



# **UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

### **ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**



## **VALORACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO A TRAVÉS DEL CONOCIMIENTO DE LA PERCEPCIÓN DEL TURISMO INTERNO EN EL DISTRITO DE CHUCUITO PUNO – 2019**

**TESIS**

**PRESENTADA POR:**

**Bach. YESICA MAMANI CABANA**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADA EN TURISMO**

**PUNO – PERÚ**

**2021**



## **DEDICATORIA**

El presente trabajo lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme fuerzas para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados. A mi madre CRISTINA por ser el pilar más importante, por su amor, su trabajo y sacrificio en todos estos años gracias a ti he llegado hasta este camino, eres la mejor madre.

A mis hijos por ser mi mayor fortaleza, motivación para seguir adelante.

A todas las personas que me han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito especialmente aquellos que me abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Finalmente, este trabajo está dedicado en memoria a mi abuelo BASILIO porque fue un padre ejemplar y me guio por un buen camino. ¡Tu recuerdo siempre vivirá en mi memoria papito!



## AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición me da la oportunidad de seguir adelante a pesar de muchas pruebas y a toda mi familia por estar siempre presentes.

Asimismo, agradezco infinitamente a mi madre, hermana, tíos que con sus palabras me hacían sentir orgullosa de lo que soy y de lo que les puedo enseñar. Ojalá algún día yo me convierta en su fuerza para que puedan seguir avanzando en su camino.

Finalmente, mi agradecimiento a la Universidad Nacional del Altiplano - PUNO, a toda la escuela profesional de Turismo. A mis Docentes en especial Msc. Jaime Huaracha Velásquez, Dra. Rosario Mamani Miranda, Dr. Mario Silva Dueñas, Dra. Esmelida Rivera Carpio, Msc Efraín Mamani Quispe, que me han visto crecer como persona, y gracias a sus conocimientos hoy puedo sentirme dichosa y contenta.

Muchas gracias a todos.



## ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTOS	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE FIGURAS	
ÍNDICE DE TABLAS	
ÍNDICE DE ACRÓNIMOS	
RESUMEN .....	10
ABSTRACT.....	11

### CAPITULO I

#### INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	14
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	15
1.2.1. Problema General .....	15
1.2.2. Problemas específicos.....	15
1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
1.3.1. Hipótesis General.....	15
1.3.2. Hipótesis Específica.....	16
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	16
1.4.1. Objetivo General.....	16
1.4.2. Objetivos Específicos .....	16

### CAPITULO II

#### REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION.....	17
2.1.1. A nivel Internacional .....	17
2.1.2. A nivel Nacional .....	24
2.1.3. A nivel Local .....	25



2.2. MARCO TEORICO .....	26
2.2.1. Producto Turístico .....	26
2.2.2. Valoración del producto turístico .....	27
2.2.3. Importancia de la percepción del turismo en los destinos turísticos .....	28
2.2.4. Turismo interno .....	29
2.3. MARCO CONCEPTUAL .....	29

### **CAPITULO III**

#### **MATERIALES Y MÉTODOS**

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	32
3.2. MÉTODOS GENERALES DE INVESTIGACIÓN .....	32
3.3. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN .....	32
3.4. UNIDADES DE ANÁLISIS .....	33
3.5. TAMAÑO DE LA MUESTRA .....	33
3.6. OPERACIONALIACION DE VARIABLES .....	35

### **CAPITULO IV**

#### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

4.1. LOS PRINCIPALES COMPONENTES DEL PRODUCTO TURÍSTICO DEL DISTRITO DE CHUCUITO PUNO .....	36
4.1.1. Destino turístico del distrito de Chucuito .....	36
4.2. PRODUCTO TURÍSTICO DEL DISTRITO DE CHUCUITO .....	43
4.2.1. Atractivos turísticos naturales.....	43
4.2.2. Recursos y atractivos turísticos culturales.....	45
4.2.3. Estructura turística .....	52
4.2.4. Infraestructura Básica .....	59
4.2.5. Superestructura turística .....	61
4.3. LA PERCEPCIÓN DEL TURISMO INTERNO SOBRE EL PRODUCTO TURÍSTICO A TRAVÉS DE SUS COMPONENTES EN EL DISTRITO DE CHUCUITO PUNO.....	62



4.3.1. Proponer actividades para mejorar la percepción del turismo interno sobre el producto turístico del distrito de Chucuito Puno.....	78
4.3.2. Factores asociados con la imagen de un destino turístico que permitirán la percepción de turismo interno en Chucuito.....	79
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>81</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>83</b>
<b>VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....</b>	<b>84</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>89</b>
Anexo A: Cuestionario .....	90
Anexos B: Figuras adicionales de la investigación .....	91

**Área** : Gestión de destinos turísticos

**Tema** : Producto turístico y conocimiento de la percepción del turismo interno

**Fecha de sustentación:** 03 de setiembre del 2021



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Secuencia de desarrollo de un producto turístico .....	27
Figura 2 Modelo Servqual para la medida de la calidad del servicio .....	28
Figura 3: Ubicación del distrito de Chucuito .....	36
Figura 4 Cerro Atoja .....	44
Figura 5 Inca Uyo .....	46
Figura 6 Templo Santo Domingo .....	47
Figura 7: El Rollo .....	48
Figura 8: La Cruz de Inquisición .....	49
Figura 9 la iglesia de nuestra señora de la asunción .....	50
Figura 10 La glorieta.....	51
Figura 11 La Piscicultura UNAP-Chucuito .....	52
Figura 12 Habitación del Hotel Taypikala.....	53
Figura 13 Taypikala Lago Hotel.....	55
Figura 14 Fachada del hotel Pumakala .....	56
Figura 15 Yacht Lago Titicaca .....	57
Figura 16 Vista de habitación interna del hotel El Sumaq Chucuito.....	58
Figura 17 Vista de habitaciones externas del hotel El Sumaq Chucuito .....	59
Figura 18 Diagrama de Pareto .....	77



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Frecuencia tipo de transporte .....	60
Tabla 2 Atractivo natural .....	62
Tabla 3 Atractivo cultural .....	63
Tabla 4 Atractivo arqueológico .....	64
Tabla 5 Atractivo humano .....	64
Tabla 6. Accesibilidad terrestre .....	65
Tabla 7. Servicio de hospedaje .....	66
Tabla 8. Transporte terrestre .....	66
Tabla 9 Restaurantes .....	67
Tabla 10 Guías de turismo .....	68
Tabla 11. Agencia de viajes local .....	68
Tabla 12 Publicidad del producto turístico .....	69
Tabla 13 Diversión y ambiente diurno y nocturno .....	70
Tabla 14 Diversidad de souvenirs.....	70
Tabla 15 Información y asistencia al turista .....	71
Tabla 16 Variedad de excursiones .....	72
Tabla 17 Tradición y autenticidad local .....	72
Tabla 18 Imagen turística internacional.....	73
Tabla 19 Profesionalismo de directivos y empleados.....	74
Tabla 20 Personas amables y amigables .....	74
Tabla 21. Facilidad de servicios médicos .....	75
Tabla 22 Seguridad .....	76
Tabla 23 Relación precio-calidad .....	76





## ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

- INEI : Instituto Nacional de Estadística e Informática
- UNESCO : Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
- OFERTQUAL : Medición de la Calidad del Producto Turístico



## RESUMEN

La valoración del producto turístico a través del conocimiento de la percepción del turismo interno en el distrito de Chucuito Puno es una aproximación al estado actual del producto turístico para proponer mejoras en la gestión del turismo y promover el desarrollo para que las familias puedan acceder a mayores puestos de trabajo como efecto del turismo interno en el ámbito de estudio, el objetivo principal fue evaluar el grado de valoración del producto turístico a través del conocimiento de la percepción del turismo interno en el distrito de Chucuito Puno, los objetivos específicos fueron, describir los principales componentes del producto turístico del distrito de Chucuito Puno. Conocer la percepción del turismo interno sobre el producto turístico a través de sus componentes en el distrito de Chucuito Puno y proponer actividades para mejorar la percepción del turismo interno sobre el producto turístico del distrito de Chucuito - Puno. La metodología empleada en lo referente al tipo de investigación fue de carácter descriptivo transversal, a fin de aproximarnos al problema objeto de estudio y así conocer cómo estos fenómenos se presentaron, tanto en sus componentes, elementos específicos y características más resaltantes, que nos permitió contrastar la hipótesis con la realidad objetiva, sobre los resultados esperados con la investigación se logró conocer de acuerdo a las respuestas de los turistas nacionales sobre la evaluación de los componentes del producto turístico de manera general fue evaluada como regular y buena como elementos mejor valorados y personas amables en el lugar además de los criterios que deben ser mejorados como la información turística sobre el lugar para promover el incremento de visitantes en el distrito.

**Palabras Clave:** Percepción, valoración, turismo interno, producto turístico



## ABSTRACT

The assessment of the tourism product through the knowledge of the perception of internal tourism in the district of Chucuito Puno is an approximation to the current state of the tourism product to propose improvements in tourism management and promote development so that families can access greater jobs as an effect of internal tourism in the field of study, the main objective was to evaluate the degree of valuation of the tourist product through knowledge of the perception of internal tourism in the district of Chucuito Puno, the specific objectives were to describe the main components of the tourist product of the district of Chucuito Puno. Know the perception of domestic tourism on the tourist product through its components in the district of Chucuito Puno and propose activities to improve the perception of domestic tourism on the tourist product of the district of Chucuito - Puno. The methodology used in relation to the type of research was descriptive, cross-sectional, in order to approach the problem under study and thus know how these phenomena were presented, both in their components, specific elements and most outstanding characteristics, which we contrast the with the objective hypothesis, on the expected results with the investigation, it was possible to know the reality according to the responses of the national tourists on the evaluation of the components of the tourist product in general it was as regular and good as the best valued elements and friendly people in the place in addition to the criteria that must be improved such as tourist information about the place to promote the increase of visitors in the district.

**Keywords:** Perception, valuation, domestic tourism, tourism product



# CAPITULO I

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo del turismo en los destinos turísticos es primordial y deben ser valorados en todo su aspecto a nivel de la oferta turística que se consolida como productos turísticos considerando los atractivos de carácter natural, cultural, patrimonio turístico vivo, estructura turística, infraestructura turística y las instituciones que cumplen un rol fundamental de dinamizar y normativizar el normal desarrollo de la actividad, ello va a conllevar a motivar al desplazamiento del turismo local y nacional; dependiendo como se presentan y se organizan como destinos aptos para facilitar su presentación en el mercado turístico nacional y local, que permitirá dinamizar la economía local, generar trabajo e interés de mejorar los servicios turísticos. En tal sentido se propone la medición de la valoración del producto turístico a través del conocimiento de la percepción del turismo interno en el Distrito de Chucuito Puno – 2019.

Al revisar estudios sobre el comportamiento turístico que realiza Promperú, se precisa que los visitantes iniciarán viajes de manera gradual si es que el destino se organiza adecuadamente y eso dará lugar en poder visitar los destinos turísticos más cercanos. Las razones para ello responden a criterios fundamentales como: mayor accesibilidad y conocimiento del lugar, así como tiempo para una estancia inicialmente breve.

El desarrollo sostenible de todo producto turístico juega un rol fundamental con la responsabilidad social el cual incide en el equilibrio entre el crecimiento económico el bienestar social y el uso de los recursos naturales, culturales y el medio ambiente.



La valoración de la oferta turística que incide directamente en un buen producto turístico conlleva a un impacto positivo que estas prácticas generan en los distintos ámbitos con los que una localidad tiene relación, al mismo tiempo que contribuya a la competitividad y sostenibilidad como territorio. Deben tener un claro conocimiento de su entorno organizacional, no solo en términos geográficos, con la participación integral de los entes que estén ligados directa e indirectamente, puesto que el desarrollo de la actividad del turismo juega un rol fundamental como efecto multiplicador de beneficios para la población activa con emprendimientos y empresas que brindan servicios turísticos.

**En el primer capítulo.** Se considera y caracteriza el planteamiento del problema de investigación, los objetivos y/o propósitos, la justificación y antecedente del trabajo de investigación.

