



SAN JOSÉ DE SISA

*Plan de Desarrollo Jurístico
2018 - 2025*



**DESARROLLO DE LA FASE I:
DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE DESARROLLO
TURÍSTICO LOCAL**

1.1 Autoanálisis



El distrito de San José de Sisa es un sitio de gran importancia agrícola dentro de la región San Martín, pero además se encuentra dentro del eje turístico centro conformado por 4 provincias (San Martín – Lamas .- Picota y el Dorado) este último tiene por nombre justamente la capital del Distrito de San José de Sisa, cuyas características y particularidades le dan una gran importancia regional, este tiene a su vez recursos turísticos importantes en su territorio como son las comunidades nativas e inclusive unas cataratas de 5 caídas durante su trayecto que atrae visitantes locales en su mayoría, si bien es cierto no es considerado como un destino priorizado en la región San Martín, San José de Sisa se encuentra sólo a una hora de la ciudad de Tarapoto considerado como la ciudad soporte en este trabajo.

San José de Sisa es un distrito pujante y tranquilo, su dinámica económica radica en la agricultura y la ganadería, cuenta con presencia de comunidades nativas kechwas que se dedican principalmente al cultivo del cacao, maíz, café, plátano, frejol e inclusive a la ganadería, lo que quizá ha ocasionado un alto índice de deforestación, en algunos lugares se elabora chocolate por medio de asociaciones de mujeres que reciben apoyo de algunas instituciones del estado y de la cooperación, todos estos lugares se encuentran a 15 y 30 minutos de San José de Sisa por carreteras afirmadas, hay moviidades que te pueden llevar a ellas e inclusive puede trasladarse en mototaxi y si es posible en moto lineal, algunas de las carreteras están en buen estado, pero en temporadas de lluvias es necesario tomar precauciones.

Esto le da motivos para que en un futuro esos recursos antes mencionados constituyan una fuente de ingresos más a las poblaciones que están asentadas a sus alrededores y así mismo el mismo distrito pueda mejorar en todos su aspectos con una visión de largo plazo, no solo como un sitio turísticos sino también como una ciudad saludable y sostenible.

Esto podría ser motivo suficiente para comenzar a planificar la ciudad como un sitio atractivo, limpio, tranquilo y seguro con calles muy bien cuidadas y pintadas y que el ornato mismo sea un sitio que llame la atención por sus características únicas y que también las comunidades se beneficien con la llegada de turistas locales, regionales y extranjeros pero en el segmento especializado, más adelante quizá nacionales que quieran vivir una experiencia ya sea de caminata y de aventura a las cataratas de Huaja o simplemente a una visita de alguna parcela de la comunidad en sus cultivos o quizá simplemente quedarse en un pueblo acogedor, tranquilo y relajado. El distrito

cuenta con servicios de alojamiento y restauración, pero hace necesario promover las inversiones en este sector con miras al turismo.



Actualmente los empresarios turísticos de la ciudad de Tarapoto vienen ofertando un recurso turístico que se encuentra en el trayecto al distrito de San José de Sisa desde la ciudad de Tarapoto, esto podría ser un indicador que en un futuro pueda ser considerado este lugar dentro de la oferta turística del Eje Centro, debido a su cercanía y fácil acceso que además se podría articular con las cataratas de Huaja que ya habíamos mencionado y podría ser una oportunidad para comunidades cercanas en beneficiarse de alguna manera con el turismo, brindando servicios de guiado, alimentación o entre otras cosas.



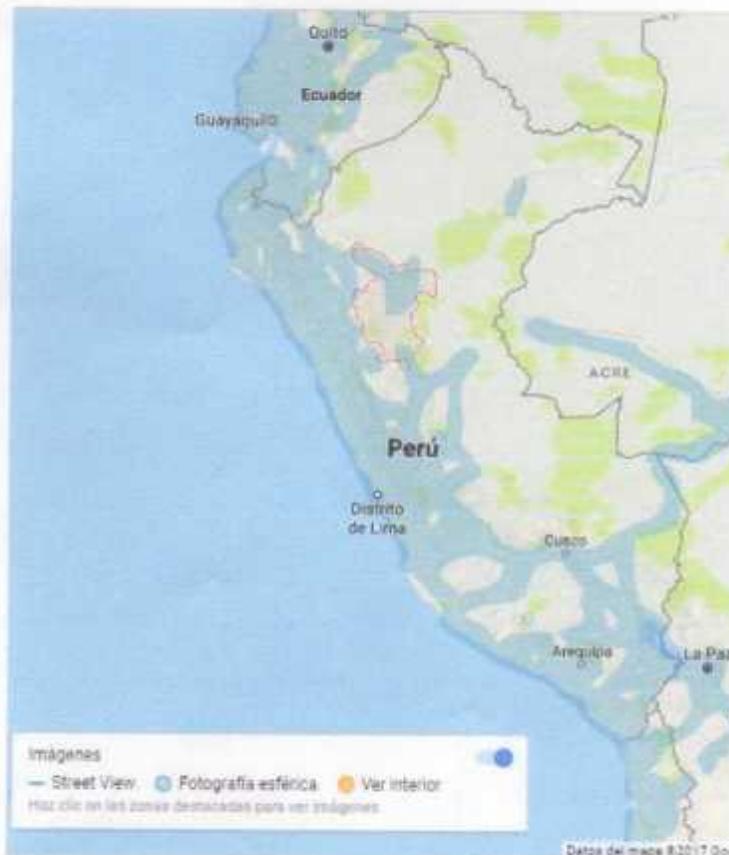
1.2 Análisis general del territorio

1.2.1. Delimitación geográfica:

Región: San Martín
Provincia: El Dorado
Distrito de San José de Sisa



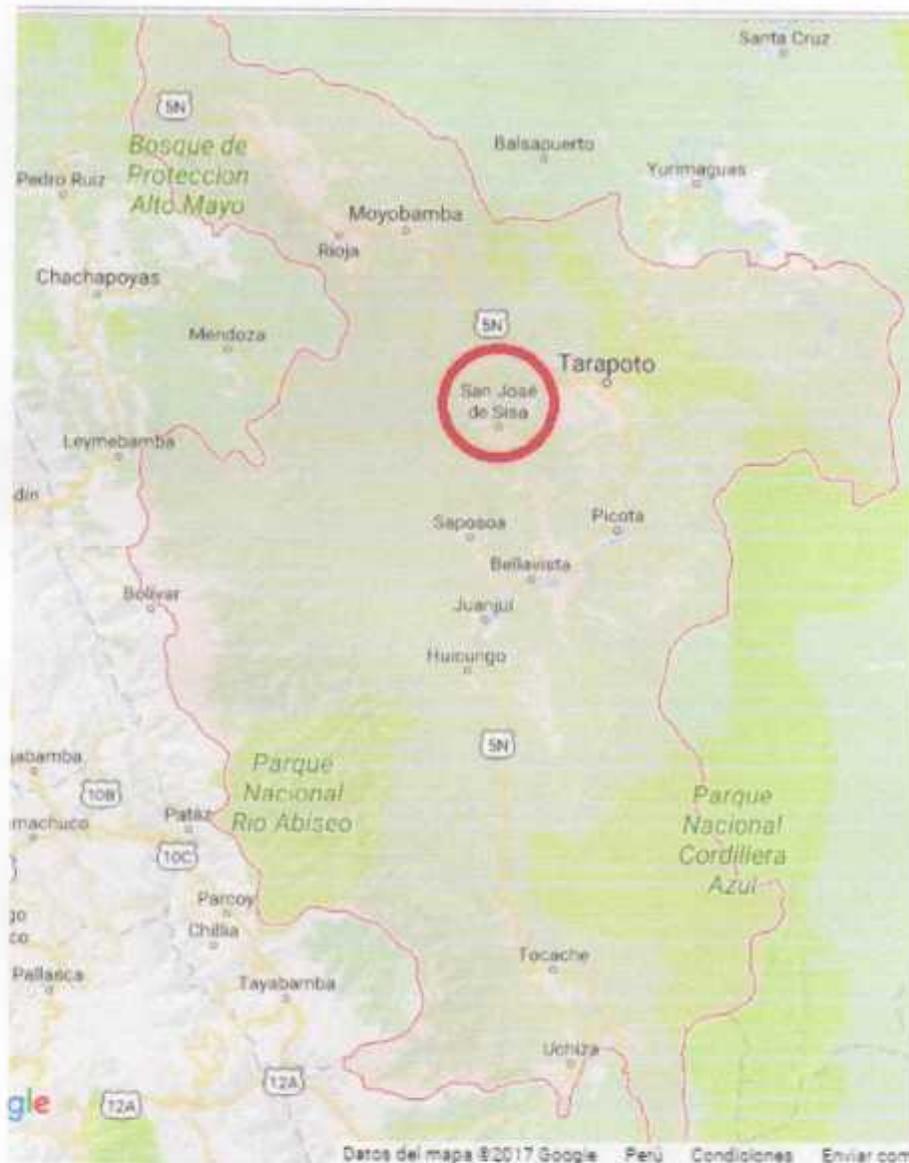
Grafico 01: Ubicación de la región San Martín en el mapa del Perú



El departamento de San Martín se encuentra en la parte norte de país, además está considerada fuertemente en el circuito nor amazónico y el destino Tarapoto también constituye un gran mercado local para el turismo interno dentro de sus zonas, tal como lo hace con Rioja, Moyobamba, Lamas e inclusive con Juanjui.



Gráfico 02: Ubicación del distrito de San José de Sisa en la región San Martín



El distrito de San José de Sisa está a 346 msnm a una latitud sur de 06°36'49" y una longitud de 76°41'35" ubicado a pocos kilómetros de la ciudad de Tarapoto o "destino Tarapoto" a pesar de ello durante su trayecto existen otros recursos turísticos que vienen siendo aprovechados por los pobladores y algunos empresarios turísticos que se dedican al turismo de aventura, tal es el caso de las cascadas de San Juan de Talliquihui, quien puede ser aprovechado estratégicamente para desarrollar un turismo de aventura completo hacia las cataratas de huaja que consta de 5 caídas, si bien es cierto huaja se encuentra más lejos puede ser aprovechado de una forma articulada.



Ubicación de San Martín

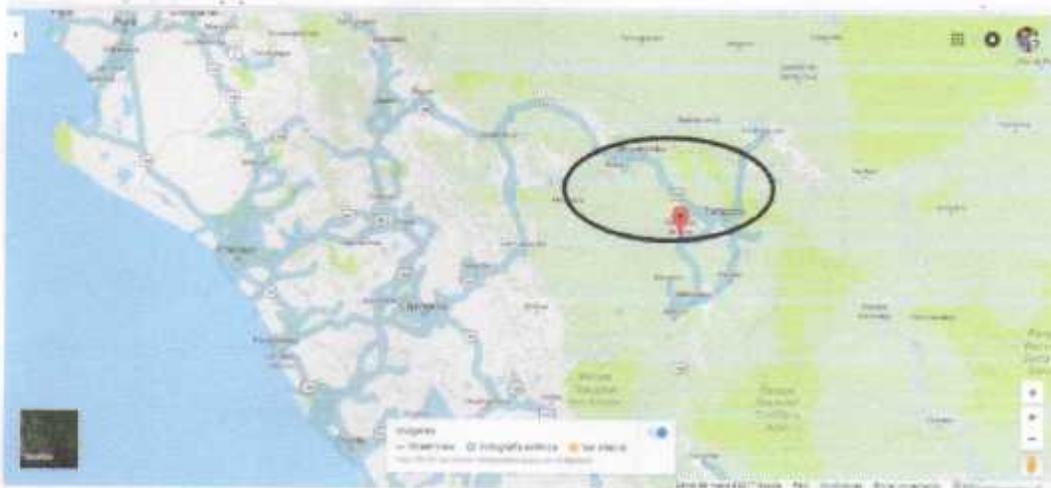


Ubicación del Dorado en San Martín



1.2.2. Accesibilidad.

El distrito de San José de Sisa cuenta con una carretera asfaltada desde la ciudad de Tarapoto, así como también tiene otra entrada por la ciudad de Bellavista, también con carretera asfaltada y en buenas condiciones, así es que se puede llegar con toda tranquilidad.



La vía de acceso principal es la carretera entre Tarapoto - San José de Sisa, a través de una carretera asfaltada de 50 Kilómetros aproximadamente desde la ciudad de Tarapoto los que le corresponde a la carretera marginal de la Selva Fernando Belaunde Terry encontrándose en óptimas condiciones de conservación, siendo la más transitada la carretera Fernando Belaunde Terry y gracias a ello se facilita el transporte de los productos agrícolas para su comercialización a las demás provincias sureñas y a la capital de la república



La red vial provincial de San José de Sisa, está compuesto por carreteras afirmadas, trochas carrozables y caminos de herradura; con una longitud de 218 kilómetros aproximadamente que son las vías que conectan a los centros poblados, caseríos de la provincia para poder extraer los productos agropecuarios a los mercados de comercialización. A la provincia el Dorado se puede llegar por dos carreteras:

1) Desde la ciudad de Tarapoto se regresa aproximadamente 12 kilómetros de la Carretera Marginal Norte hasta la altura del Kilómetro 603, entrando por una transversal de penetración al Distrito de Cuñumbuque de la Provincia de Lamas y de esta carretera a San José de Sisa existe una distancia aproximada de 48 Km. y por lo tanto la distancia aproximada de San José de Sisa a Tarapoto son aproximadamente 60 Km. siendo el tiempo de viaje en auto de aproximadamente de una hora de Tarapoto a San José de Sisa a través de una carretera que actualmente ya está asfaltada .

2) Desde la Ciudad de Bellavista, provincia del mismo nombre, pasando por el Distrito de Consuelo de Sisa, existiendo una distancia aproximada de 55 Km; siendo el tiempo de viaje en auto de aproximadamente hora con veinte minutos; y de Tarapoto a Bellavista por otra vía (Marginal Sur) se hace un tiempo aproximado de 2 horas en automóvil, por este sector la carretera es afirmada. La Villa San José de Sisa se encuentra en la parte central de la Provincia El Dorado y desde allí se puede tomar la movilidad respectiva para

dirigirse a los diversos distritos, centros poblados, caseríos y anexos de la provincia.

