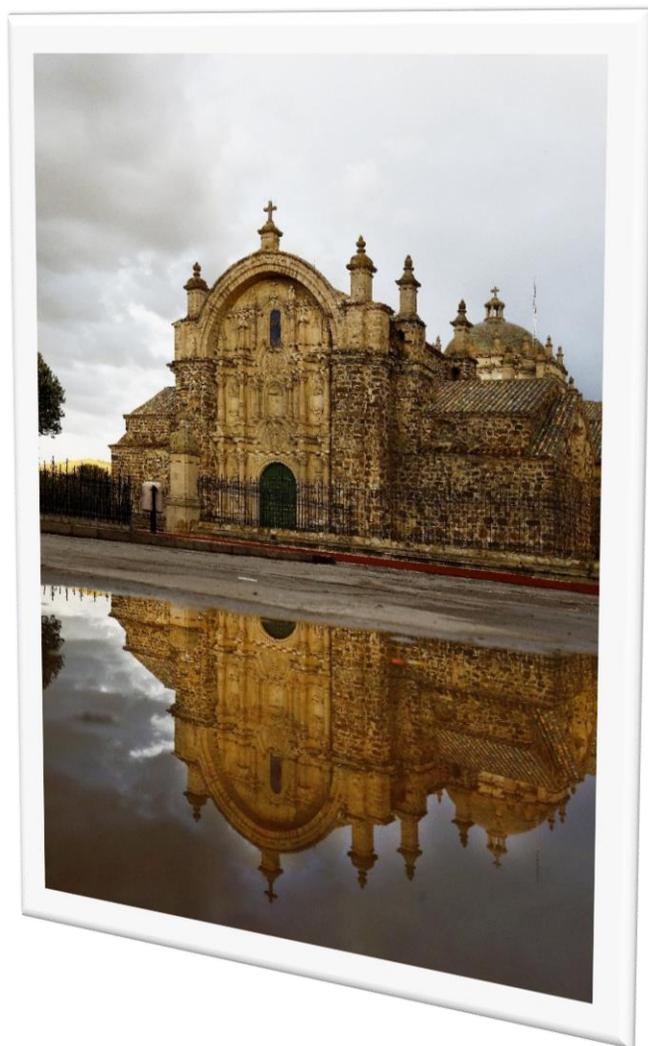




MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE LAMPA



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL 2018 - 2025



...Cambiemos la historia

...Cambiemos la historia



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL
LAMPÁ – PUNO – PERÚ



AUTORIDADES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE LAMPÁ
GESTIÓN 2015 – 2018

Ing. CLEVER HUAYNACHO HAÑARI
ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE LAMPÁ

REGIDORES:

CPC. Julián Leónidas Quispe Tito

Sr. Ysaac Ochoa Cutipa

Prof. Serapio Filemón Paye Ticona

Prof. Américo Ytalo Quispe Vilca

Prof. Yasmina Quispe Quispe

Prof. Octavio Cayllahua Cabana

Prof. Waldo Sebastián Torres Camacho

Sr. Facundo Flores Añasco

Lic. Julio Cesar Añasco Yana



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL
LAMPÁ – PUNO – PERÚ



COMISIÓN INSTITUCIONAL PARA LA ELABORACIÓN DEL
PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL
LAMPÁ – PUNO – PERÚ

MIEMBROS:

Ing. Carlos Eduardo Torres La Torre
JEFE DE LA DIVISIÓN DE TURISMO Y PROMOCIÓN EMPRESARIAL

Ing. Reynaldo Aduviri Castillo
GERENTE MUNICIPAL

Ing. Marco Antonio Corrales Ramos
SUB GERENTE DE DESARROLLO ECONÓMICO Y MEDIO AMBIENTE

Ing. Fredy Huarilloclla Mamani
JEFE DE LA OFICINA DE PLANEAMIENTO Y PRESUPUESTO

ASISTENCIA TÉCNICA:

Lic. Rocío Ybelize Erika Arizabal Mendoza.

COLABORADORES:

- Lic. Christian Alberto Juárez Céspedes.
- Dennise Aurora Torres Mena.
- Senobia Cruz Cutipa.
- Elisban Albert Paucar Yana.
- Jesús Cahuana Quispe.
- Yoshio Kelvin Ticona Huanca.
- Jhonelmer Ramiro Arana Troncoso.



ÍNDICE GENERAL

PRESENTACIÓN	1
1. DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO LOCAL	2
1.1. ANÁLISIS PREVIO	2
1.2. ANÁLISIS GENERAL DEL ENTORNO	3
1.2.1. DELIMITACIÓN GEOGRAFICA	3
1.2.2. ACCESIBILIDAD	4
1.2.3. INFRAESTRUCTURA	4
1.2.4. ANÁLISIS TERRITORIAL	5
1.2.5. ANÁLISIS SOCIAL	5
1.2.6. ANÁLISIS CULTURAL	8
1.2.7. ANÁLISIS ECONÓMICO	10
1.2.8. ANÁLISIS AMBIENTAL	11
1.2.9. ANÁLISIS POLÍTICO E INSTITUCIONAL	12
1.2.10. ANÁLISIS GENERAL DEL ENTORNO	13
1.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA	13
1.3.1. DELIMITACIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO	13
1.3.2. SITUACIÓN DE LOS RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS	13
1.3.3. SITUACIÓN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS E INVERSIONES	15
1.3.4. PROBLEMÁTICA MAS RESALTANTE	21
1.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA	21
1.4.1. LLEGADAS Y ESTADÍSTICAS DE LA DEMANDA	21
1.4.2. PERFIL DEL VISITANTE	23
1.4.3. PRIORIZACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA	31
1.4.4. ANÁLISIS GENERAL DE LA DEMANDA	32
1.5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	32
1.5.1. IDENTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA	32
1.5.2. PROPUESTAS PARA LA MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD	33
1.6. CADENA DEL VALOR DEL TURISMO EN LA LOCALIDAD	34
1.6.1. CADENA DEL VALOR DEL TURISMO	34
1.7. ANÁLISIS DE VARIABLES ESTRATÉGICAS	37
1.7.1. IDENTIFICACIÓN DE SUB TEMAS	37
1.7.2. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES ESTRATÉGICAS	37
1.8. MAPEO DE ACTORES DE TURISMO	39
1.8.1. IDENTIFICACIÓN DE LOS PRINCIPALES ACTORES	39
1.8.2. RELACIÓN DE LOS ACTORES CON LAS VARIABLES ESTRATÉGICAS DEL TERRITORIO	40
1.9. VOCACIÓN TURÍSTICA DEL TERRITORIO	40



2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL	43
2.1. ANÁLISIS DE VARIABLES ESTRATÉGICAS	43
2.2. FUTURO DESEADO DEL TURISMO SOSTENIBLE PARA EL DESARROLLO LOCAL	45
2.2.1. FORMULACIÓN DEL FUTURO DESEADO O ESCENARIO APUESTA	45
2.2.2. DETERMINACIÓN DE LA SITUACIÓN FUTURA DE LAS VARIABLES ESTRATÉGICAS	46
2.2.3. FUTURO DESEADO O ESCENARIO APUESTA	48
2.2.4. RIESGOS Y OPORTUNIDADES EN LA IMPLEMENTACIÓN DEL ESCENARIO APUESTA	49
2.3. VISIÓN Y MISIÓN	50
2.3.1. LA VISIÓN DEL TURISMO SEGÚN EL PENTUR AL 2025	50
2.3.2. VISIÓN DEL TURISMO EN LA LOCALIDAD	50
2.3.3. MISIÓN DEL TURISMO EN LA LOCALIDAD	50
2.4. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	51
2.4.1. CONSTRUCCIÓN DE LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	51
2.4.2. INDICADORES PARA LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	52
2.5. ACCIONES ESTRATÉGICAS	54
2.6. EL PLAN DE ACCIÓN Y PRESUPUESTO	56
2.6.1. LA RUTA ESTRATÉGICA	56
2.6.2. PRESUPUESTO Y RESPONSABLES DE EJECUTAR CADA ACCIÓN	61
2.7. ARTICULACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL	64
2.8. IDENTIFICACIÓN DE PROGRAMAS Y PROYECTOS	67
2.8.1. PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES PARA EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS	67
2.8.2. PROGRAMA AL MEJORAMIENTO DE LA OFERTA TURÍSTICA	67
2.8.3. PROGRAMA DE RESTAURACIÓN Y PUESTA EN VALOR DE LOS MONUMENTOS HISTÓRICOS	67
2.8.4. PROGRAMA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA	67



ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 01: Delimitación Geográfica de Lampa	3
CUADRO N° 02: Accesibilidad al Distrito de Lampa	4
CUADRO N° 03: Infraestructura del Distrito de Lampa	4
CUADRO N° 04: Lampa: Tasa de Crecimiento Promedio Anual, 1981 – 2007	6
CUADRO N° 05: Lampa: Población por Sexo Según Provincia y Distrito 2015	6
CUADRO N° 06: Población Censada Urbana Rural de la Provincia, 1981 – 2007	6
CUADRO N° 07: Tasa de Mortalidad Infantil y Desnutrición Crónica de 5 Años	7
CUADRO N° 08: Matriculas en el Sistema Educativo y Área Geográfica Modalidad y Nivel Educativo, 2009 – 2014	8
CUADRO N° 09: Tasa de Analfabetismo	8
CUADRO N° 10: Patrimonio Material e Inmaterial del Distrito de Lampa	10
CUADRO N° 11: Micro y Pequeñas Empresas Registradas en la Municipalidad Provincial de Lampa 2013	10
CUADRO N° 12: Análisis General del Entorno del Distrito de Lampa	13
CUADRO N° 13: Recursos Turísticos de Lampa	14
CUADRO N° 14: Oferta de Hospedajes en la Provincia de Lampa	15
CUADRO N° 15: Establecimientos de Hospedaje	17
CUADRO N° 16: Servicios de Alimentos y Bebidas	17
CUADRO N° 17: Agencias de Viajes u Operadores Turísticos	18
CUADRO N° 18: Guías y Orientadores Locales	18
CUADRO N° 19: Artesanías	18
CUADRO N° 20: Servicios Turísticos Complementarios	20
CUADRO N° 21: Otros Servicios	20
CUADRO N° 22: Transporte	20
CUADRO N° 23: Inversión Privada	20
CUADRO N° 24: Análisis General de la Oferta	21
CUADRO N° 25: Arribo de Turistas a Puno	21
CUADRO N° 26: Visitas a Monumentos Arqueológicos	22
CUADRO N° 27: Total de Pernoctaciones en la Provincia de Lampa	23
CUADRO N° 28: Total de Pernoctaciones de Nacionales en la Provincia de Lampa	26
CUADRO N° 29: Total de Pernoctaciones de Extranjeros en la Provincia de Lampa	26
CUADRO N° 30: Total de Pernoctaciones de Extranjeros en la Provincia de Lampa	31
CUADRO N° 31: Análisis General de la Demanda	32
CUADRO N° 32: Identificación de la Competencia	32
CUADRO N° 33: Mejora del Turismo en la Localidad de Lampa	33
CUADRO N° 34: Organización de Subtemas en Componentes	37
CUADRO N° 35: Formulación de Variables Estratégicas	37
CUADRO N° 36: Principales Actores en el Turismo	39
CUADRO N° 37: Relación de Actores	40



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL
LAMPÁ – PUNO – PERÚ



CUADRO N° 38: Priorización de Variables	43
CUADRO N° 39: Situación Futura de las Variables	46
CUADRO N° 40: Riesgos y Oportunidades	49
CUADRO N° 41: Construcción de Objetivos Estratégicos	51
CUADRO N° 42: Construcción de Indicadores	52
CUADRO N° 43: Establecimiento y Priorización de Acciones Estratégicas	54
CUADRO N° 44: Cronograma	56
CUADRO N° 45: Presupuesto Desatinado	61
CUADRO N° 46: Articulación a Documentos de Gestión	64



ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico N° 1: Servicios en Lampa	15
Grafico N° 2: Oferta de Hospedajes	15
Grafico N° 3: Venta de Artesanías	16
Grafico N° 4: Identidad	16
Grafico N° 5: Calificación de Lampa	16
Grafico N° 6: Promedio de Edad del Visitante	23
Grafico N° 7: Promedio del Sexo	24
Grafico N° 8: Nacionalidad del Visitante	24
Grafico N° 9: Grado de Instrucción del visitante	24
Grafico N° 10: Promedio de con quien Viaja el Visitante	24
Grafico N° 11: Promedio de Motivo de Viaje	24
Grafico N° 12: Promedio de cómo se enteró el visitante de Lampa	25
Grafico N° 13: Promedio de Como Viajo el Visitante	25
Grafico N° 14: Promedio de Si Pernoctara o no el Visitante	25
Grafico N° 15: Total de pernoctaciones en la provincia de Lampa	25
Grafico N° 16: pernoctaciones de turistas nacionales	26
Grafico N° 17: Total de pernoctaciones de extranjeros en la provincia de Lampa	27
Grafico N° 18: Promedio de Actividades Deseadas	27
Grafico N° 19: Promedio de Calificación de Los Atractivos Turísticos de Lampa	27
Grafico N° 20: Promedio de Sugerencias	28
Grafico N° 21: Promedio del Nivel de Satisfacción	28
Grafico N° 22: Sugerencias de Promoción Turística	28



PRESENTACIÓN

La Municipalidad Provincial de Lampa, mediante la División de Turismo y Promoción Empresarial, Gerencia Municipal y La Oficina de Planeamiento y Presupuesto; ha elaborado El Plan de Desarrollo Turístico Local (PDTL), el cual será un instrumento de gestión que constituya a impulsar el desarrollo turístico, social y económico de nuestra localidad.

Además, permitirá la evaluación del potencial turístico de nuestro territorio y buscare orientar las acciones que se deben llevar a cabo a corto, mediano y largo plazo, teniendo en cuenta factores tales como: la oferta, la demanda, la competencia, las tendencias del mercado y también las características o “vocación” del territorio, entendiéndose la vocación como las condiciones y potencialidades económicas, sociales, culturales y naturales con la capacidad de poder generar un aprovechamiento turístico óptimo del territorio.

El presente PDTL servirá para evaluar el potencial turístico del territorio, teniendo en cuenta la oferta, demanda y vocación turística del territorio. También nos permitirá mejorar la competitividad turística a nivel local, regional, nacional e internacional.

En tal sentido, el PDTL es una necesidad municipal para el tan ansiado desarrollo del turismo, actividad que según las estadísticas del Ministerio de Comercio Exterior sigue en incremento, indican que el ingreso del año 2015 significó un incremento de 6,2 % respecto al año anterior y un crecimiento acumulado de 48 % durante el periodo de referencia, asimismo, indica que el año 2015 los ingresos por Viajes y Transporte de Pasajeros alcanzaron US\$ 3 320 y US\$ 831 millones, respectivamente. La suma de ambos rubros totalizo US\$ 4 151 millones, lo que constituye el ingreso de divisas originado por el turismo de no residentes en el Perú (extranjeros y peruanos) tal como lo recomienda la OMT. (Ingreso de Divisas Por Turismo, MINCETUR – BCRP, 2015).



1. DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO LOCAL

1.1. ANÁLISIS PREVIO

Justificación de la Actividad Turística para el Desarrollo del Territorio:

El turismo es una actividad, hoy en día uno de los más estables y de crecimiento sostenido en el mundo. Según el informe sobre el Panorama del Turismo Internacional de 2015, elaborado por la Organización Mundial del Turismo – OMT, el número de personas que viajaban por ocio se ha multiplicado considerablemente: en el año 1950 eran 25 millones de viajeros y en el año 2015 llegaron a 1 184 millones. Es decir que el porcentaje de viajeros pasó del 1% al 16% de la población mundial, generando una dinamización en este importante sector económico a nivel global.

El turismo se ha convertido en un factor clave para el progreso socioeconómico del país se constituye en uno de los principales cimientos para el desarrollo sostenible de la economía nacional.

La Municipalidad Provincial de Lampa, convocó a los principales actores del ámbito público y privado para elaborar de manera conjunta, las nuevas bases del Plan de Desarrollo Turístico de la Provincia de Lampa, considerando un horizonte de cinco años y propone una nueva visión para el sector turismo, la cual se vincula directamente con el objetivo general propuesto de aumentar el número de llegadas de turistas nacionales y extranjeros y seguir promoviendo el crecimiento del turismo en la provincia de Lampa, así como el incremento de divisas y la generación de nuevos puestos de trabajo, con miras al posicionamiento de la Provincia de Lampa como un destino turístico sostenible y competitivo. A su vez, establece el camino a seguir para lograr el desarrollo de una oferta turística diversa que ofrezca al visitante experiencias únicas en toda toda la provincia.