**El segundo capítulo** detalla la revisión literaria de la teórica científica sustento de la investigación. Formulación de las hipótesis y la definición de variables con la determinación de los indicadores.

**Capítulo tercero.** Se describe la metodología el tipo y nivel de la investigación, diseño de la investigación, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de información, se consideró procesamiento y análisis de datos, que fue la matriz medular para el proceso de desarrollo del estudio. Así mismo se consideró la información recopilada a partir de fuentes primarias y secundarias, que facilitaron los informantes del distrito de Chucuito.

**Capítulo cuarto.** Se desarrolla el análisis y discusión de resultados que se consideró puntos importantes. Se consideró la caracterización del área de estudio priorizando datos la información general del distrito de Chucuito destino turístico local,



nacional, luego se detalla la caracterización situacional del distrito de Chucuito incidiendo el producto turístico.

### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El turismo interno es un elemento fundamental de la demanda turística ya que dinamiza la economía con el consumo que se realiza en los lugares visitados, especialmente en el distrito de Chucuito, por lo que el conocimiento de la situación actual del producto turístico se hace importante a través de la percepción de los turistas nacionales que permanentemente visitan el lugar a demás permitirá promover acciones que mejoren la situación actual de los servicios, accesibilidad, atractivo turístico y servicios conexos que se brindan a los clientes nacionales por lo que es necesario evaluar los elementos que componen el producto turístico en el destino para conocer su valoración u fortalecer los elementos mejor valorados y mejorar los elementos evaluados deficientemente, respuestas y hallazgos que servirán para la toma de decisiones en la gestión pública, empresarios del distrito de Chucuito, profesionales de las ciencias empresariales y estudiantes afines al turismo.

Es necesario la mejora de la gestión del producto turístico del distrito de Chucuito Puno, para promover el desarrollo permanente de los servicios, atractivos turísticos, accesibilidad y servicios conexos en el lugar. La investigación aportará a la teoría del producto turístico aplicado al distrito de Chucuito Puno el cual permitirá obtener nuevos conocimientos relacionados al objeto de estudio. Es necesario incidir en los impactos económicos considerando la valoración del producto turístico a través de la percepción del turista nacional permitirá mejorar la gestión del producto turístico en el distrito de Chucuito Puno con lo que se promoverán nuevos emprendimientos en servicios turísticos del lugar. Así mismo en los Impactos sociales se anexan con la calidad de vida de la población está relacionada directamente con la mejora del lugar



donde se desarrolle adecuadamente el turismo sostenible y planificado a través de los resultados del estudio se podrá obtener información de diagnóstico del lugar. Otro de los aspectos que se debe considerar es proveer los Impactos ambientales con el adecuado uso y conocimiento de los beneficios del turismo para el medio ambiente permitirá generar nuevos criterios de valor ambiental en la población de la ciudad de Puno además de mejorar la conciencia ambiental y turística del poblador local.

## **1.2.FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1. Problema General**

¿Cuál es el grado de valoración del producto turístico a través del conocimiento de la percepción del turismo interno en el distrito de Chucuito Puno?

### **1.2.2. Problemas específicos**

- ¿Cuáles son los principales componentes del producto turístico del distrito de Chucuito Puno?
- ¿Cuál es la percepción del turismo interno sobre el producto turístico a través de sus componentes en el distrito de Chucuito Puno?
- ¿Qué actividades se debe proponer para mejorar la percepción del turismo interno sobre el producto turístico del distrito de Chucuito Puno?

## **1.3.HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.3.1. Hipótesis General**

El grado de valoración del producto turístico a través del conocimiento de la percepción del turismo interno es regular específicamente en el componente de servicios y atractivos turísticos en el distrito de Chucuito Puno



### **1.3.2. Hipótesis Específica**

- Los principales componentes del producto turístico del distrito de Chucuito Puno son el atractivo turístico, los servicios turísticos, la accesibilidad y los servicios conexos
- La percepción del turismo interno sobre el producto turístico es valorada como regular a través de sus componentes en el distrito de Chucuito Puno

## **1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1. Objetivo General**

Evaluar el grado de valoración del producto turístico a través del conocimiento de la percepción del turismo interno en el distrito de Chucuito Puno

### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- Describir los principales componentes del producto turístico del distrito de Chucuito Puno
- Conocer la percepción del turismo interno sobre el producto turístico a través de sus componentes en el distrito de Chucuito Puno
- Proponer actividades para mejorar la percepción del turismo interno sobre el producto turístico del distrito de Chucuito Puno





## CAPITULO II

### REVISIÓN DE LITERATURA

#### 2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION

##### 2.1.1. A nivel Internacional

El éxito turístico de un destino puede definirse a partir de un set de dimensiones sobre las cuáles no existe consenso académico. Sin embargo, son varios los autores que refieren el crecimiento turístico, la sostenibilidad, el posicionamiento y la calidad de vida de la población local, como dimensiones importantes a tomar en cuenta. Así también, una manera práctica para evaluar el desempeño de un destino turístico con relación a cada una de éstas cuatro dimensiones está dada por los rankings de ciudades que llevan adelante Mastercard, TripAdvisor, Mercer y Arcadis. A partir de un índice ad hoc donde convergen estas dimensiones y rankings, esta investigación determina que Zurich es la ciudad más exitosa del mundo en términos turísticos (Torres, 2018). Desde mediados del siglo XX, el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas de mayor crecimiento en el mundo. La actividad turística es movilizadora de fondos públicos y privados, afectando las condiciones económico-sociales de la población, tanto en los países receptores como en los emisores. El turismo puede ser una herramienta fundamental para lograr un desarrollo sustentable por ser generadora de empleo y divisas. Esto justifica un seguimiento sistemático de la actividad turística en una región o país (Fernández y Lazzari, 2005). Varios lugares del centro del país, de distinto tamaño, podrían ingresar al mercado turístico internacional, en forma más que exitosa, si a las autoridades competentes interesara diversificar y complementar el modelo sol-playa sobre el que se ha promovido el crecimiento del sector turístico en los últimos treinta años; es el caso de poblaciones del bolsón de Mapimí, en Durango y



Coahuila, donde se aprovechan los recursos del desierto para atraer personas, extranjeros en su mayoría, interesadas en practicar las formas menos «agresivas» del turismo: caminatas, senderismo, bicicleta de montaña, avistamiento de fauna endémica y apreciación de la bóveda celeste nocturna, entre otras (Propin y Sánchez, 2007).

Se analiza la opinión de los residentes en la Comunidad Valenciana (España) sobre las características del empleo en el sector turístico. Se plantean tres hipótesis: el turismo es una actividad económica valorada positivamente por la población de acogida, pues se identifica como un importante generador de empleo y riqueza; la opinión general es que las condiciones laborales en el sector turístico son peores que las de otras actividades económicas; en tercer lugar, las personas más vinculadas al turismo son más proclives a aceptar la actividad y a valorar positivamente sus condiciones laborales (Marrero y Huete, 2013). En tal sentido se consideró el punto de vista de la geografía para analizar la producción y transformación territorial de la gastronomía vinculada al turismo. El propio concepto de región implica una identidad que funciona como soporte privilegiado de los valores simbólicos: son los valores culturales de privilegio; que aparecen frente a la presión globalizante. Las ciudades de Rio Grande do Sul pueden no poseer una identidad exclusiva, pero el espíritu gauchesco estará en todas ellas. En estas condiciones surge el turismo con uno de los instrumentos más dinámicos de la estructuración espacial estimulando la diversidad territorial a través de la valoración o recreación de las raíces particulares de la región. La perspectiva presentada en este trabajo avala el pensamiento que entiende que la región de los Campos Gerais debe ser trabajada con la cultura y la gastronomía existentes, pensando una estrategia regional para que el territorio sea visto y valorado por la actividad turística (Mascarenhas y Gândara, 2010). En gobiernos cuya toma de decisiones es de carácter unilateral, como lo es en el caso de algunos países en vías de desarrollo, la inclusión de



la comunidad local tiende a ser considerablemente restringida. Ante esto, se requiere que exista una revaloración de la importancia del turismo, pero no sólo como actividad económica, sino como una actividad compleja cuyas dimensiones tienen repercusiones en la vida de los residentes locales. Reconocer los elementos, las varias dimensiones y con ello la importancia del turismo permitirá otorgar atención equitativa a cada uno de estos elementos, incluyendo la comunidad receptora de turismo (Monterrubio, 2009).

El souvenir, cuya máxima expresión es la bola de nieve o snow globe, pequeños mundos cerrados y en miniatura que encapsulan la experiencia real, trata de satisfacer el anhelo nostálgico del turista, nos muestra una imagen sintética de un espacio geográfico congelado. Sin embargo, el territorio que reduce y caricaturiza se encuentra muy lejos de ese estado, se halla en ebullición. Los territorios de la espacialidad turística experimentan profundas transformaciones y mutaciones cuando son alcanzados por las dinámicas insostenibles del turismo de masas. Y las ciudades, como máxima expresión de las sociedades, dan cuenta de estos complejos procesos, compitiendo a escala global para posicionarse como destinos, convirtiéndose en parques temáticos, paisajes urbanos banalizados y que han visto adulterados su carácter y fisonomía de manera irreversible (Beltrán, 2015). Asimismo, el acceso al agua es en la actualidad diferencial; mientras en los hoteles y los fraccionamientos las escenas son de albercas de aguas cristalinas y extensos jardines verdes durante todo el año, en los ejidos la falta de agua para el uso doméstico y para las actividades productivas es un problema serio, principalmente durante los meses de sequía. Cabe señalar también que, aunque los administradores de unidades turísticas señalan la importancia de la región por su tranquilidad y aislamiento, no aprecian con claridad los posibles impactos del desarrollo turístico y las nuevas necesidades que habría que atender. No visualizan, por ejemplo, el valor del tratamiento del agua y el impacto al ambiente de los desechos derivados de cualquier incremento en



la actividad turística (Castillo, Godínez *et al*, 2009). Al descuidarse la incorporación de los actores locales como valor social del desarrollo de facto se pierden otros pronunciamientos importantes del Estado, se persiste en el modelo de enclave turístico, lo cual es infortunado para las comunidades locales y sólo recrudescen su experiencia acumulada, que ha visto vulnerados sus derechos individuales y colectivos desde la implantación del turismo como el motor del desarrollo regional: pérdida de tierras ejidales por la expropiación de los 70`s, transformación de los ecosistemas que fueron su medio de vida, con severas pérdidas del hábitat natural terrestre y marino por aplicación de magno-proyectos turísticos que son duros con los aspectos económicos y light con las disposiciones de ordenamiento territorial, equilibrio ecológico y protección ambiental. El caso indica serios problemas en el diseño e integración de un desarrollo turístico regional sustentable, las condiciones sociales están alejadas de los criterios de crecimiento económico regional, dejando en entredicho las políticas públicas que lo promueven (Fonseca, 2009).

La sustentabilidad turística es garantía de la conservación de aquellos recursos que se manejan en sitios con grandes potencialidades y atractivos e involucra la preservación del patrimonio natural y cultural, la viabilidad económica y la equidad social del desarrollo turístico. El planeamiento del desarrollo turístico se orienta esencialmente a la conservación y rehabilitación de recursos culturales; a minimizar la pérdida de valores patrimoniales del sitio y a la mejora de condiciones de vida de los residentes. Los criterios para el planeamiento de recursos culturales requieren de análisis y adecuación a condiciones concretas para cada sitio. En el planeamiento del desarrollo turístico en enclaves patrimoniales se deben reforzar los bloques temáticos legal, promoción, política turística y medio físico natural, pues son las menos consideradas en la actualidad y tienen repercusión en la preservación del atractivo de



dichos sitios (Baños, 2012). La disolución de los Consorcios Turísticos o la marcha de la administración pública de algunos de ellos, deja un panorama de incertidumbre y hace vislumbra la política llevada a cabo, basada en el desarrollo de varios frentes a escala territorial e institucional, como insostenible por el excesivo gasto que genera. Ahora la reflexión queda abierta y es necesario dibujar un nuevo escenario para la política turística regional donde no se debe olvidar el pasado para definir el futuro (Martínez del Vas, 2017). La propuesta iniciada en este artículo debería comportar una reflexión alrededor de la configuración de los destinos turísticos actuales, con el propósito de generar nuevas perspectivas de desarrollo territorial en el futuro (Blasco *et al*, 2010).