1.2.3. Infraestructura.

Con respecto a la infraestructura el distrito de San José de Sisa, cuenta con la mayoría de servicios básicos de un distrito tales como agua desagüe, servicio telefónico, servicios de salud, transporte, etc. A continuación detallamos los servicios identificados.

Cuadro N° 01: Análisis de Infraestructura del Distrito de San José de Sisa

INFRAESTRUCTURA	
Servicios	Condiciones
Luz	Cuenta con luz las 24 horas del día
Agua	Cuenta con agua potable solo 04 horas diarias
Desagüe	El distrito de San José de Sisa cuenta con desagüe, lo que no sucede lo mismo con el CPM Huaja
Servicios de Salud	Cuentan con servicios de salud y posta médica
Seguridad	Cuentan con rondas campesinas y con una sola comisaría
Vías internas	Las vías internas de la ciudad no están asfaltadas
Señalización	Cuentan con señalización deficiente
Bancos	Cuenta sólo con una sucursal del banco de la nación, Cooperativa San Martín de Porres, , Caja Paíta, Caja Municipal Piura, Nuestra Gente, Agro Banco, Caritas, Prisma y Bancos Comunes
Terminales de Transporte	Cuenta con dos (02) empresas de transporte local (Turismo Sisa y Cristo Morado)
Telefonía	Cuenta con servicio telefónico de varias empresas: Bitel, Claro, Entel y Movistar
Internet	Cuenta con internet en la localidad de San José de Sisa

Fuente: Elaboración propia



1.2.4. Territorial.

El distrito de San José de Sisa tiene una extensión de 299,90 km². Al 2007 tiene una población aproximada de 13,555 habitantes, y una densidad poblacional de 45 20 hab/km².



1.2.5. Social.

El 15% de la población de niños y niñas menores de 36 meses desnutridos por varios factores.



La problemática educativa de la provincia de El Dorado, muestra las características de las prácticas educativas tradicionales del ámbito rural, con un déficit no sólo en lo referente a la infraestructura, sino fundamentalmente a la calidad educativa.

El distrito de San José de Sisa cuenta con cincuenta y dos (52) instituciones educativas: dieciocho (18) IE nivel Inicial, quince (15) IE nivel primaria, siete (7) IE nivel Secundario, un (1) Instituto Superior Tecnológico - IST El Dorado, siete (7) instituciones nivel inicial no escolarizados, un (1) CETPRO San Martín de Porres y una (1) una escuela de Educación Básica Alternativa CEBA - Albert Einstein.



1.2.6. Cultural.

La ciudad de San José de Sisa, asentada en la confluencia de los ríos Sisa y Pishuaya, sobre una fisiografía limitada por las laderas de los cerros circundantes y limitada por los ríos, con una conformación urbana articulada al camino vecinal nexo de interconexión con la región.

La Provincia el Dorado fue creada mediante Ley N° 25931 del 8 de Diciembre de 1992, promulgándose el día 9 del mismo mes en el diario oficial el Peruano por el Presidente de la República Ing. Alberto Fujimori Fujimori. El Dorado, con su capital el Pueblo de San José de Sisa que se eleva a la categoría de villa por el presente Decreto Ley.

San José de Sisa tiene dentro de sus territorios varias comunidades nativas Quechua hablantes, así mismo esto debe ser fortalecido y trabajado de una forma articulada con los sectores de educación para fortalecer la identidad cultural de los pueblos y las generaciones futuras.

Las comunidades están un poco desarticuladas debido a la lejanía que tienen algunas de ellos sin embargo se viene trabajando actividades de cooperación y agrícolas.

Cuadro 02: Fiestas Tradicionales

Fiestas Tradicionales	Fecha
Patrón "SAN JOSE"	18 y19 marzo
CARNAVAL	2da.semana febrero
ANIVERSARIO DE LA PROVINCIA	09 - Diciembre

Fuente: INEI – Dirección Técnica de Demografía

1.2.7. Económica.

La economía del distrito de San José de Sisa se basa específicamente en la agricultura, con la cosecha de café, cacao, maíz, plátano y todo tipo de granos, así como también en un menor porcentaje en ganadería y extracción de la madera.

Otras actividades que tiene actualmente una participación es el comercio con la presencia de algunos restaurantes y hospedajes, así como también con empresas de transporte de pasajeros y carga.

La actividad turística tiene una menor participación económica, pero existen comunidades nativas quienes desarrollan productos artesanales a base del algodón y semillas, pero toda su producción agrícola puede ser una oportunidad en el turismo rural comunitario, también posee caídas de agua como las cataratas de Huaja que es una buena alternativa para el turismo de aventura especializada.

San José de Sisa cuenta con dos entidades bancarias una que es el Banco de la Nación y otra la Cooperativa San Martín de Porres.

1.2.8 Ambiental.

La Provincia El Dorado presenta un clima Semi seco cálido y una temperatura promedio anual de 25.0°C con una máxima de 38.4°C y una mínima de 12.5 °C y humedad relativa de 78.5% siendo la máxima de 80.0 % y la mínima de 77.0%, con una precipitación promedio anual de 1,157 mm siendo los meses de mayores lluvias desde Enero hasta Abril, la dirección predominante del viento es al norte con una velocidad promedio anual de 4.9 Km.

La Provincia El Dorado tiene Clima cálido húmedo todo el año, con variaciones notorias en el mes de junio "los fríos de San Juan" que coinciden con el solsticio de invierno. La temperatura baja en época de lluvia. El promedio varía entre 20° a 28°C. Como es de notar, las variaciones estacionales y el régimen de lluvias modifica el clima de la zona. Diciembre a los primeros días de enero, un breve verano con vientos fuertes; De febrero a mayo, Lluvias permanentes,

conocido como invierno en nuestra zona; De junio a septiembre, verano, variando los demás meses alternativamente sequías y lluvias



Hidrografía. El Sistema Hidrográfico está conformado por los ríos que desembocan en el Gran Río Amazonas, los principales ríos que recorren la región San Martín tales como el Marañón y el Huallaga, siendo este último alimentado por el Río Sisa por la Margen Izquierda formando extensos y ricos valles. La red fluvial de la provincia de El Dorado tiene como eje hidrográfico el Sisa. Entre los ríos más importantes tenemos río Sisa y el río Pishuaya.



Existen algunas zonas que vienen siendo utilizados como canteras minerales. Gran parte del territorio de San José de Sisa está degradado debido al crecimiento poblacional, tala y quema de bosques.

1.2.9. Político e institucional.



El soporte político institucional es estable debido a que se viene trabajando fuertemente con las comunidades aledañas y con algunos proyectos agrícolas y ambientales lo cual le da mucha llegada y empatía con la población, además están entusiasmados con proyectos sostenibles. Por ello a continuación vamos a detallar algunas leyes que respaldan la actividad turística desde el ámbito nacional, regional y local.

El Estado peruano, según la Ley General de Turismo N° 29408, emitida en el año 2009, considera el turismo un sector de interés nacional prioritario para el desarrollo del país, que debe ser incluido en los planes, presupuestos, programas, proyectos y acciones de los ministerios, gobiernos regionales, gobiernos locales y aquellas entidades públicas vinculadas a las necesidades de infraestructuras y servicios para el desarrollo sostenible de esta actividad.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR es el ente rector de toda la actividad turística y tiene la facultad de "aprobar y actualizar el Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR, así como coordinar y orientar a los gobiernos regionales y locales en la materia, fomentando el desarrollo del turismo social y la implantación de estrategias para la facilitación turística, inversión y promoción del turismo interno y receptivo, entre otras".

Asimismo, conforme a lo dispuesto en la ley, MINCETUR tiene las siguientes funciones:

- Emitir opinión técnica vinculante en materia turística.
- Respecto de los planes de manejo forestal de las concesiones para ecoturismo y de los planes de manejo complementarios para realizar actividades turísticas como actividad secundaria dentro de las concesiones forestales, como requisito previo a su



- aprobación por la autoridad competente.
- Fomentar el desarrollo de planes, programas, proyectos u otros similares referidos al uso turístico del patrimonio arqueológico, cultural, histórico y artístico a cargo del Instituto Nacional de Cultura (INC), en cuanto a lo que no fuera competencia de los gobiernos regionales o locales.
 - Aprobar la regulación ambiental de la actividad turística según la legislación ambiental vigente.
 - Promover el fortalecimiento institucional en el sector turismo, fomentando los espacios de coordinación públicos y privados para la gestión y desarrollo de la actividad turística, así como la protección y seguridad al turista en cuanto a lo que no fuera de competencia de los gobiernos regionales o locales.
 - Formular los planes y estrategias nacionales de promoción del turismo interno y receptivo.
 - Coordinar con las autoridades competentes las acciones vinculadas a la elaboración de los instrumentos de gestión del patrimonio cultural inmueble de la Nación, en los que respecta a su uso turístico.
 - Promover la formulación de normas de seguridad integral de los turistas y de acceso eficiente al sistema de administración de justicia.
 - Emitir opinión técnica respecto de los instrumentos de gestión del patrimonio cultural inmueble de la Nación en lo relativo a su uso turístico, como requisito previo para su aprobación.
 - Coordinar, orientar y asesorar a los gobiernos regionales y locales en el desarrollo de sus competencias en la materia.
 - Expedir los lineamientos para la elaboración y actualización del Inventario Nacional de Recursos Turísticos, así como organizarlo y mantenerlo actualizado.
 - Diseñar y ejecutar planes, proyectos y programas destinados a la promoción del turismo social.
 - Coordinar, dirigir, ejecutar y supervisar los proyectos de inversión pública de interés turístico de nivel nacional y prestar apoyo para la ejecución de proyectos turísticos a los gobiernos regionales, locales y otras entidades públicas que lo requieran.
 - Coordinar con las autoridades competentes el desarrollo de mecanismo y la aprobación de procedimientos de facilitación turística.

El Gobierno Regional de San Martín mediante la Dirección Regional de Comercio exterior y Turismo DIRCETUR-SM, basándose en los lineamientos nacionales para el desarrollo turístico; a enfocado a la región San Martín como un escenario multidestinos, gracias a la amplia variedad de recursos que alberga y los elementos que lo integran como su clima, geografía, biodiversidad y demás; capaz de ofrecer a sus visitantes la posibilidad de disfrutar de productos diferenciados y acordes a sus

motivaciones, gustos y preferencias; espacios dispuestos a ofrecer experiencias distintas y complementarias, que permiten ampliar su oferta turística convencional y descentralizar la demanda de servicios a nivel regional.



En este marco, el gobierno regional de San Martín establece las estrategias a desarrollar en conjunto con los diversos actores públicos y privados, ello como factor clave y necesario para mejorar y lograr el desempeño turístico aspirado. Toda región que desee ser turística, se compone de varios municipios, cada uno de los cuales tiene recursos y/o atractivos de singular belleza que ofrecer, por ese motivo, es relevante destacar y no olvidar, que son los municipios la unidad primaria y básica para el desarrollo turístico, en ese sentido, cada uno de ellos debe constituirse en el líder del proceso de desarrollo turístico aspirado, actuando como puente entre la comunidad, los empresarios y la administración pública; orientando sus esfuerzos hacia un único fin: Consolidar la región como un destino de selva accesible, seguro y competitivo.



El Proceso consiste en definir, desarrollar y promocionar una oferta turística regional competitiva, de calidad y diferenciada; y en aplicación de la Resolución Directoral Regional N° 001-2017-GORESAM/DIRCETUR, se compone de 2 etapas:

I Etapa: Priorización, Promoción y Comercialización

Se ha considerado pertinente exigir a los recursos turísticos, cumplir con una serie de condiciones básicas que permitan a nuestros visitantes contar con las facilidades necesarias que aseguren su integridad y una buena experiencia:

- Formalidad: Debe figurar en el Inventario Regional
- Accesibilidad: Debe contar con Vías de acceso en buen estado y mantenimiento, desde la ciudad capital de la provincia donde se encuentra hasta la comunidad más cercana, de igual forma desde la comunidad cercana hasta el recurso en sí.
- Administración: debe encontrarse a cargo, cuidado y/o bajo responsabilidad de una institución y /u organización formalmente establecida, que se encargue del mantenimiento permanente y operación del lugar.
- Servicios Turísticos Básicos: debe contar mínimamente con infraestructura de necesidades básicas de acuerdo a su naturaleza y ubicación.

II Etapa: Desarrollo de Productos Ancla

- Formalidad: debe figurar en el inventario Nacional de Recursos Turísticos
- Jerarquía: Debe encontrarse jerarquizado
- Demanda: debe contar con una demanda verificable



- Relevancia en el destino: debe aportar a ajustarse a la vocación turística del destino y / eje geográfico en que se ubica.
- Saneamiento: el área aprovechada turísticamente debe encontrarse formalmente registrada a favor del estado.
- Sostenibilidad: debe existir el compromiso de un interesado en la operación y mantenimiento.



Según la Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades, artículo 73° Literal 4 incisos 4.5 es rol de la Municipalidad fomentar el turismo sostenible y la regularización de los servicios destinados a ese fin en cooperación con las entidades competentes; a nivel de Gobierno Local existe la voluntad por parte de las autoridades para trabajar la presente herramienta de gestión, ya que se reconoce el potencial de los recursos turísticos con los que cuenta la localidad y se valora a la actividad turística como una alternativa de desarrollo del distrito.



Las autoridades del distrito de San José de Sisa muestran interés en la actividad turística, porque consideran que tienen recursos turísticos importantes que pueden apalancar presupuesto que les permita desarrollar proyectos de inversión pública, así mismo dar más trabajo a los pobladores locales quienes se beneficiarían por la actividad turística, en la actualidad recién están implementando dentro de su organigrama un espacio para la gestión turística no sólo para su distrito sino también para la gestión de toda la provincia, sin embargo en la actualidad no está implementada porque aún no cuentan con presupuesto para poder cubrir esta inversión.