Este documento comprende 2 Fases o Capítulos que cumplen funciones específicas de acuerdo a la siguiente distribución:

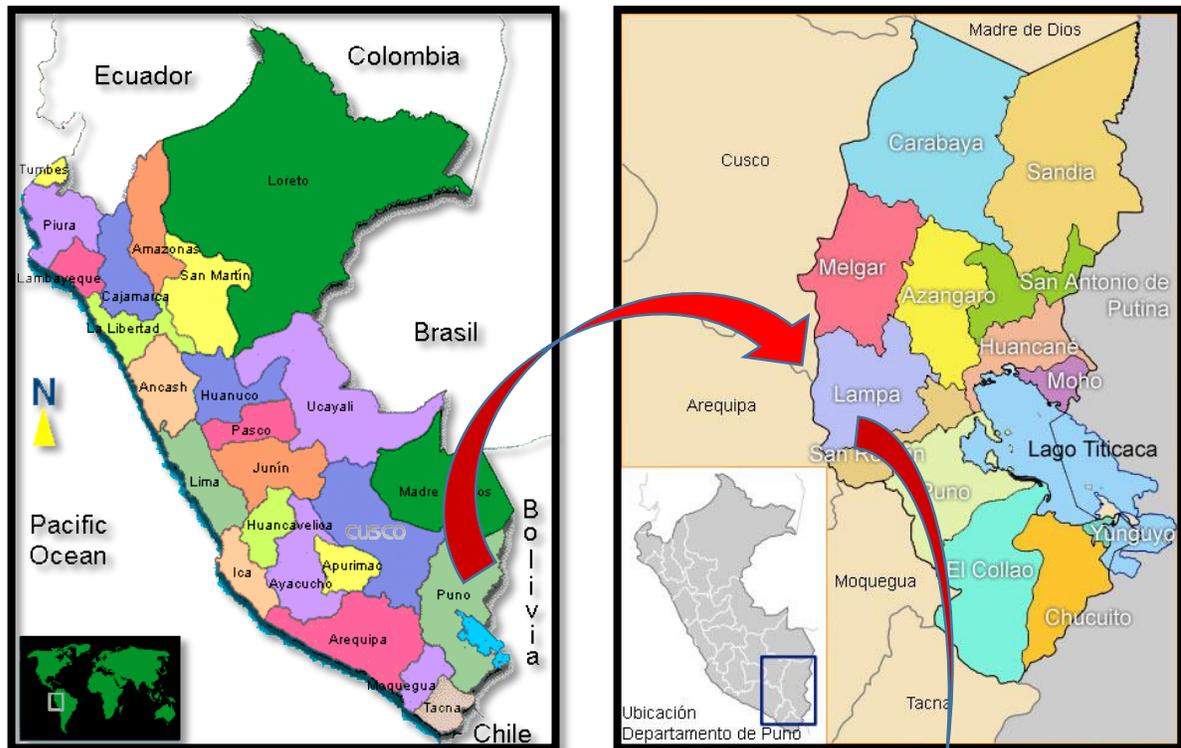
1. Fase I: Plan de Desarrollo Turístico Local.
2. Fase II: Análisis Estratégico del Plan de Desarrollo Turístico Local de Lampa.



1.2. ANÁLISIS GENERAL DEL ENTORNO
1.2.1. DELIMITACIÓN GEOGRÁFICA

CUADRO N° 01: DELIMITACIÓN GEOGRÁFICA DE LAMPÁ.

Región	Provincia	Distrito
PUNO	LAMPÁ	LAMPÁ





1.2.2. ACCESIBILIDAD

CUADRO N° 02: ACCESIBILIDAD AL DISTRITO DE LAMPÁ.

Ciudad Emisora	Tramo	Medio de Transporte	Tipo de Transporte	Tiempo de Viaje	Distancia en (Km)	Tipo de Carretera	Estado de Conservación
PUNO	Puno Juliaca Lampa	Camioneta rural Combi	Privado Colectivo	1 hora 1:00 hora y media	45 km.	Asfaltado	Buena
JULIACA	Juliaca Lampa	Camioneta rural Combi	Privado Colectivo	25 min 30 min	36 km.	Asfaltado	Buena
CUSCO	Cusco Pukara Lampa	Automóvil particular Combi	Privado	5 horas	318.9 km.	Asfaltado	Buena
AREQUIPA	Arequipa Santa Lucia Cabanilla Lampa	Automóvil particular Combi	Privado	4:30 horas	262.0 km	Asfaltado	Buena

1.2.3. INFRAESTRUCTURA

CUADRO N° 03: INFRAESTRUCTURA DEL DISTRITO DE LAMPÁ.

SERVICIO	DISPONIBILIDAD SI o NO	BREVE DESCRIPCION
Agua	Si	El 81.8% de las viviendas cuenta con red pública de agua.
Alcantarilla	Si	El 9.4% tiene servicios dentro de la vivienda y 67.8% fuera de la vivienda pero dentro de la edificación. El 22.8% no tiene este servicio en sus viviendas.
Electricidad	Si	El servicio de alumbrado público se encuentra en 89.8% de las viviendas. Menos del 10.2% de las viviendas en Lampa, aun no cuentan con este servicio básico.



Telefonía	Si	Como medio de comunicación de voz, la telefonía en el distrito no presenta serias deficiencias, debido a que es posible lograr la comunicación fluida y estable, en las redes de telefonía fija y móvil.
Internet	Si	En Lampa, existen centros de cabina de internet bajo responsabilidad privada quienes también reparten vía Wi-Fi a los domicilios; también los Operadores de Telefonía Móvil brindan el servicio de internet.
Salud	Si	Lampa cuenta con el Hospital Antonio Barrionuevo del MINSA y ESSALUD.
Seguridad	Si	Cuentan con: - Comisaria Sectorial Lampa – PNP. - Seguridad Ciudadana – Serenazgo.
Terminales terrestres	Si	Cuenta con terminales particulares de las Empresas Ramos, Lumaber, Halanoca y San Juan de Dios. Pero, el año 2018 contara con un Terminal Terrestre General que está en construcción.
Vías internas-transito distrital	Si	Cuenta con vías interna en buen estado
Señalización	Si	Cuenta con señalización turística para los puntos de vital importancia.

1.2.4. ANÁLISIS TERRITORIAL

Plan de desarrollo Urbano.- El Plan de Desarrollo Urbano de Lampa está aún en Proceso de elaboración en convenio con el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.

Zonificación Territorio Urbano.- La Municipalidad Provincial de Lampa solo cuenta con la delimitación de la Zona Urbana de la Ciudad de Lampa Cuyo Plano se adjunta en **Anexo 01**.

Ordenamiento Territorial.- El Ordenamiento Territorial es parte del Plan de Desarrollo Urbano, el cual aún está en elaboración.

Ornato Urbano.- No se cuenta con un inventario de estos elementos, solo se cuenta con el plano de la delimitación de la Zona Monumental de Lampa.

1.2.5. ANÁLISIS SOCIAL

La población de la provincia de Lampa, según datos del último Censo Nacionales de XI población y VI vivienda 2007, fue de 48,233 habitantes, desde el punto de vista político administrativo está conformado por 10 distritos: Lampa, Cabanilla, Calapuja, Nicasio, Ocuwiri, Palca, Paratia Pucara, Santa Lucia y Vilavila.



Población a través de los censos.- Los Censos de Población realizados en el país en las últimas décadas, muestran la evolución de la población de la provincia de Lampa a partir del año 1940 con 28,215 habitantes. Según los resultados del XI Censo Nacional de Población, realizado el 21 de octubre del año 2007, la población censada de la provincia de Lampa fue de 48,233 habitantes.

Tasa de crecimiento.- La tasa de crecimiento promedio anual, es el indicador que evalúa la velocidad del incremento anual de población en términos relativos. Al observar el comportamiento de la población censada a nivel provincial los censos de 1993 y 2007, la provincia de Lampa tuvo un crecimiento menor al promedio departamental.

CUADRO N° 04: LAMPÁ: TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL, 1981 – 2007.

Provincia	1981-1993	1993-2007
Lampa	0.9	0.7

Fuente: INEI – Censos Nacionales de Población y Vivienda, 1981, 1993 y 2007

Distribución de la población.- La composición de la población por sexo en los distrito de la provincia de Lampa, indica un ligero predominio de la población femenina, el 52.3% son mujeres y el 47.7% son varones. De igual manera, se observa un importante desarrollo rural, el 43,7% de la población del distrito vive en centros rurales, mientras que el 56.3% se asienta en los espacios urbanos.

CUADRO N° 05: Lampa: Población por Sexo Según Provincia y Distrito 2015.

Provincia / distrito	Población		Sexo	
	Total	(%)	Hombre	Mujer
Lampa	51,528	100.00	26,100	25,428
Lampa	10,420	20.22	4,836	5,584

Fuente INEI – Población proyectada provincial 2015

Población urbana rural.- En la provincia de Lampa, la concentración de la población en el área urbana, se presenta como consecuencia de las interrelaciones socio – económicas que han venido dándose en las últimas décadas, a nivel de la provincia en el año 2007 se observa que presentan predominio de población rural en 61.3 %.

CUADRO N° 06: POBLACIÓN CENSADA URBANA RURAL DE LA PROVINCIA, 1981 – 2007.

Provincia Lampa	1981		1993		2007	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Urbano	12,164	31.2	14,127	32.5	18,659	38.7
Rural	26,815	68.8	29,334	67.5	29,564	61.3

Fuente: INEI Censos Nacionales de Población y Vivienda 1981,1993 y 2007



Densidad poblacional.- La densidad poblacional, es un indicador que permite evaluar la concentración de la población censada de los Censos 1993 y 2007 se observa que en la provincia de lampa la densidad de población fue de 7.5 y 8.3 hab./km² respectivamente, presenta la menor densidad población con respecta a las provincias de la Región Puno.

Tasa de mortalidad y desnutrición

CUADRO N° 07: TASA DE MORTALIDAD INFANTIL Y DESNUTRICIÓN CRÓNICA DE 5 AÑOS.

Provincia	Tasa de Mortalidad Infantil ^{1/} 2007	Desnutrición Crónica en Menores de 5 años ^{2/} (Patrón OMS) 2009
Lampa	32.6	26.7

1 Fuente: INEI. Perú: Mortalidad Infantil y sus Diferenciales por Departamento, Provincia y Distrito 2007

2 Fuente: Mapa de Desnutrición Crónica en Niños Menores de Cinco Años a nivel Provincial y Distrital, 2009

PEA.- Según la condición de actividad, la población en edad de trabajar se clasifica en población económicamente activa (PEA) y población económicamente inactiva (PEI).

En los documentos del INEI se considera como población económicamente activa (PEA), a la población de 14 y más años de edad que se encuentra participando en la actividad económica, ya sea teniendo un empleo o que se encuentre activamente buscando un empleo. De acuerdo con esta definición, la población económicamente activa (PEA) de 14 y más años de edad de la Provincia de Lampa, asciende a 15 mil 715 personas, representando el 45.6 % de la población en edad de trabajar (PET). Del total de la PEA registrada en el Censo de 2007, el 65.5 % (10 mil 298) son hombres y 34.5 % (5 mil 417) mujeres. En este periodo resalta el crecimiento de la PEA masculina con 2.7 % anual, mientras que el crecimiento de la PEA femenina es de 1.9 %.

Por otra parte, la población económicamente inactiva (PEI), está constituida por todas las personas que encontrándose en edad de trabajar (de 14 y más años de edad) no realizan o no desean realizar actividad económica alguna e incluye a las personas que se dedican exclusivamente al cuidado del hogar, estudiantes que no trabajan, jubilados o pensionistas, rentistas, etc. La PEA DEL distrito de Lampa es la que tiene mejor nivel educativo alcanzado, el 26.3 % tiene educación superior (16.4 % superior no universitaria y 9.9 % educación universitaria).

Numero de Instituciones educativas Técnicas.- La ciudad de Lampa cuenta con una casa de estudios superior la cual es el Pedagógico de Educación Física.

Educación.- En la provincia de Lampa los alumnos matriculados en los diferentes niveles educativos, han ido disminuyendo, en el año 2012 se han matriculado 11,293, en el año 2013 se incrementa ligeramente a 11,640 alumnos, y en el año 2014 disminuye a 10,336 y en el año 2015 disminuye 9,638 alumnos matriculados.



CUADRO N° 08: MATRICULAS EN EL SISTEMA EDUCATIVO Y ÁREA GEOGRÁFICA MODALIDAD Y NIVEL EDUCATIVO, 2009 – 2014.

Etapa, Modalidad y Nivel Educativo	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Total	13 486	13 019	12 328	11 293	11 640	10 336
Básica Regular	12 716	12 421	11 665	9 555	10 364	9 523
Inicial	2,446	2 410	2 269	1 804	2 201	2 070
Primaria	6,038	5 900	5 446	4 251	4 542	4 130
Secundaria	4,232	4 111	3 950	3 500	3 621	3 323
Básica Alternativa 1/	267	98	242	1 307	792	242
Básica Especial	33	39	16	10	13	17
Técnico-Productiva 2/	276	250	261	278	277	296
Superior no Universitaria	194	211	144	143	194	258
Pedagógica	71	76	30	54	97	164
Tecnológica	123	135	114	89	97	94
Artística	-	-	-	-	-	-

Fuente: MINISTERIO DE EDUCACIÓN - Censo Escolar

Analfabetismo:

CUADRO N° 09: TASA DE ANALFABETISMO.

Provincia y distrito	Tasa de Analfabetismo		
	Nacional	Sexo	
		Hombre	Mujer
LAMPÁ	11.5	4.6	18.2

(Porcentaje de la población de 15 a más años que no sabe leer ni escribir)

Fuente: INEI-Censos Nacionales: XI de Población y VI de Vivienda 2007

1.2.6. Análisis Cultural

Descripción Histórica Del Territorio.- El 25 de julio de 1678, el R.P. Jesuita Francisco Goyzueta por orden de la Corona de España el Rey Carlos II fundó la ciudad de Lampa con el nombre de “SANTIAGO DE LAMPÁ”. Lo que quiere decir, que la actual ciudad de Lampa en realidad debe tener el nombre de “SANTIAGO DE LAMPÁ” y su aniversario celebrarse el 25 de julio de cada año. Actualmente el 25 de julio en la ciudad de Lampa se celebra el día de San Santiago “Tata Santiago” patrono de Lampa, nombre también del majestuoso templo que se levanta entre las plazas de Armas y Grau; en esta fecha se congregan todas las comunidades (antiguos ayllus) pertenecientes a la provincia de Lampa e Instituciones y acompañan a la procesión de San Santiago, cada comunidad e Institución con su respectivo santo, y su respectiva música llamada “pitubanda” música a base de bombo, tambor y quenás, lo que hace una impresionante procesión en devoción a San Santiago; la misa es celebrada por el mismo obispo de Puno quien viaja desde la ciudad de Puno y en su homilía hace resaltar la importancia y el significado de San Santiago, que montado en su caballo y su



espada que porta, solo son simbolismos para reafirmar la fe en Dios; finalmente esta festividad culmina con las tradicionales corridas de toros de tres días en el “Toros Cancha” Arenas del Río Lampa, conforme así lo han demostrado los estudios que han realizados, el profesor Uriel Frisancho Portugal y el arqueólogo Roberto Ramos Castillo.

Reseña.- Por sus calles y plazas anduvieron Túpac Amaru II durante su rebelión y Simón Bolívar en la corriente libertadora; fue cuna además de grandes personajes como Enrique Torres Belón, ilustre político que logró la reapertura de la Universidad del Altiplano, Víctor Humareda Gallegos, ultimo pintor impresionista del Perú, entre otros; con más de 400 años de fundación española y aún conserva, a pesar de los años, un misterioso encanto, que es capaz de cautivar a propios y extraños, no en vano reza la frase “quien va a Lampa, cae a la trampa, y quien escapa, deja la capa”. A lo largo de los años, Lampa ha recibido innumerables denominaciones, tanto en épocas pasadas como en la actualidad, desde Benemérita la Provincia y Leal Villa su Capital; ciudad rosada, hasta Ciudad Monumental; lo cierto es que cada una de estas denominaciones encierran, en pocas palabras, su historia, rica en tradiciones y costumbres.

Sin bien es cierto, con el transcurrir de los años, Lampa ha perdido parte de su territorio dando nacimiento a nuevas provincias como San Román y Melgar; a pesar de ello, aún posee innumerables atractivos turísticos, elevando a Lampa como una de las más grandes potencias turísticas de la región. Lampa desde tiempos remotos, perteneció a la cultura Tiahuanaco, en tiempo de los incas Lampa estaba situado en el Collasuyo, habitado por los collas. Con la conquista del Perú por los españoles, toda las regiones de nuestra patria fueron entregados a los conquistadores con el nombre de encomiendas, pero los abusos de éstos dieron lugar a que se reconozcan los cacicazgos del imperio, y aún esta medida no puso remedio a la explotación y la barbarie de los españoles para con los conquistadores.

El territorio de Lampa desde 1542 a 1772 perteneció al virreinato de Buenos Aires junto con los corregimientos de Azángaro, Carabaya, Chucuito y Huancané, pero seguía perteneciendo a la jurisdicción eclesiástica del obispado del Cusco. En 1787, Lampa perteneció a la audiencia del Cusco de acuerdo a la real cédula del 3 de mayo. Además la división administrativa se hizo en intendencias y éstos en partidos. La intendencia de Puno, comprendía cinco partidos que eran. Lampa, Azángaro, Carabaya, Chucuito y Huancané el partido de Lampa comprendía 14 pueblos, y estos fueron, Pucará, Ayaviri, Umachiri, Orurillo, Nuñoa, Macarí, Lampa, Caracoto, Cabanilla, Vilque, Cabana, Juliaca, Atuncolla y Santa Rosa. Con el advenimiento de la república, la provincia de Lampa, fue creada por el libertador Don Simón Bolívar por decreto dictatorial del 21 de junio de 1825.



CUADRO N° 10: Patrimonio Material e Inmaterial del Distrito de Lampa.