Esta investigación nos lleva a identificar que se puede realizar un desarrollo turístico sostenible a largo plazo, con prácticas turísticas comprometidas que puedan satisfacer no solamente a los turistas, sino también a las comunidades locales. Generando fuentes de empleo y mejorando la calidad de vida. Conscientes de la importancia que va adquiriendo el turismo como actividad productiva, Ecuador y el producto turístico Tren Crucero están apostando por la implementación de estrategias de desarrollo turístico sostenible que beneficien a diversos actores y al medio ambiente. A través de este estudio se ha conseguido delimitar nuevas líneas futuras de investigación enfocadas en temas como desarrollo local, planificación turística sostenible y gobernanza territorial (Monge y Yagüe, 2016). La declaración por la UNESCO de Cuenca Patrimonio de la Humanidad, un momento para valorar la repercusión que esta distinción ha tenido en la protección de su patrimonio, en la rehabilitación y recuperación que el Casco Histórico y sus Hoces demandaba, en la intervención para el incremento de sus rasgos de identidad como ciudad-paisaje y si ha logrado el suficiente atractivo para consolidarse como destino turístico con logros en desarrollo, bienestar y



calidad de vida para sus habitantes (García, 2011). El sector del turismo en las otras ramas vinculadas fue tan importante en materia de calidad, nuevas tecnologías, y gestión como lo fueron los incrementos productivos y de empleo. Los efectos positivos colaterales sobrepasan a los efectos negativos que hayan podido generarse. Desde que comenzó el actual siglo XXI se manifiesta un lento crecimiento en los arribos turísticos, en relación con la década del noventa del siglo pasado. Este frenazo es más agudo aún en los ingresos, lo que reclama cambios en las políticas internas del sector (Figueras y Pérez, 2015).

Las áreas más relevantes, en el proceso de gestión de un sistema turístico fueron las relativas al medio ambiente y al cambio climático, la inversión, la financiación, la regulación y normativa, los recursos humanos y la formación, la promoción, la medición turística, la seguridad y salubridad, la gestión de infraestructura y servicios, la tecnología y los asuntos sociales. Asimismo, se analizaron algunos factores determinantes en la aplicación de los principios de gobernanza y cooperación público-privada en turismo. Entre los aspectos más destacados la generación de regulaciones que controlen la actividad turística, la disponibilidad de mecanismos institucionales de apoyo y el local a través del fomento del asociacionismo y el fortalecimiento a los distintos grupos de interés (Muñoz, 2012). En el mundo de los viajes, los intercambios culturales, sociales, económicos, políticos, se producen porque existen los medios de transporte. El sector turismo para formar parte de la economía de un país requiere de la interrelación de todas las empresas operadoras de bienes y servicios, de modo que el proceso de comercialización del producto turístico va a depender de la vinculación que se tenga entre las empresas minoristas, tour operadores y mayoristas, alojamiento, empresas de alimentos y bebidas, las de recreación y las empresas transportistas, entre otras. Es indudable, que un factor determinante en el progreso tecnológico-científico se



manifiesta en la calidad del servicio, seguridad, rapidez y confort de los medios de transportación que se ofrecen a los turistas, porque para realizar los recorridos en transportes públicos o privados los mismos deben al menos cumplir con los requisitos no solamente básicos sino con otras exigencias que en el mundo actual son condicionantes para satisfacer las necesidades o expectativas de los viajeros sobre todo en el sector turismo (Viloria, 2012).

Este tipo de producto turístico está teniendo un gran desarrollo en diferentes países, sobre todo europeos, incluido España. Así, desde el año 2000 se están creando y certificando rutas oficiales del vino, habiéndose dictado unos requisitos para la correcta vertebración de dichas rutas que pretende, entre otros objetivos, el desarrollo de determinados territorios de carácter rural. De hecho, en la actualidad ya existen 17 rutas, estando 11 certificadas y seis en proceso de certificación. Así, las rutas oficiales del vino están empezando a vertebrar en España unos importantes flujos de turistas que están aceptando muy positivamente este nuevo producto a través de visitas, individuales o en grupos organizados, a las diferentes bodegas. Finalmente, en este trabajo hemos presentado un análisis sobre una de estas rutas ya certificadas, la Ruta del Vino Montilla-Moriles en la provincia de Córdoba. Así, la creación y desarrollo de esta ruta está posibilitando la llegada de turistas a la zona atraídos por la calidad de sus caldos y por una oferta complementaria que, poco a poco, se está desarrollando en esta zona hasta ahora alejada de los flujos turísticos. Y podemos concluir considerando que la creación de rutas turísticas enológicas es un producto que puede tener una amplia aplicación en diferentes zonas geográficas debido, entre otras razones, a la calidad del vino producido en España y a la amplia cultura vinícola existente en nuestro país (López y Sánchez, 2008).



### 2.1.2. A nivel Nacional

Es posible de medir la calidad del producto turístico a través del modelo OFERTQUAL en la provincia de Puno, debido a que los resultados de la validación son lo suficientemente fiables, y que por los datos obtenidos en la metodología OFERTQUAL, existe mayor ausencia de calidad en lo que se refiere a facilidad de servicios médicos y publicidad del producto turístico. La calidad del producto turístico de la provincia de Puno tiene relación directa con el incremento de arribos de los turistas extranjeros anualmente, está a la vez incide en el gasto turístico generando efectos positivos en el empleo y el ingreso per cápita de los pobladores de la provincia de Puno, por lo que es necesario implementar el proyecto de desarrollo turístico para la provincia de Puno propuesto en la investigación para mejorar la calidad de los componentes peor valorados en el instrumento OFERTQUAL, crear nuevos atractivos turístico y propiciar servicios turísticos de calidad por parte de la población receptora de turismo extranjero con lo que se incrementaría el promedio de estadía en Puno. Las autoridades públicas y empresarios vinculadas a la actividad turística deben realizar la medición de la calidad del producto turístico de sus regiones periódicamente a través del modelo OFERTQUAL, para conocer las deficiencias y potencialidades de su producto en vista que el presente modelo OFERTQUAL sirve como una herramienta de gestión, con la cual se deban tomar decisiones acertadas respecto a elaboración de proyectos de inversión pública y privada. Asimismo, en el futuro sería interesante ampliar la investigación sobre la calidad del producto turístico en otras provincias y departamentos del país, para consolidar la medición de la calidad de nuestro producto turístico nacional a través de los indicadores de calidad de cada departamento de país (Silva, 2015).





### 2.1.3. A nivel Local

El objetivo principal de la presente investigación es proponer la planificación estratégica para el fomento del desarrollo turístico sostenible cultural del distrito de Pucara 2016, estableciendo lineamientos para un turismo sostenible, que permita mejorar las condiciones de vida de sus habitantes y conservar la riqueza arqueológica y cultural. La metodología para el presente estudio es de carácter descriptivo correlacional. Los instrumentos que se utilizaron para recoger información y obtención de datos se utilizó el cuestionario de la encuesta, se aplicaron 57 encuestas a entes directos e indirectos del turismo del Distrito de Pucara de la Región de Puno. Como resultado concluye el presente estudio, el 94,7 % de los encuestados cree que el turismo es una alternativa de desarrollo para Pucara, 70,4% cree que los visitantes vienen por la cultura, con 61,4% de las instituciones no cuentan con un plan estratégico de desarrollo turístico, el 64,9% entiende por sostenibilidad Cultural es preservar la identidad cultural, el 42,1% cree que su entidad ha contribuido al desarrollo del turismo regularmente. Ante todo, el 100% tiene la predisposición a organizarse para recuperar y preservar la cultura de Pucara (Quispe, 2016).

El objetivo general fue conocer la influencia de la gestión de los municipios turísticos en el desarrollo del turismo sostenible en la provincia de Puno, y los objetivos específicos fueron: identificar los instrumentos de gestión pública que cuenta la municipalidad provincial de Puno para el desarrollo del turismo sostenible, conocer la percepción de la población local sobre el nivel de desarrollo del turismo sostenible en la provincia de Puno, y finalmente conocer la estrategias de aplicación que cuenta un municipio turístico en la municipalidad provincial de Puno. El método de investigación utilizado es el estadístico, deductivo – inductivo. Una vez finalizada el trabajo de campo



y de escritorio, los resultados de la investigación son los siguientes: El 51.1% de los encuestados aseveran conocer Los instrumentos de gestión pública en los municipios de la provincia de Puno y que son utilizados adecuadamente para el desarrollo del turismo sostenible, desde la perspectiva de los funcionarios municipales. El 53,8% de los encuestados percibe que el nivel de desarrollo del turismo no es sostenible en la provincia de Puno, esto desde la perspectiva de los pobladores de la provincia de Puno, la evidencia más clara de este indicador es la falta de planificación turística municipal. Las estrategias de aplicación para un municipio turístico es urgente y necesario para su implementación en la municipalidad provincial de Puno, pues las exigencias actuales nos indican que se deben concretizar alianzas estratégicas, desarrollar concientización y sensibilización en las instituciones públicas relacionados a la actividad del turismo, desarrollar proyectos turísticos, programas de cooperación público privado, promover y atraer las inversiones turísticas privadas, para alcanzar un desarrollo local sostenible (Sánchez, 2015).

## **2.2. MARCO TEORICO**

La teoría del producto turístico, permiten elaborar el instrumento para la recolección de información sobre la valoración que le dan los visitantes nacionales en un determinado lugar turístico como es el caso del distrito de Chucuito por lo que se necesita de la teoría del producto turístico siguiente:

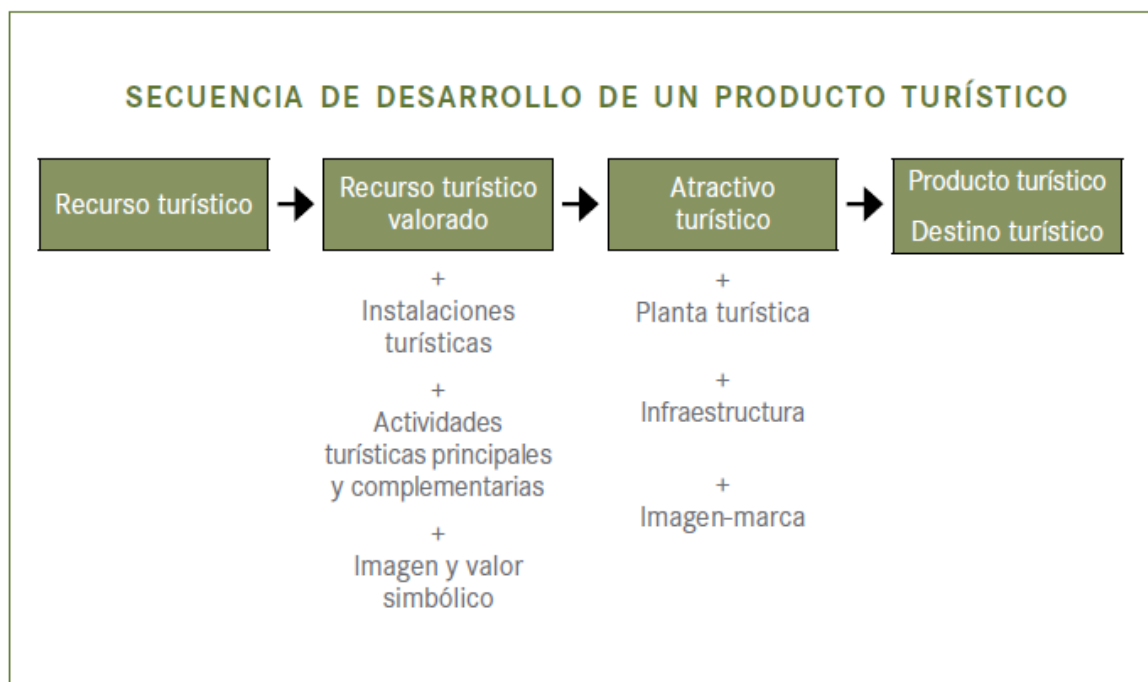
### **2.2.1. Producto Turístico**

Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística. (MINCETUR, 2014). Existe una confusión

muy generalizada respecto de qué es un recurso turístico, así muchos productores se sorprenden cuando se les indica que la vivienda no es un recurso turístico a menos que tenga características históricas destacables. Es importante reconocer que el punto de partida de un negocio turístico es el análisis de los recursos con los que se cuenta, los servicios y el equipamiento disponible para realizar actividades. (Barrera y Muñoz, 2003).