1.2.10. Problemática más resaltante.

CUADRO 03. PROBLEMÁTICA DEL TERRITORIO

N°	Principales necesidades y oportunidades priorizadas
01	Crecimiento urbano desordenado
02	Perdida de la identidad cultural
03	Deforestación
04	Deficiente señalización
05	Descuido del ornato de la ciudad
06	Inadecuada gestión de los desperdicios y residuos sólidos
07	Débil aprovechamiento de las fortalezas de las comunidades nativas
08	Deficiente inversión de mantenimiento de los caminos hacia las localidades con potencial turístico
09	Insensibilización de los pobladores en el tema ambiental
10	Débil promoción y fortalecimiento de las comunidades nativas locales

1.3 Análisis de la oferta

1.3.1. Delimitación del espacio turístico.

Gráfico N° 3 : Destinos de la Región San Martín



Fuente: DIRCETUR – SAN MARTIN (2016)

Gráfico 04: Espacio turísticos del distrito de San José de Sisa



Fuente: Elaboración propia

Como pueden ver en el gráfico la mayor oferta turística se encuentra en la ciudad soporte, que en nuestro caso es "Tarapoto", sin embargo en nuestro



caso también vamos a considerar al mismo San José de Sisa como un lugar que también oferta algunos servicios turísticos para la facilidad del visitante porque cuenta con empresas que brindan servicios de alimentación y hospedaje y otros servicios como bodegas donde expenden alimentos o bebidas para los visitantes.

Por otro lado existen muy cerca de San José de Sisa algunas comunidades nativas donde realizan tejidos y elaboración de chocolate que son comercializados a diario, así mismo también pueden compartir sus costumbres.



Comunidades nativas:

Se encuentran situadas en varias comunidades, es fácil de llegar si bien es cierto no son comunidades aisladas, pero se encuentran en todo el territorio, su principal característica, es que la mayoría aún conservan sus actividades cotidianas en la casa y en la chacra que pueden ser aprovechados de manera sostenible, ya que ellos guardan saberes ancestrales únicos para la siembra y cosecha de productos comestibles y medicinales, hasta la elaboración de la cerámica esto los hace únicos.



1.3.2. Situación de los recursos y atractivos turísticos

A. Situación de los servicios turísticos

1.- Comunidad Nativa Chirik Sacha: (DIRCETUR, 2017)

Comunidad que se encuentra a 5 minutos de la plaza Mayor de la Provincia de El Dorado, la vía para llegar a esta comunidad es *asfaltada – afirmada*. Presentan muestras culturales y costumbristas como: Artesanía (Tejidos, platos de barro, ollas, etc.) y el uso de plantas medicinales como (uña de gato, pampa orégano, hierba luisa, albaca negra, etc.). Cabe mencionar que estas manifestaciones no son elaborados con fines turísticos si no con un fin de consumo y uso doméstico de los mismos nativos.

Su demanda es regional, nacional e internacional y llegan por motivo de conocer las costumbres e intercambio cultural con los nativos. Estos visitantes no llegan por su cuenta (planifican ellos mismo su viaje) si no por cooperación de Asociaciones Privadas los cuales planifican el viaje y coordinan con los encargados (Apus) para el desarrollo de las actividades.

No existe planta turística (Establecimientos de Hospedaje ni restaurantes), para que el turista pueda pernoctar en la comunidad, cuando se trata de alimentación se organizan (mujeres nativas) para poder preparar platos en olla común. Tampoco cuentan con fiesta patronal para poder incluirlo como interés turístico para los turistas.

2.- Comunidad Nativa Pahuana Anak: (Nauta) (DIRCETUR, 2017)

Ubicada a 10 minutos de la plaza de armas de la provincia, su accesibilidad presenta una carretera asfaltada y afirmada. Entre sus costumbres más resaltantes figuran la fiesta costumbrista WARA QUEO la cual se desarrolla del 10 al 13 de enero y consta en que los directivos entregan sus cargos a los nuevos (ronderos y barawoks) y la Fiesta del Patrón "San Antonio de Padua" que se realiza del 08 al 14 de Junio, entre las actividades que se desarrollan tenemos el albazo, elaboración de chica, pandillas, boteo y pateo. Esta comunidad también elaboran tiestos (platos y ollas de barro), las cuales no son con fines comerciales y turísticos si no para el uso diario de la población.

En lo que respecta a la planta turística no tienen restaurante ni establecimientos de hospedaje formalmente, presentan un lugar donde expenden comida previa coordinación y un lugar donde alquilan cuartos. Todo esto lo organizan previa confirmación de llegadas de visitantes. Cuentan además con dos recursos naturales: Catarata de Sanguillo y catarata del Alto Pauillo; sin embargo no existe interés de la comunidad para promocionar ni planificar en base a estos recursos.

Su demanda es internacional y la motivación para visitar la comunidad se enmarca en intercambiar cultura, costumbres, gastronomía y bebidas típicas; además de pernoctar en la casa de algún nativo, esto refuerza la modalidad de turismo que se puede desarrollar: Turismo vivencial y/o turismo rural comunitario. Como dato adicional existe la Asociación con Oportunidades Cristianas NINATS Y JOC, la cual se encarga de "llevar" a los turistas internacionales a la comunidad.

3.- Comunidad Nativa Coparsacha: (DIRCETUR, 2017)

Ubicada a 20 minutos de la plaza de la provincia, al igual que las otras comunidades el acceso es a través de carretera asfaltada – afirmada, su estado es regular ya que existen en algunos tramos baches y segmentos pedregosos. Su actividad principal se centra en la elaboración y comercialización del chocolate artesanal, presidida por la Asociación de Mujeres CHOCO WARMIS; presentan entre sus variedades chocolates artesanales con maní y choco tejas rellenas con crema de uva. Esto constituye atraktividad para el visitante, mostrándole el proceso de elaboración, parcelas de cacao, degustación, entre otros.

La demanda es local – internacional, y llegan por convenios con la Asociación Paz y Esperanza; uno de los problemas es que no cuentan con espacio para exhibir sus productos. Participan en ferias regionales y nacionales, oportunidad para promocionar su producto.

Existe un recurso natural: Laguna de Huapinalli, la cual se encuentra en mal estado y descuidada por parte de la municipalidad.





La comunidad también es conocida como Santa Cruz y también cuentan con una asociación de mujeres que se dedican a la elaboración de cerámica y elaboración de pretinas y chumbes a base de algodón, también pueden dar servicio de alimentación, previa coordinación con la presidenta de la asociación de Choco Warmis – Delly Neyra Portocarrero al #942632994.

4.- Cataratas de Huaja

Gráfico 05: Inventario Turístico de Huaja



CATARATA DE HUAJA



- † Departamento : SAN MARTIN
- † Provincia : EL DORADO
- † Distrito : SAN JOSE DE SISA
- † Categoría : 1.- SITIOS NATURALES
- † Tipo : 3.- Caídas de agua
- † Subtipo : Cataratas/Cascadas
- † Jerarquía : - Por Jerarquizar.



Descripción: Se encuentra ubicada en la comunidad de Alto Huaja en el Distrito de San José de Sisa, el principal afluente que alimenta a la Catarata es la quebrada que da origen al nombre del Centro Poblado Huaja. Durante el recorrido se observa una frondosa vegetación con gran variedad de orquídeas, bromelias (*Mezobromelia capituligera*), plantas maderables como la catahua (*Hura crepitans*), paliperro (*Vitex Sp*), mashonaste (*Clarisia racemosa*), capirona (*Calycophyllum spruceanum – Benth*), bolaquiro y medicinales como el ajo shacha (*Mansoa allinacea*), ashnapanga (*Siparuna echinata*), shapilloja, rosa sisa (*tagetes erecta*), sacha wiro, chiric sanango (*brunfelsia grandi*). Esta Catarata presenta 05 caídas de aguas voluminosas y cristalinas, cada una de ellas tiene un nombre propio, según el profesor Wilian Guerra Valera (poblador sisino antiguo) la primera caída se denomina la "Enigmática" mide 3 mts de altura, la segunda se denomina la "Bienvenida" con 4.5 mts de altura, la tercera lleva el nombre de "Huakanki" con 40 mts de altura, la cuarta caída lleva el nombre de la "Hija" tiene 55 mts de altura, porque nace de la quinta caída la cual es la más predominante de aproximadamente 80 mts de altura, similar a un velo de novia de allí el nombre de la "Elegante". Tiene una temperatura de 15° C, una altura de 808 m.s.n.m y una profundidad de 3 mts.

Particularidades: Reconocimiento como Recurso Natural y Emblemático de la provincia de El Dorado, mediante Ordenanza Municipal N°0024-2015-MPD.



El acceso a este recurso es en primer lugar en camioneta, motocar o moto lineal a 5km de San José de Sisa para llegar a Huaja y luego a Alto Huaja desde allí usted tiene que caminar 8 km aproximadamente a pie por un camino de herradura. Allí usted solo puede tener acceso a Luz, agua y teléfono.



Este recurso es el único que se encuentra registrado en el inventario turístico y se encuentra en el CPM Huaja – Alto Huaja constituye unas cinco caídas de agua, tiene no solo belleza paisajística sino también un alto valor en flora y fauna, al dirigirse a estas cataratas por un camino de herradura usted podrá ir disfrutando de los campos de cultivo de maíz, frejol, café, cacao entre otros.

Las actividades que pueden desarrollarse en estos lugares son caminatas, observación de la naturaleza, fotografía, turismo rural comunitario, escalada de montaña, etc.

5.- Cascadas de Talliquihui



Recurso turístico ubicado a 24,5 Km desde Tarapoto hacia el distrito de San José de Sisa, al margen izquierdo de la carretera, este recurso viene siendo administrado por los mismos propietarios del predio que involucra este recurso, han mejorado el acceso con barandas y pasamanos, se encargan de la limpieza y cuidado del lugar, también brindan el servicio de baños, alimentación y servicio de estacionamiento, no cuenta con señalización, pero existen empresarios de Tarapoto que ofertan este sitio como turismo de aventura porque realizan rappel.



Estos recursos pueden constituir una actividad complementaria para ayudar a sus ingresos familiares, donde pueden incluir a las mujeres en la actividad turística como parte importante ya se brindando alimentos o mostrándoles y enseñándoles el trabajo y la vida en el campo.



Son muy pocos los pobladores que se dedican al servicio de guiado u orientación turística, pero es una alternativa ideal para desarrollar el turismo hacia las cataratas y hasta las mismas comunidades nativas.



En el distrito de San José de Sisa usted podrá encontrar también alojamientos y servicio de restaurante, existen también algunos colegios e instituciones que llegan a visitar los lugares por propia iniciativa, pero en el mismo lugar no existen servicios de agencias de viajes y tour operadores por ese motivo a continuación vamos a detallar algunas características de oferta del distrito de San José de Sisa, así como también de la ciudad soporte Tarapoto.

1.3.3. Situación de los servicios turísticos e inversiones en el distrito

A. Situación de los servicios turísticos

1.- Establecimientos de Hospedajes



Fuente: DIRCETUR – SAN MARTIN (2016)

Existen establecimientos de hospedaje que se encuentran en el mismo distrito de San José de Sisa, como pueden ver en el gráfico ninguno de ellos cuenta con categoría, pero cuentan la mayoría de ellos con 16 habitaciones que pueden albergar hasta 32 visitantes ya que es el número de camas disponibles en dicho servicio. La mayoría de ellos alquilan las habitaciones de forma mensual y falta actualizar sus documentos principales como licencia de funcionamiento, defensa civil y salud. No se encuentran registros de muchos

visitantes, el servicio y las habitaciones tienen una calificación de bajo, porque habría que mejorar muchas condiciones de la habitación para un buen servicio.

2.- Establecimientos de Restaurantes



Fuente: DIRCETUR – SAN MARTÍN (2016)

En el rubro de restaurantes San José de Sisa cuenta con 04 empresas registradas con una capacidad de 40 mesas y 160 comensales, la mayoría de ellos brindan servicio de pensión y platos a la carta. Además cuentan con otro tipo de servicios que tienen que ver con la venta de bebidas. Sin embargo hace falta inversiones en este sector, las condiciones de salubridad es regular para la atención a los visitantes, muchas veces la gente también opta por el mercado central de la ciudad de San José de Sisa y algunos lugares donde venden dulces y refrigerios.

3.- Establecimientos de Agencias de Viajes y/o Tour Operadores

San José de Sisa no cuenta con servicio de Agencia de Viajes y Tour Operadores, sin embargo la ciudad soporte en este caso "Tarapoto" si cuenta.

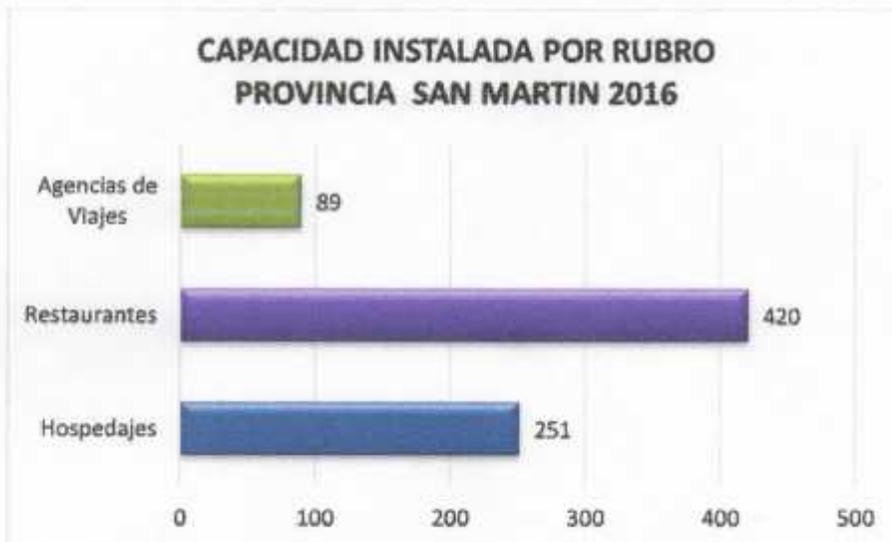
Tarapoto es el centro comercial de toda la región San Martín, aquí más que todo se concentran las agencias de viajes y tour operadores que facilitan a los visitantes su llega a los destinos turísticos de toda la región como : Alto Mayo, Lamas, Laguna Azul, Ahuashiyacu, Río Abiseo y en muchos casos a destinos no convencionales, como es el caso de San José de Sisa, en el mismo trayecto, muchas empresas ya llevan turistas a las cascadas de San Juan de Talliquihui que es un recurso que se encuentra en el mismo trayecto a la ciudad, en estas cascadas pueden bañarse con facilidad y comodidad, además practican el rapel, pero que aún no está registrado en el inventario turístico, pero ya forma parte del circuito del turismo de aventura que puede ser muy bien aprovechado por San José de Sisa.