DESCRIPCIÓN	DETALLES
Templo Santiago Apóstol	Declarado Monumento Histórico por el Instituto Nacional de Cultura mediante Ley N° 9342 del 20 de febrero de 1941.
Puente Republicano	Declarado Patrimonio Cultural de la Nación, mediante R.J. N° 348 – 91 – INC / J por el Instituto Nacional de Cultura, el 23 de julio de 1980.
Cueva de Lenzora	Declarado Patrimonio Cultural de la Nación por el Instituto Nacional de Cultura, mediante la R.D.N. N° 296 / INC – 2003.
Ciudad de Lampa	Su zona monumental fue declarada Patrimonio Cultural de la Nación por el Instituto Nacional de Cultura, mediante R.S. N° 2900 – 72 – ED el 28 de diciembre de 1972.
Fortaleza de Lamparaquem	Declarado Patrimonio Cultural de la Nación por el Instituto Nacional de Cultura, mediante la R.D.N. N° 296 / INC – 2003.
Ayarachis de Paratia	Declarada como Patrimonio Cultural de la Nación “Patrimonio Inmaterial, la música y danza tradicional del Ayarachi de la Región del Altiplano de Puno”, mediante R.D.N. N° 1064 / INC – 2004 el 14 de octubre del 2004.

1.2.7. ANÁLISIS ECONÓMICO

Agropecuaria.- La agricultura es la actividad más importante de la provincia de Lampa con una superficie agrícola de 617,581.70 has. Se estima que en la provincia, alrededor de 182% de la población se dedica a la actividad agropecuaria, de pendiendo del manejo de pisos altitudinales para orientar su actividad agrícola o pecuaria. En la mayoría de los casos es marcadamente agrícola con una producción pecuaria y casi a nivel familiar, que sin embargo lo provee de productos derivados, en escasa cantidad, para su comercialización.

Pecuaria.- La actividad pecuaria sustenta en la crianza extensiva de alpacas seguida de ovinos y vacunos y se desarrolla alrededor del habitat de las comunidades que procura un recurso alimentario para ganado vacuno. Las familias también se dedican a las crianzas de animales menores como: cuyes y aves de corral orientados en partes al consumo.

La población pecuaria en la provincia de Lampa es como sigue: ganado vacuno 54,141 cabezas, porcino 1,447 cabezas, ovino 203,212 cabezas, caprino 69 cabezas, alpacas 263,201 cabezas y llamas 19,143 cabezas.

Manufactura.-

CUADRO N° 11: MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS REGISTRADAS EN LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE LAMPÁ 2013.

Provincia	Total			Artesanía			Textiles			Metalurgia			Agropecuario		
	Total	Micro empresa	Pequeña empresa	Total	Micro empresa	Pequeña empresa	Total	Micro empresa	Pequeña empresa	Total	Micro empresa	Pequeña empresa	Total	Micro empresa	Pequeña empresa
Lampa	34	29	5	15	13	2	4	4	-	1	1	-	14	11	3

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Registro Nacional de Municipalidades 2014



Comercio.- La actividad comercial se muestra como uno de los elementos más dinámicos e importantes de la vida de relación de las ciudades, dentro de su mismo espacio, pero también en su periferia y determina el área de influencia de una ciudad. La provincia demuestra distintos niveles de atracción.

En Lampa la actividad comercial se desarrolla en función a alrededor de 25 tiendas de abarrotes, vivienda- comercio atendidas por las mismas familias.

El eje central de la actividad comercial provincial se da en la Feria Dominical alcance interdistrital, donde comuneros, agricultores, intermediarios directos e indirectos; ofertan y compran los productos de la zona, quienes comercialmente se articulan con el mercado de Juliaca.

Actividades De Transformación.- En el sector de industrias manufactureras, una de las actividades económicas más importantes, es la fabricación de lácteos, granos andinos y la confección de fibra de lana de alpaca, ambas de manera incipiente, por lo que es necesario que las autoridades en conjunto lleven políticas de desarrollo y capacitación a toda la población inmersa en estas actividades.

1.2.8. ANÁLISIS AMBIENTAL

- a) **Servicio de Almacenamiento Público.-** Se tiene 54 papeleras: 06 en buen estado, 44 en estado regular y 04 en mal estado. Los tipos de recipientes son: papeleras, contenedores y cilindros. A los cuales se le hace un mantenimiento cada 6 meses.
- b) **Servicio de Barrido Público.-** La cantidad de vías y plazas con los que cuenta el distrito es de 14,239.80 m, las cuales cuentan con el servicio de barrido. La Cantidad de residuos sólidos recogidos en el servicio de barrido (tn/día) es de 1.33 Tn/día y la frecuencia del servicio de barrido (días y turno) es de Lunes a Domingo en la madrugada (2:00 a 5:00 am). Cantidad del personal operario del servicio de barrido es de 37 personas.
- c) **Servicio de Recolección y Transporte.-** El Tipo de Vehículo que se utiliza para la recolección es una Compactadora la cual ya se encuentra en mal estado. La cantidad de residuos sólidos recolectados y transportados (tn/día) es de 2.06 Tn/día. La frecuencia del servicio son los días jueves, viernes y sábado de 5:00 am hasta las 12:00 m. La cantidad del personal operario del servicio de recolección y transporte es de dos personas (1 conductor y 1 recolector).
- d) **Servicio de Disposición Final.-** El lugar de disposición Final de residuos sólidos es Huaytapata, ubicada en las coordenadas UTM WGS 84. De propiedad de la Municipalidad Provincial de Lampa. El cual es un botadero.



1.2.9. ANÁLISIS POLÍTICO E INSTITUCIONAL

En este aspecto se tienen diferentes herramientas de gestión y planificación para desarrollar el turismo, las que daremos a conocer a continuación:

- a) Mediante Resolución Ministerial Nro. 115-2016-MINCETUR, la actual gestión del Mincetur, a cargo de la ministra Magali Silva, publicó el viernes último el nuevo proyecto del PENTUR al 2025.
Dicho documento señala la necesidad de actualizar el PENTUR anterior, pero con un horizonte hasta el año 2025 y bajo el actual contexto del sector turístico, definiendo la política pública de apoyo al turismo, el papel de los gobiernos regionales y locales, los programas de inclusión social y educativa, los objetivos, pilares e indicadores estratégicos, los modelos de desarrollo y gestión, entre otros aspectos.
- b) Así como también se tiene otra herramienta de gestión, el Plan Estratégico Regional de Turismo Puno PERTUR 2021, donde se considera a la ciudad de Lampa como cuna de la cultura andina, proyectándose Lampa al 2021 posicionándose estratégicamente como un centro de atracción turística dentro de la región Puno como destino turístico competitivo, seguro y sostenible con identidad turística propia; como centro de atracción del turismo histórico-cultural, arqueológico, ecoturismo, vivencial sostenible, aventura y gastronómico. Articulado especialmente con el Valle del Colca, Cusco, Puno y La Paz, con servicios turísticos de calidad, uso racional de su diversidad de recursos naturales, que contribuya al desarrollo de la provincia elevando el nivel de vida de su población.
- c) También se tiene el Plan de Desarrollo Concertado de la Provincia de Lampa al año 2021, elaborado en el cuarto semestre del año 2016. En el **OBJETIVO ESTRATÉGICO GENERAL 6**, está referido a la “**Actividad Turística Articulado A Los Circuitos Regionales Y Nacionales**”.
- d) Los ingresos para el desarrollo de la actividad turística son los presupuestos del PIA – PIM. Los cuales detallaremos en **Anexos 02**.



1.2.10. Análisis General del Entorno

CUADRO N° 12: ANÁLISIS GENERAL DEL ENTORNO DEL DISTRITO DE LAMPÁ.

N°	PRINCIPAL PROBLEMA	NECESIDADES	OPORTUNIDADES PRIORIZADAS
1	La no conservación del Centro Histórico de la ciudad de Lampa.	Recuperación del centro histórico de la ciudad de Lampa.	Priorización de proyectos, para el mantenimiento y restauración de los atractivos.
2	La migración de los habitantes de Lampa a otros destinos por necesidades de trabajo.	Crear fuentes de trabajo y repotenciar en medio agrario y turístico para generar fuentes de ingreso.	Implementar fuentes de trabajo adecuadas para el poblador lampeño (agro, turismo, etc.)
3	Carencia de servicios básicos en Lampa.	Interés de parte de las autoridades para implementar y mejorar los servicios básicos.	Priorizar la implementación de servicios básicos.
4	Falta de amor e identidad de parte de la población para conservar y valorar el potencial arquitectónico e histórico.	Concientización a la población para que valore lo que posee.	Gestionar apoyo para la sensibilización y el fortalecimiento de capacidades dirigidos a la población en general de la ciudad de Lampa.
5	La municipalidad Provincial de Lampa no cuenta con los documentos de gestión planes de desarrollo distrital	Implementar las herramientas de gestión.	Desarrollo de un turismo planificado, organizado y sostenible de la ciudad de Lampa.
6	El presupuesto de inversión no se logra ejecutar al 100 %,	Mejorar la infraestructura, mejoramiento de carreteras, etc.	Diversificación del producto turístico.

1.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA

1.3.1. DELIMITACIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO

Anexo 03 - Delimitación del espacio Turístico de Lampa.

Anexo 04 - Delimitación del espacio Turístico del Distrito de Lampa.

1.3.2. SITUACIÓN DE LOS RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS

La ciudad de Lampa en cuanto a sus recursos turísticos en la mayoría se encuentran registrados en la Dircetur, así como también encontrándose algunos en regular estado y otros en buen estado, teniendo como principal ventaja que la mayoría de los atractivos se encuentran cerca.

En cuanto a los servicios que presta la ciudad de lampa, cuenta con establecimientos de hospedaje, también con establecimientos que expenden comida, así como también con servicios complementarios como locutorios, bancos, cabinas de internet, cafeterías, etc. Así como también cuenta con asociaciones de artesanas formalmente constituidas y algunas asociaciones de productores de los derivados lácteos. También cuenta con servicio de transporte interprovincial y urbano, así como también con taxis y mototaxis que hacen el servicio de traslado para algunos atractivos. Fuera de prestar brindar los productos convencionales en la ciudad de Lampa, también se está implementando otro tipo de turismo cual es el turismo de aventura, turismo místico y turismo rural comunitario, teniendo como



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL
LAMPÁ – PUNO – PERÚ



aliado estratégico al proyecto SAYWA quien está trabajando para desarrollar este tipo de turismo, fortaleciendo sus capacidades a cada una de las asociaciones con las que trabaja. La municipalidad Provincial de Lampa, mediante la Sub Gerencia de Turismo viene trabajando en las capacitaciones en los diferentes rubros, para poder brindar un mejor servicio y calidad de atención al cliente así como también promover diferentes actividades productivas, para la generación de movimiento económico en la ciudad.

CUADRO N° 13: RECURSOS TURÍSTICOS DE LAMPÁ.

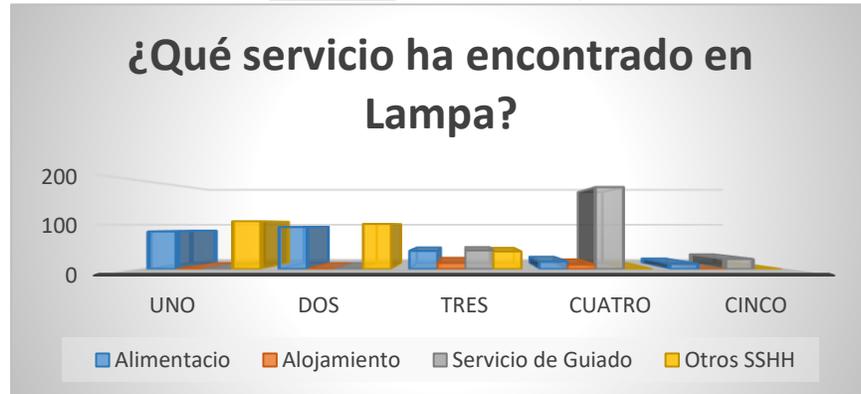
Recursos / Atractivo	Clasificación	Estado de Conservación	Afluencia De Visitantes	Temporalidad (Meses)	Se Encuentra Inventario	Atributo
Templo Santiago Apóstol	Manifestaciones Culturales	Regular	10,000 T. Nacionales/año 1500 T. Extranjeros/año	12 meses	si	Capilla de la Piedad, Catacumbas, Pinturas, Etc.
Casa de la Oca	Manifestaciones Culturales	Regular	2500 T. Nacionales/año 500 T. Extranjeros/año	12 meses	si	Casa que en su patio principal se encuentra un juego de azar de la época colonial hecha con pequeñas piedrecillas de color blanco y negro.
Cueva de Lenzora	Manifestaciones Culturales	Malo	650 T. Nacionales/año 50 T. Extranjeros/año	12 meses	si	Monumento Arqueológico que data hace 3,000 años. Cueva con más de 40 grabados rupestres.
Puente Republicano	Manifestaciones Culturales	Malo	3560 T. Nacionales/año 420 T. Extranjeros/año	12 meses	si	Construido en 1846, hecho en piedra y revestida en sillar. Su construcción Fue un Reto Técnico para la Época.
Criadero de Chinchillas	Realizaciones Técnicas Científicas O Artísticas Contemporáneas	Regular	1500 T. Nacionales/año 85 T. Extranjeros/año	12 meses	si	Infraestructura especialmente acondicionada donde se ha establecido el hábitat de 120 chinchillas aproximadamente.
Bosque de Puyas de Raimondi	Sitios Naturales	Bueno	150 T. Nacionales/año 15 T. Extranjeros/año			
Museo Municipal "La Réplica De La Piedad" de Miguel Ángel	Manifestaciones Culturales	Regular	2687 T. Nacionales/año 750 T. Extranjeros/año			Replica Original de la Piedad de Miguel Ángel, Pinturas de Víctor Humareda Gallegos, Pinturas modernas.
Fortaleza de Lamparaquem	Manifestaciones Culturales	Malo	50 T. Nacionales/año 0 T. Extranjeros/año			Fortaleza Formada por una gran Muralla de unos 150 mts. De largo por 4 mts. De ancho.
Casonas Tradicionales del Centro Histórico de Lampa	Manifestaciones Culturales	Regular				



1.3.3. SITUACIÓN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS E INVERSIONES

A. **SERVICIOS TURISTICOS.**- En la ciudad de Lampa no se cuentan con muchas empresas privadas que presten el servicio de alojamiento. Así como también restaurantes, ya que no se tiene mucha afluencia de turistas nacionales como extranjeros.

Grafico N° 1: Servicios en Lampa.



CUADRO N° 14: OFERTA DE HOSPEDAJES EN LA PROVINCIA DE LAMPÁ.

Distritos	Establecimientos	Habitaciones	Camas
Lampa	8	76	139
Ocuviri	2	10	16
Santa Lucia	5	25	40
Pucara	1	5	8
Total	12	96	171

Fuente: MINCETUR/VMT/DGITA

GRAFICO N° 2: OFERTA DE HOSPEDAJES

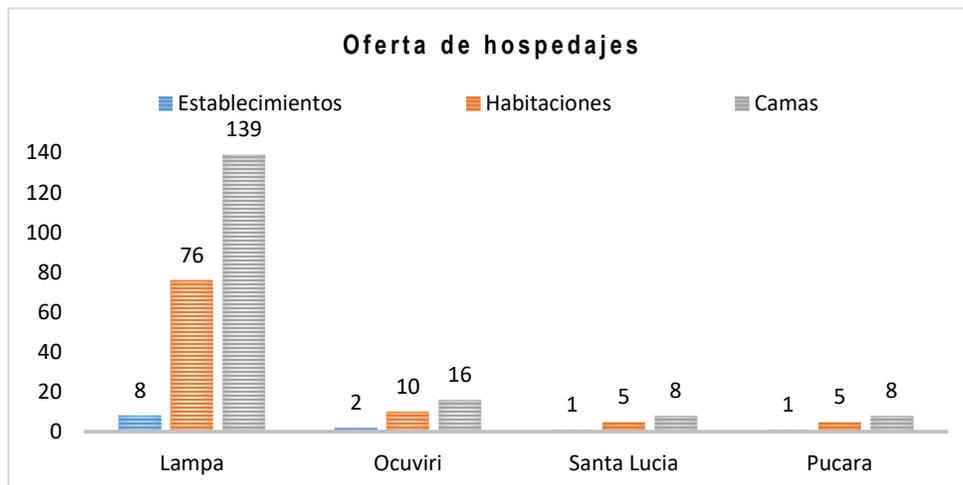




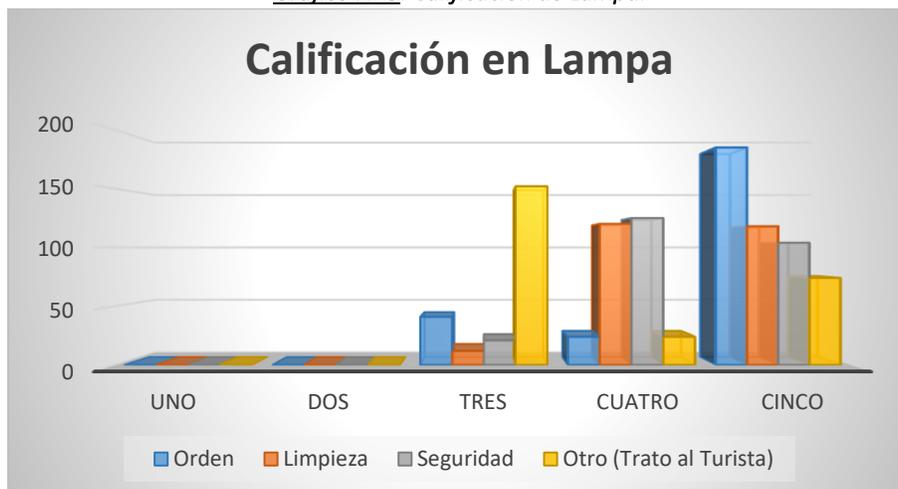
Grafico N° 3: Venta de Artesanías.



