostener la actividad de la afluencia de residentes y residencias temporales”.

Los componentes de esta valiosa herramienta de estudio lo describimos seguidamente:

A. Beneficios

Fortalezas, capacidades y recursos clave (comparativos) que un sistema turístico local puede aprovechar para lograr su visión o sus objetivos de desarrollo. Identificar las fortalezas de cada elemento del sistema turístico.

B. Debilidades

Razones por las que el sistema turístico no está funcionando bien, situaciones reales o percibidas, conflictos internos (no impulsados por visiones u objetivos). Identificar las debilidades en cada elemento del sistema turístico.

C. Opciones

El sistema de turismo local puede utilizar el entorno externo favorable para avanzar hacia la visión. Identificar oportunidades económicas, ambientales, sociales o políticas que puedan afectar positivamente el desarrollo de los sistemas turísticos.

D. Amenazas

Los aspectos desfavorables del entorno pueden dificultar el desarrollo del sistema turístico local. Identificar amenazas económicas, ambientales, sociales o políticas que obstaculicen o retrasen el logro de la visión o los objetivos de desarrollo.

CAPÍTULO III: DEMANDA Y OFERTA TURISTICA

3.1. La industria turística

Conjunto de cadenas hoteleras y negocios destinados a la satisfacción de necesidades por parte de los turistas que visitan un país o región.

3.1.1. Elementos que conforman la industria turística

Estado

Encargado de establecer normas, reglas y procedimientos para la realización de actividades en el territorio nacional.

Responsable del desarrollo de varias empresas proveedoras de servicios para ayudar a los destinos naturales o sociales a desarrollarse en consecuencia. Pedir

La tendencia mundial es elegir destinos con mayor responsabilidad económica, ambiental y social. Aquellos que han demostrado ser capaces de crear prosperidad y proteger el área de intervención al mismo tiempo.

3.2. Definición de la demanda turística

El conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado (público) demanda de los operadores turísticos para satisfacer necesidades específicas de entretenimiento, recreación, ocio o vacaciones.

La demanda turística opera en el contexto de un mercado donde entran diferentes operadores turísticos para ofrecer determinados productos y servicios, y presupone también un conjunto de espacios geográficos y lugares donde se ofrecen estos servicios, todo ello en el marco de juegos de oferta y oferta libres.

3.2.1. Conceptos generales sobre la demanda turística.

La cantidad de bienes o servicios que una persona quiere comprar

en un determinado período de tiempo depende del precio de ese servicio, los ingresos monetarios de la persona, los precios de otros servicios similares y el gusto personal.

Por otro lado, la demanda del mercado o demanda agregada de un servicio o producto representa las diferentes cantidades de ese servicio o producto demandadas por todas las personas en el mercado a diferentes precios en un período determinado. La demanda del mercado depende entonces de todos los factores que determinan la demanda individual del servicio y el número de consumidores.

A medida que aumenta el ingreso monetario de las personas, generalmente aumenta su demanda de ciertos productos y servicios.

3.2.2. Factores que determinan la demanda turística

- a) Factores económicos: Son la liquidez del mercado de distribución (poder adquisitivo y disponibilidad de fondos de los clientes), niveles de precios que compiten entre sí en diferentes puntos geográficos, países estacionales o lugares de acogida de turistas.
- b) Factores relevantes al sujeto requirente: cambios estacionales y su relación con el régimen vacacional del mercado del país requirente, cambios en los intereses públicos y privados; percepción pública del atractivo de determinadas regiones o puntos geográficos.
- c) Factores contingentes: tales como conflictos, inestabilidad social y guerras, accidentes y desastres naturales, así como el impacto de estos eventos en los medios de comunicación.
- d) Factores relacionados con el sistema de comercialización: calidad y volumen de las actividades y productos de comercialización; amplitud

y enfoque de las estrategias de marketing; diversidad de actores de marketing turístico en torno a productos y geografías específicas.

3.3. La oferta turística

Conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición de los públicos en un mercado competitivo.

CAPÍTULO IV: ORGANISMOS DE TURISMO

Las organizaciones turísticas son las encargadas de la promoción y protección del turismo mundial a través de sus sucursales en los diferentes países y/o continentes, implementando así una serie de leyes, convenios para mantener la uniformidad, para controlar lo que sucede en los diferentes países relacionados con las actividades turísticas o inconclusas.