Como puede observar unas 89 empresas de agencias de viajes y turismo según los datos de DIRCETUR (2016) Pero estas aún no ofertan San José de Sisa o las cataratas de Huaja.



Fuente: DIRCETUR – SAN MARTIN (2016)

La provincia de San Martín en sí cuenta con un total de 89 agencias de viajes, 420 restaurantes y 251 hospedajes como pueden apreciar en el siguiente cuadro.



Fuente: DIRCETUR – SAN MARTIN (2016)

4. Servicios de Guiado y Orientación Turística

No cuenta con guías oficiales pero si con algunos orientadores turísticos locales que tienen conocimientos básicos del lugar, a estas personas sólo puedes ubicarles en la misma comunidad del recurso a visitar, no existe en el mismo distrito, en la municipalidad deberían darte esta referencia, pero son pocos los interesados en brindar el servicio. Además no tienen preparación técnica en guiado ni otros temas, la mayoría son pobladores locales que conocen el sitio y que sólo acompañan a las personas que quieren ir a conocer el lugar, en su mayoría dan el servicio a las personas locales, colegios y en algún momento a pobladores extranjeros. El precio que nos dieron a cobrar en la comunidad de Huaja y Alto Huaja es de S/ 30.00 a S/. 50.00 nuevos soles, pero previa coordinación con las autoridades del lugar. Debería haber un directorio de los que brindan el servicio de guiado en el mismo distrito de San José de Sisa.

5. Artesanos

Existen comunidades nativas y mujeres organizadas en la localidad de Santa Cruz así como también en otras comunidades, todos ellos deben ser visitados también previa coordinación, aquí usted podrá encontrar también artesanías a base de barro, tejidos, chumbes, pretinas a base de algodón y también pueden formar parte de una propuesta del circuito turístico de San José de Sisa.

6. Servicios turísticos complementarios

No existen personas o empresas proveedoras de servicios turísticos complementarios, algunos de ellos manifiestan brindan servicios de alquiler de caballos o visita a una zona cafetalera, cacaofera o de granos, pero no saben el precio a cobrar, sólo en el caso del alquiler a caballos nos manifestaron que cobran S/ 20.00 nuevos soles.

7.- Servicio de transporte hacia la localidad

San José de Sisa cuenta con dos empresas de transporte que te pueden trasladar hasta el mismo distrito cada una de ellas cuentan con 50 unidades móviles (autos y camionetas) sin embargo también puede llegar en motocicleta, el pasaje en auto tiene un costo de S/ 11.00 nuevos soles. Desde San José de Sisa, usted también puede hacer uso del servicio de mototaxis o simplemente también dirigirse en motocicleta, el precio oscila según la distancia entre 5 a 10 soles a las comunidades.

Fotos Empresas de Transporte



B. Situación de la inversión en el distrito

Existen pocas inversiones públicas o privadas vinculadas a la actividad turística en la localidad, ya que su principal actividad es el comercio, por otro lado hace necesario promover las inversiones en recreos campestres o turísticos, discotecas, restaurantes y alojamientos o en cualquier otro centro de diversión o esparcimiento (**sugerencias dadas en algunas entrevistas**)

CUADRO 04: PROBLEMÁTICA DEL TERRITORIO

N°	Principales Necesidades y Oportunidades
01	Escaso inventario turístico de los recursos de San José de Sisa
02	Escasa inversión en los recursos turísticos
03	Escasa inversión en la infraestructura turística
04	Escasa inversión en la planta turística
05	Escasa inversión en las facilidades turística
06	Inexistencia de organizaciones para el servicio de orientación o guiado turístico
07	Deficiente inversiones de servicios turísticos como alquiler de caballos, paseos, visitas a centros artesanales o comunidades
08	Inexistencia de inversiones públicas en turismo
09	La zona de afluencia turística no tienen información de los recursos turísticos
10	Servicios de empresas de transporte deficientes para el transporte de turistas hacia los destinos



1.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

1.4.1 Llegadas y estadísticas de la Demanda

En el turismo, los números son muy importantes es por ello que en este punto vamos a analizar la demanda de acuerdo a los datos que tenemos por medio de los estudios realizados por MINCETUR – PROMPERÚ y el GOBIERNO REGIONAL DE SAN MARTÍN por medio de la DIRCETUR, pues conociendo sus preferencias, necesidades y expectativas podemos ofrecerles un producto turístico acorde al perfil del visitante que genere disfrute y una agradable experiencia, el Plan Estratégico Nacional de Turismo PENTUR - 2025 nos muestra un panorama del turismo a nivel Mundial y su repercusión en el mercado Nacional mostrando las siguientes características:

TENDENCIAS DEL TURISMO A NIVEL MUNDIAL

Según las previsiones a largo plazo de la OMT, incluidas en Tourism Towards 2030 (Turismo hacia el 2030), entre el 2010 y el 2030, las llegadas de turistas internacionales crecerán un 3,3% cada año a nivel mundial, hasta alcanzar los 1 800 millones.

Se estima que para el año 2030, el 57% de las llegadas internacionales serán registradas en países con economías emergentes. Luego de África (4,6%), el mayor crecimiento se verá en el Asia y las regiones del Pacífico (4,2%) hasta alcanzar los 535 millones de llegadas internacionales.

Para el caso de las Américas, se estima que los arribos alcanzarán los 199 millones para el año 2020 y los 248 millones para el año 2030. Mientras que en Sudamérica se registrarán alrededor de 58 millones de llegadas de turistas internacionales, abarcando el 3,2% de la cuota del mercado mundial para el 2030, cifra superior a la registrada en el 2010: 2,5% (OMT, 2014).

MACROTENDENCIAS MUNDIALES CON EFECTO EN EL TURISMO

Hoy existen nuevos factores y motivaciones que mueven al público en el sector turismo. Es indispensable tomar en cuenta las novedades en gustos y en la búsqueda de experiencias para garantizar el éxito en el sector.

La búsqueda de una oferta turística personalizada, variada y diseñada especialmente para aprovechar al máximo su dinero y tiempo. Así, surgen oportunidades para el sector, ya que permite descentralizar los destinos turísticos en el Perú de manera que la oferta no se centre solo en Machu Picchu. En este contexto, actividades complementarias como





la gastronomía cobran importancia y pueden convertirse en factores decisivos para que el viajero tome una decisión del destino que visitará. Los viajeros buscan destinos exclusivos y tener algo a los que muy pocos puedan acceder. Buscan explorar los lugares más exóticos y vírgenes del rincón del planeta, lejos de grandes propuestas de servicios turísticos con miles de turistas, viviendo experiencias únicas e irrepetibles. Esto presenta una oportunidad de diversificar la oferta turística, ofreciendo lugares que no son conocidos a pocas personas, brindando servicios de alta calidad.



Los viajeros están conectados con la tecnología. Ellos usan Smartphone, Tablet o cualquier herramienta para informarse, compartir experiencias y resolver problemas durante su viaje. Utilizan las aplicaciones que estos dispositivos ofrecen y que hacen su viaje más sencillo: el traductor de idiomas, el lector, la guía de calles, las audio guías, entre otras.



El viajero equilibrado busca disfrutar de sus vacaciones a través del bienestar y la satisfacción espiritual, mental y física. Aparece como oportunidad para el sector desarrollar actividades y servicios como centros de yoga, meditación, recuperación o rejuvenecimiento, así como incrementar la oferta de restaurantes de comida saludable y orgánica, que vienen siendo nuevas alternativas para nuestro fuerte gastronómico. Asimismo, desarrollar los Centros Termales y generar la puesta en valor de sitios energéticos como el Valle sagrado, el desierto y la selva.

Finalmente, existe la fuerte tendencia de viajero responsable que busca alternativas de destinos sostenibles y que prefiere lugares comprometidos y amigables con el desarrollo del entorno, ya sea social como natural.

SEGMENTACIÓN DE LA DEMANDA

La segmentación de la demanda permite aprovechar oportunidades en mercados donde no se pensaba estar. Para ello, es necesario dirigir nuestras estrategias de comunicación hacia la determinación de los canales y crear mensajes con contenidos relevantes para cada target.

Asimismo, se debe determinar quiénes son nuestros aliados estratégicos en función a su relevancia en nuestros targets y enfocar mejor las inversiones en cada mercado de interés, diversificando la oferta y apoyando con información más detallada al tour operador para generar ofertas más competitivas.

Segmentación por Ciclo de vida

- **Solteros**



Buscan conocer gente con quien puedan realizar actividades en común. Son hombres y mujeres de 35 a 59 años, de nivel socio económico A y B+. Han llevado estudios superiores y entre las actividades que buscan se encuentran el sol y la playa, tener experiencias culturales urbanas y visitar lugares ícono. Ellos viajan solos o en grupo, y los medios de información que utilizan son las recomendaciones de familiares y amigos o se informan a través de Internet. Sus medios de compra son agencias de viaje online y agencias de viaje presenciales.

- **Parejas**

Buscan compartir momentos juntos, construir recuerdos y escapar de la rutina. Son hombres y mujeres de entre 25 a 50 años, de nivel socio económico A y B+ con estudios superiores. Entre las actividades que buscan se encuentran el sol y la playa, las experiencias culturales urbanas y el turismo de naturaleza.

Suelen viajar en pareja y/o en grupo de parejas. Los medios de información que utilizan son las agencias de viaje, las recomendaciones de amigos y familiares; y las revistas online y redes sociales. Sus medios de compra son agencias de viaje online y agencias de viaje presenciales.

- **Estudiantes**

Buscan ampliar sus conocimientos en el extranjero, así como su expansión social y cultural. Es decir, buscan un beneficio personal y profesional. Son hombres y mujeres de 20 a 35 años. Este segmento se divide en dos sub-segmentos: pre - postgrado y voluntariado.

Entre las características de este segmento destaca que ellos viajan con amigos y parejas, en "grupo" o con un agente especializado de la universidad o instituto al que pertenecen. Los medios de información que utilizan son las recomendaciones de amigos, los puntos informativos de la universidad y el Internet (redes sociales, blogs de viajes). Sus medios de compra son las agencias especializadas en viajes para estudiantes, aerolíneas, hoteles online y los puntos de información de la universidad.

Segmentos de acuerdo al estilo de vida

- **Los Millennials** Son los nacidos entre 1979 y 1995 (18 a 34 años de edad) y se caracterizan por haber internalizado en su vida cotidiana la tecnología. Según una investigación realizada por la World Youth Student and Educational Confederation (2014), los Millennials tienen como principales motivaciones de viaje: interactuar con residentes locales del destino que visitan y vivir como uno de ellos, incrementar sus conocimientos y obtener recuerdos memorables y significativos de cada viaje que realizan. Es decir, que buscan vivir una

experiencia auténtica cuando viajan porque todo lo que hacen tiene un significado particular para su vida y el planeta.



Asimismo, son personas que se preocupan por la situación del medio ambiente, la inequidad social y la situación económica mundial. Sus decisiones son en base a aspectos más diversos, y si bien presentan una actitud más flexible al adquirir productos y servicios, demandan compromisos reales de la empresa con la sociedad y el planeta, e incluso demandan que la empresa que le brinda servicios turísticos se convierta en un medio para afianzar sus valores éticos. Permanecen, en promedio, once noches (una noche más, en comparación con el 2013). El 63% se hospeda en hoteles y hostales de 1 o 2 estrellas, mientras que el 35% prefiere los alojamientos de 3 estrellas. El gasto promedio por persona, asciende a US\$ 1086. Principalmente utilizan el Internet como medio de información, la mayoría viaja por cuenta propia y la preparación del viaje suele tomarles entre uno o cuatro meses de anticipación.

Nichos especializados

- **Los trekkers** Buscan destinos remotos e inaccesibles. Son hombres y mujeres de 30 a 59 años, de nivel socio económico A y B+ y con poder adquisitivo alto. Proviene de Alemania, Argentina, Australia, Brasil, Canadá, Estados Unidos, Francia, Holanda, Italia, Países Nórdicos y Reino Unido.



Viajan solos, pero también con su pareja o con amigos. La mayor parte de viajeros organizan el viaje por cuenta propia y como medios de información cuentan con el Internet, agencias de viaje, así como recomendaciones de amigos y familiares o a través de redes sociales. Los medios de compra son por cuenta propia y en menor medida, por agencias de viaje.

TURISMO EN EL PERÚ

El turismo en el Perú ha mantenido un crecimiento continuo en la llegada de turistas internacionales durante el periodo 2011-2015, registrando un crecimiento promedio anual de 7,4% convirtiéndose, entre otros, en un motor de desarrollo social y económico capaz de contribuir a la inclusión social, la reducción de la pobreza, entre otros.

En este sentido, continúa como el segundo sector generador de divisas en relación con las exportaciones no tradicionales, solamente superado por las exportaciones del sector agropecuario.

En el 2011 se registró la llegada de 2,6 millones de turistas internacionales que generaron US\$ 2 814 millones de ingresos de

divisas por turismo receptivo, y en el 2015 se alcanzó un total de 3,5 millones de turistas internacionales, lo que significa un crecimiento de 7,5% respecto al 2014 (858 mil turistas internacionales más que el 2011).