Grafico N° 4: Identidad.



Grafico N° 5: Calificación de Lampa.





PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL
LAMPÁ – PUNO – PERÚ



CUADRO N° 15: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE.

Número total de establecimientos de hospedaje por clasificación	CAPACIDAD OFERTADA		FORMALIDAD		
	N° total de habitaciones	N° total de camas	N° de establecimientos de hospedaje con licencia de funcionamiento municipal	N° de establecimientos de hospedaje con RUC	N° de establecimientos de hospedaje registrados en DIRCETUR
Hospedaje "Estrella"	12	27	Si	Si	Si
Hospedaje "Milam"	07	16	Si	Si	No
Hostal "Casa Romero"	05	9	Si	Si	No
Hostal "Residencial"	11	22	Si	Si	No
Hospedaje "La Casona"	10	24	No	Si	No
Hostal "La Casa Nina"	06	08	Tramite	Si	No
Hostal "Los Angeles"	10	16	Tramite	Si	No
Hostal "Lima"	05	10	No	No	No

CUADRO N° 16: SERVICIOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.

Número total de establecimientos de alimentos y bebidas	CAPACIDAD OFERTADA		FORMALIDAD		
	N° total de mesas	N° total de sillas	N° de A & B con licencia de funcionamiento municipal	N° de A & B con RUC	N° de A & B registrados en DIRCETUR
Café Restaurant Tukuy Mikhuy EIRL	25	150	Si	Si	No
Restaurant "Sabor Puneño"	6	24	Si	Si	No
Quinta Restaurant "Milam Tropikal"	12	90	Si	Si	No
Quinta Puka Kocha	31	124	No	Si	No
Restaurant "El Tambo"	13	52	Si	Si	No
Restaurant "Sumac Llacta"	8	32	Si	Si	No
Restaurant "Plato de Oro"	12	48	Si	Si	No
Restaurant "La Limeñita"	8	27	Si	Si	No



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL
LAMPÁ – PUNO – PERÚ



Restaurant " La Lampeñita"	8	32	Si	Si	No
Chicharroneria " Costumbres andinos"	9	36	Si	Si	No
Chicharroneria "Doña Estelita"	10	40	Si	Si	No
Restaurant "Sumac Mickuy"	12	48	Si	Si	No
Restaurant "Dina"	06	24	Si	No	No
Restaurant "Inmaculada Concepción de María"	06	24	No	No	No
Restaurant "CLAU"	06	24	No	No	No
Restaurant "Doña Epi"	05	20	No	No	No

CUADRO N° 17: AGENCIAS DE VIAJES U OPERADORES TURÍSTICOS.

La ciudad de Lampa no cuenta con Agencias de Viajes ni Operadores Turísticos

CUADRO N° 18: GUÍAS Y ORIENTADORES LOCALES.

Número total de guías y orientadores Turísticos Locales	Formalidad	
	N° de guías y orientadores Turísticos Locales Organizados	N° de guías y orientadores Turísticos Locales Registrados en DIRCETUR
10	0	0

CUADRO N° 19: ARTESANÍAS.

Nombre de Asociación	Línea Artesanal	N° Total de artesanos / talleres	Productos	Ventas		Formalidad	
				Local	Exportación	N° de Artesanos RNA	N° de Artesanos con RUC
Qori Willma Alpaca Qori Willma	Textil	14	Prendas de Vestir en General, Manualidades	Si	Si	5	8
Manos Expertas Puente Lampa	Textil	14	Prendas de Vestir en General, Manualidades	Si	Si	5	8
Santa Justina	TEXTIL	05	Prendas de Vestir en General, Manualidades	Si	No	0	0
Micaela Bastidas	Textil	16	Prendas de Vestir en General, Manualidades	Si	No	3	2



**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL
LAMPA – PUNO – PERÚ**



Vicuñitas de Lampa	Textil	23	Prendas de Vestir en General, Manualidades	Si	Si	10	10
Corazón de Jesús	TEXTIL	16	Prendas de Vestir en General, Manualidades	Si	No	0	0
Virgen Santa Ana	TEXTIL	18	Prendas de Vestir en General, Manualidades	Si	No	0	0
Nuevo Amanecer	TEXTIL	25	Prendas de Vestir en General, Manualidades	Si	Si	6	6
Rosas Tika	TEXTIL	29	Prendas de Vestir en General, Manualidades	Si	Si	2	1
Kcori Puska	TEXTIL	12	Prendas de Vestir en General, Manualidades	Si	Si	5	5
Virgen de Natividad	TEXTIL	15	Prendas de Vestir en General, Manualidades	Si	No	0	0
Arañas de la Piedad de Miguel Ángel	TEXTIL	10	Prendas de Vestir en General, Manualidades	Si	No	0	0
BRYMNAH - LAMPA	TEXTIL	17	Prendas de Vestir en General, Manualidades	Si	Si	2	2

CUADRO N° 20: SERVICIOS TURÍSTICOS COMPLEMENTARIOS.

Servicios Complementarios	N° Total	Descripción Breve Del Servicio Complementario	Formalidad		
			N° de empresas con licencia de funcionamiento municipal	N° de empresarios con RUC	N° de empresarios registrados DIRCETUR
Turismo de Aventura LAMPA ADVENTURE	01	Esta excursión es de medio día, donde partiremos de la ciudad de Lampa sobre los 4800 msnm, para luego subir la cordillera rumbo al Nevado Coachico y llegar sobre los 5800 msnm, estando en contacto con la naturaleza andina, pudiendo divisar paisajes incomparables, sobre potentes cuatrimotos preparadas para esta travesía, y retornar para un almuerzo al escoger, en una Quinta Restaurant. Esta también incluido en el paquete la visita a los lugares turísticos de Lampa, como son el templo de Santiago Apóstol el Puente Colonial y el criadero de Chinchillas. La excursión en bicicletas que son de Mountain Bike profesionales, dura 3 horas en descenso desde el Nevado Coachico hacia la ciudad de Lampa.	No Cuenta	No Cuenta	No cuenta
Museo Kampac	01	Su nombre deriva del antiguo nombre de Lampa, fue aperturado gracias a la iniciativa y peculio del Dr. Jesús Vargas Quispe, graduado en ciencias histórico sociales, presenta cerámicos, monolitos y armas. Está a la vista del turista desde el 12 de junio de 1987. Kampac museo, está inscrito en la guía turística de los EE.UU. de Norte-América, en la guía turística de Sud-América, Caribe, México y América Central desde 1989. Se apertura este museo por ser Lampa una ciudad turística para conocer mejor la cultura andina de nuestro pasado, para atraer el turismo como desarrollo para el futuro.	No cuenta	No cuenta	No cuenta



**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL
LAMPÁ – PUNO – PERÚ**



CUADRO N° 21: OTROS SERVICIOS.

SERVICIO	DESCRIPCION	ADMINISTRADOR	CANTIDAD
Canchas Deportivas de Grass Sintético	Canchas deportivas para la realización de diferentes deportes	Municipalidad Provincial de Lampa	02
Gimnasio y Canchas Deportivas de Concreto	Gimnasio y Canchas para diferentes Deportes	Municipalidad Provincial de Lampa	03

CUADRO N° 22: TRANSPORTE.

NOMBRE	Capacidad de pasajeros por unidad	Frecuencias Diarias	Cuenta con RUC	Cuenta Con Licencia de Funcionamiento
Empresa de Transportes Ramos S.R.L.	15	Cada 10 Min de 4:00 am a 9:00 pm	Si	Si
Empresa de Transportes Lumaber S.R.L.	15	Cada 10 Min de 4:00 am a 9:00 pm	Si	Si
Empresa de transportes Halanoca S.R.L.	15	Cada 10 Min de 4:00 am a 9:00 pm	Si	Si
Empresa de Transportes San Juan de Dios S.R.L.	15	Cada 10 Min de 4:00 am a 9:00 pm	Si	Si

B. SITUACIÓN DE LA INVERSIÓN EN EL DISTRITO

CUADRO N° 23: INVERSIÓN PRIVADA.

Proyectos Vinculados al Turismo (priorizados)	Breve Descripción (rubro)	Monto Aproximado
Proyecto SAYWA	El presente proyecto tiene como beneficiarios a 36 personas quienes, participaron de un concurso saliendo ganadores sus planes de negocio en los rubros de; implementación de talleres artesanales, implementación de hospedajes rurales y la implementación de un restaurante	No especifican



1.3.4. PROBLEMÁTICA MAS RESALTANTE

CUADRO N° 24: ANÁLISIS GENERAL DE LA OFERTA.

N°	PRINCIPALES NECESIDADES	OPORTUNIDADES PRIORIZADAS
01	Falta de implementación de señalización para los atractivos.	Proyecto financiado por Mincetur.
02	Deficiente mantenimiento y protección de los atractivos turísticos	Financiamiento del proyecto implementación de camineras, sitios de descanso, señalización, paraderos, entre otros.
03	falta de capacitación a los prestadores de servicio	Convenios interinstitucionales.
04	Falta de coordinación sector publico privado.	Creación de espacios – mesa de turismo
05	Escasa cultura de atención al cliente	Convenios con instituciones ligadas al turismo
06	Escasa oferta de servicios turísticos de calidad	Participación de famtrips, workshops y ferias de turismo.

1.4. ANALISIS DE LA DEMANDA TURISTICA

De acuerdo a las entrevistas que se hicieron a las diferentes agencias que prestan el tour hacia la ciudad de lampá, se tuvo conocimiento del motivo principal de viaje de los visitantes cual es el tipo de turismo cultural, teniendo como principal atractivo de visita el templo Santiago Apóstol, siendo en menor número La visita de turismo receptivo, teniendo mayor cantidad de visitantes nacionales.

1.4.1. LLEGADAS Y ESTADISTICAS DE LA DEMANDA

CUADRO N° 25: ARRIBO DE TURISTAS A PUNO.

REGION PUNO: ARRIBO DE TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS A ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE, POR MESES, SEGÚN PROVINCIAS 2016									
PROVINCIA							TOTAL		
ABS.	%	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	TOTAL
PUNO		227889	50,70%	32574	36422	35374	39549	44165	39805
Nacional		100420	44,07	15980	21158	14399	15326	17188	16369
Extranjero		127469	55,93	16594	15264	20975	24223	26977	23436
AZANGARO		3040	0,68%	404	460	447	594	551	584
Nacional		1660	54,61	155	250	136	251	423	445
Extranjero		1380	45,39	249	210	311	343	128	139
CARABAYA		9761	2,17%	1433	1575	1456	1770	1753	1774
Nacional		6157	63,08	797	1053	674	914	1352	1367
Extranjero		3604	36,92	636	522	782	856	401	407
CHUCUITO		16907	3,76%	2882	2918	2596	2652	3171	2688
Nacional		14192	83,94	2330	2523	2058	2168	2774	2339
Extranjero		2715	16,06	552	395	538	484	397	349



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL
LAMPÁ - PUNO - PERÚ



EL COLLAO	8050	1,79%	1248	1301	1327	1296	1402	1476
Nacional	6905	85,78	1046	1127	1095	1046	1248	1343
Extranjero	1145	14,22	202	174	232	250	154	133
HUANCANE	3485	0,78%	511	595	556	621	621	581
Nacional	2670	76,61	371	477	392	436	513	481
Extranjero	815	23,39	140	118	164	185	108	100
LAMPÁ	4538	1,01%	696	761	669	787	822	803
Nacional	3022	66,59	425	535	338	438	661	625
Extranjero	1516	33,41	271	226	331	349	161	178
MELGAR	13538	3,01%	2148	2186	2013	2233	2623	2335
Nacional	11790	87,09	1835	1919	1610	1795	2476	2155
Extranjero	1748	12,91	313	267	403	438	147	180
MOHO	2888	0,64%	571	619	520	485	355	338
Nacional	2450	84,83	484	544	431	413	294	284
Extranjero	438	15,17	87	75	89	72	61	54
S.A. DE PUTINA	6475	1,44%	858	1078	1072	1170	1126	1171
Nacional	4565	70,50	512	799	638	713	933	970
Extranjero	1910	29,50	346	279	434	457	193	201
SN ROMAN	145246	32,31%	20101	21426	22017	21965	31212	28525
Nacional	133295	91,77	17678	19365	18940	18068	30916	28328
Extranjero	11951	8,23	2423	2061	3077	3897	296	197
SANDIA	5594	1,24%	352	416	1139	1221	1301	1165
Nacional	3828	68,43	0	128	802	863	1035	1000
Extranjero	1766	31,57	352	288	337	358	266	165
YUNGUYO	2064	0,46%	330	363	339	364	331	337
Nacional	1587	76,89	231	288	234	280	275	279
Extranjero	477	23,11	99	75	105	84	56	58
TOTAL	449475	100,00	64108	70120	69525	74707	89433	81582
Nacional	292541	65,09	41844	50166	41747	42711	60088	55985
Extranjero	156934	34,91	22264	19954	27778	31996	29345	25597

FUENTE: Encuesta mensual de Turismo de Establecimientos de hospedaje. Elaboración: DIRCETUR PUNO - Información Preliminar

CUADRO N° 26: VISITAS A MONUMENTOS ARQUEOLÓGICOS.

INFORMACION ESTADISTICA DE TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS QUE VISITAN A LOS MONUMENTOS ARQUEOLOGICOS									
PREHISPANICOS MUSEOS DE SITIO Y MUSEOS-2016									
ARRIBOS	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	TOTAL
SILLUSTANI	2645	6763	8132	5853	8760	8399	10445	11443	62440
NACIONALES	1409	1338	414	1480	1983	1839	4398	3873	16734
EXTRANJEROS	1236	5425	7718	4373	6777	6560	6047	7570	45706
PUCARA	3067	2538	3377	4658	6423	4934	8159	9160	42316
NACIONALES	93	98	223	118	146	366	734	201	1979
EXTRANJEROS	2974	2440	3154	4540	6277	4568	7425	8959	40337
CUTIMBO	106	84	124	81	56	74	103	236	864
NACIONALES	83	63	53	48	36	68	76	176	603
EXTRANJEROS	23	21	71	33	20	6	27	60	261



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL
LAMPÁ – PUNO – PERÚ



T, SAN JUAN DE LETRAN	124	165	152	81	170	156	228	242	1318
NACIONALES	108	128	121	58	140	135	170	121	981
EXTRANJEROS	16	37	31	23	30	21	58	121	337
T, N.S. DE LA ASUNCION	106	198	114	82	95	60	175	158	988
NACIONALES	65	133	81	51	59	39	137	146	711
EXTRANJEROS	41	65	33	31	36	21	38	12	277

FUENTE: Dirección Desconcentrada del Ministerio de Cultura de Puno

Elaboración.: Dirección de Turismo - DIRCETUR-PUNO - Información Preliminar

CUADRO N° 27: TOTAL DE PERNOCTACIONES EN LA PROVINCIA DE LAMPÁ.

Distritos	2011	2012	2013	2014	2015
Lampa	9,908	8,342	9,441	9,351	3,006
Ocuviri	786	742	1710	1474	1042
Santa Lucia	786	816	1710	737	821
Pucara	786	559	855	737	521

Fuente: MINCETUR/VMT/DGITA

1.4.2. PERFIL DEL VISITANTE

GRAFICO N° 6: PROMEDIO DE EDAD DEL VISITANTE.

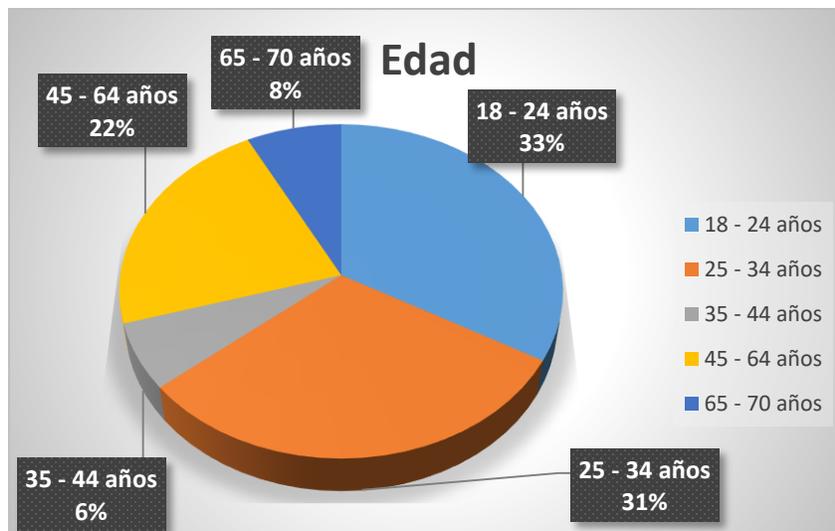




GRAFICO N° 7: PROMEDIO DEL SEXO.

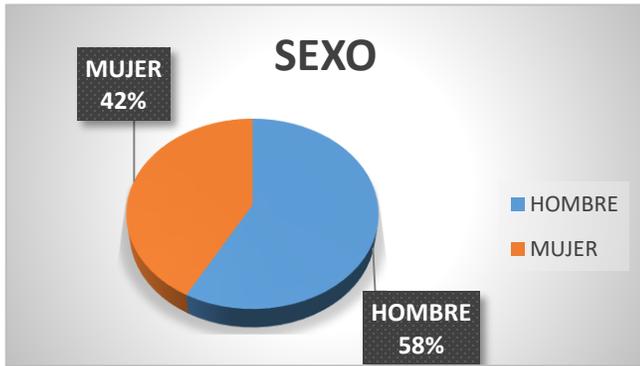


GRAFICO N° 8: NACIONALIDAD DEL VISITANTE



Grafico N° 9: Grado de Instrucción del visitante.