### Figura 1

*Secuencia de desarrollo de un producto turístico*



*Fuente: MINCETUR, 2014.*

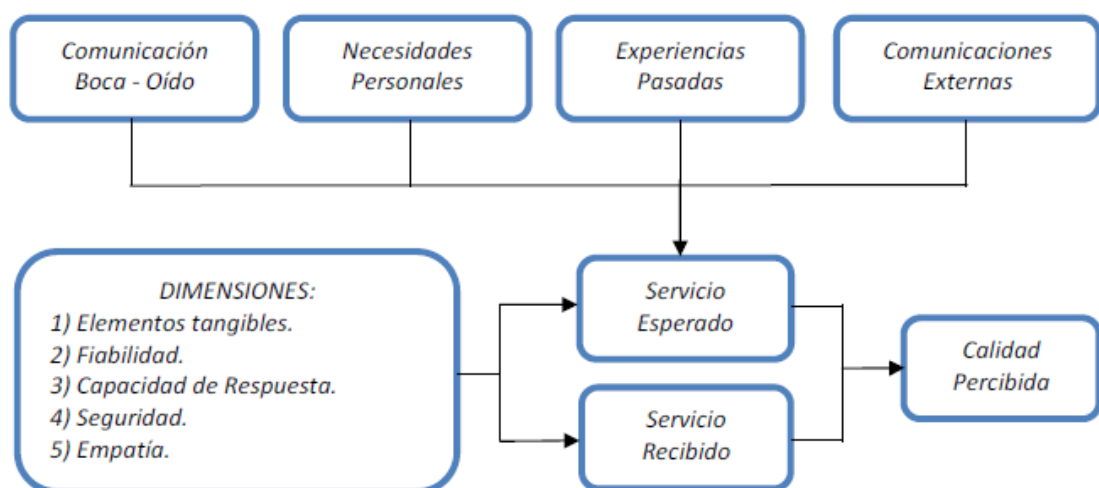
#### 2.2.2. Valoración del producto turístico

Para valorar el producto turístico se utiliza como teoría el modelo Servqual desde el punto de vista de las percepciones sobre los elementos del producto turístico. En este contexto, se define como oferta turística al grupo de productos y servicios asociados a un espacio territorial y socio-cultural y que poseen un determinado valor o

atractivo turístico que es puesto a disposición del público en un mercado determinado. (Alcívar, 2018). Costumbres estacionales Algunos factores como las fiestas, vacaciones escolares o climatología son condiciones favorables para que los individuos decidan demandar turismo. Es por ello que los mercados turísticos se van adaptando a esta estacionalidad del negocio turístico, ofreciendo condiciones distintas para cada temporada, distinguiendo entre temporadas bajas, altas y medias (Sancho, 2000). En este sentido, la cultura es interpretada como un complejo bagaje de conocimientos heredados, que permiten al ser humano conocer el origen de gran parte de su tradición, folclore, costumbres y quehacer diario. (Alcívar, 2018)

## Figura 2

*Modelo Servqual para la medida de la calidad del servicio*



*Fuente: Rodríguez J. L. 2001.*

### 2.2.3. Importancia de la percepción del turismo en los destinos turísticos

Revalorización del patrimonio cultural y ambiental. El turismo rural ha probado ser un instrumento eficaz para revalorizar las diversas manifestaciones culturales. A su amparo se desarrollan rutas temáticas relacionadas a recursos culturales. Es muy importante el fenómeno que se registra en cuanto a las tradiciones. El hecho de tener



que mostrarles y en muchos casos dar explicaciones sobre ellas, lleva a los responsables e interesados a realizar un estudio más exhaustivo de las mismas.

#### **2.2.4. Turismo interno**

El turismo interno o nacional, es aquel residente de un país que viaja dentro de este por una duración no mayor a 12 meses a un lugar distinto al de su procedencia habitual, y cuyo motivo de visita no es el de ejercer una actividad que en el lugar visitado sea remunerado. Turistas (visitantes que pernoctan). Son aquellos visitantes que permanecen una noche por lo menos, en un medio de alojamiento privado o colectivo en el lugar de visita. Visitantes de día (excursionistas...Entonces podemos afirmar que el turista interno o nacional, es la persona que se traslada de una ciudad a otra dentro del mismo Perú, con ciertas características como tener como mínimo una pernoctación y realizar alguna actividad que genere ingresos para el turismo. (Guerrero y Ramos, 2014). La reactivación del turismo interno en nuestro país comenzará con los viajes a destinos cercanos y rutas cortas, para luego ampliarse, de manera gradual, hacia destinos en regiones más alejadas siempre que cuenten con la certificación como destinos seguros frente al covid-19, sostuvo hoy Marisol Acosta, directora. (PROMPERU, 2020)

### **2.3. MARCO CONCEPTUAL**

#### **Actividad turística**

Según la ley peruana, es la destinada a prestar a los turistas los servicios de alojamiento, intermediación, alimentación, traslado, información, asistencia o cualquier otro servicio relacionado directamente con el turismo (Muñoz, 2012).



## **Calidad**

En el sentido más estricto, se puede definir como ausencia de defectos. Pero casi todas las empresas centradas en el cliente definen la calidad en términos de satisfacción del cliente (Torres, 2018).

### **Calidad en el servicio al cliente**

Un servicio es una actividad o conjunto de actividades de naturaleza casi siempre intangible que se realiza a través de la interacción entre el cliente y el empleado y/o instalaciones físicas de servicio, con el objeto de satisfacerle un deseo o necesidad (MINCETUR, 2014).

### **Calidad del turismo**

En su programa de trabajo, la OMT entiende la calidad del turismo como "el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, y de conformidad con los factores subyacentes que determinan la calidad tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural" (Muñoz, 2012).

### **Desarrollo de Productos Turísticos**

Estrategia de crecimiento en la que una empresa desarrolla nuevos productos turísticos para mercados que ya atiende. Es la etapa de la vida de un producto nuevo y en la que se investigan sus características y la adecuación al mercado. Si son productos



ya comercializados el objetivo es prolongar su vida dentro del mercado (Monge y Yagüe, 2015).

### **Definiciones de Destinos Turísticos**

La denominación de un destino turístico podría ser el nombre geográfico de un país, región o localidad donde se encuentren los productos que presentan unas características muy definidas, los cuales son frutos de los factores naturales o de los propios procesos de fabricación. Hace énfasis, sobre todo, en el carácter geográfico de un destino y sus atractivos en general (MINCETUR, 2014).

### **Empleo**

La suma de población ocupada y desocupada por sectores de producción industrial, agricultura y servicios (Torres, 2018).

### **Oferta turística:**

Es el conjunto de servicios puestos efectivamente en el mercado (MINCETUR, 2014).

### **Satisfacción**

Introduce los elementos de subjetividad en la percepción de la calidad. Según sus características, las exigencias o expectativas de los clientes varían. Un marketing fundado y movido por un anhelo de calidad atiende a esas características y trata de catalogar a los consumidores según los diferentes tipos y grados de calidad que perciben (MINCETUR, 2014).



## CAPITULO III

### MATERIALES Y MÉTODOS

#### 3.1.TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación es de carácter descriptivo transversal, a fin de aproximarnos al problema y así conocer cómo estos fenómenos se presentaron, tanto en sus componentes, características más resaltantes, que nos permita contrastar la hipótesis con la realidad objetiva

#### 3.2.MÉTODOS GENERALES DE INVESTIGACIÓN

Desarrollar un trabajo de investigación, requiere la aplicación de un conjunto de estrategias o procedimientos denominados métodos, los que nos van a permitir arribar a los resultados que se busca, en este caso demostrar las hipótesis y cumplir con los objetivos trazados; es así que se emplean los siguientes métodos generales de investigación: método deductivo a inductivo, método analítico, sintético y el método estadístico.

#### 3.3.TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

A diferencia de los métodos, las técnicas constituyen elementos de investigación más precisos, específicos y concretos en la ejecución de la investigación, a través de las técnicas operacionalizamos los diversos indicadores en la práctica, entre ellos se tiene:

- a. Técnica documental o bibliográfica. Nos permite revisar la documentación de carácter teórico sobre la materia, elementos de sustento en la ejecución de la tesis.





- b. Técnica de la encuesta. Mediante esta técnica, apoyados de un instrumento de recolección de datos se aplica una encuesta a las unidades de observación, sobre el tema materia de la investigación.
- c. Técnica de la Estadística. Los datos obtenidos en el trabajo de campo, serán cuantificados, luego sometidos a un tratamiento estadístico, como elemento que ofrece mayor nivel de precisión y confiabilidad cuando se trata de medir los resultados.

### 3.4. UNIDADES DE ANÁLISIS

Los elementos de los cuales se obtiene la información para realizar la investigación, está conformada por:

- a) Turistas nacionales que visitaron el distrito de Chucuito Puno.

### 3.5. TAMAÑO DE LA MUESTRA

Se aplicará muestreo aleatorio simple a los turistas nacionales que visitaron el distrito de Chucuito que según el censo del año 2017 es de 16,734 turistas nacionales para conocer la percepción sobre el producto turístico del lugar.

#### Muestreo aleatorio simple

$$n = \frac{Z^2(p.q) N}{E(N-1) + Z^2(p)(q)}$$

Donde

N = Universo o población

n = Muestra.

Z = Nivel de confianza.



$p$  = Probabilidad a favor.

$q$  = Probabilidad en contra.

$E$  = Error de estimación.

### **Aplicación**

$N = 16,734$

$Z = 1.96$  (95%)

$p = 0.50$

$q = 0.50$

$E = 0.05$  (5%)

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50) (16,734)}{(0.05)^2 (16,734-1) + (1.96)^2 (0.50) (0.50)}$$

$n = 375.40$

**$n = 375$**



### 3.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DIMENSION	INDICADORES
<b><u>Variable Independiente</u></b> <b>Valoración del producto turístico</b>	Gestión del Patrimonio turístico	Natural, cultural, facilidades, superestructura. Infraestructura
	Valoración Intrínseca	Significancia, representatividad, singularidad, naturalidad e integridad
	Valoración Recreativa	Fragilidad, atractividad, accesibilidad, disponibilidad en el tiempo y en el espacio, factibilidad y potencial para la educación y la interpretación del patrimonio.
<b><u>Variable Dependiente</u></b> <b>Percepción del turismo interno</b>	Criterios de percepción	Alojamiento • Gastronomía • Rutas de aproximación • Recreación • Transporte • Atención a los turistas • Información turística • Seguridad • Limpieza de la localidad • Estacionamiento • Estado de las calles

## CAPITULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Evaluar el grado de valoración del producto turístico a través del conocimiento de la percepción del turismo interno en el distrito de Chucuito Puno

#### 4.1.LOS PRINCIPALES COMPONENTES DEL PRODUCTO TURÍSTICO DEL DISTRITO DE CHUCUITO PUNO

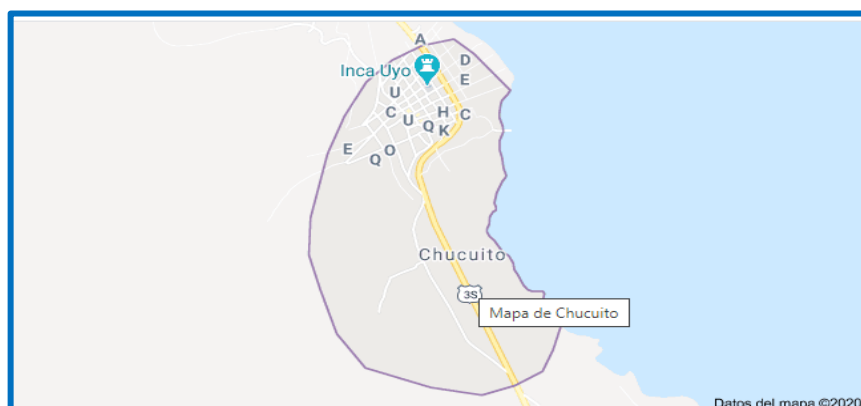
##### 4.1.1. Destino turístico del distrito de Chucuito