Respecto a los ingresos de divisas generados por turismo receptivo, se refleja una tendencia positiva entre el 2011 y 2015 con excepción del año 2014 que registró un ligero decrecimiento de 0,4%, con relación al año anterior. En el año 2015 se logró un ingreso de divisas de US\$ 4 151 millones, equivalente a un incremento de 6,2% con relación al 2014.

Para el 2016 se proyecta que el ingreso de divisas alcanzará US\$ 4 424 millones con lo que, para el periodo 2011-2016, se alcanzaría un crecimiento acumulado de 57,2%.

En el Perú se consideran como mercados emisores importantes a 22 países, que son los que reportan un mayor retorno sobre la inversión y que en flujo representan el 90% de las llegadas de turistas internacionales al Perú; éstos son: Estados Unidos, Chile, Colombia, España, Francia, Brasil, Reino Unido, Argentina, Alemania, Canadá, Australia, Ecuador, Japón, México, Italia, Holanda, Corea del Sur, India, Rusia, Uruguay y China.



Los principales mercados emisores de turistas a Perú son Chile y Estados Unidos; en el 2015 ambos países comprendieron el 44,3% de la cuota del mercado.

Chile es el mayor mercado emisor de turistas internacionales al Perú. En el año 2015 arribaron 985 mil turistas procedentes de ese país, seguido por Estados Unidos con 545 mil turistas, Ecuador con 256 mil turistas, Argentina con 171 mil turistas y Colombia con 165 mil turistas. Cabe destacar que, en el caso del mercado estadounidense, la mayoría de arribos se registra en el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, mientras que en el caso del mercado chileno, la mayoría de los arribos se registra por la frontera en el Complejo Santa Rosa (Tacna).

De acuerdo con el Perfil del Turista Extranjero 2014, elaborado por PromPerú, poco más del 60% de los turistas que visitan el Perú son hombres y suelen viajar en pareja, con amigos o parientes. La razón más importante de su visita es conocer Machu Picchu. Estos turistas tienen una estadía promedio de diez noches con un gasto promedio de US\$ 992 durante su viaje.

TURISMO INTERNO

Esta forma de turismo contribuye a la distribución del ingreso nacional, permitiendo expandir el progreso económico; brinda la oportunidad a los peruanos de conocer su territorio y las costumbres que caracterizan a cada región, lo que a su vez contribuye a generar conciencia sobre la preservación y protección del patrimonio cultural y natural que posee el Perú.



Según la Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes (ENVIR) realizada por el Mincetur, se calcula que en el año 2015 se habría registrado un total de 39,8 millones de viajes por turismo interno en el país. Cabe mencionar que esta investigación comprende todos los motivos de viaje tales como visita a familiares y amigos (50%); vacaciones, recreación y ocio (25,2%); salud y atención médica (7,6%); negocios y motivos profesionales (6,3%) y otros motivos (10,9%).

Por otro lado, más de la mitad de los turistas internos (56,8%) están comprendidos entre los 25 y 54 años, 51,9% son del sexo masculino y 48,1% femenino. Asimismo, 38,7% cuenta con estudios superiores, 32% trabaja de manera independiente, 21,4% depende laboralmente del sector privado y 16,1% del sector público. Cabe mencionar que el 10,7% son comerciantes.

Durante el último viaje realizado, el turista interno tuvo un gasto promedio de S/ 360 y permanece en su destino un promedio de 6,1 noches; prefiere hospedarse en viviendas de familiares y/o amigos (69,6%); utilizar los servicios de transporte interprovincial (90%); y organizar el viaje por su cuenta (96,9%).

Los principales departamentos visitados por el turista interno son: Lima (27,1%), Arequipa (7,3%), Junín (6,4%), Piura (6,3%), La Libertad (6,1%), Ancash (5,6%), Ayacucho (5,5%), Cusco (5,4%), Cajamarca (3,9%), Ica (3,7%), Puno (3,3%), Lambayeque (3%) y **San Martín (2,9%)**.

INVERSIONES DE INFRAESTRUCTURA

En la actualidad se vienen ejecutando obras de inversión pública de gran envergadura que brindan una oportunidad de desarrollo integral de las regiones, articulando diversos sectores como el turismo, vivienda, trabajo, educación, salud, entre otros. En el aspecto específico del turismo se trabajará de la mano con los gobiernos locales en el reordenamiento territorial, mediante planes urbanísticos formulados con visión turística. Todo ello permitirá contribuir con la economía local promoviendo el desarrollo de emprendimientos vinculados a actividades como el misticismo, artesanía, gastronomía,



venta de productos agroecológicos, entre otros; así como el favorable impacto social gracias al reforzamiento de la identidad con su patrimonio y cuidado del medio ambiente.

Obras como éstas dinamizan el crecimiento del turismo interno nacional y receptivo en las diferentes regiones, convirtiéndolas en destinos favorables y atractivos para nuevas inversiones por parte del sector privado.



1.4.2 PERFILES DEL VISITANTE

PERFIL DEL TURISTA EXTRANJERO 2015

- Perfil demográfico y socioeconómico:
 - El 63% está compuesto por varones. - Las edades fluctúan entre 25-34 años (30%). - Con respecto a la educación, el 44% posee una carrera universitaria.
- Las características del viaje están determinados por:
 - La principal motivación es vacaciones y recreación (64%). – Modalidad de viaje viaja por cuenta propia (62 %), compraron su pasaje o paquete de 1-4 meses de anticipación (48%)
- Acerca de la caracterización del viaje tenemos:
 - Punto de ingreso al país fue por Lima Aeropuerto Jorge Chávez (64%). - su grupo de viaje está conformado por amigos y familiares (24%), la frecuencia de visita fue por primera vez (54%), su permanencia en el país es de 1 a 3 noches (29%) y su gasto promedio es de \$ 994.00, el tipo de alojamiento utilizado fue Hotel/ Hostal 3 estrellas (35%).
 - Dentro de las actividades realizadas en Perú predomina el tema cultural con un (89 %) seguido por Naturales (43%), aventura (25%), sol y playa (17%). La actividad más realizada dentro de turismo de Naturaleza es realizar visitas por áreas ó reservas naturales con un (38%).

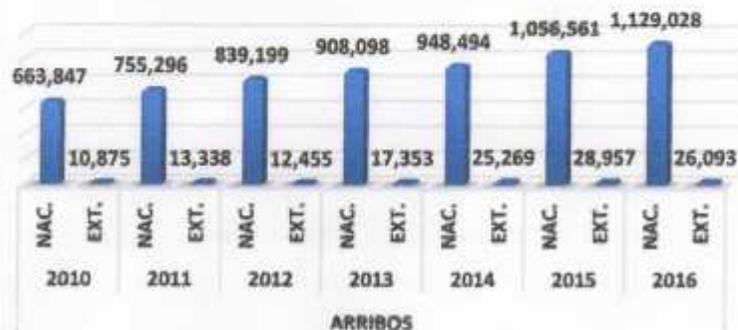
PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL 2015

Desde el año 2010 vemos un incremento considerable en el flujo de personas que visitan la región aunque el 2016 aparece un bajón de turistas extranjeros, estos datos a su vez, sólo muestran los arribos que muchas veces en su momento es cuestionado por muchos ya que no representan en su mayoría la llegada de los turistas. Sin embargo es una muestra que nos permite saber el crecimiento de arribos de personas que llegan a San Martín por diferentes motivos.





FLUJO TURÍSTICO DE ARRIBOS A LA REGIÓN SAN MARTÍN 2010- 2016



FUENTE: DIRCETUR – SAM MARTIN (2016)

Existen también estudios realizados por el MINCETUR que muestra unos datos importantes de las personas que llegan a San Martín por vacaciones a continuación detallaremos algunas de esas características.

Vacacionistas que visitaron el departamento de San Martín

En el último reporte de Turismo In (2016) "conociendo al turista que visita San Martín, resaltan las siguientes características sociodemográficas por ejemplo que el 38 % son solteros y el 62% con pareja, en su mayoría tienen un grado superior de estudios universitarios completa con un 51% y provienen de Lima (52%) el 56% busca información antes de venir de viaje por medio del internet, pero no compran en una agencia de viajes, porque viajan por cuenta propia (80%) lo que quiere decir que compran sus tour cuando están en el destino. Su días de estadía son en promedio de tres noches y su gasto promedio de 346 nuevos soles. Pero el dato más importante en este estudio es que el 45% le encanta pasear por lagos, lagunas y ríos y el 38% le gusta pasear por el campo y zonas naturales, lo que puede ser un mercado interesante para nuestro destino.

1.4.3 Priorización de la Demanda Turística

- **Demanda Potencial:** Es el mercado al que debe ir enfocado la planificación del recurso/atractivo y en función al cual debe determinarse el nivel de recursos a destinar (recursos físicos y financieros). Se clasifican en:



- o Local: Conformado por los pobladores del propio distrito y de la provincia. o Regional: Conformado por visitantes que provienen de otras provincias.
- o Nacional: Conformado por visitantes que provienen de otros departamentos.
- o Extranjero: Conformado por visitantes que provienen de otros países.

• **Segmento:** Se tratan de perfiles elaborados sobre un mercado heterogéneo, con el fin de agruparlos en grupos específicos donde se comparten gustos, motivaciones, preferencias similares entre otros. Nos permite conocer que es lo que buscan y toman en cuenta los visitantes de acuerdo a su perfil y en función a ello determinar cuáles son las prioridades a desarrollar en torno a cada recurso/attractivo turístico priorizado

Cuadro N° 05: Demanda Potencial del Recurso

Recurso	Demanda Potencial	Segmento al que orientarse*
Cataratas de Huaja – San José de Sisa	-Local -Regional -Extranjero	-Amigos -Estudiantes -Jóvenes -Millenians
Cascadas de Talliquiui	-Local -Regional -Nacional	-Amigos -Estudiantes -Jóvenes -Millenians - Aventureros

OTRAS OBSERVACIONES:

Según algunas entrevistas realizadas a algunos pobladores de San José de Sisa, Huaja y Santa Cruz nos mencionaron que reciben siempre la visita de otras ciudades como Tarapoto, la mayoría de ellos son estudiantes universitarios y escasamente también extranjeros en pequeños grupo de cinco a seis personas, es por este motivo que nosotros también consideraríamos a la ciudad de Tarapoto como un mercado potencial para comenzar a promover la visita a las cataratas de Huaja y otros lugares, por



otro lado este podría ser articulado con los centros educativos de la misma localidad y de Tarapoto, para visitar Santa Cruz donde se podría observar la elaboración del chocolate y la elaboración de artesanía a base de barro y algodón así como también fortalecer la identidad cultural y el idioma Kechwa entre todos sus pobladores.

1.4.4.- Problemática más resaltante

CUADRO 06: PROBLEMÁTICA DEL TERRITORIO

N°	Principales necesidades y oportunidades priorizadas
01	Escasa información estadística del distrito con respecto a los visitantes
02	Débil aprovechamiento de los recursos naturales
03	Débil aprovechamiento de los recursos culturales existentes en la zona
04	Nula preparación técnica para recoger información de los turistas (niveles de satisfacción o perfil del visitante)

Hay que tener en cuenta que es necesario realizar una encuesta sobre el perfil del visitante de la ciudad soporte "Tarapoto" ya que en un presente y futuro cercano se convertirán en ciudades emisoras de turismo, por el desarrollo propio de las ciudades, además se lograron registrar por algunos comentarios y entrevistas a los pobladores (orientadores locales) que son muchos los jóvenes y estudiantes que visitan las cataratas de Huaja que por cierto no fueron considerados en este estudio por no haber datos exactos, sabiendo de por medio que hay muchos jóvenes que por aventura van a estos nuevos lugares que llaman la atención.

Por otro lado las comunidades son visitadas por algunas ciudades de la misma provincia del Dorado porque constituyen también como un medio de aprendizaje.

1.5 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

1.5.2 Identificación de la Competencia

- **Chazuta – Cataratas de Tununtunumba :** Chazuta es uno de los 14 distritos de la provincia de San Martín, se encuentra situada a 260 msnm, 41 km al sur de la ciudad de Tarapoto, a 6°36'15" de latitud sur y 76°10'30" longitud oeste. A la margen izquierda del río Huallaga.





Chazuta es uno distrito rodeado de recursos turísticos, en el mismo distrito usted puede encontrar urnas funerarias, además puede disfrutar o visitar sitios donde elaboran el chocolate y la cerámica que son considerados patrimonio cultural de la región y del país, algunos de sus atractivos se encuentran durante el trayecto hacia el distrito como los rápidos del chumía y vaquero que son sitios donde se realiza la pesca artesana.

Además este lugar se encuentra en las faldas del Área de Conservación Cordillera Escalera y el Parque Nacional Cordillera Azul, aquí puede encontrar desde aguas termales hasta hermosas cataratas, la más representativa se encuentra a 2 horas de camino del distrito por un camino de herradura o trocha, el lugar es bonito pero tiene bastante rocas y humedad, para llegar ahí hay que cruzar el río que en temporadas de lluvia se vuelve difícil de acceder, estas cataratas tiene por nombre "**Las cataratas de de Tununtunumba**" para llegar allí es necesario contratar un guía local, por seguridad y también ir bien implementado, es un lugar maravilloso para los que gustan caminar en la selva o simplemente para aventureros.

En la mismo Chazuta puede encontrar sólo con dos hospedajes, también hay servicios de alimentación y si solicita a algún poblador, puede brindar el servicio de guiado.

- **San Roque de Cumbaza:** El distrito de San Roque de Cumbaza se encuentra a 40 minutos aproximadamente de la ciudad de Tarapoto, pertenece a la provincia de Lamas, también se encuentra en las faldas del Área de Conservación Regional Cordillera Escalera, tiene muchos



recursos turísticos entre pozas y miradores, también hay un buen número de inversiones de infraestructura turística ya que tiene un buen acceso, su principal recurso turístico es la cataratas de Toroyacu, conocido como Sunipi Causani, que se encuentra a 4 horas de caminata desde el distrito, en el trayecto usted puede observar de todo desde cultivos de café y cacao, además puedes realizar otro tipo de actividades, ir a toroyacu es una aventura fascinante y es apto para los que tiene buen físico y para los amantes de la aventura y la naturaleza, allí puede encontrar guías locales.