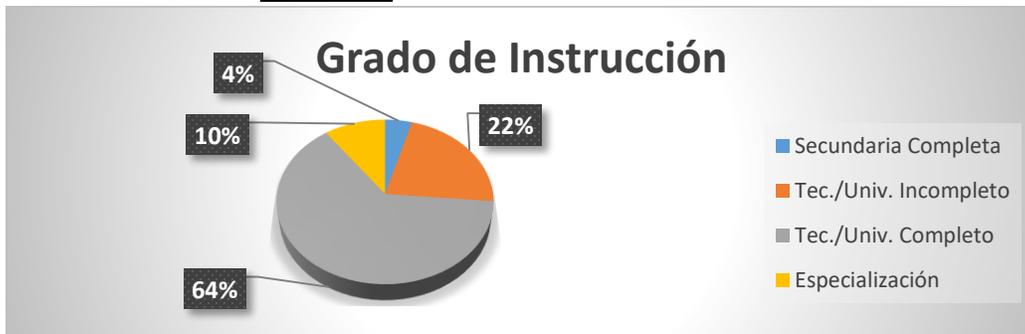


Grafico N° 10: Promedio de con quien Viaja el Visitante.



Grafico N° 11: Promedio de Motivo de Viaje.

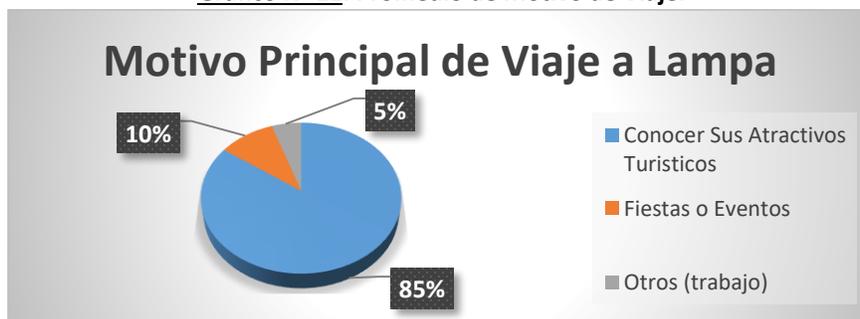




Grafico N° 12: Promedio de cómo se enteró el visitante de Lampa.



Grafico N° 13: Promedio de Como Viajo el Visitante.



Grafico N° 14: Promedio de Si Pernoctara o no el Visitante.



GRAFICO N° 15: TOTAL DE PERNOCTACIONES EN LA PROVINCIA DE LAMPÁ





**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL
LAMPÁ – PUNO – PERÚ**

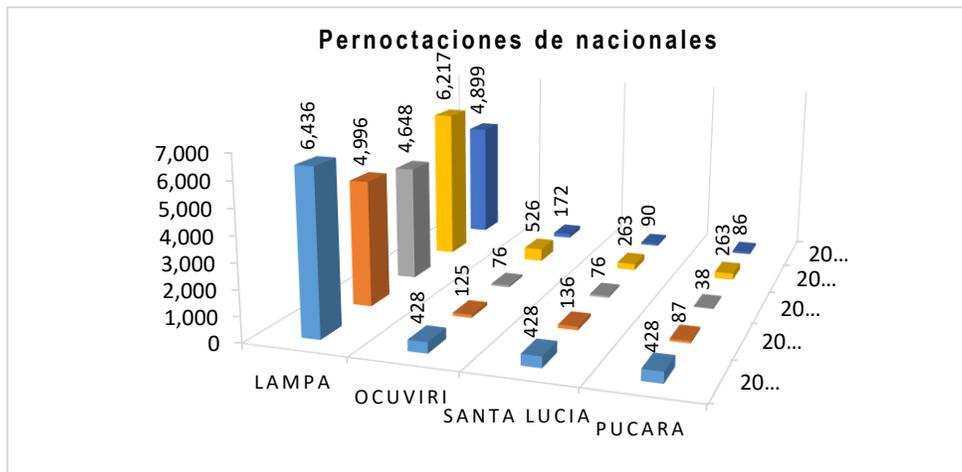


CUADRO N° 28: TOTAL DE PERNOCTACIONES DE NACIONALES EN LA PROVINCIA DE LAMPÁ.

Distritos/años	2011	2012	2013	2014	2015
Lampa	6,436	4,996	4,648	6,217	4,899
Ocuviri	428	125	76	526	172
Santa Lucia	428	136	76	263	90
Pucara	428	87	38	263	86

Fuente: MINCETUR/VMT/DGITA

GRAFICO N° 16: PERNOCTACIONES DE TURISTAS NACIONALES



CUADRO N° 29: TOTAL DE PERNOCTACIONES DE EXTRANJEROS EN LA PROVINCIA DE LAMPÁ.

Distritos/años	2011	2012	2013	2014	2015
Lampa	3,472	3,352	4,793	3,134	3,107
Ocuviri	358	617	1634	948	870
Santa Lucia	358	680	1634	474	731
Pucara	358	472	817	474	435

Fuente: MINCETUR/VMT/DGITA



GRAFICO N° 17: TOTAL DE PERNOCTACIONES DE EXTRANJEROS EN LA PROVINCIA DE LAMPÁ

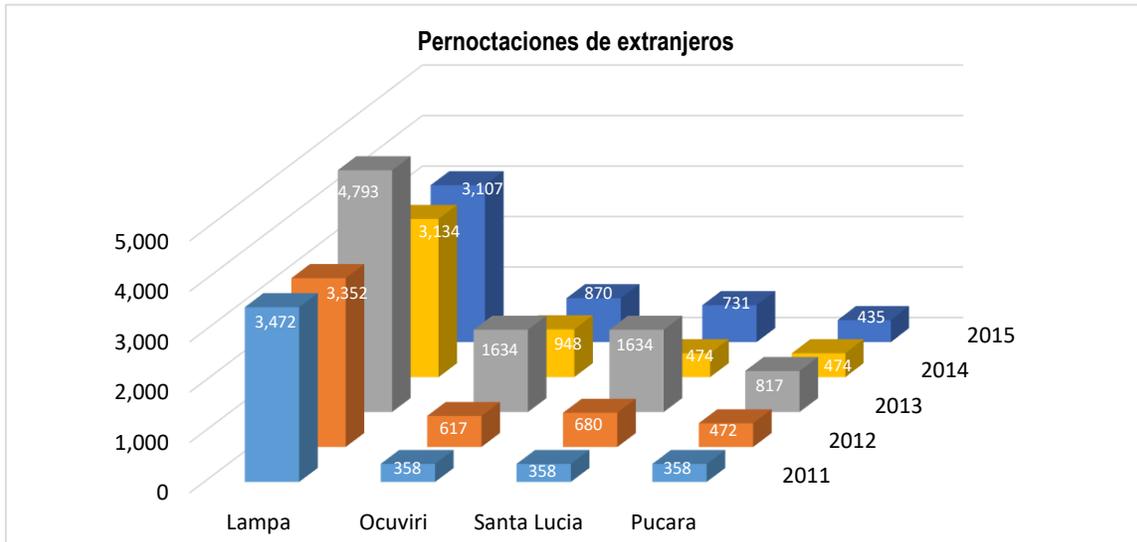


Gráfico N° 18: Promedio de Actividades Deseadas.

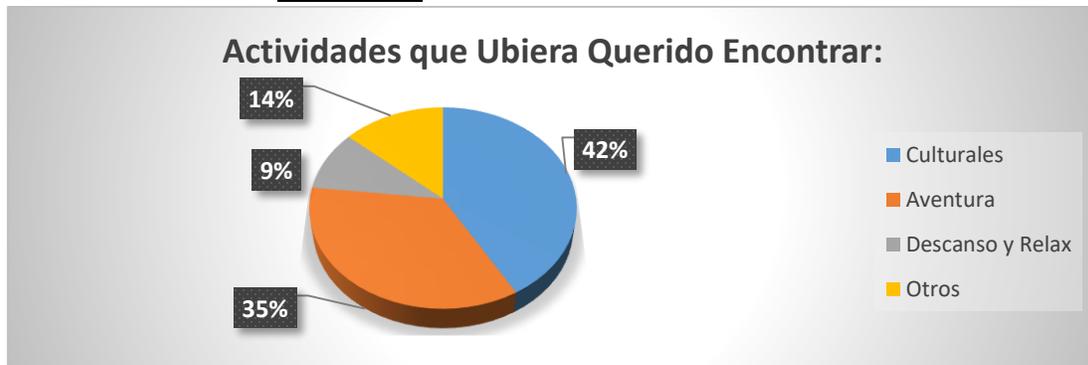


Gráfico N° 19: Promedio de Calificación de Los Atractivos Turísticos de Lampa.

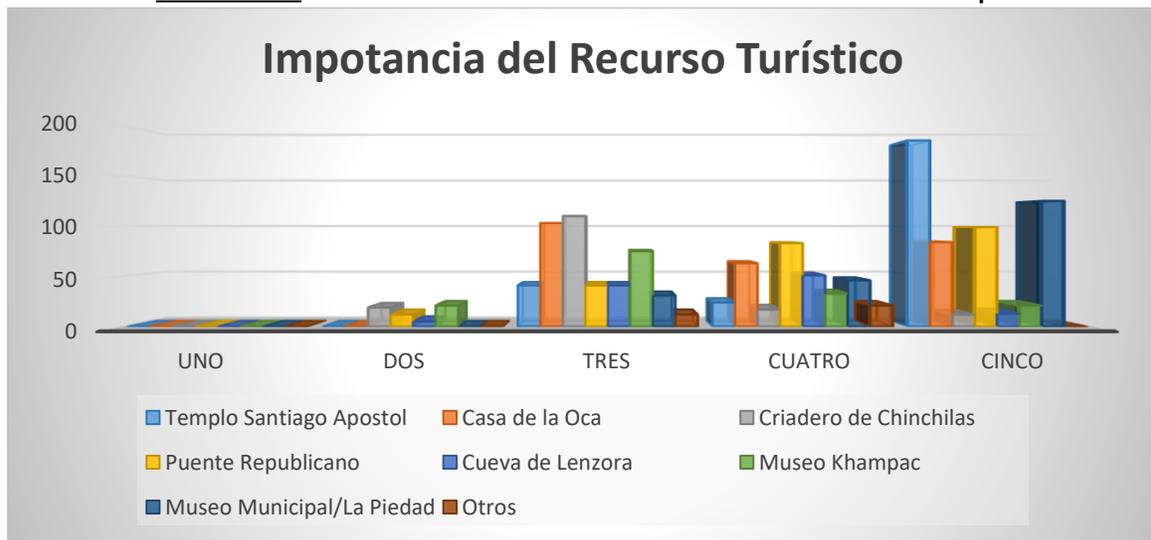




Grafico N° 20: Promedio de Sugerencias.

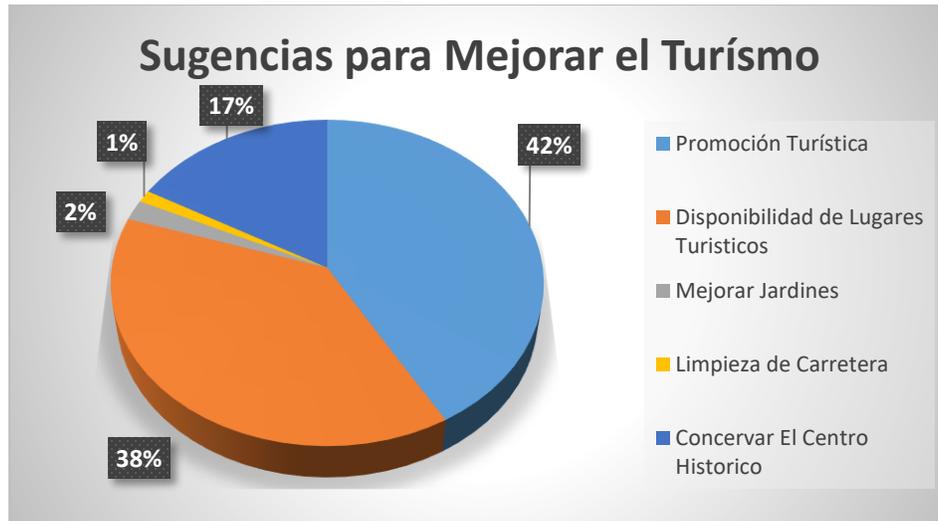


Grafico N° 21: Promedio del Nivel de Satisfacción.

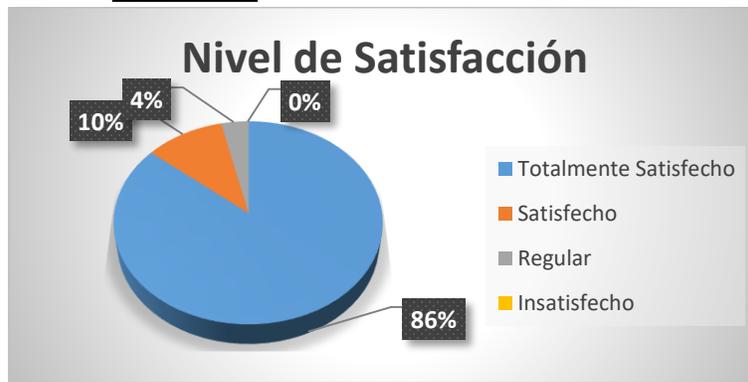


Grafico N° 22: Sugerencias de Promoción Turística.





PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL
LAMPÁ - PUNO - PERÚ



EDAD:	TOTAL	SEXO:	TOTAL	Nacionalidad	TOTAL
18 - 24	83	MASCULINO	145	Nacional	169
25 - 34	77	FEMENINO	105	Extranjero	81
35 - 44	16				
45 - 64	55	GRADO DE INSTRUCCIÓN:	TOTAL		
64 - 70	19	Secundaria Completa	11		
		Tecnico/Universitario Incompleto	55		
		Tecnico/Universitario Completo	159		
		Especializacion/Maestria/Doctorado	25		
¿Con quien Viajo / Viaja?			TOTAL		
a. Con amigos y/o parientes sin niños			123		
b. Grupo familiar directo			45		
c. Solo			31		
d. Con pareja			43		
e. Con amigos y/o parientes con niños			8		
Motivo principal de viaje a Lampa			TOTAL		
a. Conocer sus atractivos turísticos			212		
b. Fiesta o evento			25		
c. Otros (Trabajo)			13		
¿Cómo se enteró de Lampa? Hasta dos respuestas.			TOTAL		
a. Internet			155		
b. Publicaciones (revistas/guías de viaje/.....)			25		
c. Comentarios y experiencias familiares/amigos			56		
d. Oficina de Información Turística			41		
e. Otros			15		
¿Viaja por cuenta propia o cuenta con los servicios de una agencia?			TOTAL	TOTAL	
a. Cuenta Propia (solo)			196	Agencia de Puno	9
b. Agencia de viaje			54	Agencia de Lima	45
Pernocta/pernoctará en Lampa?			TOTAL		
SI			24	N° de Noches	1
NO			226		
¿Adquirió artesanías en Lampa?			TOTAL	¿Qué actividades hubiera querido encontrar en Lampa?	
SI			103	DESCRIPCION	TOTAL
NO			147	Actividades Culturales	104
				Actividades de Aventura	88
¿Considera que la identidad cultural de Lampa es auténtica?			TOTAL	Actividades de Desacanso	24
SI			176	Otros	34
NO			54		
No Sabe / No Opina			20		



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL
LAMPÁ – PUNO – PERÚ



¿Qué servicios ha encontrado en Lampa? / Evalúe la calidad de los servicios.			¿Cuán interesante le parece los atractivos turísticos de la ciudad		
SERVICIO	CALIDAD	TOTAL	INTERESANTE	TOTAL	
Alimentacion	1	85	1	0	
	2	95	2	0	
	3	41	3	41	
	4	17	4	24	
	5	12	5	185	
Alojamiento	1	0	1	0	
	2	0	2	0	
	3	14	3	103	
	4	10	4	63	
	5	0	5	84	
Servicio de Guiado	1	0	1	0	
	2	0	2	19	
	3	42	3	110	
	4	185	4	17	
	5	23	5	12	
Otros Servicios Higienicos	1	108	1	0	
	2	102	2	12	
	3	40	3	41	
	4	0	4	83	
	5	0	5	99	
Calificacion en Lampa			1	0	
DESCRIPCION	CALIDAD	TOTAL	2	5	
Orden	1	0	3	41	
	2	0	4	51	
	3	41	5	13	
	4	24	1	0	
	5	185	2	21	
Limpieza	1	0	3	75	
	2	0	4	33	
	3	12	5	21	
	4	120	1	0	
	5	118	2	0	
Seguridad	1	0	3	31	
	2	0	4	46	
	3	21	5	125	
	4	125	1	0	
	5	104	2	0	
Otros	1	0	3	12	
	2	0	4	21	
	3	152	5	0	
	4	24			
	5	74			
			1	0	
			2	0	
			3	12	
			4	21	
			5	0	



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL
LAMPÁ – PUNO – PERÚ



Promedio de Gasto	TOTAL	¿Qué sugerencias haría para mejorar el turismo en Lampa?	TOTAL
de 10 a 25 Soles		Promocionar mas el turismo	104
de 25 a 50 Soles		Abrir los Lugares y Poner a Disposición para Visitas	96
de 51 a 100 Soles		Mejorara los Jardines de plazas	5
de 100 a Mas		Limpieza de la Carretera	3
		Concervar el Centro Historico	42
Satisfaccion General	TOTAL	¿Cómo sugiere usted que sería la mejor manera de promocionar la ciudad de Lampa?	TOTAL
Totalmente Satisfecho	215	Redes sociales	106
Satisfecho	26	Realizar Promocion Turistica en Aeropuertos	49
Regular	9	Comunicación entre personas	17
Insatisfecho	0	Realizar Documentales	72
		Ordenamiento por parte del Municipio	6

ESTUDIO: Perfil del Turista Nacional y Extranjero que Visito Lampa los Ultimos 3 meses
UNIVERSO: Hombres y Mujeres de 18 a 70 años de edad
MUESTRA: 250 encuestas
Trabajo de Campo: Meses de Mayo - Junio - Julio del año 2017

1.4.3. PRIORIZACION DE LA DEMANDA TURISTICA

CUADRO N° 30: TOTAL DE PERNOCTACIONES DE EXTRANJEROS EN LA PROVINCIA DE LAMPÁ.