Ubicación geográfica:

El distrito de Chucuito se encuentra ubicado al Sur de la provincia y Departamento de Puno, tiene como capital a la ciudad de las Cajas Reales de Chucuito, situada en la gran meseta del Collao a orillas del lago Titicaca y se encuentra sobre la carretera Panamericana Sur. Entre las coordenadas: 69°53'21'' de longitud oeste y 15°53'15'' de latitud sur del meridiano de Greenwich a una distancia de 18 Km. de la ciudad y capital del departamento de Puno

#### Figura 3

*Ubicación del distrito de Chucuito*



*Fuente:*

<https://www.google.com/search?q=CHUCUITO+EN+GOOLGE+MAP&oq=CHUCUITO+EN+GOOLGE+MAP&aqs=chrome.69i57j0.9059j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8>



## **Población**

El Distrito de Chucuito, es de 7019 Población Censada según **Fuente especificada no válida**. Censo 2017

### **Antecedentes históricos:**

Creación: Chucuito, distrito de la provincia de Puno, situado al Sur de la misma surge a la vida política como distrito en la época de la Independencia, creado el 02 de Abril de 1564, posteriormente el distrito de Chucuito se crea bajo ley N° 12301 con fecha 03 de mayo de 1955. Historia de Chuchito: Los pobladores más remotos de Chucuito y sus alrededores fueron cazadores desde hace más de 10 mil años A.d. D. de los antiguos habitantes se rescatan los restos de cerámica y monolitos del periodo Caluyo (1,000 años a. de c.) como el centro ceremonial de Tunihuiri del Estado de Pucará. Chucuito formó parte del Tiahuanaco y fue sede del gobierno de todo el Reino Lupaca de tradición aymara, desde el año 900 a. de c. aproximadamente, abarcando su influencia hasta los valles de Moquegua, Tacna y el Altiplano Boliviano. Los Incas Pachacútec y Túpac Yupanqui establecieron y afianzaron el imperio Inca; y Mayta Cápac logró remodelar la ciudad de Chucuito con palacios y centros ceremoniales. Los primeros españoles que llegaron a la capital de los Lupacas fueron Diego de Agüero y Pedro Martínez de Moguer, en enero de 1533, quienes lograron extraer del lago de Chucuito gran cantidad de piezas de oro, que estaba destinado una parte para el rescate del Inca Atahualpa.

En 1535, los ejércitos de Diego de Almagro y Paulo Inca ocuparon Chucuito y saquearon diversos pueblos del altiplano. En setiembre de 1546, llegó el primer sacerdote dominico, Melchor de Molina, quien fue reemplazado por A. De Santo Domingo y Domingo de Santa Cruz en 1547. En 1548, el Virrey la Gasca, nombra como



funcionario real de Chucuito a Diego de Mercado y en 1550 fija la tributación para los pobladores de la provincia de Chucuito. Entre 1551 y 1555, fue Corregidor de Chucuito Pedro Enciso y entre 1557 y 1560 García Diez de San Miguel.

Las autoridades de Chucuito, el 02 de abril de 1564 se trasladaron a la Aldea de Juli para establecer el convento de San Pedro y la Iglesia Santo Tomas de Aquino, para que sirvan de centro de Catequización de los Indios. Incluido dichos actos, el 5 de abril retornaron a Chucuito para festejar el día de San Vicente de Ferrer, cuando se tenía más de 29 años de vida española como ciudad y 25 años de haber sido declarada encomienda del Rey Carlos V de España.

#### **Aspectos geográficos:**

Chucuito como ciudad de trascendencia histórica en la región Puno, nos ofrece principalmente su medio geográfico y su legado histórico por lo que nos ocuparemos en analizar estas características y determinar su potencialidad para desarrollar un turismo ecológico.

Por lo que hemos visto por conveniente considerar los aspectos físicos, el paisaje, demografía, situación económica, socio cultural y físico urbano para su análisis y conclusiones.

#### **Aspectos físicos:**

Chucuito como ciudad de trascendencia histórica en la región Puno, nos ofrece principalmente su medio geográfico y su legado histórico por lo que nos ocuparemos en analizar estas características y determinar su potencialidad para desarrollar un turismo ecológico.



Por lo que hemos visto por conveniente considerar los aspectos físicos, el paisaje, demografía, situación económica, socio cultural y físico urbano para su análisis y conclusiones.

La ciudad de Chucuito localizada a orillas del Lago Titicaca, en la bahía de Puno, y a 18 km. De Puno ciudad capital de la Región, debido a los escasos de estudios sobre Chucuito se toma como referencia a la ciudad de Puno para determinar sus aspectos meteorológicos. En la bahía de Puno el clima está influenciado por el efecto termorregulador del Lago Titicaca. Haciendo que el clima sea benigno durante el año, a continuación, aspectos referentes al clima:

- a) Temperatura:** La temperatura influye en las condiciones climáticas de una región, constituyéndose en un factor decisivo para el desarrollo y distribución de las especies vivas, tanto animal, como vegetal y humana. La temperatura promedio más alta es de 14.4°C. Las oscilaciones diarias de temperatura son más significativas que las variaciones mensuales, sobre todo en horas de la noche.

La presencia del Lago Titicaca es un factor importante para la termorregulación, cuadro de la temperatura promedio en Puno actualmente según los meses del año

Por su ubicación a orillas del Lago Titicaca, su clima es templado y seco durante el día, y frígido por las noches esto provocado por la brisa del Lago. Su temperatura promedio anual es de 8.5°C.

- b) Precipitaciones:** Se denomina así a la caída de agua de las nubes en estado sólido o líquido. Las precipitaciones se pueden clasificar según su naturaleza, forma e intensidad de la siguiente manera:

- Lluvia: gotas de agua diámetro superior a 5mm.



- Llovizna: gotas de agua diámetro inferior a 5mm.
- Nieve: agua en estado sólido alisado, estrellado o hexagonal.
- Granizo: Grados de hielo opacos y redondos, diámetro 2mm. A 50 mm.

Estos diferentes tipos de precipitaciones se pueden presentar aislados o en chubascos. (precipitaciones repentinas). En el Altiplano existen cuatro tipos de precipitaciones y en la ciudad de Chucuito es similar a la que se presenta en la ciudad de Puno.

En el Altiplano se pueden identificar, según la distribución de las precipitaciones cuatro periodos:

- Precipitaciones altas: 4 meses (diciembre, enero, febrero y marzo)
- Transitorio A: 1 mes (abril)
- Seco: 4 meses (mayo, junio, Julio y agosto)
- Transitorio B: 3 meses (Setiembre, octubre, noviembre)

En el periodo de las altas precipitaciones se registra el 74% de volumen total de las precipitaciones, 22% de los dos periodos transitorios y el 4% en el periodo seco.

El total de promedio anual de precipitaciones para la cuenca es de 646 mm. En 120 días del año.

c) Vientos: En el Altiplano, los vientos son fuertes casi tempestuosos que soplan todos los días, especialmente se observa de los divisorios fluviales de las cordilleras occidental y oriental, estos penetran en grado disminuido al interior del Altiplano sur donde especialmente en la época seca del invierno se presentan





durante días vientos muy fuertes sobre los solares y pies de montañas, levantando fuertes remolinos.

En Chucuito, los vientos corren durante todo el día, pero estos son llanos y sufren variaciones de acuerdo con las horas del día y según las estaciones del año.

**d) Heladas:** Son otro tipo de fenómenos al cual estamos considerando debido a su importancia determinante entorno bioclimático de un lugar. Se definen como aquellas temperaturas al abrigo iguales o menores de  $0^{\circ}\text{C}$ , las mismas que ocasionan congelamiento por medio del fenómeno de inversión térmica, principalmente en plantas y demás seres vivos.

En estudios referido al Altiplano andino, el autor (Morlón 1979) encuentra zonas con un periodo libre de heladas de hasta 6 meses consecutivos inclusive en zonas próximas al Lago, de hasta 4 meses ininterrumpidos en zonas intermedias y en aquellas zonas alejadas y en las que se encuentran 4000 msnm. El periodo libre de heladas no llega a completar un mes.

Generalmente, en el altiplano las épocas habituales de heladas son las correspondientes al otoño e invierno, sin embargo, llegan con menor frecuencia también en primavera y eventualmente durante el verano.

**Topografía:** La ciudad de Chucuito se emplaza a una altitud de 3 817 msnm, presenta una cota mínima de 8 810 msnm a orillas del Lago Titicaca y una cota máxima de 3 895 SNM en la zona de la Pisi cultura. Su topografía obedece a la formación de la serie Sillamuri Atoja.

Su ubicación corresponde a la “provincia de fisiografía del Altiplano”. Área que puedes es considerada como una meseta amplia y elevada que está situada entre los



3810 a 4000 msnm. Presenta una fisiografía, topografía y orografía accidentada, con relieves y elevaciones irregulares, siendo lo más notable del cerro Atoja.

**Hidrografía:** La ciudad es atravesada de oeste a este por los ríos Inculaya en la zona sur y Murinlaya en la zona norte, desarrollándose parte de la ciudad a orillas de estos ríos de poco caudal, el lago Titicaca es el recurso hídrico más importante dado que ella es generadora de una flora y fauna típica del Altiplano.

**Ecología:** El distrito de Chucuito está dentro de la formación ecológica “pradera o bosque húmedo montano”. Esta se extiende desde las orillas del Lago hasta la costa 3895 msnm. En la zona de piscicultura, que le confiere un clima benéfico.

Dentro de esta formación vegetal se ha desarrollado la asociación vegetal atmosférica denominada “bosque húmedo montano matorral”, por cuya razón ofrece las mejores condiciones ambientales para el desarrollo de la agricultura, ganadería y el confort humano. El clima en la zona es beneficio para el desarrollo de actividades relacionadas al turismo y recreación.

### **Costumbres y tradiciones**

Los habitantes de los distritos de Chucuito y sus centros poblados: Kochiraya, Huayrapata, Luquina Grande, Inchupalla viven pacíficamente, dedicados íntegramente a labores agrícolas, la crianza de ganado y artesanía y alfarería en menor proporción a la pesca, y comercio las viviendas son en su mayoría son antiguas, notándose que algunos de ellos han sido refaccionados en distinto grado y extensión, sus construcciones no obedecen a ningún plan específico, formo la palabra uniendo dos veces en una: Folk que significa pueblo y libre que quiere decir conocimiento sabiduría la nueva palabra fue empleada por el sr. Thomas para nombrar una ciencia que estudiara “ el saber tradicional de las clases populares de las naciones civilizadas” saber tradicional es el que aprende a explicación oral.



**Ritos:** Los habitantes del distrito de Chucuito y sus centros poblados todavía aún conservan sus milenarias costumbres andinos, manifestaciones en múltiples fines en los bautizados, matrimonio, techumbres, actos funerales, etc., también realizan diferentes festividades en cada comunidad tiene su “Apu” realizan pago a la tierra “Pachamama” en los cual piden protección, bendición, ayuda para los negocios para la ganadería y agricultura y para tener una buena vida familiar.

**Costumbres:** Por consiguiente, los bajos niveles de producción y productividad acompañado con la excesiva parcelación de la tierra, la erosión laminar de la capa arable, la escasa iniciativa en organización de micro y pequeñas empresas, ausencia de políticas que promuevan la transformación de los principales productos, entre otros hacen que los niveles de ingreso sean totalmente bajos.

La estructura productiva del sector agrícola está dominada por cultivos estacionarios y en relación directa al comportamiento climatológico (precipitaciones pluviales) es apta para el cultivo de papa, habas, oca, izaño, tarhui, papa liza, cebada grano, quinua, cañihua, avena grano, forraje y otros.