4.1. Organismos a nivel Mundial

4.1.1. OMT- Organización Mundial de Turismo

Es la única organización intergubernamental activa en todos los sectores del turismo en todo el mundo, incluidos países que representan a estados, territorios dependientes y el sector privado. Opera en todo el mundo y trabaja a través de seis comités regionales: África, América, Asia Meridional, Asia Oriental y el Pacífico.

La organización pone a disposición de sus miembros un mecanismo permanente de consulta, cooperación y toma de decisiones en todos los ámbitos del turismo.

Este organismo público tiene su sede en Madrid, entre otros lugares. Anuario de estadísticas de turismo eller World Travel Directory.

4.2. A nivel Internacional

4.2.1. Organismos promotores del turismo

1. Confederación de Organizaciones Turísticas

El objeto de la confederación es asumir la representación de las agencias de viajes y turismo de América Latina y la defensa de sus intereses comunes, profesionales y comerciales, a través del COVAL y la representación del sector turístico latinoamericano.

2. Consejo de Agencias de Viajes de Latino América – COVAL

El Coval tiene como misión defender los intereses profesionales y comerciales comunes de los tour operadores. Asimismo, debe integrar la asociación nacional de agentes de viajes de la región y las agencias en las que se fusionan, coordinar la incidencia de sus gremios y apoyar sus mejores relaciones comerciales.

4.3. Organismos que se relacionan con las agencias de viajes

4.3.1. Organismos a nivel Internacional.

a. Asociación de Investigación de Viajes y Turismo. TTRA

Es una asociación donde sus miembros comparten ideas de investigación y marketing, referencias a proveedores de turismo y aquellos que pueden proporcionar información.

La asociación estudia el turismo, su movimiento, etc., para ayudar a resolver los conflictos que puedan surgir en cualquier país a causa del turismo.

b. Asociación Mundial de Ocio y Recreación. AMOR

Fundada en 1952, es una asociación no gubernamental de personas y organizaciones cuyo propósito es descubrir y cultivar las mejores formas de recreación permitidas en estas condiciones para promover el crecimiento, desarrollo y bienestar humano.

El acceso a un ocio significativo no es menos importante que la necesidad de vivienda básica, educación, empleo y atención médica. Pero mejorar la calidad de vida no es un accidente. Los esfuerzos combinados de nuestros legisladores, profesionales del ocio y proveedores de programas públicos y privados están haciendo que algo suceda.

4.3.2. A Nivel Nacional

a) Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo- PROMPERU

Es un organismo que depende del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú. Su sede se encuentra en la ciudad de Lima. Es una unidad integrada

Según el D.S. n. 003-2007-MINCETUR, ex Consejo de Promoción de Exportaciones (PROMPEX) y ex Consejo de Promoción del Perú (PROMPERU), anteriormente encargados de la promoción turística.

Misión

Desarrollar una estrategia para posicionar una imagen integral y atractiva del Perú, que permita el desarrollo del turismo local y su promoción al mundo como un destino turístico y de inversión privilegiado. También promueve la exportación de la producción nacional.

Funciones:

- Desarrollar, coordinar, organizar e implementar políticas y actividades encaminadas a comunicar la imagen del Perú en el exterior y promover sus productos de exportación.
- Gestionar y liderar la cooperación técnica y financiera internacional para el desempeño de sus funciones.
- Participar en la dirección estratégica de promoción de exportaciones de acuerdo al D.L N° 805.
- Participar en el desarrollo, coordinación e implementación de planes estratégicos de promoción de inversiones en cooperación con las unidades estructurales competentes.

- Desarrollar, coordinar, organizar y ejecutar actividades encaminadas a promover el turismo hotelero en el Perú y el turismo local en el Perú.
- Gestionar y dirigir la cooperación técnica y financiera internacional para la promoción del turismo en el Perú.

4.3.3. A nivel regional

a) Cámara Regional de Turismo de Loreto- CARETU

Es una Asociación Civil sin fines de lucro conformada por los principales gremios representativos vinculados a la actividad turística que mediante un trabajo en conjunto desean incrementar el turismo en nuestra Región generando empleo y brindando servicios de alta calidad.