N° Perfil	motivación	Procedencia	Recurso atractivo y /o visitado	Perfil demográfico	Perfil spicografico	Gasto promedio
01	Turismo cultural	extranjero	Templo Santiago Apóstol	Varón 25 a 34 años	En familia y con amigos	S/.50. 00
02	Turismo cultural	extranjero	El museo de la Municipalidad	Varón 45 a 64 años	En familia y con amigos	S/.50. 00
03	Turismo cultural	nacional	La cueva de Lenzora	18 a 24 años	En familia y con amigos	S/. 20.00
04	Turismo cultural	extranjero	El puente colonial	35 a 44 años	En familia y con amigos	S/.50. 00
05	Turismo de naturaleza	nacional	Criadero de chinchillas	18 a 24 años	En familia y con amigos	S/.20.00
06	Turismo cultural	nacional	La casa de la oca	35 a 44 años	En familia y con amigos	S/.20.00
07	Turismo cultural	nacional	Museo Kampac	Varón 45 a 64 años	En familia y con amigos	S/.20.00



1.4.4. ANALISIS GENERAL DE LA DEMANDA

CUADRO N° 31: ANÁLISIS GENERAL DE LA DEMANDA.

N°	PRINCIPALES NECESIDADES	OPORTUNIDADES PRIORIZADAS
1	Inadecuados establecimientos que expenden comida quienes dan el servicio con el nombre de restaurantes turísticos.	Generación de nuevas inversiones privadas, que contribuirá al eficiente desarrollo de los servicios.
2	Insuficiente capacidad de camas para pernoctar en el hospedaje turístico.	Generación de empleo, eficiente desarrollo de los servicios.
3	No cuenta con lugares de distracción nocturna	Venta de tours que incluya el pernocte, diversificación del producto.
4	Inadecuado horario para la atención de visitas en el templo.	Generar mayor ingreso para la parroquia
5	Necesidad de guías locales	Oportunidad de trabajo para los jóvenes, generando nuevos servicios.
6	No existe circuito turístico definido	Mayor desarrollo de productos y servicios.

1.5. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

De acuerdo al presente cuadro podemos analizar que de acuerdo al análisis de la competencia, Lampa se encuentra en el punto medio ya que tiene como competidores al templo de Kalasaya en la localidad de Pucara y el complejo arqueológico en la localidad de Atuncolla, situándose Lampa en el punto de medio en cuanto a la competencia; analizando varios puntos se quedaría en la conclusión que nos falta mejorar en varios aspectos siendo el principal el de conectividad y el posicionamiento en el mercado como producto turístico.

1.5.1. IDENTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA

CUADRO N° 32: Identificación de la Competencia.

CRITERIOS	MI DISTRITO	DISTRITO A	DISTRICTO B
Detallar el Atractivo Ancla	Templo Santiago Apóstol	Templo kalasaya Pucara	Sillustani
Participación en el Mercado por Número de Turistas	39805 ciudad emisora - Puno	39805 ciudad emisora - Puno	39805 ciudad emisora - Puno
Conectividad	2	2	5
Calificación del Recurso Humano en Turismo	3	2	4



Presencia del Sector Derivado: equipamiento y Servicios Turísticos	2	2	4
Posicionamiento en el Mercado Turístico	1	1	5
Abastecimiento de Servicios e Infraestructura Básica	2	1	4
Total	10	08	22

1.- Muy malo 2.- malo 3.- regular 4.- alto 5.- muy alto

1.5.2. PROPUESTAS PARA LA MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD EN TURISMO EN LA LOCALIDAD

En cuanto a las propuestas para mejorar la competitividad en el turismo de la localidad de Lampa se tienen varias propuestas de acuerdo a los factores siendo el principal factor; el posicionamiento en el mercado como producto turístico y el fortalecimiento de capacidades para todos aquellos que presten servicios.

CUADRO N° 33: Mejora del Turismo en la Localidad de Lampa.

FACTORES	PROPUESTA DE MEJORA
Atractivo ancla	1.- templo de Santiago Apóstol. 2.- Museo Municipal.
Participación en el Mercado por Número de Turistas	1.- 185 visitas de acuerdo a la encuesta. 2.- 163 visitas de acuerdo a las encuestas.
Conectividad	1.- articular al corredor Arequipa- Puno. 2.- articular al corredor Puno –Cusco.
Calificación del Recurso Humano en Turismo	1.-Mejorar la calidad de atención. 2.-capacitar a todos los prestadores de servicio.
Presencia del Sector Derivado: equipamiento y Servicios Turísticos	1.- generar nuevas inversiones privadas. 2.- involucrar a todos los rubros para trabajar de forma coordinada.
Posicionamiento en el Mercado Turístico	1.- participación de famtrips, workshops y ferias turísticas. 2.-utilizar las redes sociales para poder promocionar el producto.
Abastecimiento de Servicios e Infraestructura Básica	1.- mejoramiento de las vías hacia los atractivos.



1.6. CADENA DEL VALOR DEL TURISMO EN LA LOCALIDAD

1.6.1. CADENA DEL VALOR DEL TURISMO

La Municipalidad Provincial de Lampa, cuenta con un plan de Desarrollo Concertado al año 2021, elaborado en el cuarto semestre del año 2016. Donde se tiene como **OBJETIVO ESTRATÉGICO GENERAL 6**, lineamientos los que están referidos a la “**Actividad Turística Articulado A Los Circuitos Regionales Y Nacionales**”, siendo estos:

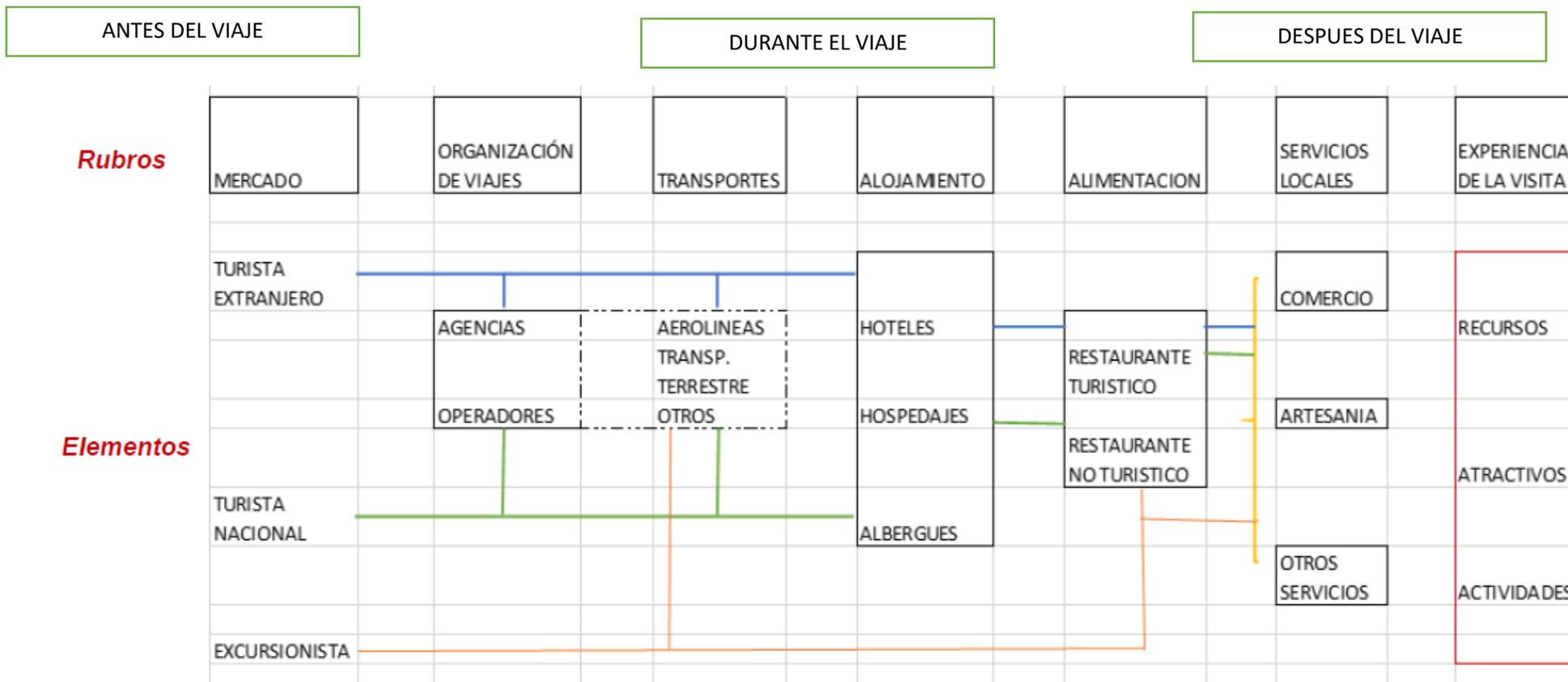
1. Promover el desarrollo de los productos turísticos, mediante la puesta en valor de los atractivos turísticos, mejoramiento de las vías de acceso y calidad de los servicios turísticos.
2. Mejorar y diversificar la oferta turística con el desarrollo de nuevos circuitos y corredores turísticos, considerando las potencialidades naturales y culturales de la provincia.
3. Desarrollar la cultura turística, condiciones de seguridad e infraestructura de servicios para potenciar el turismo con inversión privada.
4. Promover las manifestaciones culturales, artesanía, gastronomía y folklore, para incrementar el empleo productivo sostenible.
5. Fortalecer las acciones de mercadeo, marketing y articulación con operadores nacionales e internacionales, conducentes a un mayor arribo de turistas.

Con dichos lineamientos la Municipalidad está comprometida a trabajar arduamente para desarrollar el turismo en su localidad, ya que no se tiene institucionalizado el desarrollo turístico.





PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL
LAMPÁ - PUNO - PERÚ



FUENTES DE INFORMACION:
INTERNET,

TURISTA



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL
LAMPÁ – PUNO – PERÚ



ORGANIZACIONES DE VIAJES

Agencias	:	Puno
Operadores	:	Puno

TRANSPORTES

Aerolíneas	:	JULIACA
Transporte Terrestre	:	04 Empresas

ALOJAMIENTO

Hoteles	:	0
Hospedajes	:	8
Albergues	:	0

ALIMENTACIÓN

Restaurant Turístico	:	1
Restaurant No Turístico	:	8
Albergues	:	15

SERVICIOS LOCALES

Comercio	:	Lampa Cuenta con varios Comercios de Abarrotes, etc.
Artesanía	:	13 Asociaciones de artesanas
Otros Servicios	:	Lampa cuenta con Otros servicios como canchas deportivas.



1.7. ANALISIS DE VARIABLES ESTRATEGICAS

1.7.1. IDENTIFICACION DE SUBTEMAS

CUADRO N° 34: Organización de Subtemas en Componentes.

COMPONENTE	SUBTEMA NECESIDAD Y OPORTUNIDAD PRIORIZADA
Planificación y gestión local	<ol style="list-style-type: none"> 1) Falta de inventario turístico y categorización. 2) Informalidad en los prestadores de servicio. 3) Fiscalizar el adecuado funcionamiento de locales. 4) Poco presupuesto para el área de turismo. 5) Falta de coordinación sector público – privado.
Acondicionamiento territorial para fines turísticos	<ol style="list-style-type: none"> 1) Deficiente conservación del centro histórico de la ciudad de Lampa. 2) Deficiente señalización para los atractivos turísticos. 3) Circuito turístico no definido.
Desarrollo de productos y servicios	<ol style="list-style-type: none"> 1) Insuficiente capacidad de posicionamiento en el mercado. 2) La no administración de recursos turísticos por parte de la municipalidad de Lampa. 3) Inadecuada atención de los prestadores de servicio. 4) Bajo grado de conocimiento de la cultura local por parte de los pobladores.
Posicionamiento y articulación comercial.	<ol style="list-style-type: none"> 1) Perfil del visitante. 2) Falta de material publicitario.

1.7.2. IDENTIFICACION DE VARIABLES ESTRATEGICAS

CUADRO N° 35: Formulación de Variables Estratégicas.

Subtema	Condición de cambio	Sujeto/objeto	Variables
Falta de inventario turístico y categorización	Registro	Recursos Turísticos	Inventario Turístico
Informalidad en los prestadores de servicio	Formalización	Prestadores de Servicio	Prestadores de servicio formales
Fiscalizar el adecuado funcionamiento de locales	Reglamento	Prestadores de Servicio	Formalización de los locales de prestadores de servicio turístico



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL
LAMPÁ – PUNO – PERÚ



Poco presupuesto para el área de turismo	Presupuesto	Oficina de Turismo	Asignación de presupuesto para el área de turismo
Falta de coordinación sector público – privado	Fortalecer	Entidades público – privadas	Fortalecer las capacidades de las instituciones vinculadas con la actividad turística
Deficiente conservación del Centro Histórico de la ciudad de Lampa	Puesta en valor	Recurso Turístico	Puesta en valor de los atractivos turísticos para la visita de los turistas
Deficiente señalización para los atractivos.	Señalización	Vías de acceso	Señalización para llegar a los atractivos
Circuito turístico no definido	Acondicionamiento	Población Local	Establecer el circuito turístico de Lampa
Insuficiente capacidad de posicionamiento en el mercado	Posicionamiento	Recurso Turísticos	Posicionamiento en el Mercado
La no administración de recursos turísticos por parte de la municipalidad de Lampa	Administración	Recursos Turísticos	Manejo adecuado de los recursos turísticos
Inadecuada atención de los prestadores de servicio en establecimientos de hospedaje y restaurante	Servicio	Prestadores de Servicio	Eficiente prestación de servicios en establecimientos de hospedaje y restaurante
Bajo grado de conocimiento de la cultura local por parte de los pobladores	Información	Población Local	Fortalecimiento de la identidad local
No existe Perfil del visitante	Conocer	Población y operadores turísticos	Conocer el perfil del visitante
Falta de promoción y comercialización	Estrategias	Entidades público – privado	Estrategias de promoción y comercialización



1.8. MAPEO DE ACTORES DE TURISMO

1.8.1. IDENTIFICACION DE LOS PRINCIPALES ACTORES

En esta parte del mapeo de actores se tienen como principales involucrados a la municipalidad, el gobierno regional, como representantes del sector público quienes están encargados de trabajar las diferentes acciones que con lleven al buen desarrollo del turismo sostenible y planificado en las diferentes localidades de la Región puno. En el sector privado se tiene:

CUADRO N° 36: Principales Actores en el Turismo.

ACTOR	NOMBRE	FUNCIONES / ROL	INTERÉS	RELACIÓN IDEAL
PUBLICO	Municipalidad	<ul style="list-style-type: none"> Promover el desarrollo de las actividades turísticas, mejorando las vías de acceso y calidad de los servicios turísticos. Mejorar y diversificar la oferta turística. Promover las manifestaciones culturales. 	Desarrollar la actividad económica de la localidad	Trabajar de forma coordinada y organizada con las diferentes instituciones público privadas para el buen desarrollo de un turismo sostenible y planificado; creando espacios como la mesa de turismo.
PUBLICO	G. Regional	<ul style="list-style-type: none"> Generar proyectos para el desarrollo de la actividad turística. Mejorar y diversificar la oferta turística de la región. 	Generar movimiento económico	Trabajar de forma coordinada y organizada con las diferentes instituciones público privadas para el buen desarrollo de un turismo sostenible y planificado. Buscando posicionar a la Dircetur como gestora y ejecutora de proyectos en turismo para la región.
PRIVADO	Asoc. De artesanos	<ul style="list-style-type: none"> Agrupar a todos los artesanos, para poder trabajar de forma organizada y responsablemente, con la finalidad de colocar sus productos en el mercado. 	Generar ingresos económicos para cada una de ellas	Buscar la integración con los prestadores de servicio para poder trabajar de forma organizada para el beneficio de la ciudad.
PRIVADO	Gremio de hoteleros	<ul style="list-style-type: none"> Contribuir al buen desarrollo de las actividades relacionadas con turismo. 	Generar mayores ganancias	Generar espacios donde se puedan desarrollar actividades de forma conjunta.
PRIVADO	Asoc. De transportistas	<ul style="list-style-type: none"> Trabajar de forma organizada buscando el bienestar de todos sus miembros. 	Buscar incrementar sus ingresos económicos	Trabajar de forma coordinada para el buen desarrollo del turismo.
SOCIEDAD CIVIL	Centros de formación en turismo	<ul style="list-style-type: none"> Formar profesionales líderes en turismo para el buen desenvolvimiento del estudiante en los diferentes campos. 	Formar buenos profesionales	Trabajar de forma coordinada con las diferentes instituciones involucradas, para poder contribuir con la parte científica y práctica como centros de formación en turismo.
SOCIEDAD CIVIL	ONGS	<ul style="list-style-type: none"> Las ongs son asociaciones sin fines de lucro creadas para contribuir con el desarrollo económico de la localidad ya sea por los diferentes rubros a los cuales se dedica. 	Beneficiar a un grupo de personas para desarrollar el turismo.	Trabajar de forma interinstitucional con las municipalidades para no tener duplicidad de acciones y efectivizar las actividades.