## **4.2.PRODUCTO TURÍSTICO DEL DISTRITO DE CHUCUITO**

### **4.2.1. Atractivos turísticos naturales**

#### **El Cerro Atojja**

Cerro tutelar guardián y protector de la ciudad de Chucuito, tiene 4477 metros de altitud, es decir 667 m por sobre el nivel del Lago. Altura que nos facilita observar una visión panorámica del Altiplano, del Lago y su inmensidad. En esa cima existen dos santuarios, donde se hacen los ritos y ofrendas para que los Achachilas, espíritus de los

antepasados, ayuden para tener una buena producción agrícola, enviando la lluvia, que los animales se reproduzcan y estén alegres. A esos santuarios se les conoce como Auqui y Tayka, es decir el anciano y la anciana, espíritus venerados.

Al descender del cerro Atojsa es posible encontrar toda la variedad de plantas de la Puna, muchas de ellas son de uso medicinal por los pobladores del lugar.

#### **Figura 4**

*Cerro Atojsa*



*Fuente: Facebook.com*

**Sub Tipo Lugar pintoresco de flora:** En la comunidad de Parina existe, de manera dispersa, cierta cantidad de forestación. Generalmente están ubicados en las partes laterales de la carretera, en las laderas, y en los huertos de cada unidad familiar y algunos en las chacras o cultivos. Uno puede observar, a primera vista, junto a los arbustos nativos. Los árboles que generalmente hay son el Eucalipto, Pino, Cipres, Quishuar y Kolle. La presencia de forestación en la comunidad, le otorga un atractivo natural hermoso.

#### **La Piscicultura**

En la parte alta del pueblo se encuentran las instalaciones de la Piscicultura de Truchas, instalada hace varias décadas y que provee actualmente de pequeñas truchas a las granjas flotantes ubicadas en el Lago.



## **Pesca**

Esta actividad se desarrolla en zonas ribereñas de la península de Chucuito y las cercanías del lago que va tomando un valor socio- económico, utilizan pequeñas embarcaciones (botes) y redes como instrumentos de la pesca familiar para la obtención de ores tías, ricas en proteínas, también estos productos hidrobiológicos son comercializados en los mercados locales, mercados de puno y Juliaca (carachi, ispi, pejerrey y en algunas ocasiones la trucha). Algunos pobladores de las zonas ribereñas se dedican a la crianza de trucha en pequeñas jaulas.

### **4.2.2. Recursos y atractivos turísticos culturales**

#### **Inca Uyo**

Es una construcción de la época inka, con grandes bloques de piedra pulida y zócalo en su exterior. En su interior muestra otro muro de piedras talladas más pequeñas es el Inka Uyo. Sobre él se tienen varias explicaciones. Este recinto de 20.10 por 10.36 metros tiene su acceso dirigido a 35 grados hacia el noreste, que es la dirección de los vientos del Lago. Se ha observado que el borde exterior del acceso y el borde interior opuesto establecen una línea que tiene la orientación este-oeste y norte-sur. Esas líneas coinciden con las esquinas interiores del recinto, lo que permite suponer que la construcción está diseñada para ser utilizada como observatorio geodésico-astronómico y poder definir los momentos propicios para las actividades agrícolas.

En las excavaciones arqueológicas de 1971, se encontraron en ese sitio varias piezas de piedra tallada, las que responden a dos tipos de formas; unas tienen el extremo plano y las otras en media esfera sobresaliente, ambas muestran el otro extremo algo tallado como para ser empotradas en el muro de una edificación. Las primeras son

clavijas que servirían para sujetar y apoyar el techo de las viviendas, tal como se aprecia en las edificaciones de Macchu Picchu en el Cusco.

Las piezas Líticas con apariencia de hongo o de falo, habrían estado ubicadas hacia el interior del recinto o centro ceremonial en posición horizontal, como elemento presente en los rituales para propiciar e invocar la fertilidad de las semillas. En la actualidad, un rito semejante es la tinka que hacen todos los campesinos anualmente después de la cosecha, en el cual se separan las papas, ocas y quinua más grandes y durante la ceremonia se les esparce con agua azucarada o vino, adornándolas con flores y hojas de coca.

Las piedras de sección circular, que han sido puestas junto al Inka Uyo, formarían parte de círculos similares a los de Sillustani o a torreones que fueron destruidos, ya que Chucuito, como centro administrativo Lupaca-Inka tenía múltiples edificios a la llegada de los españoles, cuyas piedras las observamos en las construcciones coloniales en diversos lugares del pueblo.

## **Figura 5**

*Inca Uyo*



*Fuente: Según ficha de observación*

## El Templo de Santo Domingo

Es el templo de características renacentistas, el más antiguo del Altiplano construido en el siglo XVI a partir de 1534, año en que se inició la ocupación de Chucuito, luego que Diego de Agüero y Pedro Martínez de Moger recorrieran el Altiplano, para ubicar de donde había sido recolectado gran parte del Tesoro del Rescate de Atahualpa.

En Santo Domingo se venera la imagen de la Virgen del Rosario, siendo una talla de madera policromada de incalculable valor; en el mes de octubre se le festeja durante una semana, con liturgia católica, fuegos artificiales, procesiones, corridas de toros y danzas, tales como Rey Caporal, Sicuris, Tuntuna.

En el atrio o plaza se observa la Cruz de Buen Morir, frente al cementerio.

En algunas calles del pueblo se conservan acequias o canales para las aguas de lluvia y el riego.

### Figura 6

*Templo Santo Domingo*



*Fuente: entreviajesyturismo.com*

## **El Rollo**

Junto a él se leían y proclamaban las leyes y ordenanzas para que sean cumplidas y allí también se anunciaban y daban los castigos públicos, por lo que se le denominaba como Picota. Sobre él se ha colocado un cuadrante o reloj solar durante los primeros años de la República, dándole otra utilidad.

Varias de las casas que circundan la plaza tienen sus pórticos coloniales, donde se ven las inscripciones que identifican a instituciones religiosas, La Gobernación y Las Cajas Reales. Estos últimos con emblemas de leones en las columnas y fechados en 1780 cuando eran remodelados. Pero también dramáticamente incendiados durante la Revolución de Túpac Amaru y Túpac Katari, al año siguiente.

### **Figura 7**

*El Rollo*



*Fuente: Web Chucuito INTERNET*

## **La Cruz de Inquisición**

Se encuentra al pie de la escalinata, que va al atrio este consta de un pedestal, columna lisa y cruz de piedra. Allí se disponía la justicia religiosa, con la cual se



intentaba eliminar la religiosidad del pueblo Aymara-Lupaca y a quienes se les acusaba de herejía.

La escalinata que asciende al atrio muestra las piedras talladas extraídas de las construcciones Inkas, habiendo ubicado una más prominente al centro de la primera fila, correspondiendo este sitio a quien presidía el Santo Oficio o la ceremonia del Auto de Fe.

### **Figura 8**

*La Cruz de Inquisición*



*Fuente: Según Ficha de Observación*

### **La Iglesia de Nuestra Señora de la Asunción**

Tiene una ubicación lateral y cierra todo el atrio y la plaza, propuesta arquitectónica del siglo XVI para la catequización masiva, como en Juli, Pomata y Copacabana. Presenta en las fachadas lateral y frontal un estilo renacentista, así como en su interior hacia las capillas laterales. El coro de bóvedas cosetadas es otra de las singularidades de este templo. En él se venera la imagen de la Virgen de la Asunción, siendo su fiesta el 15 de agosto. En esa fecha se realizan diversos ritos y ceremonias de significación andina, como la Huaccha, durante la cual se arrojan de lo alto de la torre

los quispiños, masa de harina de quinua, que los asistentes recogen y llevan a sus casas, colocándolo junto a sus alimentos, con la intención y deseo que ellos no se agoten en los meses venideros, hasta la próxima cosecha.

Adosada a la pared del templo y a un costado de la puerta se observa La Cruz Misionera, de color verde. En el atrio está ubicada La Cruz de Catequesis, tallada en piedra y con las efigies de la Virgen María y el Apóstol Juan; junto a ella se realizaba la labor de adoctrinamiento de la población indígena a fin de ser bautizados, siendo el monumento más significativo de la evangelización.

### **Figura 9**

*La iglesia de nuestra señora de la asunción*



*Fuente: Según ficha de observación*

### **La Glorieta**

Esta se encuentra por la calle lateral hacia el sur donde se llega a una construcción circular, delimitada por una arquería, conocida como En ella se danza en días de carnaval, que para los Aymaras actuales es una festividad y fecha propicia "para alegrar a las plantas que están floreciendo y den una producción abundante". Habiendo sido éste un centro ceremonial desde la época Pukara y Aymara Lupaca, para agradecer, con danzas y ofrendas, a la Pachamama, la tierra que alimenta a sus hijos.

Desde este sitio, por su ubicación, se aprecia gran parte de los campos de cultivo, el Lago y por sobre los cerros de la península: los nevados de La Cordillera Real al otro lado del Lago, especialmente en las tardes. Observar desde aquí la salida del Sol es inolvidable.

### **Figura 10**

*La glorieta*



*Fuente: Según ficha de observación*

### **Actividad Piscícola**

Está íntimamente correlacionado con los recursos hídricos del lago Titicaca, la pesca artesanal es la fuente principal de ingresos económicos de las comunidades circunlacustres que comprenden los sectores de la carretera y toda la Península, los que se dedican a la pesca de carachi, ispi, el mauri, el pejerrey y el suche básicamente. Como se había manifestado anteriormente esta actividad llevada por comuneros que viven en la orilla del lago está seriamente afectada debido al progresivo descenso en los niveles de pesca por la indiscriminada captura de peces nativos, esto hace que estas

especies estén en serio peligro de extinción y con consecuencias graves tanto económicas como hidrobiológicas.

A pesar del potencial hídrico con que cuenta el distrito, la crianza de trucha en jaulas flotantes es poco desarrollado, factores como la identificación de mercados, la asistencia técnica a los pescadores y truchicultores hacen que esta actividad potencial del distrito esté al margen en la contribución de la producción distrital. Por consiguiente, es necesario y urgente aprovechar el gran potencial hídrico e hidrobiológico con que cuenta el distrito de Chucuito.

### **Figura 11**

*La Piscicultura UNAP-Chucuito*



*Fuente: Según ficha de observación*

#### **4.2.3. Estructura turística**

##### **Servicio de alojamiento:**

Si desea viajar al Inca Uyo de Chucuito le tomara medio día o si desea quedarse a pernoctar, puede alojarse. La ciudad de Chucuito, cuenta con una variedad considerable de alojamientos de diferentes categorías como para albergar.

Teniendo en cuenta de hoteles como; Taypikala, Taypikala lago, Santa Bárbara y otros. Que están ubicados dentro de la ciudad de las cajas reales.

Ubicado a sólo 15 min. de la ciudad de Puno; en el distrito de Chucuito a orillas del Lago Titikaka. El Taypikala Lago es un atractivo implementado al estilo colonial y tiene una vista espectacular al majestuoso Lago Titicaca; observando paisajes propios del altiplano como: campiñas, totorales, formaciones rocosas y ejemplares de la agricultura Aymara.

Misión Promover un buen servicio al huésped con un trato personalizado para hacerlo sentir como en su propia casa, en un ambiente de tranquilidad y comodidad a orillas del majestuoso Lago Titicaca.

Visión Lograr la preferencia y satisfacción de nuestros clientes, excediendo sus expectativas de un buen servicio

## **Figura 12**

*Habitación del Hotel Taypikala*



*Fuente: <http://www.taypikala.com/website/main.php?hotelid=3&linkid=2&lan=esp#>*



## **Taypikala Lago**

Este hotel está situado a una calle del lago Titicaca y dispone de piscina cubierta, fuentes paisajistas y bañera de hidromasaje. Los huéspedes podrán reservar masajes y disfrutar de la zona de meditación.