Funciones:

- ❖ Impulsar el desarrollo económico y social de la región Loreto.
- ❖ Promoción del turismo interior y del turismo de hostelería.
- ❖ Resolver las cuestiones y emitir los informes que le sean solicitados por el gobierno superior nacional o regional.
- ❖ Ofrecer una amplia cooperación, así como propuestas de acertadas soluciones a los problemas de trascendencia general en las actividades turísticas de la zona de Loreto.
- ❖ Mantener la más estrecha cooperación y colaboración con las organizaciones regionales y nacionales representativas de las actividades económicas para el logro de objetivos comunes.

- ❖ Facilitar a sus asociados todas las informaciones que pudiesen solicitar y que se relaciona con las actividades económicas y financieras del Sector Turismo, así como las disposiciones legales sobre la actividad turística.

- ❖ Representar al sector empresarial privado vinculado a la actividad turística y organismos que agrupan a entidades gremiales del sector empresarial privado.

- ❖ Promover la realización de estudios, investigaciones, cursos y debates que favorezcan el desarrollo y promoción de la actividad turística de la Región.

CAPÍTULO V: ESTADÍSTICAS DE TURISMO

5.1. La Estadística

Desde tiempos inmemoriales, los gobernantes han realizado varios tipos de censos: sobre la cantidad de impuestos recaudados, personal militar, etc. En principio, se trata de censos realizados en interés del Estado, de los que deriva el concepto de estadística. La palabra estadística se deriva de la palabra país.

La función del gobierno es registrar la población, los nacimientos, las cosechas, los impuestos y toda la información, incluidos los países, por lo que las estadísticas se definen tradicionalmente como herramientas para recopilar, organizar, presentar y analizar datos.

Debido al crecimiento del turismo mundial, es necesario desarrollar medidas para evaluar la situación del turismo.

5.2. La Estadística Turística

En marzo de 1993, la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas adoptó una serie de recomendaciones sobre estadísticas de turismo desarrolladas por la Organización Mundial del Turismo. Se basa en el documento de la Organización Mundial del Turismo "Recomendaciones para las estadísticas de turismo" y se complementa con otra información.

5.3. Indicadores mensuales según la organización mundial del turismo

Cifras más detalladas de STR están disponibles en el portal de viajes: En agosto pasado, la ocupación hotelera promedio en Perú fue del 71%, que es un 2,3% más que el mismo mes de 2016. Mientras tanto, el ADR estaba en \$133, un -2,9% menos, y el RevPar estaba en \$95, un -0,7% menos.

CAPÍTULO VI: FOMENTO Y DESARROLLO DE TURISMO

Aunque el crecimiento del turismo ha tenido algunos efectos beneficiosos, es importante analizar todas sus implicaciones. Las principales razones para el desarrollo del turismo son los beneficios económicos que generan sus ingresos y oportunidades de empleo, así como la contribución a la balanza de pagos. Sin embargo, además de las posibles consecuencias económicas, también se deben considerar otros aspectos sociales y ambientales.

6.1. Fomento del Turismo

La industria turística ha cambiado en los últimos 5 años, teniendo en cuenta las necesidades de los turistas, y ahora es consciente de la necesidad de centrar sus actividades en la sostenibilidad y, sobre todo, en la calidad de los servicios. La parte de nuestro país con mayor potencial para el turismo es el ecoturismo, nuestra región está bendecida con valiosos recursos naturales (fauna y flora) y una cultura vibrante sobresaliente en comparación con otras regiones.

Su objetivo es reunir a todas las estructuras, organizaciones públicas y privadas a nivel nacional para trabajar por un turismo sostenible, mejorar la calidad de los servicios ofrecidos a los turistas, mejorar los lugares conocidos y aumentar la conciencia de todos los ciudadanos, nuestro más importante. La actividad que genera divisas es el turismo para lo cual necesitamos su cooperación porque son un eslabón importante en la cadena de servicios. Las medidas para la promoción y popularización de los elementos culturales del turismo a través de eventos especiales pueden verse desde diferentes perspectivas.

6.2. Medidas de promoción: planeación

Las medidas tomadas para fomentar y promover los elementos culturales en el turismo mediante actividades especiales pueden considerarse desde diferentes puntos de vista.