1.8.2. RELACION DE LOS ACTORES CON LAS VARIABLES ESTRATEGICAS DEL TERRITORIO.

CUADRO N° 37: Relación de Actores.

<i>Actores que influyen directamente</i>	<i>Variables</i>	<i>Actores que influyen indirectamente (colaboradores)</i>
Municipalidad	Asignación de presupuesto para actividades en turismo	Cámara de turismo, asociación de artesanos.
Sector privado Dircetur	Puesta en valor de los atractivos turísticos para la visita de turistas.	Municipalidad Cámara de comercio.
Sector privado	Servicio de alimentos y alojamientos de la localidad	Municipalidad
Municipalidad sector privado	Arribo de turistas a la ciudad de Lampa	Prestadores de servicios turísticos Cámara de turismo Asociación de artesanos.
PROVIAS	Señalización de las carreteras para llegar a la localidad.	Municipalidad Población local
Gremio hotelero	Oportunidad de inversiones	Municipalidad Cámara de comercio.
Ministerio de vivienda	Instalación de agua y desagüe en las áreas aledañas de la ciudad.	Municipalidad Población local

1.9. VOCACIÓN TURÍSTICA DEL TERRITORIO

DEFINICION DE LA VOCACIÓN TURÍSTICA

La Municipalidad de Lampa mediante la Sub Gerencia de Turismo, viene trabajando para desarrollar el turismo en la provincia, mediante capacitaciones a los diferentes rubros de servicios como son alojamientos, restaurantes y artesanas, así también se está empezando a trabajar con las señoras que expenden dulces en los triciclos para cambiar la imagen de la ciudad, motivo por el cual de acuerdo al diagnóstico realizado Lampa tiene potencial para desarrollar el turismo; dando a conocer de acuerdo a los siguientes puntos:



1. ¿La actividad turística frente a otras actividades representa una oportunidad de desarrollo económico y/o social?

La actividad turística en la localidad de Lampa si representa una oportunidad ya que ya que se cuenta con los recursos naturales como culturales para desarrollar el turismo, así como también se está trabajando en el fortalecimiento de capacidades de los diferentes servicios a prestarse en la localidad. El turismo es una de las actividades con las que se revalora la identidad cultural y se mantiene aquellas costumbres y valores ancestrales que ya en la actualidad se están perdiendo, motivo por el cual el turismo es importante en el desarrollo de los pueblos. Generando también ingresos económicos sin ocasionar daños ni perjuicios en el medio ambiente al contrario es una de las actividades que cuida el medio ambiente haciéndolo sostenible. Dichos estos motivos por los cuales la actividad turística si es una excelente oportunidad frente a otras actividades económicas.

2. ¿Qué impactos (positivos o negativos) genera/generaría la actividad turística en la localidad?

Los aspectos positivos que generarían son:

- Mayores ingresos económicos.
- Protección del medio ambiente.
- Desarrollaría el trabajo organizado entre comunidades.
- Se tendría mayor organización en cuanto a los espacios de delimitación territorial para el desarrollo del turismo, protegiendo de esta manera las tierras contra la minería informal.
- Mejoraría el nivel educacional.
- Se mantendría la identidad cultural.

Los aspectos negativos:

- Mal uso de sus ingresos.
- Depredación de los espacios protegidos.
- Alineación en los jóvenes al ver nuevas formas de vida.

3. ¿Cuál es el atributo principal del lugar?

- El atractivo principal de Lampa es la majestuosa iglesia San Santiago Apóstol y su réplica de la Piedad con los socavones.

4. ¿Cuál son las principales razones por las cuales el distrito puede desarrollar el turismo?



- Lampa tiene para desarrollar el turismo como ya se vio en las encuestas, que el principal motivo es el turismo cultural, con gran expectativa también se tiene un segmento que desearía realizar un turismo de aventura y turismo rural comunitario, por lo que estamos trabajando conjuntamente con algunas asociaciones para desarrollar este tipo de segmentos que estamos seguros será un éxito ya que en la zona norte no se está trabajando aun.

5. ¿La demanda que recibe mi localidad es representativa para dinamizar la económica local? ¿Puede mejorar?

- La economía que en estos momentos mueve el turismo en la ciudad de Lampa solo dinamiza la economía de un sector muy reducido, pero que con promoción y la incorporación de nuevos segmentos de turismo, la economía podría mejorar considerablemente en la ciudad de Lampa.

6. ¿Cuál es el rol de la localidad en la actividad turística?

- La ciudad de Lampa está considerada dentro del PERTUR como parte de un corredor turístico de la zona Norte, teniendo como el atractivo ancla de un destino.

7. ¿Cuál es el perfil del visitante al que está dirigido?

- Está dirigido de acuerdo a las estadísticas a un segmento de turismo cultural.

8. ¿Cuál es el destino al que el distrito se encuentra articulado?

- Esta articulado al corredor norte y al destino Lago Titicaca.



2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO LOCAL

2.1. ANÁLISIS DE VARIABLES ESTRATÉGICAS

CUADRO N° 38: Priorización de Variables.

N°	VARIABLES	PERTINENCIA	INTERÉS	PRESUPUESTO			VARIABLE ESTRATÉGICO
				Corto Plazo	Mediano Plazo	Largo Plazo	
1	Inventario Turístico	4	4	X	X		NO
2	Prestadores de Servicio Formales	4	4	X	X		NO
3	Formalización de los locales de prestadores de servicio turístico	4	4	X	X		SI
4	Asignación de presupuesto para el área de turismo	5	4	X	X		SI
5	Establecer una mesa de trabajo con instituciones vinculadas con la actividad turística	3	3	X	X		SI
6	Puesta en valor de los atractivos turísticos para la visita de los turistas	4	4	X	X		SI
7	Señalización para llegar a los atractivos	4	4	X	X		NO
8	Establecer el circuito turístico de Lampa	4	3	X	X		NO
9	Posicionamiento en el Mercado	4	4	X	X		NO
10	Manejo adecuado de los recursos turísticos	4	4	X			NO



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL
LAMPÁ – PUNO – PERÚ

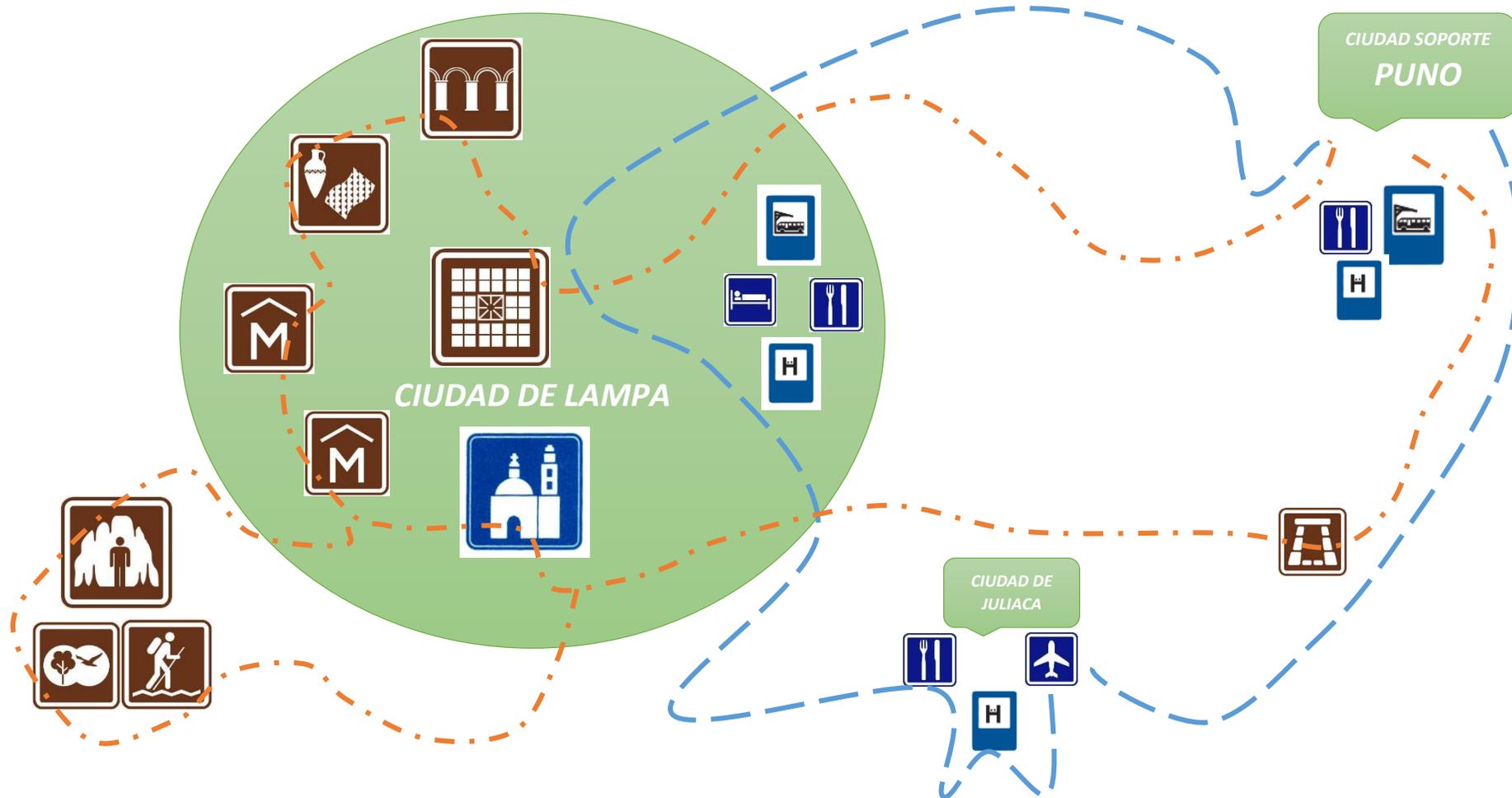


11	Eficiente prestación de servicios en establecimientos de hospedaje y restaurante	5	4	X	X		SI
12	Fortalecimiento de la identidad local	4	4	X	X		SI
13	Conocer el perfil del visitante	5	3	X			NO
14	Estrategias de promoción y comercialización	5	4	X	X		SI



2.2. FUTURO DESEADO DEL TURISMO SOSTENIBLE PARA EL DESARROLLO LOCAL

2.2.1. FORMULACIÓN DEL FUTURO DESEADO O ECENARIO APUESTA





2.2.2. DETERMINACIÓN DE LA SITUACIÓN FUTURA DE LAS VARIABLES ESTRATEGICAS

CUADRO N° 39: Situación Futura de las Variables.

N°	VARIABLE ESTRATÉGICA	INDICADORES	LINEA DE BASE	TENDENCIA AL 2025	ESCENARIO ÓPTIMO	POSICIÓN ESTRATÉGICA		SITUACIÓN FUTURA DE LAS VARIABLES ESTRATÉGICAS
						POSICIÓN	VALOR DE LA POSICIÓN AL 2025	
1	Formalización de los locales de prestadores de servicio turístico.	Número de locales formalizados	01	10	20	Moderada	15	Al 2025 se contarán con 15 locales de servicios turísticos formalizados.
2	Asignación de presupuesto para el área de turismo.	Porcentaje de presupuesto asignado S/.	37,600.00	200,000.00	100,000.00	Conservadora	100,000.00	Al 2025 se cuenta con un presupuesto de 100,000.00 nuevos soles, para el desarrollo el turismo.
3	Establecer una mesa de trabajo con instituciones vinculadas con la actividad turística	Cantidad de instituciones vinculadas a la actividad turística y miembros activos participantes en la mesa de trabajo	0	1	1	Innovadora	1	Al 2025 se contara con una mesa de trabajo para el desarrollo de la actividad turística de manera sostenible



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL
LAMPÁ – PUNO – PERÚ



4	Puesta en valor de los atractivos turísticos para la visita de los turistas	Instalación de estructuras de acceso, adecuación de caminos, sitios de descanso	02 recursos	10	15	Moderada	10	Al 2025 la localidad cuenta con 10 recursos turísticos puestos en valor.
5	Eficiente prestación de servicios en establecimientos de hospedaje y restaurante.	Alimentos, alojamiento y otros.	05 capacitaciones	12	15	Innovadora	12	Al 2025, el servicio de alimentos, hospedaje entre otros mejorara en la calidad de su servicio.
6	Fortalecimiento de la identidad local.	Grado de conocimiento sobre el legado histórico cultural de la población.	05%	30%	50%	Moderada	20%	Al 2025 la población en un 20%, tiene identidad cultural.
7	Estrategias de promoción y comercialización	Participación en ferias, material promocional	10% de material promocional	20%	50%	Moderada	50%	Al 2025 se tiene posicionado en el mercado turístico con un 50% de material publicitario de la ciudad de Lampa como provincia turística



2.2.3. FUTURO DESEADO O ESCENARIO APUESTA

Al presente año 2025, la ciudad de Lampa es reconocida como una provincia turística, competitiva, sostenible y con productos diversificados, que ha eliminado barreras burocráticas para la inversión privada y promueve la cooperación público y privada. Con el incremento de presupuesto al área de turismo, se implementó la señalización, en 04 atractivos turísticos; así como también se construyó sitios de descanso, camineras y paradores. Entre otros se realizó la puesta en valor de 04 recursos naturales para el uso turístico, lo cual generó mayores ingresos económicos en la localidad.

Existe un espacio de concertación la mesa de turismo conformado por los diferentes prestadores de servicio del rubro de turismo, equipo muy activo en el desarrollo de la actividad turística en la localidad.

Así mismo en el presente año, el número de arribos ha aumentado un 15% en relación al año 2017, generando mayor visita de turistas nacionales como extranjeros por motivos culturales, descanso y relax, identificando que provienen de la ciudad de Lima, quienes se quedan una noche a pernoctar. Un grupo menor de visitantes extranjeros se quedan mayor tiempo (full day), representando un promedio del 10%, todo ello debido a que contamos con mayor inversión en el rubro hotelero, por el incremento paulatino de la demanda, contamos con 3 establecimientos de hospedaje 01 hotel y 02 hostales, bien implementados y categorizados con servicios de calidad, que comparado al año 2017 solo existía 01 hospedaje.

De la misma forma contamos con mayor número de restaurantes de 02 a 10 restaurantes, donde el servicio ha mejorado en un 50% en temas de atención e infraestructura adecuada para el servicio, así como un 70% cuentan con licencia municipal y emiten boleta y/o factura, teniendo 05 categorizados en la Dircetur.

En cuanto a los recursos turísticos se registraron 15 recursos turísticos los que están en el inventario turístico de la provincia de Lampa.

La localidad de Lampa cuenta con un sistema integral de orientación al turista con personal idóneo y capacitado, además cuenta con una oficina de turismo equipada e implementada.



2.2.4. RIESGOS Y OPORTUNIDADES EN LA IMPLEMENTACIÓN DEL ESCENARIO APUESTA

CUADRO N° 40: Riesgos y Oportunidades.

ESCENARIO APUESTA DEL TURISMO SOSTENIBLE PARA EL DESARROLLO LOCAL	Nº	Amenazas/Riesgos	Nº	Oportunidades
	1	Procesos burocráticos que dificultan la inversión pública y privada en la localidad.	1	Mayor conciencia en la protección del medio ambiente de parte del estado.
	2	Existencia de conflictos sociales y violencia.	2	Incremento de la infraestructura vial que permita una mejor comunicación e interconexión entre los atractivos turísticos.
	3	Inestabilidad política y social.	3	Existencia de eventos de promoción turística a nivel regional y nacional.
	4	Desastres naturales que perjudiquen la actividad turística.	4	Existencia de tecnologías limpias relacionadas a la actividad turística.
	5	Construcción de edificaciones que malogren la arquitectura colonial del centro de Lampa.	5	Promoción del turismo como actividad de inclusión social
	6	Conflictos de intereses entre los niveles del gobierno local.	6	Promoción del turismo interno.



2.3. VISIÓN Y MISIÓN

2.3.1. LA VISIÓN DEL TURISMO SEGÚN EL PENTUR AL 2025

VISION DEL DESARROLLO TURISTICO DEL PERU AL 2025

El Perú es reconocido, a nivel mundial, como destino turístico sostenible, competitivo, de calidad y seguro.

VISION SEGÚN EL PLAN ESTRATÉGICO REGIONAL DE TURISMO PUNO PERTUR 2021

Puno destino turístico competitivo, sostenible, diversificado y seguro; con un patrimonio revalorado, líder en turismo cultural y natural, estratégicamente posicionado y articulado a los mercados nacionales e internacionales, tiene al turismo como uno de los ejes fundamentales del desarrollo regional, con productos turísticos de calidad, actores públicos y privados con capacidad de gestión y valores, que promueven y desarrollan el turismo en forma planificada y concertada, con una población heredera de culturas ancestrales, con conciencia turística y ambiental y elevada calidad de vida.

2.3.2. VISIÓN DEL TURISMO EN LA LOCALIDAD

Al 2025 la Provincia de Lampa estará posicionada como una provincia turística sostenible y competitiva, reconocida por la calidad de sus servicios, reafirmando su importancia cultural y natural dentro de la diversificación de la oferta turística.