Estamos ubicados en el pintoresco pueblo de Chucuito a 18 km de la ciudad de Puno. Frente al Lago Sagrado, Cuna de los hijos del Sol. La Mamacocha, el espíritu del lago te trae la quietud a la mente, para dejar fluir el ser auténtico que vive en ti. Espacios únicos para hacer de tu estadía una experiencia inolvidable

Este establecimiento está situado a orillas del lago Titicaca y ofrece una piscina cubierta, fuentes paisajistas y una bañera de hidromasaje. Los huéspedes podrán reservar masajes y disfrutar de la zona de meditación. Además, las habitaciones gozan de vistas directas al lago.

El Taypikala Hotel Lago cuenta con galerías de estilo colonial reformadas recientemente y un vestíbulo amplio, decorado con plantas de interior, suelo de parquet pulido y sofás elegantes de color crema.

Las habitaciones del Taypikala Hotel Lago presentan muebles de madera y suelo de moqueta hipoalergénica. Algunas están decoradas en tonos pastel e incluyen bañera de hidromasaje.

El restaurante Jardines del Lago ofrece vistas al jardín y al lago y sirve un desayuno buffet completo con fruta tropical, así como otras especialidades de la gastronomía local. También se ofrece servicio de alquiler de coches.

El templo de la fertilidad se encuentra a solo 200 metros del hotel.

El Taypikala está situado a 20 minutos en coche del centro de Puno y a 10 km de los yacimientos arqueológicos. El mostrador de información turística puede organizar excursiones.

### **Figura 13**

#### *Taypikala Lago Hotel*



*Fuente: <https://www.booking.com/hotel/pe/taypikala-lago.es.html>*

### **Hotel Pumakala**

Dirección: Panamericana Sur Km. 18 Prolongación Tarapacá #153,  
Chucuito Distancia :0.7 km Tarifas: 45 \$US / 90 \$US - Habitaciones 33

El Hotel Pumakala está situado a orillas del lago Titicaca y dispone de habitaciones con vistas al lago, un restaurante, un bar y un jardín. Ofrece desayunos bufé y conexión Wi-Fi gratuita. También ofrece bicicletas gratuitas

El Hotel Pumakala está situado a orillas del lago Titicaca y dispone de habitaciones con vistas al lago, restaurante, bar y jardín. Ofrece desayuno buffet, conexión WiFi gratuita, bicicletas gratuitas y sala de meditación.

Las habitaciones del Pumakala gozan de vistas directas al lago y disponen de baño privado con bañera, balcón independiente con acceso a más de 1.000 m<sup>2</sup> de jardines y servicio de habitaciones. Se proporcionan bicicletas de alquiler.

El Hotel Pumakala se encuentra a 15 minutos a pie de los yacimientos arqueológicos de Puno. La terminal de tren y autobús se halla a 25 km y el aeropuerto queda a 45 minutos en coche. En el establecimiento hay aparcamiento privado gratuito, bajo reserva. El puente que une Puno con tierra firme está situado a 5 minutos en coche.

### **Figura 14**

*Fachada del hotel Pumakala*



*Fuente: Web del hotel*

### **Yacht Lago Titicaca**

Dirección: Carretera Puno-Chucuito Km 12, Ichu Distancia: 6.4 km. El Yacht Titicaca ofrece habitaciones cómodas con conexión Wi-Fi gratuita y vistas magníficas al lago de Titicaca. Todas las mañanas se sirve un desayuno en la sala de desayunos, que es luminosa y también cuenta con vistas al lago



El Yacht Titicaca ofrece habitaciones cómodas con conexión Wi-Fi gratuita y vistas magníficas al lago de Titicaca. Todas las mañanas se sirve un desayuno en la sala de desayunos, que es luminosa y también cuenta con vistas al lago. El aparcamiento privado es gratuito.

Las habitaciones del Lago Titicaca Yacht son cómodas e incluyen baño privado con ducha. Además, los huéspedes podrán utilizar el servicio de lavandería.

Este hotel se encuentra a 2 km de las ruinas incas de Tunturi y a 3 km del bosque local de rocas zoomórficas.

El Lago Titicaca Yacht está a 11 km de la estación de autobuses de Puno y a 57 km del aeropuerto de Juliaca. El servicio de traslado al aeropuerto se puede organizar por un suplemento.

### **Figura 15**

*Yacht Lago Titicaca*



*Fuente: <https://www.yachtlagotiticaca.com/>*

### **El Sumaq Chucuito Hotel**

Está situado en Chucuito y alberga un jardín. También cuenta con recepción 24 horas y terraza. Hay aparcamiento privado. Las habitaciones del hotel están equipadas con TV de pantalla plana y cocina.

Puno se encuentra a 19 km del Sumaq Chucuito. El aeropuerto internacional Inca Manco Cápac, el más cercano, está a 68 km. El establecimiento ofrece un servicio de enlace con el aeropuerto por un suplemento.

### **Figura 16**

*Vista de habitación interna del hotel El Sumaq Chucuito*



*Fuente: <https://www.sniffhotels.com/pe/hotel/sumaq-chucuito>*

### **Las Cabañas Chucuito**

Las Cabañas ofrece alojamiento en Chucuito, a solo 5 minutos a pie de la plaza principal de la ciudad. Las habitaciones cuentan con baño privado y vistas al jardín. Algunas disponen de chimenea y balcón. El hotel sirve un desayuno continental a diario.

Las Cabañas cuenta con recepción 24 horas, jardín, mostrador de información turística y consigna de equipaje. En el establecimiento o en sus inmediaciones se pueden practicar diversas actividades, como el senderismo. El alojamiento proporciona aparcamiento gratuito.

Las Cabañas se encuentra a solo 600 metros del lago Titicaca y a 18 km de la estación de autobuses de Puno.

## **Figura 17**

*Vista de habitaciones externas del hotel El Sumaq Chucuito*



*Fuente: <https://es-la.facebook.com/pages/category/Hospitality-Service/Las-Caba%C3%B1as-de-Chucuito-en-el-Titicaca>*

### **Restaurantes Turísticos**

Chucuito, ofrece servicios de restaurantes de uno, dos, tres tenedores en los prestigiosos hoteles, además; otros restaurantes para turistas nacionales y habitantes del lugar, que están ubicados en la plaza principal.

#### **4.2.4. Infraestructura Básica**

Vías de acceso y comunicaciones

Laycacota; cabe destacar que la movilidad que se ofrece cumple la ruta desde Puno a Chucuito. Península diariamente a las 6:00 am y a las 1:00 pm., y de Península

Puno de lunes a viernes a las 4:30am y más tarde solo hasta el medio día. Si se desea viajar los domingos, se pueden encontrar vehículos desde Acora, las cuales cumplen la ruta de ida y vuelta durante todo el día, esto se debe a la feria que hay en Acora los días domingos a la cual acuden todos los pobladores de la península de Chucuito para adquirir productos de primera necesidad



La vía de acceso a la capital del distrito es por la carretera panamericana asfaltada Puno Ilave – Desaguadero, se ubica a 18 Km. de la ciudad de Puno, esta vía se encuentra en deterioro, siendo una condicionante para el logro del desarrollo del distrito.

**Tabla 1**  
*Frecuencia tipo de transporte*

DE	A	DISTANCIA	TIEMPO	TIPO DE VIA	TIPO DE TRANSPORTE	FRECUENCIA
<b>Lima</b>	Puno	1541	29 horas aprox.	Asfaltado	Bus	Diaria
<b>Puno</b>	Chucuito	18km.	16 min. Aprox.	Asfaltado	Combi	Diaria

*Fuente: Elaboración según fichas de observación*

### **Energía**

En el área rural del distrito el servicio es limitado, sólo la zona urbana cuenta con este servicio las 24 horas del día; el distrito recibe energía eléctrica de la empresa comercializadora Electro Puno, la misma que está interconectada al SIS (Sistema Interconectado del Sur); cuenta con instalación a domicilio con red monofásica de energía (excepto Chinchera y Chucuito).

Las comunidades del distrito de Chucuito, están ubicadas desde la capital del distrito a una distancia de (carretera panamericana):

1. Chucuito – Chinchero                      02 Km.
2. Chucuito – Raya                              04 Km.
3. Chucuito – Barco                            01 Km.
4. Chucuito – Concachi                      04 Km.
5. Chucuito – Pirapi                            4.5 Km.



6. Chucuito – Marca jilapunta 3.5 Km.
7. Chucuito – Potojani Grande 06 Km.
8. Chucuito – Ichuraya 06 Km.

- El servicio de **transporte terrestre** se realiza mediante las camionetas rurales, combis, desde la avenida Simón Bolívar en Bancharo Rosy, con el costo de S/. 1.50 (el viaje dura 25 min), Los transportes públicos salen a toda hora.
- También se puede llegar mediante **embarcaciones** del puerto principal de Puno.
- Si desea que su visita sea entretenida y quiere adquirir conocimientos puede organizar su viaje a través de una **agencia de viajes** y turismo.
- Existencia de instituciones como la PNP y las municipalidades menores en los centros poblados y la municipalidad distrital de Chucuito.
- Las organizaciones existentes (artesanas, productores agropecuarios y de truchas) en el distrito están bien unidos
- El distrito posee instituciones educativas en casi todos los centros poblados y comunidades.

#### 4.2.5. Superestructura turística

##### **Municipalidad Distrital de Chucuito (Puno) en Chucuito**

Institución de gobierno local que tiene la función de administrar los ingresos económicos y desarrollar labores en beneficio y progreso de la comunidad local.



## Servicios Complementarios

### Actividad Artesanal

Esta actividad está difundida en las comunidades de: Chinchera, Potojani Grande, Raya, Cusipata y en otras comunidades presenta incipiente desarrollo. Se encuentra en proceso de desarrollo y se vienen dando pasos en el proceso de transformación, existe la disponibilidad de materia prima e insumos, como es la lana de ovino y la fibra de alpaca de la zona de Inchupalla. Siendo esta actividad intensiva en mano de obra, requiere de cierta calificación y destreza; esta habilidad viene desarrollándose con capacitaciones formales e informales, si bien algunas artesanas tienen mayor habilidad que otras, en términos generales un conjunto de artesanas organizadas ha llegado a exportar a los países europeos mediante una tienda clasificadora en Lima. Una de la pionera fue la asociación de artesanas “Trensa de Oro” de Chinchera, lograron productos homogéneos; su mercado principal, la ciudad de Lima, Arequipa, Cuzco y Juliaca.

### 4.3.LA PERCEPCIÓN DEL TURISMO INTERNO SOBRE EL PRODUCTO TURÍSTICO A TRAVÉS DE SUS COMPONENTES EN EL DISTRITO DE CHUCUITO PUNO

**Tabla 2**

*Atractivo natural*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy malo	29	7,7	7,7	7,7
	Malo	56	14,9	14,9	22,7
	Regular	114	30,4	30,4	53,1
	Bueno	117	31,2	31,2	84,3
	Muy bueno	59	15,7	15,7	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración propia.*

En la Tabla 2. Deduce sobre el atractivo turístico natural como parte fundamental del producto turístico del distrito de Chucuito de los 375 turistas nacionales encuestados el 31.2% los califican como “Buenos” atractivos, y el 30.4% deducen es “Regular”, y “muy bueno” manifiestan el 15.7% mientras dicen que son “Malo” el 14.9%.Entonces se deduce que si se tiene atractivos de interés que pueden motivar la visita para el turismo interno y alrededores de Puno Región hacia Chucuito.

**Tabla 3**  
*Atractivo cultural*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy malo	29	7,7	7,7	7,7
	Malo	30	8,0	8,0	15,7
	Regular	146	38,9	38,9	54,7
	Bueno	138	36,8	36,8	91,5
	Muy bueno	32	8,5	8,5	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración propia.*

En la Tabla 3. Deduce sobre el atractivo turístico cultural expresión variada como identidad cultural, del patrimonio vivo que manifiesta la población del producto turístico del distrito de Chucuito de los 375 turistas nacionales encuestados el 38.9% los califican como “Regular” el atractivo cultural, y el 36.8% deducen es “Bueno”, y “Malo y Bueno” manifiestan el 8%.Entonces se deduce que si se tiene atractivos de incidencia regular y Bueno de interés que pueden motivar la visita para el turismo interno y alrededores de Puno Región hacia Chucuito.