En el mismo distrito puede encontrar el servicio de hospedaje y alimentación, brindado por una asociación dedicada a la conservación y el turismo, también existen otros hospedajes privados donde brindan el servicio de la toma de ayahuasca, tiene recursos naturales como pozas y pequeñas cascadas a 5 y 15 minutos de camino, así como también comunidades nativas a media hora y 2 horas aproximadamente, también puede encontrar servicio de hospedaje y compartir con la comunidad sus labores diarias.

Cuadro N°07: Análisis de la Competencia

CRITERIOS	MI DISTRITO	DISTRITO B	DISTRITO C
Detallar El atractivo Ancla	San José de Sisa	Chazuta	San Roque de Cumbaza
Participación en el mercado por número de Turistas	1	2	3
Conectividad	2	3	3
Calificación del Recurso Humano en Turismo	1	2	3
Presencia del Sector Privado: Equipamiento y Servicios	2	1	3
Posicionamiento en el mercado Turístico	1	2	2
TOTAL	7	10	14

Calificar:

- 1 Muy Bajo
- 2 Bajo
- 3 Regular
- 4 Alto
- 5 Muy Alto

Como puede apreciar en el cuadro, los otros recursos turísticos que se presentaron tienen en gran medida una comparación con los recursos turísticos del Distrito de San José de Sisa. Pero que finalmente se convierte en una oportunidad entre la oferta turística que se ofrece en la región, pudimos observar también que en el trayecto de San José de Sisa, se puede notar un gran número de especies de aves, que pueden ser aprovechados para desarrollar el turismo de naturaleza, que combinaría perfectamente con el turismo de aventura por sus características propias.

1.5.3 Propuestas para Mejora de la competitividad en Turismo en la Localidad

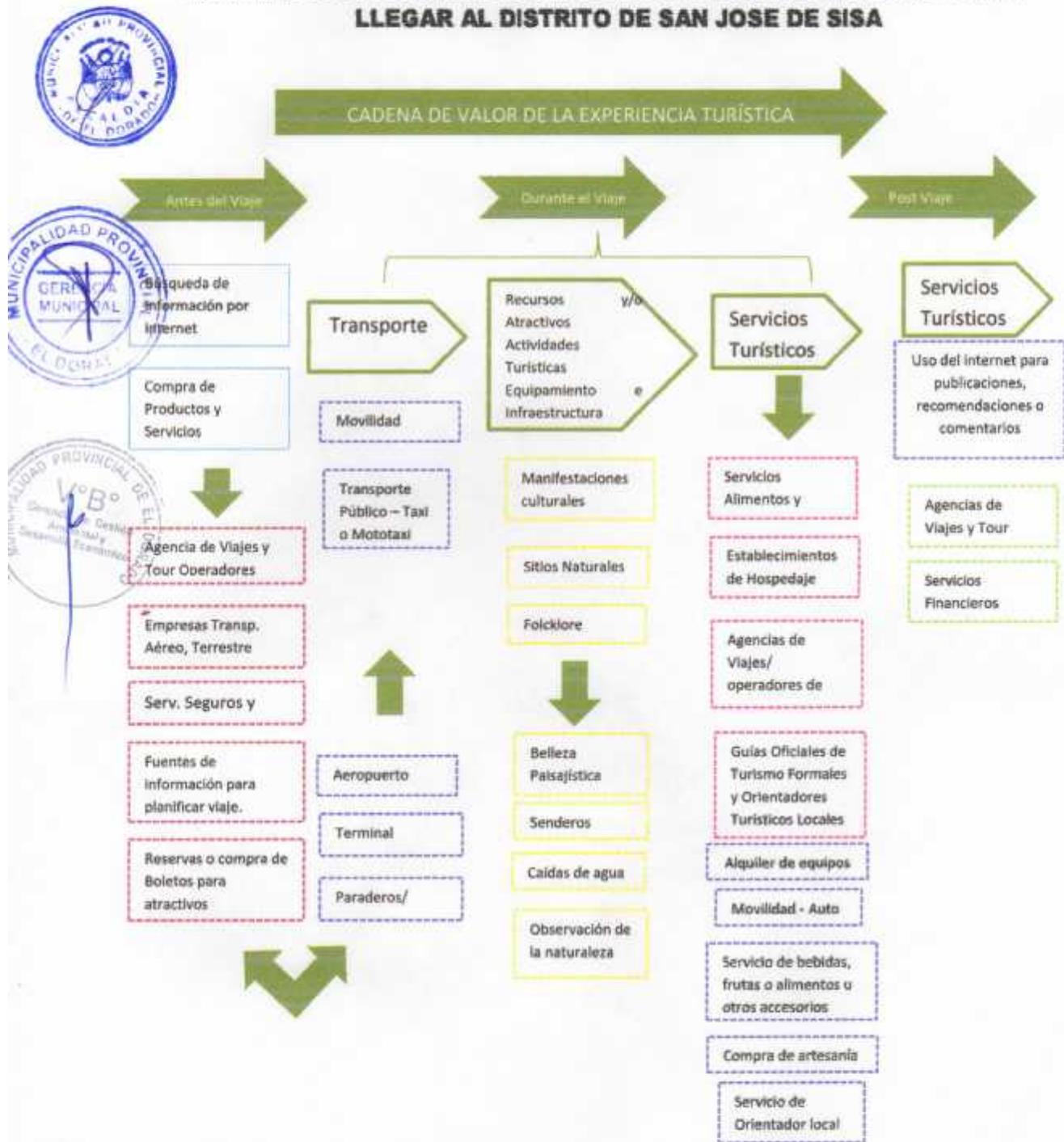
Cuadro 07: PROPUESTAS DE MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA EN EL DISTRITO



Factores	Propuesta de Mejora
Atractivo ancla	1.- Las cataratas de Huaja debe ser el atractivo ancla ya que cuenta con 5 hermosas caídas de agua durante su trayecto y se puede disfrutar de la naturaleza haciendo una buena caminata.
Participación en el mercado por número de turistas	1.- La participación en el mercado es mínima debido a la poca difusión de los recursos, se debe enfocar primero en el ámbito local y regional.
Conectividad	1.- Se debe Trabajar en el mejoramiento del acceso a las cataratas de Huaja desde el desvío de San José de Sisa
Calificación del recurso humano en turismo	1.- Hay que trabajar en el fortalecimiento de capacidades del recursos humano, ya que no cuentan con un buen servicio
Presencia del sector privado: equipamiento y servicios turísticos	1.- Se debe promover las inversiones para el esparcimiento y descanso en todo el distrito, así como también en servicios de tour operación, guiado, alquiler de caballos, etc.
Posicionamiento en el mercado turístico	1.- Se debe trabajar materiales promocionales con un enfoque de turismo interno en la ciudad de Tarapoto
Abastecimiento de servicios e infraestructura básica	1.- Se debe trabajar en mejorar los servicios básicos en cada lugar, principalmente en los temas de los baños.

El recurso Turístico Huaja se encuentra en condiciones regulares, hace falta realizar un proyecto de inversión pública para su puesta en valor, esto debe incluir la formación de orientadores locales, sensibilización turística, educación ambiental para contribuir a la conservación, elaboración de materiales de promoción y difusión, ordenamiento señalización zona de parqueo y seguridad, enfocado en un inicio para un público local y regional, que con el tiempo puede ser trabajado para un público nacional y extranjero, el recurso se presta para los amantes de la aventura y la naturaleza. Además se encuentra una hora y media de la ciudad de Tarapoto y a media hora de San José de Sisa para emprender una ardua caminata de dos horas ida y vuelta ya que actualmente según algunos datos revisados se viene desarrollando con fuerza el turismo de aventura.

1.6 ANÁLISIS DEL SISTEMA O CADENA DE VALOR DEL TURISMO PARA LLEGAR AL DISTRITO DE SAN JOSE DE SISA



La presente cadena de valor presentada constituye la identificación de todos los actores que intervienen en la actividad turística desde el lugar de origen del visitante, luego la llegada a la ciudad soporte "Tarapoto" para luego dirigirse a la

ciudad de San José de y luego dirigirse a las comunidades donde se encuentran los recursos turísticos y posteriormente el retorno de los visitantes.



1.7 DETERMINACIÓN DE LAS VARIABLES ESTRATÉGICAS

1.7.1. Organización de subtemas en componentes

CUADRO 08. MODELO DE GESTIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE PARA EL DESARROLLO LOCAL

Componente	Subtema: Necesidad y oportunidad priorizada
Planificación y gestión local	Poco presupuesto para actividades de turismo. No existe responsable de Turismo en la Municipalidad. Débil promoción de actividades culturales y ambientales. Crecimiento urbano desordenado Ornato de la ciudad desordenada y sucia
Acondicionamiento territorial para fines turísticos	Atractivos turísticos no están preparados para la visita de turistas. Señalización de la carretera hacia las comunidades donde se encuentran los recursos turísticos. Escasa señalización turística, aumento de la deforestación
Desarrollo de productos y servicios	Los prestadores de alimentos y alojamiento atienden mal y brindan servicios deficientes. No existe circuito turístico definido y trabajado. Escasa presencia de prestadores de servicio turístico como guías u orientadores locales o alquiler de caballos.
Posicionamiento y articulación comercial	Pocos turistas en el distrito. No contamos con algún tipo de material promocional de los lugares turísticos o contactos que puedan llevarte a ellos. Débil articulación de trabajo con operadores turísticos.



CUADRO 09. DEFINICIÓN DE LAS VARIABLES

N°	Variable	Definición
1	Asignación de presupuesto para actividades culturales y de turismo	Todas las actividades turísticas o culturales deben contar con presupuestos para alcanzar las metas de sensibilización y fortalecimiento de la identidad cultural que poco a poco se va perdiendo
2	Puesta en valor de los recursos turísticos para la visita de turistas	Los recursos turísticos deben ser puesto en valor, debido a la dificultad que tienen alguno de ellos para ser visitados, esto debe incluir el servicio de baños
3	Señalización de la carretera para llegar al distrito y las comunidades	Casi en todo el trayecto no se encuentra con ningún tipo de señalización turística, esto podría dificultar la llegada a los sitios turísticos y también de conocer el potencial que tiene el distrito
4	Inexistencia de personal en la oficina de turismo	No existe una persona encargada netamente del turismo en el distrito, lo cual dificulta cualquier coordinación o mirada visionaria del turismo, hay otras oficinas o sectores como el área de Gerencia de Desarrollo Económico quienes se encargan de esto o el área del medio ambiente, lo que dificulta quizá la gestión del mismo
5	Servicio de alimentos y alojamiento del distrito	Los servicios de alimentación y alojamiento son deficientes, hace necesario capacitar y promover las inversiones en estos sectores para un servicio de calidad para los visitantes
6	Presencia de turistas en mi distrito	Existe poca presencia de turistas quizá debido a la débil promoción de los recursos y o potenciales que existe en el distrito



1.8 MAPEO DE ACTORES DEL TURISMO

CUADRO 10: IDENTIFICACIÓN DE ACTORES

Instituciones y/organizaciones privadas	Nombres	Funciones	Interés
Públicas	Gobierno Regional de San Martín	Promoción del Turismo e inclusión social	Manejo sostenible de los recursos e inversiones
	Proyecto Especial Huallaga Central y Bajo Mayo	Desarrollar proyectos de gran envergadura	Generar proyectos para la mejora de calidad de vida en temas agrícolas de protección e infraestructura
	Municipalidad Distrital de Dorado	Inversiones y oportunidades de desarrollo económico	Desarrollo económico y turístico
	Autoridad Regional Ambiental	Controlar y minimizar la tala indiscriminada de bosques	Conservación de los bosques
	DIRCETUR	Promoción del Turismo	Desarrollo de la Actividad Turística
	UGEL DEL DORADO	Educación primaria, secundaria y técnica	Mejorar las capacidades de la población en términos culturales y ambientales
	CARETUR	Generación de nuevos productos turísticos	Inversiones en nuevos destinos turísticos
CÁMARA DE COMERCIO PRODUCCIÓN Y	Capacitación y promoción de las	Captación de socios	





Privadas	TURISMO DE SAN MARTÍN	inversiones	
	ASOCIACION DE TRANSPORTISTAS	Facilitar la llegada a los visitantes	Incremento de pasajeros al destino
	APAVIT	Diversificación de la oferta turística	Incremento de actividades de aventura
Sociedad Civil	Asociaciones cacaoteras, club de madres y comunidades nativas	Generar productos comerciales a base de cacao, artesanía y turismo	Desarrollar ingresos económicos para sus familias
	USAID	Cooperación en la educación y lucha contra la pobreza	Trabajar en el sector educación vinculados al tema ambiental

1.8.2. Relación de los actores con las variables estratégicas del territorio

CUADRO 10: INFLUENCIA DE LAS VARIABLES

Actores que influyen directamente	Variable estratégica	Actores que influyen indirectamente
MUNICIPALIDAD DEL DORADO	Asignación de Presupuestos para las actividades turísticas y culturales	CARETUR, SECTOR PRIVADO, APAVIT
MINCETUR – DIRCETUR CARETUR, CAMARA DE COMERCIO PRODUCCIÓN Y TURISMO DE SAN MARTIN	Puesta en valor de los recursos turísticos para la visita de turistas	SOCIEDAD CIVIL, MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DEL DORADO, COOMUNIDADES NATIVAS
MINCETUR, MUNICIPALIDAD PROVINCIAL	Señalización de la carretera que conduce a San José de Sisa y las	SOCIEDAD CIVIL, CARETUR, APAVIT



DEL DORADO	comunidades donde se encuentran los recursos turísticos	
MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DEL DORADO	Contratación de personal para que se haga cargo de la unidad de turismo en el distrito	CARETUR, SECTOR PRIVADO, EMPRESAS DE TRANSPORTE
CARETUR, CCPyT- SM	Servicios de alojamiento, restaurante y otros servicios complementarios para la actividad turística	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DEL DORADO
MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DEL DORADO – SECTOR PRIVADO	Llegada de turistas al distrito	EMPRESAS DE TRANSPORTE, SECTOR PRIVADO, SOCIEDAD CIVIL

1.9 VOCACIÓN TURÍSTICA DEL DISTRITO



La vocación turística de San José de Sisa es inicial, si bien es cierto cuenta con el único recursos turístico inventariado que es las Cataratas de Huaja que tiene una peculiar diferencia con otras caídas de agua, es que tiene 5 caídas antes de llegar a la caída principal que podrían ser muy bien aprovechados si es que se generaría un proyecto de inversión hasta este lugar, ya que se encuentra a 2 horas aproximadamente de la ciudad de Tarapoto que es la ciudad soporte.