2.3.3. MISIÓN DEL TURISMO EN LA LOCALIDAD

Lampa es una provincia privilegiada por su belleza arquitectónica de sus construcciones coloniales y sus paisajes naturales, las que nos da como alternativas para realizar actividades al aire libre, además de poseer un importante valor histórico reflejado en su patrimonio cultural, encontrando en el turismo una alternativa de desarrollo local.



2.4. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

2.4.1. CONSTRUCCIÓN DE LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

CUADRO N° 41: Construcción de Objetivos Estratégicos.

VERBO + VARIABLE ESTRATEGICA = OBJETIVO ESTRATEGICO

Verbo	+	Variable estratégica	=	Objetivo estratégico
Fomentar		Formalización de los locales de prestadores de servicio turístico.		Fomentar la formalización de los locales de prestadores de servicio.
Incrementar		Asignación de presupuesto para el área de turismo.		Incrementar la asignación del presupuesto para actividades de turismo.
Generar		Establecer una mesa de trabajo con instituciones vinculadas con la actividad turística.		Generar el desarrollo de 1 mesa de trabajo orientada a la actividad turística de manera sostenible.
Mejorar		Eficiente prestación de servicios en hospedajes y restaurantes.		Mejorar la calidad y competitividad de los servicios turísticos en establecimientos de hospedaje y restaurante
Fortalecer		Desarrollar una oferta turística competitiva sostenible, diversificada y articularla a destinos turísticos.		Fortalecer la oferta turística y articularla a destinos turísticos.



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL
LAMPÁ – PUNO – PERÚ



Generar	Fortalecimiento de la identidad local.	Generar cultura turística en la población.
Fortalecer	Estrategias de promoción y comercialización.	Fortalecer las estrategias de promoción turística y comercialización.

2.4.2. INDICADORES PARA LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

CUADRO N° 42: Construcción de Indicadores.

UNIDAD DE MEDIDA + SUJETO + ATRIBUTO = INDICADOR

<i>Objetivos estratégico</i>	<i>Indicados</i>		
	<i>Unidad de medida</i>	<i>Sujeto</i>	<i>Atributo</i>
Fomentar la formalización de los locales de prestadores de servicio	Numero	Prestadores de servicio	Formalización de locales
Incrementar la asignación del presupuesto para actividades de turismo.	Porcentaje	Presupuesto	Asignación de partida presupuestal 0127
Generar el desarrollo de 1 mesa de trabajo orientada a la actividad turística de manera sostenible	Número	Instituciones vinculadas al turismo	Desarrollo de 1 mesa de trabajo
Fomentar la puesta en valor de los atractivos turísticos.	Numero	Atractivos turísticos	Puesta en valor



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL
LAMPÁ - PUNO - PERÚ



Mejorar la calidad y competitividad de los servicios turísticos en establecimientos de hospedaje y restaurante	Numero	establecimientos de alimentos y alojamiento	Prestan servicio de calidad
Generar cultura turística e identidad en la población.	Porcentaje	Población local	Cultura turística e identidad
Fortalecer las estrategias de promoción turística y comercialización.	Porcentaje	Entidades publico privadas	Estrategias de promoción y comercialización.



2.5. ACCIONES ESTRATÉGICAS

CUADRO N° 43: Establecimiento y Priorización de Acciones Estratégicas.

<i>Objetivos estratégicos</i>	<i>Acción estratégica</i>	<i>priorización</i>
OE1.-Fomentar la formalización de los locales de prestadores de servicio.	Realización de registro de prestadores de servicio.	1
	Fortalecimiento de capacidades sobre los beneficios y la importancia de la formalización en los prestadores de servicio turístico.	3
	Asesorar a los prestadores de servicio turístico para la formalización de sus establecimientos.	2
	Realizar inspecciones de formalización a los establecimientos de servicio turístico.	4
OE2.- Incrementar la asignación del presupuesto para actividades de turismo.	Comprometer e incluir presupuesto.	2
	Sustentar la necesidad de presupuesto para la implementación del PDTL.	1
OE3.- Generar el desarrollo de 1 mesa de trabajo orientada a la actividad turística de manera sostenible.	Organizar la mesa de trabajo y determinar miembros.	1
	Establecimiento de políticas y planes de acción.	2
	Evaluación de actividades desarrolladas.	3
OE4.- Fomentar la puesta en valor de los atractivos turísticos.	Identificar las necesidades de intervención de los atractivos turísticos priorizados.	1
	Financiamiento de la puesta en valor del atractivo.	3
	Diseño de la puesta en valor del atractivo.	2
	Ejecución del diseño para la puesta en valor del atractivo.	4
OE5.- Mejorar la calidad y competitividad de los servicios turísticos en establecimientos de hospedaje y restaurante.	Ejecución de 02 programas de capacitación, uno dirigido para alojamientos y otro para alimentos.	3
	Diseñar una propuesta para el fortalecimiento de capacidades para alojamientos y alimentos.	2
	Fomentar la inclusión de productos locales en la cadena de valor del turismo.	5



	Programa de asistencia técnica para los establecimientos.	4
	Realizar un breve diagnóstico del servicio de alimentos y alojamientos.	1
	Evaluación de las mejoras ejecutadas tras el proceso de formación.	6
OE6.- Generar cultura turística e identidad en la población.	Elaborar una propuesta para el fortalecimiento de capacidades en identidad local.	1
	Concientizar a la población acerca de la importancia de la actividad turística.	3
	Programa de cultura turística en los centros educativos.	2
	Evaluación de las mejoras ejecutadas tras el proceso de sensibilización a la población.	4
OE7.- Fortalecer las estrategias de promoción turística y comercialización.	Diseño del programa de promoción y comercialización.	1
	Participación en ferias turísticas.	3
	Elaboración de material publicitario.	2
	Realización de campañas de difusión de los atractivos de la provincia.	4
	Posicionar la imagen y la oferta turística de la provincia.	5



2.6. EL PLAN DE ACCIÓN Y PRESUPUESTO

2.6.1. LA RUTA ESTRATÉGICA

CUADRO N° 44: Cronograma.

Objetivos	Prioridad estratégicos	Acción Estratégica	2018				2019				2020				2021				2022				2023				2024				2025			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
OE1.-Fomentar la formalización de los locales de prestadores de servicio.	1	Realización de registro de prestadores de servicio.																																
	2	Asesorar a los prestadores de servicio turístico para la formalización de sus establecimientos.																																
	3	Fortalecimiento de capacidades sobre los beneficios y la importancia de la formalización en los prestadores de servicio turístico.																																
	4	Realizar inspecciones de																																



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL
LAMPÁ – PUNO – PERÚ



2.6.2. PRESUPUESTO Y RESPONSABLES DE EJECUTAR CADA ACCIÓN

CUADRO N° 45: Presupuesto Desatinado.

OBJETIVOS	INDICADOR ESTRATÉGICO	FUENTE	LÍNEA DE BASE	METAS			ACCIÓN ESTRATÉGICA	PRESUPUESTO (S/.)	RESPONSABLE
				2018	2021	2025			
OE1.-Fomentar la formalización de los locales de prestadores de servicio.	Número de establecimientos de prestadores de servicio formales.	Municipalidad	1	10	15	20	Realización de registro de prestadores de servicio.	1,000.00	Turismo
							Fortalecimiento de capacidades sobre los beneficios y la importancia de la formalización en los prestadores de servicio turístico.	3,160.00	Turismo
							Asesorar a los prestadores de servicio turístico para la formalización de sus establecimientos.	8,800.00	Turismo
							Realizar inspecciones de formalización a los establecimientos de servicio turístico.	404.00	Adm. Tributaria, fiscalización, turismo, PNP
OE2.- Incrementar la asignación del presupuesto para actividades de turismo.	Porcentaje de presupuesto asignado en la partida presupuestal.	Municipalidad	37,600.00	50,000.00	100,000.00	200,000.00	Sustentar la necesidad de presupuesto para la implementación del PDTL.	0.00	Turismo, Gerencia de Desarrollo Económico y OPP
							Comprometer e incluir presupuesto	0.00	Turismo, Gerencia de Desarrollo Económico y OPP



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL
LAMPÁ – PUNO – PERÚ



OE3.- Generar el desarrollo de 1 mesa de trabajo orientada a la actividad turística de manera sostenible	Cantidad de instituciones vinculadas a la actividad turística y miembros activos participantes en la mesa de trabajo	Municipalidad, Proyecto Saywa y/o otras instituciones públicas y privadas.	0	1	1	1	Organizar la mesa de trabajo y determinar miembros	2,500.00	Turismo
							Establecimiento de políticas y planes de acción	2,500.00	Turismo y Actores
							Evaluación de actividades desarrolladas	1,000.00	Turismo y Actores Involucrados
OE4.- Fomentar la puesta en valor de los atractivos turísticos.	Numero de atractivos turísticos puestos en valor.	Municipalidad	02 recursos	6	8	10	Identificar las necesidades de intervención de los atractivos turísticos priorizados	3,928.00	Turismo
		Municipalidad					Diseño de la puesta en valor del atractivo	45,000.00	Turismo
		Municipalidad					Financiamiento de la puesta en valor del atractivo	0.00	Turismo
		Ministerio de cultura					Ejecución del diseño para la puesta en valor del atractivo.	240,000.00	Turismo
OE5.- Mejorar la calidad y competitividad de los servicios turísticos en establecimientos de hospedaje y restaurante.	Número de establecimientos de alimentos y alojamiento que prestan servicios de calidad.	Municipalidad	5 capacitaciones	7	9	12	Realizar un breve diagnóstico del servicio de alimentos y alojamientos	2,200.00	Turismo
		Municipalidad					Diseñar una propuesta para el fortalecimiento de capacidades para alojamientos y alimentos	0.00	Turismo
		Municipalidad					Ejecución de 02 programas de capacitación, uno dirigido para alojamientos y otro para alimentos	1,975.00	Turismo
		Municipalidad					Programa de asistencia técnica para los establecimientos	3,200.00	Turismo



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL
LAMPÁ – PUNO – PERÚ



		Productores					Fomentar la inclusión de productos locales en la cadena de valor del turismo.	0.00	Turismo
		Municipalidad					Evaluación de las mejoras ejecutadas tras el proceso de formación.	0.00	Turismo
OE6.- Generar cultura turística e identidad en la población.	Porcentaje de población local cultura turística e identidad.	Municipalidad	5%	10%	20%	30%	Elaborar una propuesta para el fortalecimiento de capacidades en identidad local.	0.00	Turismo
		Municipalidad y Ministerio de Cultura					Programa de cultura turística en los centros educativos.	9,750.00	Turismo
		Municipalidad					Concientizar a la población acerca de la importancia de la actividad turística	7,400.00	Turismo
		Municipalidad					Evaluación de las mejoras ejecutadas tras el proceso de sensibilización a la población.	0.00	Turismo
OE7.- Fortalecer las estrategias de promoción turística y comercialización.	Porcentaje de entidades publico privadas con estrategias de promoción y comercialización.	Municipalidad	10% de material promocional	10%	15%	20%	Diseño del programa de promoción y comercialización	0.00	Turismo
		Municipalidad					Elaboración de material publicitario.	0.00	Turismo
		Emprendedores					Participación en ferias turísticas	9,600.00	Turismo
		Municipalidad					Realización de campañas de difusión de los atractivos de la provincia	16,600.00	Turismo
		Municipalidad					Posicionar la imagen y la oferta turística de la provincia.	8,600.00	Turismo



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL
LAMPÁ – PUNO – PERÚ



2.7. ARTICULACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL

CUADRO N° 46: Articulación a Documentos de Gestión.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS PDTL	INDICADOR	LÍNEA DE BASE	OBJETIVO ESTRATÉGICO PDCL	OBJETIVO ESTRATÉGICO PDCP	OBJETIVO ESTRATÉGICO PERTUR	OBJETIVO ESTRATÉGICO PENTUR
OE1.-Fomentar la formalización de los locales de prestadores de servicio	Número de establecimientos de prestadores de servicio formales	1	Fortalecer la gobernabilidad democrática como medio para generar el acceso a oportunidades para la mejora de las condiciones de vida de la población	Fortalecer la gobernabilidad democrática como medio para generar el acceso a oportunidades para la mejora de las condiciones de vida de la población	Fortalecer capacidades e implementar acciones para mejorar los servicios turísticos en la región	Conseguir un aumento sostenido del empleo generado por el sector turismo en el Perú
OE2.- Incrementar la asignación del presupuesto para actividades de turismo.	Porcentaje de presupuesto asignado en la partida presupuestal	37,600.00	Fortalecer la gobernabilidad democrática como medio para generar el acceso a oportunidades para la mejora de las condiciones de vida de la población	Fortalecer la gobernabilidad democrática como medio para generar el acceso a oportunidades para la mejora de las condiciones de vida de la población	Incrementar la inversión pública y privada para el desarrollo de la actividad turística regional	Lograr la descentralización y diversificación de la actividad turística
OE3.- Generar el desarrollo de 1 mesa de trabajo orientada a la actividad turística de manera sostenible.	Cantidad de instituciones vinculadas a la actividad turística y miembros activos participantes en la mesa de trabajo	0	Potenciar los recursos turísticos a través de corredores y ejes de desarrollo, como un medio sostenible para la generación de mayores ingresos de forma sostenible, como para el cuidado del medio ambiente.	Potenciar los recursos turísticos a través de corredores y ejes de desarrollo, como un medio sostenible para la generación de mayores ingresos de forma sostenible, como para el cuidado del medio ambiente.	Desarrollar una oferta turística competitiva, sostenible y diversificada	Incrementar el número de visitas por turismo



**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL
LAMPÁ – PUNO – PERÚ**



<p>OE4.- Fomentar la puesta en valor de los atractivos turísticos.</p>	<p>Numero de atractivos turísticos puestos en valor</p>	<p>02 recursos</p>	<p>Potenciar los recursos turísticos a través de corredores y ejes de desarrollo, como un medio sostenible para la generación de mayores ingresos de forma sostenible, como para el cuidado del medio ambiente.</p>	<p>Potenciar los recursos turísticos a través de corredores y ejes de desarrollo, como un medio sostenible para la generación de mayores ingresos de forma sostenible, como para el cuidado del medio ambiente.</p>	<p>Poner en valor los recursos naturales para el uso turístico</p>	<p>Incrementar el número de visitas por turismo</p>
<p>OE5.- Mejorar la calidad y competitividad de los servicios turísticos en establecimientos de hospedaje y restaurante</p>	<p>Número de establecimientos de alimentos y alojamiento que prestan servicios de calidad</p>	<p>5 capacitaciones</p>	<p>Reducir la pobreza mejorando las condiciones de vida de la población local y urbana de la provincia de Lampa, a través de la mejora de los ingresos económicos de las familias mediante actividades productivas, generación de empleo y fortalecimiento de capital humano</p>	<p>Reducir la pobreza mejorando las condiciones de vida de la población local y urbana de la provincia de Lampa, a través de la mejora de los ingresos económicos de las familias mediante actividades productivas, generación de empleo y fortalecimiento de capital humano</p>	<p>Desarrollar una oferta turística competitiva, sostenible y diversificada</p>	<p>incrementar los ingresos por turismo</p>
<p>OE6.- Generar cultura turística e identidad en la población.</p>	<p>Porcentaje de población local cultura turística e identidad</p>	<p>5%</p>	<p>Reducir la pobreza mejorando las condiciones de vida de la población local y urbana de la provincia de Lampa, a través de la mejora de los ingresos económicos de las familias mediante actividades productivas, generación de empleo y fortalecimiento de capital humano</p>	<p>Reducir la pobreza mejorando las condiciones de vida de la población local y urbana de la provincia de Lampa, a través de la mejora de los ingresos económicos de las familias mediante actividades productivas, generación de empleo y fortalecimiento de capital humano</p>	<p>Promover la cultura turística y la seguridad para el visitante</p>	<p>Conseguir un aumento sostenido del empleo generado por el sector turismo en el Perú</p>



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL
LAMPÁ – PUNO – PERÚ



OE7.- Fortalecer las estrategias de promoción turística y comercialización.	Porcentaje de entidades publico privadas con estrategias de promoción y comercialización	10% de material promocional	Reducir la pobreza mejorando las condiciones de vida de la población local y urbana de la provincia de Lampa, a través de la mejora de los ingresos económicos de las familias mediante actividades productivas, generación de empleo y fortalecimiento de capital humano	Reducir la pobreza mejorando las condiciones de vida de la población local y urbana de la provincia de Lampa, a través de la mejora de los ingresos económicos de las familias mediante actividades productivas, generación de empleo y fortalecimiento de capital humano	Promover una demanda sostenida del turista	Incrementar el número de visitas por turismo
--	--	-----------------------------	---	---	--	--



2.8. IDENTIFICACIÓN DE PROGRAMAS Y PROYECTOS

2.8.1. PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES PARA EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS

- Proyecto de fortalecimiento de capacidades para mejorar la oferta artesanal, en cooperación con el Proyecto Saywa.
- Proyecto de fortalecimiento de capacidades para mejorar la calidad de los servicios.

2.8.2. PROGRAMA AL MEJORAMIENTO DE LA OFERTA TURÍSTICA

- Proyecto de implementación del centro de interpretación (temática de la alpaca) en cofinanciamiento con el Proyecto Saywa.
- Proyecto de adecuación del museo (biblioteca, pinacoteca y exposición de la piedad) en cofinanciamiento con el Proyecto Saywa.

2.8.3. PROGRAMA DE RESTAURACIÓN Y PUESTA EN VALOR DE LOS MONUMENTOS HISTÓRICOS

2.8.4. PROGRAMA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

- Proyecto de apoyo a la promoción turística en cooperación con el Proyecto Saywa.