6.3 Desarrollo del Turismo

6.3.1. El turismo como opción de Desarrollo

El turismo internacional y nacional proporciona un entorno en el que personas de identidades socioeconómicas y culturales a menudo diferentes entran en contacto entre sí, influyendo en los destinos turísticos de diferentes maneras. Estos impactos se han centrado tradicionalmente en los aspectos económicos, no solo porque son más fáciles de cuantificar y medir, sino también porque hay optimismo de que estos estudios mostrarán que el turismo proporciona un beneficio económico neto a los destinos turísticos. Sin embargo, por su propia naturaleza, el turismo opera en entornos y comunidades únicas y frágiles donde sus beneficios económicos pueden verse eclipsados por impactos ambientales y sociales negativos.

Los beneficios y costos del turismo afectan a dos grupos distintos. Por un lado, los turistas reciben beneficios e incurren en costos durante sus vacaciones. Por otro lado, los residentes del destino se benefician (no solo económicamente) del turismo, sino que también incurren en diversos costos.

El impacto del turismo depende del número y características de los turistas (duración de la estancia, actividades, medios de transporte, forma de organización turística, etc.). Además, el desarrollo del turismo está influenciado por la naturaleza de los recursos (características naturales, nivel de desarrollo, estructura política y social, etc.) y su estacionalidad.

El turismo se caracteriza por un gran aumento y disminución del consumo de sus productos en función de la mano de obra y los factores climáticos.

Conclusiones

El turismo se ha convertido en una importante actividad económica y en el sector de más rápido crecimiento para los generadores de empleo y fuentes de divisas en muchos países, y es una herramienta vital en la lucha contra la pobreza si se implementa de manera sostenible y equilibrada.

A partir del diagnóstico de competitividad, que tiene en cuenta los siguientes factores clave: conexión a los principales mercados de distribución, ofertas de naturaleza: espacios naturales protegidos, flora y fauna y pesca, expediciones; infraestructura turística, recursos humanos, promoción y finalmente costos, dictan que los países desarrollen cada día sus recursos para poder utilizarlos de manera sostenible. Hoy, los países, el Perú y la región aprovechan las oportunidades del mercado para desarrollar fuertemente esta actividad a través de planes estratégicos de turismo.

El turismo de naturaleza se ofrece en muchos destinos, tanto en el Perú como en el mundo, cada uno con diferentes ventajas y desventajas, y su desarrollo se atribuirá a la mejor manera de utilizar sus recursos.

Bibliografía

- ❖ Apostolopoulos, Yorghos, Ierivadi, Stella y Yianakis, Andrew (1996) *The sociology of tourism*, London: ROUTLEDGE.
- ❖ Buckley, Walter (1993), *La sociología y la teoría moderna de los sistemas*, Argentina: Amarrortu

Editores.

- ❖ Cooper, C. et. Al. (1997) *Turismo, Principios y Práctica*, México: Diana
- ❖ Greenwood, D, J, (1972) *Tourism as an agent of change : A spanish basque case*. *Etnology* 11 (1): 80-91
- ❖ Gunn, C (1994) *Tourism Planning : Basic, Concepts, Issues*, Washington: Taylor and Francis.
- ❖ Molina, Sergio (1986), *Planificación del turismo*, México: Nuevo Tiempo Libre.
- ❖ Gutiérrez Pantoja, Gabriel (1984), *Metodología de las ciencias sociales*, México: Harla.
- ❖ Mathieson, A y Wall, G (1982), *turismo: impactos económicos, físicos y sociales*, México: Trillas.
- ❖ Osorio García, Maribel (septiembre – diciembre 2000), *Nuevos Caminos para el estudio del turismo desde la teoría de sistemas*, México: *convergencia*, revista de ciencias sociales, Año 7, Núm 23.
- ❖ Ramírez Blanco, Manuel (1981), *teoría general del turismo*, México: Diana

- ❖ Ricaurte Carla, (2001), turismo, sustentabilidad y gestión local en el municipio de Ixtapan de la sal, México: tesis de maestría en estudios físicos y socioeconómicos del turismo, UAEM.
- ❖ Rodríguez Woog, Manuel, et al (1986), turismo alternativo, México: nuevo tiempo libre.
- ❖ Santana, Agustín (1998) Antropología y Turismo, Barcelona: Ariel.
- ❖ Schluter , Regina (2000) Investigación en turismo y hotelería, Argentina: centro de investigación y estudios turísticos.
- ❖ Stansfield, C (1978) Atlantic City and the Resort Cycle. Annals of tourism research, 5(2): 238-251