San José de Sisa puede ser muy bien aprovechado también, si es que se trabaja fuertemente en el ordenamiento y ornato de la ciudad, para que se muestre con un sitio acogedor donde el comercio y el turismo sean actividades que dinamicen la economía de ese sector pero de manera sostenible y saludable para sus mismos pobladores.

Además las comunidades nativas que allí se encuentran pueden tener una oportunidad más en el turismo ya que su primera actividad principal es la agricultura que puede ser muy bien complementada con el turismo, para que familias y personas que estén interesadas en conocer plantaciones de cultivo de cacao, café, plátano, maíz y frejoles puedan tener una buena experiencia.

Por otro lado la actividad turística de una manera bien trabajada puede ayudar positivamente en la recuperación y conservación de los bosques y principalmente del agua que va servir para sus futuras generaciones.

Existe también la oportunidad de generar inversiones en el tema de establecimientos de hospedaje, restauración, centros de diversión y

esparcimiento y otros servicios de facilidad turística como guiado, orientación turística e inclusive alquiler de caballos para el disfrute del visitante.

Su vocación es estrictamente para un turismo de aventura del turismo especializado o de experiencias en el campo como el turismo rural comunitario que involucra a los pobladores y mujeres de la zona, así como también a los jóvenes que pueden iniciar un futuro negocio como guías u orientadores locales del sitio.





DESARROLLO DE LA FASE II

ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICOS LOCAL



N°	Variables (1)	Pertinencia (2)	Interés (3)	Presupuesto (4)			Variable Estratégica
				Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo	
	Asignación presupuestal para la unidad de turismo de la MDSJ	5	4	X	X		<i>SI</i>
2	Acondicionamiento de los recursos turísticos de San José de Sisa	4	4			X	<i>si</i>
3	Servicios de alojamiento, restaurante guiado y otros	5	4	X	X	X	<i>SI</i>
4	Concientización y sensibilización de en temas de identidad cultural conservación y limpieza de la ciudad	3	2	X	X	X	<i>NO</i>
5	Presencia baja de turistas en la localidad	5	4		X	X	<i>SI</i>
6	No cuenta con personal fijo en el área de turismo de la Municipalidad	5	4	X	X		<i>SI</i>

2.2 El futuro deseado del turismo sostenible para el desarrollo local

2.2.1 Formulación del futuro deseado o escenario apuesta



GRÁFICO N° 03 FUTURO DESEADO O ESCENARIO APUESTA



Elaboración propia (2017)

San José de Sisa se encuentra a 1 hora y 15 minutos aproximadamente de la ciudad de Tarapoto, para trasladarse a la localidad podemos acceder por dos empresas de transporte terrestre que se encuentran en el Jr. Alfonso Ugarte de la ciudad de Tarapoto, estas empresas cuentan con servicios básicos, un poco descuidados lo que implica que en algún momento los empresarios que hacen inversión en este rubro deben mejorar en la fachada, infraestructura y capacitación a los conductores para un mejor servicio. En la misma ciudad de Tarapoto también existen agencias de viajes y tour operadores que pueden darte el servicio a la localidad, además algunos de ellos ya vienen ofertando la visita a las cascadas de huaja como un turismo de aventura, específicamente se ha observado que dos son las empresas que ofertan este servicio, ellos mismos brindan un servicio personalizado porque en la ruta se puede hacer algunas actividades como



toma fotográfica, observación de aves al margen de la carretera y compra de algunos productos artesanales e industriales como el queso, porque se pasa por el distrito de "Cuñumbuqui" que tiene una alta producción de este producto, además de ser conocida como la cuenca lechera de la región San Martín. En el mismo trayecto a San José de Sisa se encuentra las cascadas de Talliquihui, donde usted puede darse un refrescante baño, sólo tiene que pagar S/ 3,00 nuevos soles para acceder a ella o inclusive usted puede realizar el deporte de aventura como el Rapel, en este sitio.

San José de Sisa tiene una favorable percepción municipal hasta el momento que podría ser calificado como innovadora esto podría atraer mejores inversiones en el tema de alimentación y hospedajes. La municipalidad podría tener una oficina de información turística que podría articular con los guías locales de la zona para que los turistas puedan visitar los recursos con mayor facilidad. Aquí inclusive puede adquirir otros servicios de taxi o alquiler de motocicletas si es amante de la aventura. Es decir la actividad turística será otro mecanismo para dar oportunidades laborales a los locales, así mismo la ciudad será más limpia y ordenada, cuyos pobladores preservan sus bosques.

Durante el trayecto a las cascadas y el caserío de Santa Cruz habrá señalizaciones turísticas que permitirá llegar con facilidad a las caídas de agua así como también visitar a las artesanas y chocolateras del lugar.

Habrán guías locales articulados con los municipios, cuyos funcionarios de la actividad turística podrán brindar información, promoverán las actividades locales con mayor énfasis y articularan el trabajo del gobierno local con las inversiones privadas y las asociaciones de cada localidad, de esta manera su participación será más activa con respecto a la promoción de sus recursos participando en las ferias locales y regional cuyo objetivo principal será la ciudad soporte de Tarapoto, quien cuenta con una gran población que está dispuesta a salir de la rutina, este posicionamiento estará



articulado a la implementación de un plan de promoción turística en alianza con el sector público y privado.



2.2.2 Determinación de la situación futura de las variables estratégicas

N°	Variables (1)	Indicadores	Línea base	Tendencia al 2025	Escenario óptimo	Posición Estratégica		Situación Futura de las variables estratégicas
						Posición	Valor de la Posición al 2025	
1	Asignación presupuestal para la unidad de turismo de la MDSJ	Presupuesto	0	10,000	12,000	Conservadora	11,000	Al 2025 ya cuentan con presupuesto en turismo fijo para poder promover todas sus actividades de manera sostenible
2	Acondicionamiento de los recursos turísticos de San José de Sisa	Señalización,	1	1	2	Conservadora	2	Al 2025 la localidad de San José de Sisa cuenta con dos atractivos turísticos acondicionados para recibir visitantes
		Tambos de descanso	0	2	3	Conservadora	2	Al 2025 los recursos turísticos cuentan con tambos de descanso
		adecuación de caminos y pasamanos	0	3	4	Moderada	3	Al 2015 los recursos turísticos cuenta con pasamanos en sitios de peligro o de riesgo



Otros	01	2	1	Moderada	2	Al 2025 los recursos turísticos cuentan con 02 casetas de control para el ingreso al recurso
3	Servicios de alojamiento, restaurante y guido	4	8	Conservadora	4	Al 2025 aumentaron los servicios turísticos en alimentación y hospedajes
4	Concientización y sensibilización en temas de identidad cultural conservación y limpieza de la ciudad	0	1	Conservadora	2	Al 2025 ya se cuenta con localidades y una ciudad fortalecida en su identidad cultural y con una ciudad conservada, limpia y saludable
5	Presencia baja de turistas en la localidad	13,086	14,000	Moderada	14,000	Al 2025 han aumentado la llegada de excursionistas y turistas
6	No cuenta con personal de Turismo en la Municipalidad	0	1	Moderada	1	Cuentan con personal de turismo fijo en la Municipalidad





2.2.3. Futuro deseado o escenario apuesta

Al presente año 2025 la localidad de San José de Sisa es reconocido como una ciudad con su distritos, limpias ordenadas y saludables competitivas en turismo de aventura y es parte de la oferta turística del eje centro. Además el ente municipal se ha vuelto un entre promotor interesante de la actividad turística en su localidad en coordinación con otros sectores públicos y privados de acuerdo a su plan estratégico institucional que incluye proyectos de ordenamiento territorial y urbano con una mirada de desarrollo sostenible, cuyos valores radican en la limpieza y salud de sus ciudadanos comprometidos con el desarrollo local.



Existe un personal profesional en turismo quien ha motivado entre los empresarios una forma articulada de trabajar para mejorar sus servicios y la promoción del distrito tomando como base las principales fiestas de aniversario del sitio y su potencialidad turística, quien ha articulado un nexo entre los empresarios locales -con los de la ciudad de Tarapoto.



Así mismo el municipio se ha preocupado por el mantenimiento de los accesos a los lugares turísticos de la zona, que cuenta con zonas de descanso y de estacionamiento para la comodidad y seguridad de los visitantes, así como también los ha señalizado, es por esta razón y con la promoción del mismo, es que se ha incrementado el número de excursionistas y turistas al distrito que llegan de la ciudad soporte Tarapoto en su mayoría y de otras partes de la región, el país y el extranjero. Esto ha motivado a muchos visitantes a pernoctar en el lugar lo que ha incrementado el consumo en los restaurantes y algunos otros negocios de servicio de alimentación y bebidas en la zona. Lo que ha hecho de que más inversionistas aparezcan en el distrito tanto en el rubro hotelero y el de alimentación, iniciándose la aparición de un primer operador turístico de la zona, gracias a la formación de orientadores locales.

En cuanto a los atractivos turísticos se viene gestionando proyectos pequeños con fondos municipales con articulación del sector privado y la población local así



como también con la cooperación internacional para un mejor acondicionamiento de los sitios turísticos que tengan las facilidades para su disfrute, estos ya cuentan con servicios higiénicos en la zona, además pueden adquirir servicios de alquiler de motos y equipos para acampar y hacer turismo de aventura. Los operadores de la ciudad de Tarapoto ya ofrecen en sus paquetes turísticos visitas a la zona de las cascadas de Talliquihui y las Cataratas de Huaja, lo que sigue motivando a los amantes de la naturaleza a ir a este lugar, así como también pueden visitar comunidades locales que ofertan artesanías y chocolates que elaboran las propias comunidades.



Las empresas de transporte turístico, están muy bien ubicados y capacitados para brindar un buen servicio, tienen un mejor aspecto.



La localidad y sus pobladores gozan de un mejor aspecto, es una ciudad limpia, ordenada y saludable, sus calles y casas están mejor cuidadas, tiene ya un centro de tratamiento de la basura (relleno sanitario)

La gente tiene mayor conciencia sobre la conservación de sus bosques, gracias a la articulación del gobierno local y otras entidades, el Municipio también cuenta con una oficina de información turística para atender a los visitantes.

La actividad turística se convirtió en otro mecanismo de inclusión social para los hombres, mujeres y jóvenes de la ciudad, quienes han aperturado pequeños negocios locales y de servicios, generando una alternativa más de ingresos económicos para su familia y una mejora de la calidad de vida de todos los ciudadanos que se dedican a la agricultura en su mayoría.

2.2.4 Riesgo y oportunidades en la implementación del escenario apuesta.

	N°	Amenazas/Riesgos	N°	Oportunidades
Escenario apuesta del	1	Deforestación avanzada	1	Existencia de entidades que trabajan temas de conservación
			2	Entidades



turismo sostenible para el desarrollo local	2	Crecimiento poblacional con migración	fiscalizadoras que trabajan temas de ordenamiento territorial
	3	Perdida de la Identidad cultural	3 Entidades que apoyan en la preservación de la cultura
	4	Desarrollo de nuevos atractivos turísticos cercanos a la ciudad soporte	4 Ser considerados dentro de la oferta turística de la ciudad soporte

2.3 VISIÓN Y MISIÓN

VISIÓN

AL 2025 EL DISTRITO DE SAN JOSÉ DE SISA ES UNA CIUDAD LIMPIA ORDENADA Y SALUDABLE QUE APROVECHA EL TURISMO DE AVENTURA DE MANERA SOSTENIBLE Y QUE ESTE APORTA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LA POBLACIÓN LOCAL.

MISIÓN:

EL DISTRITO DE SAN JOSÉ DE SISA ES UNA LOCALIDAD RECONOCIDA POR SER UNA CIUDAD LIMPIA, ORDENADA Y SALUDABLE QUE PROMUEVE EL TURISMO DE AVENTURA PARA JÓVENES, EXCURSIONISTAS Y TURISTAS AMANTES DE LA NATURALEZA.

2.4 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

2.4.1 Construcción de los objetivos estratégicos

CUADRO: CONSTRUCCIÓN DE LAS VARIABLES



Verbo	Variable Estratégica	Objetivo estratégico
Incrementar	Asignación de presupuesto para la unidad de turismo y actividades turísticas	Incrementar la asignación de presupuesto para la unidad de turismo y actividades turísticas
Acondicionar	Recursos turísticos para la visita de excursionistas y turistas	Fomentar la puesta en valor de los recursos turísticos
Mejorar	Servicio de alimentación, alojamiento y orientación turística	Mejorar el servicio de alimentos, alojamiento y orientación turística en la localidad
Mejorar y fortalecer	La identidad cultural, limpieza, orden y el ornato de la ciudad	Mejorar la limpieza orden y el ornato de la ciudad
Incrementar	El número de visitantes a los diferentes sitios turísticos del distrito	Incrementar el número de visitantes a los diferentes sitios turísticos del distrito
Contar	Con personal fijo en el área de turismo de la Municipalidad	Contar con personal permanente en el área de turismo de la municipalidad

2.4.2 Indicadores para los objetivos estratégicos

Objetivos estratégicos	Indicador		
	Unidad de medida	Sujeto	Atributo
Incrementar la	Porcentaje	Presupuesto	Asignación a

asignación de presupuesto para la unidad de turismo y actividades turísticas			partida presupuestal 0127
Acondicionar los recursos turísticos	Número	Atractivos turísticos	Puesta en valor
Mejorar el servicio de alimentos, alojamiento y orientación turística en la localidad	Número	Establecimientos de hospedaje, alimentación y orientadores turísticos	Prestan servicios de calidad
Mejorar y fortalecer la identidad cultural, limpieza orden y el ornato de la ciudad	Porcentaje	Localidad, calles y casas	Ciudad, limpia, ordenada y bonita
Incrementar la presencia de excursionistas y turistas en la localidad	Número	Excursionistas y turistas	Llegan a los recursos turísticos
Contar con personal permanente en el área de turismo de la municipalidad	Número	Personal profesional	Personal contratado permanente en la unidad de turismo de la municipalidad

2.5 ACCIONES ESTRATÉGICAS

CUADRO: ACCIONES ESTRATÉGICAS



Objetivos estratégicos	Acción estratégica	Priorización
OE1.-Incrementar la asignación de presupuesto para la unidad de turismo y actividades turísticas	Comprometer e incluir presupuesto en el PP 0127	1
	Sustentar la necesidad de presupuesto para la implementación del PDTL	2
	Comprometer presupuesto en el PO	3
OE2.-Acondicionar los recursos turísticos	Inventariar y jerarquizar los recursos turísticos de San José de Sisa	1
	Identificar las necesidades de intervención en los recursos turísticos	3
	Buscar financiamiento para la puesta en valor de los recursos turísticos	4
	Ejecución de pequeños obras de inversión para brindar facilidades a los visitantes	2
OE3.-Mejorar el servicio de alimentos, alojamiento y orientación turística en la localidad	Ejecución de programas de capacitación para establecimientos de hospedaje, restaurantes y orientación turística cada 2 veces al año	1
	Evaluación de las mejoras ejecutadas tras el proceso de formación y capacitación	4
	Visitas y asesoramientos personalizado a los establecimientos para la mejora de la calidad	2
	Realizar diagnóstico de los servicios en el distrito de San José de Sisa y sitios turísticos	5
	Promoción de las inversiones en servicios turísticos	3
OE4.- Mejorar y fortalecer la	Realizar campañas de sensibilización ambiental a la población	1



identidad cultura, la limpieza orden y el ornato de la ciudad	Establecer concursos para el mejoramiento y pintado de las calles	2
	Hacer respetar las normas de ordenamiento territorial	3
OE5.-Incrementar la presencia de excursionistas y turistas en la localidad	Subida de información básica de los sitios turísticos en la página web, blog, Facebook	4
	Contratación de un servicio de fotógrafo profesional o camarógrafo para la elaboración de un spot turístico	2
	Contratación de un diseñador para elaborar todos los materiales digitales de promoción de los recursos turísticos	3
	Elaboración de un plan de marketing del distrito	1
OE6.-Contar con personal permanente en el área de turismo de la municipalidad	Realizar un TDR con las características del personal que se requiere en la unidad de Turismo	1
	Contratar a un personal permanente que se dedique a la gestión turística de la municipalidad	2
	Participar y dar cumplimiento a todas las actividades, productivas, turísticas y o ambientales que estén programadas por la municipalidad y otras instituciones	3

2.6 PLAN DE ACCIÓN Y PRESUPUESTO

2.6.1 la ruta estratégica

Objetivos estratégicos	Prioridad estratégica	Acción estratégica	2017	2018	2019	2021	2025				
			1	2	3	4	1	2	3	4	
OE1.-Incrementar la asignación de presupuesto para la unidad de turismo y actividades turísticas	1	Comprometer e incluir presupuesto en el PP 0127									
	2	Sustentar la necesidad de presupuesto para la implementación del PDTL									
	3	Implementar las acciones del PDTL									
OE2.-Acondicionar los recursos turísticos	1	Inventariar y jerarquizar los recursos turísticos de San José de Sisa									
	3	Elaborar proyectos de inversión pública para la puesta en valor de los recursos turísticos									
	4	Buscar financiamiento para la puesta en valor de los recursos turísticos									
	2	Ejecución de									





<p>proyectos de servicios higiénicos y señalización de los recursos turísticos</p>	<p>1</p> <p>Ejecución de programas de capacitación para establecimientos de hospedaje, restaurantes y orientación turística cada 2 veces al año</p> <p>4</p> <p>Evaluación de las mejoras ejecutadas tras el proceso de formación y capacitación</p> <p>2</p> <p>Visitas y asesoramientos personalizados a los establecimientos para la mejora de la calidad</p> <p>5</p> <p>Realizar diagnóstico de los servicios en el distrito de San José de Sisa y sitios turísticos</p>
--	---

OE3.-Mejorar el servicio de alimentos, alojamiento y orientación turística en la localidad



<p>OE4.- Mejorar y fortalecer la identidad cultural, limpieza orden y el ornato de la ciudad</p>	<p>3 Promoción de las inversiones en servicios turísticos</p>	
	<p>1 Realizar campañas de sensibilización ambiental en todo el distrito</p>	
	<p>3 Incentivar concursos de limpieza y pintado de las calles del distrito</p>	
	<p>2 Motivar y fiscalizar el cumplimiento del plan territorial del distrito</p>	
	<p>4 Subir información básica de los sitios turísticos en la página web, blog, Facebook</p>	
	<p>1 Contratación de un servicio de fotógrafo profesional o camarógrafo para la elaboración de un spot turístico</p>	
<p>OE5.-Incrementar la presencia de excursionistas y turistas en la localidad</p>	<p>2 Contratación de un diseñador para elaborar todos los</p>	



<p>materiales digitales de promoción de los recursos turísticos</p>	<p>3</p> <p>Elaboración de un plan de marketing del distrito</p> <p>Capacitación a la población local en temas turísticos</p>	<p>4</p> <p>Implementación del plan de marketing</p>	<p>OE6.-Contar con personal permanente en el área de turismo de la municipalidad</p> <p>1</p> <p>Realizar el TDR y la convocatoria para contratar a un profesional de turismo</p>	<p>2</p> <p>Contratar al profesional en Turismo</p>	<p>3</p> <p>Participar de todas las iniciativas, proyectos, productivos, agroindustriales, turísticos y o ambientales que organice el distrito, así como también otras instituciones</p>
---	---	--	--	---	--

Objetivos Estratégica	Indicador	Fuente	Línea de base	Metas			Acción Estratégica	Presupuesto (S./)	Responsable
				2018	2021	2025			
OE1.- Incrementar la asignación de presupuesto para la unidad de turismo y actividades turísticas	% de incremento del presupuesto ejecutado en turismo	PIA - PIM	0	60,000	20,000	25,000	Comprometer e incluir presupuesto en el PP 0127	0	Gerencia de Desarrollo Económico
							Suslentar la necesidad de presupuesto para la implementación del PDTL	0	Planificación y Presupuesto
OE2.- Acondicionar de los recursos turísticos	N° de atractivos turísticos puestos en valor	Municipalidad Director	0	1	1	2	Inventariar y jerarquizar los recursos turísticos de San José de Sisa	20,000	Area de Turismo
				N° de			Elaborar proyectos de inversión pública para la puesta en valor de los recursos turísticos	80,000	Oficina de Proyectos
OE3.- Mejorar el servicio de alimentos, alojamiento y orientación turística en la localidad	N° de Proyectos Turísticos						Buscar financiamiento para la puesta en valor de los recursos turísticos	5,000	Gerencia de Desarrollo Económico
							Ejecución de proyectos de servicios higiénicos y señalización de los recursos turísticos	20,000	Infraestructura y obras
OE3.- Mejorar el servicio de hospedajes y restaurantes.	N° de establecimientos de hospedajes y restaurantes.	Directorio - Director	2	2	4	5	Ejecución de programas de capacitación para establecimientos de hospedaje, restaurantes y orientación turística cada 2 veces al año	30,000	Area de Turismo
				N° de empresas evaluadas			Evaluación de las mejores ejecutadas tras el proceso de formación y capacitación	10,000	Area de Turismo



N° de personas evaluadas	DIRCETUR	4	4	8	9	10,000	Visitas y asesoramientos personalizados a los establecimientos para la mejora de la calidad	Área de Turismo
N° de establecimientos de hospedajes y restaurantes inscritos en municipio	Registro Sunat y Municipio	2	2	4	5	2,000	Realizar diagnóstico de los servicios en el distrito de San José de Sisa y sitios turísticos	Área de Turismo
Objetivos Estratégica	Indicador	Fuente	Línea de base	Metas	Acción Estratégica	Presupuesto (S/.)	Responsable	
OE4.- Mejorar y fortalecer la identidad cultural, limpieza orden y el ornato de la ciudad	N° de Personas sensibilizadas	Municipalidad	0	1000 5000	10,000	20,000	Unidad de Turismo y Gerencia de Desarrollo Económico	
					Campañas de sensibilización ambiental			
	N° de concursos de pintado de calles realizadas	Municipalidad	0	1 2 3 4 5	5	50,000	Unidad de Turismo y Gerencia de Desarrollo Económico	
					Concursos de pintado interbarrios			
	N° de visitas realizadas	Municipalidad	0	2 3	5	5,000	Fiscalización Municipal	
					Visitas de campo a empresas para el cumplimiento del ordenamiento territorial			
OE5.- Incrementar la presencia de excursionistas y turistas en la	N° de visitas a los recursos atractivos turísticos	Asociaciones, Empresas privadas	300	500 7000	1000	5,000	Área de Turismo	
					Subir información básica de los sitios turísticos en la página web, blog, Facebook			



localidad

Contratación de un servicio de fotógrafo profesional o camarógrafo para la elaboración de un spot turístico	2,000	Gerencia de Desarrollo Económico
N° de Arribos a los establecimientos de hospedajes	13,086 año 14,000 año 16,000 año 18,000 año	Gerencia de Desarrollo Económico
Plan de Marketing	2,000	Área de Turismo
Informe	70,000	Gerencia de Desarrollo Económico
OEt.-Contar con personal permanente en el área de turismo de la municipalidad	500,00	Gerencia de Desarrollo Económico
Contrato	240,000	Gerencia de Desarrollo Económico
N° Actividades realizadas y N° de participaciones	20,000	Área de Turismo



2.7 ARTICULACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL

Objetivos Estratégica PDTL	Indicador	Objetivo Estratégico PDCP	Objetivo Estratégico PDCR	Objetivo Estratégico o PERTUR	Objetivo Estratégico PENTUR
 OE1.- Incrementar la asignación de presupuesto para la unidad de turismo y actividades turísticas	% de incremento del presupuesto o ejecutado en actividades de turismo.	Fortalecer las instituciones de la provincia para la gestión integral del desarrollo con gobernabilidad, democracia y participación local	GARANTIZAR LA GOBERNABILIDAD TERRITORIAL EN BASE A LA DESCENTRALIZACIÓN, MODERNIZACIÓN Y TRANSPARENCIA PÚBLICA EN UN AMBIENTE DE DEMOCRACIA	Plan en construcción	Institucionalidad del Sector
	N° de visitas que recibe cada atractivo turístico puesto en valor	Promover el desarrollo humano e integral brindando servicios de calidad en salud, educación, saneamiento básico, para mejorar las condiciones de vida de la población	MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LOS GRUPOS POBLACIONALES DE LA REGIÓN.	Plan en construcción	Facilitación Turística.
OE3.- Mejorar el servicio	N° de empresas	Generar las condiciones	DESARROLLAR UN	Plan en construcción	Diversificación y





de alimentos, alojamiento y orientación turística en la localidad	de servicios turísticos en el distrito	necesarias para fortalecer las relaciones entre instituciones públicas y privadas para el desarrollo económico local y a nivel provincia	TERRITORIO ARTICULADO Y COMPETITIVO, A TRAVÉS DE INVERSIÓN PÚBLICA Y/O PRIVADA EN INFRAESTRUCTURA ESTRATÉGICA, QUE PERMITA ASEGURAR EL ACCESO A LOS SERVICIOS Y DINAMIZAR LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS.	ón	consolidación de la oferta
OE4.- Mejorar la limpieza orden y el ornato de la ciudad	N° de calles limpias, ordenadas y pintadas en el distrito	Promover el desarrollo armónico de la ciudad y su entorno ambiental con estándares adecuados de viabilidad, servicios urbanos y equipamiento	MEJORAR LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL PROMOVRIENDO EL ORDENAMIENTO TERRITORIAL Y CON ENFOQUE DE CUENCAS HIDROGRÁFICAS	Plan en construcción	Acondicionamiento territorial para fines turísticos
OE5.- Incrementar la presencia de excursionistas y turistas en la localidad	N° de visitas que recepciona cada atractivo turístico puesto en valor N° de arribos de visitantes y turistas en la localidad	Desarrollar un turismo de calidad sostenible, apoyado en los importantes activos culturales y naturales en comunión con la preservación del medio ambiente a través de las vías	CONSOLIDAR LA COMPETITIVIDAD DE LA REGIÓN, FORTALECIENDO LA DIVERSIFICACIÓN PRODUCTIVA Y DE SERVICIOS, PROMOVRIENDO LA INVERSIÓN PÚBLICA - PRIVADA,	Plan en construcción	Diversificación y consolidación de mercados.



	transitables		LA INDUSTRIALIZACIÓN, INNOVACIÓN Y EMPLEO		
OE6.-Contar con personal permanente en el área de turismo de la municipalidad	Persona contratada para el puesto	Promover la gestión eficaz y eficiente de la Municipalidad	GARANTIZAR LA GOBERNABILIDAD TERRITORIAL EN BASE A LA DESCENTRALIZACIÓN, MODERNIZACIÓN Y TRANSPARENCIA PÚBLICA EN UN AMBIENTE DE DEMOCRACIA	Plan en construcción	Fortalecimiento de la gestión pública