**Tabla 4**  
*Atractivo arqueológico*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy malo	29	7,7	7,7	7,7
	Malo	29	7,7	7,7	15,5
	Regular	114	30,4	30,4	45,9
	Bueno	173	46,1	46,1	92,0
	Muy bueno	30	8,0	8,0	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración propia.*

En la Tabla 4. Deduce sobre el atractivo arqueológico expresión variada como identidad cultural, del patrimonio vivo que manifiesta la población del producto turístico del distrito de Chucuito de los 375 turistas nacionales encuestados el 46.1% los califican como “Bueno” el atractivo cultural arqueológico, y el 30,4% deducen es “Regular”, y “Malo y Bueno” manifiestan el 8%.Entonces se deduce que si se tiene atractivos arqueológicos de incidencia en Bueno de interés que pueden motivar la visita para el turismo interno y alrededores de Puno Región hacia Chucuito.

**Tabla 5**  
*Atractivo humano*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy malo	87	23,2	23,2	23,2
	Malo	145	38,7	38,7	61,9
	Regular	85	22,7	22,7	84,5
	Bueno	29	7,7	7,7	92,3
	Muy bueno	29	7,7	7,7	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración propia.*



En la Tabla 5 Deduce sobre el atractivo humano como talento humano, del distrito de Chucuito de los 375 turistas nacionales encuestados el 38.7% los califican como “Malo” el atractivo humano, y el 23.2% deducen es “Muy malo”, manifiestan el 22.7% es “Regular”. Entonces se deduce que si se tiene atractivos de incidencia malo y regular de interés que pueden motivar la visita para el turismo interno y alrededores de Puno Región hacia Chucuito.

**Tabla 6**  
*Accesibilidad terrestre*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy malo	58	15,5	15,5	15,5
	Malo	58	15,5	15,5	30,9
	Regular	114	30,4	30,4	61,3
	Bueno	115	30,7	30,7	92,0
	Muy bueno	30	8,0	8,0	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración propia.*

En la Tabla 6 Deduce sobre la accesibilidad terrestre, medio muy importante para dinamizar el desplazamiento para el producto turístico del distrito de Chucuito de los 375 turistas nacionales encuestados el 30.7% los califican como “Bueno” la accesibilidad terrestre, y el 30.4% deducen es “Regular”, y “Muy Malo y Malo” manifiestan el 15.5%.Entonces se deduce que si se tiene atractivos de incidencia Bueno y Regular de interés que pueden motivar la visita para el turismo interno y alrededores de Puno Región hacia Chucuito.

**Tabla 7**  
*Servicio de hospedaje*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy malo	29	7,7	7,7	7,7
	Malo	29	7,7	7,7	15,5
	Regular	142	37,9	37,9	53,3
	Bueno	117	31,2	31,2	84,5
	Muy bueno	58	15,5	15,5	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración propia.*

En la Tabla 7 Deduce sobre el servicio de hospedaje del producto turístico del distrito de Chucuito de los 375 turistas nacionales encuestados el 37.9% los califican como “Regular” el servicio de hospedaje, y el 31.2%% deducen es “Bueno”, y el 15.5% expresan “Muy bueno” mientras “Muy malo y Malo ” manifiestan el 7.7 %.Entonces se deduce que si se tiene atractivos de incidencia regular y Bueno de interés que pueden motivar la visita para el turismo interno y alrededores de Puno Región hacia Chucuito.

**Tabla 8**  
*Transporte terrestre*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy malo	30	8,0	8,0	8,0
	Malo	59	15,7	15,7	23,7
	Regular	58	15,5	15,5	39,2
	Bueno	174	46,4	46,4	85,6
	Muy bueno	54	14,4	14,4	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración propia.*

En la Tabla 8 Deduce sobre el transporte terrestre como elemento del producto turístico del distrito de Chucuito de los 375 turistas nacionales encuestados el 46.4% los califican como “Bueno” el transporte terrestre, y el 15 % deducen que es “Malo”, y “Regular” manifiestan el 14.4% “Muy bueno”. Entonces se deduce que si se tiene atractivos de incidencia en Bueno de interés que pueden motivar la visita para el turismo interno y alrededores de Puno Región hacia Chucuito.

**Tabla 9**  
*Restaurantes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy malo	27	7,2	7,2	7,2
	Malo	27	7,2	7,2	14,4
	Regular	147	39,2	39,2	53,6
	Bueno	116	30,9	30,9	84,5
	Muy bueno	58	15,5	15,5	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración propia.*

En la Tabla 9 Deduce sobre los restaurantes del producto turístico del distrito de Chucuito de los 375 turistas nacionales encuestados el 39.2% los califican como “Regular” los restaurantes, y el 30.9% deducen es “Bueno”, y “Muy bueno” manifiestan el 15.5%. Entonces se deduce que si se tiene restaurantes de incidencia regular y Bueno de interés que pueden motivar la visita para el turismo interno y alrededores de Puno Región hacia Chucuito.

**Tabla 10**  
*Guías de turismo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy malo	29	7,7	7,7	7,7
	Malo	59	15,7	15,7	23,5
	Regular	88	23,5	23,5	46,9
	Bueno	141	37,6	37,6	84,5
	Muy bueno	58	15,5	15,5	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración propia.*

En la Tabla 10 Deduce sobre los guías de turismo profesionales importantes para el desarrollo del producto turístico del distrito de Chucuito de los 375 turistas nacionales encuestados el 37.6.% los califican como “Bueno” el guía de turismo, y el 23.5% deducen es “Regular”, y “Malo y Muy Bueno” manifiestan el 15.7%.Entonces se deduce que si se tiene atractivos de incidencia regular y Bueno de interés que pueden motivar la visita para el turismo interno y alrededores de Puno Región hacia Chucuito.

**Tabla 11**  
*Agencia de viajes local*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy malo	29	7,7	7,7	7,7
	Malo	29	7,7	7,7	15,5
	Regular	114	30,4	30,4	45,9
	Bueno	146	38,9	38,9	84,8
	Muy bueno	57	15,2	15,2	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración propia.*

En la Tabla 11 deduce sobre los servicios de las agencias de viajes local, expresión que manifiesta la población del producto turístico del distrito de Chucuito de los 375 turistas nacionales encuestados el 38.9% los califican como “Bueno” el servicio de agencias de viajes, y el 30.4% deducen es “Regular”, y “Muy bueno” manifiestan el 15.2%.Entonces se deduce que si las agencias de viajes tienen una valoración de “Bueno a regular” esa calificación daría la función en que pueden motivar la visita para el turismo interno y alrededores de Puno Región hacia Chucuito.

**Tabla 12**  
*Publicidad del producto turístico*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy malo	57	15,2	15,2	15,2
	Malo	117	31,2	31,2	46,4
	Regular	143	38,1	38,1	84,5
	Bueno	29	7,7	7,7	92,3
	Muy bueno	29	7,7	7,7	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración propia.*

En la Tabla 12 Deduce sobre la publicidad del producto turístico que manifiesta la población del distrito de Chucuito de los 375 turistas nacionales encuestados el 38,1% los califican como “Regular” y el 31,2% deducen es “Malo”, y “Muy malo” manifiestan el 15,2%. Entonces se deduce que si se tiene atractivos de incidencia regular y Bueno de interés que pueden motivar la visita para el turismo interno y alrededores de Puno Región hacia Chucuito.

**Tabla 13**  
*Diversión y ambiente diurno y nocturno*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy malo	57	15,2	15,2	15,2
	Malo	90	24,0	24,0	39,2
	Regular	113	30,1	30,1	69,3
	Bueno	85	22,7	22,7	92,0
	Muy bueno	30	8,0	8,0	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración propia.*

En la Tabla 13 Deduce sobre la diversión y ambiente diurno y nocturno, como producto turístico del distrito de Chucuito de los 375 turistas nacionales encuestados el 30.1% los califican como “Regular” al servicio de recreación, y el 22.7% deducen es “Bueno”, y “Malo ” manifiestan el 24%.Entonces se deduce que el servicio de diversión y ambiente diurno y nocturno se valora entre “regular y malo “ ello nos reta en mejorar o implementar este rubro de recreación para el turismo interno que pueden motivar la visita para el turismo interno de Puno Región hacia Chucuito.

**Tabla 14**  
*Diversidad de souvenirs*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy malo	29	7,7	7,7	7,7
	Regular	143	38,1	38,1	45,9
	Bueno	144	38,4	38,4	84,3
	Muy bueno	59	15,7	15,7	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración propia.*

En la Tabla 14 Deduce sobre la diversidad de souvenirs como elemento del producto turístico del distrito de Chucuito de los 375 turistas nacionales encuestados el 38.4% los califican como “Bueno” la diversidad de artesanía, y el 38.1% deducen es “Regular”, y “Muy bueno” manifiestan el 15.7%. Entonces se deduce que el valor del servicio diversidad de souvenirs, se encuentra entre lo bueno y regular, que se implementaría con más innovación para el turismo interno.

**Tabla 15**  
*Información y asistencia al turista*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy malo	86	22,9	22,9	22,9
	Malo	147	39,2	39,2	62,1
	Regular	84	22,4	22,4	84,5
	Bueno	29	7,7	7,7	92,3
	Muy bueno	29	7,7	7,7	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración propia.*

En la Tabla15 Deduce sobre el servicio de Información y asistencia al turista como elemento del producto turístico del distrito de Chucuito de los 375 turistas nacionales y/o turismo interno encuestados el 39.2% los califican como “Malo” a este tipo de servicio, y el 22.9% deducen es “Muy malo”, y “ Regular ” manifiestan el 22.4 %.Entonces se deduce que este servicio no se está valorando como tal ,existe desinterés para que pueden motivar la visita para el turismo interno y alrededores de Puno Región hacia Chucuito. Que las autoridades deben de priorizar.

**Tabla 16**  
*Variedad de excursiones*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy malo	30	8,0	8,0	8,0
	Malo	87	23,2	23,2	31,2
	Regular	173	46,1	46,1	77,3
	Bueno	56	14,9	14,9	92,3
	Muy bueno	29	7,7	7,7	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración propia.*

En la Tabla 16 se observa sobre la variedad de excursiones como elemento principal para motivar el desplazamiento del turismo nacional hacia el distrito de Chucuito de los 375 turistas nacionales encuestados el 46.1% los califican como “Regular” sobre las excursiones, y el 23.2% deducen es “Malo”, y “Bueno” manifiestan el 14.9%. Mientras que el 8 % lo califican como “Muy malo”. Entonces se concluye que las excursiones en Chucuito no son variadas y es necesario diversificar las excursiones para promover la visita del turismo interno hacia Chucuito.

**Tabla 17**  
*Tradición y autenticidad local*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy malo	29	7,7	7,7	7,7
	Malo	58	15,5	15,5	23,2
	Regular	117	31,2	31,2	54,4
	Bueno	112	29,9	29,9	84,3
	Muy bueno	59	15,7	15,7	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración propia.*



En la Tabla 17. Se muestra sobre la tradición y autenticidad local como elemento principal del producto turístico del distrito de Chucuito de los 375 turistas nacionales encuestados el 31.2% los califican como “Regular”, y el 29.9% deducen es “Bueno”, y “Muy bueno” manifiestan el 15.7 %. También se observa en el cuadro que el 15.5% es “Malo” “Entonces se deduce que la autenticidad local y lo tradicional se ubica entre lo Bueno y lo regular ,que nos muestra, que se debe incidir en conservar el patrimonio tradicional y vivo.

**Tabla 18**  
*Imagen turística internacional*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy malo	60	16,0	16,0	16,0
	Malo	144	38,4	38,4	54,4
	Regular	84	22,4	22,4	76,8
	Bueno	29	7,7	7,7	84,5
	Muy bueno	58	15,5	15,5	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración propia.*

En la Tabla 18 se observa el cuadro sobre la Imagen turística internacional su valoración de la Imagen turística internacional del producto turístico del distrito de Chucuito, de los 375 turistas nacionales encuestados el 38.4% los califican como “Malo” sobre la imagen del distrito de Chucuito a nivel internacional, y el 22.4% deducen es “Regular” , y “Muy malo” manifiestan el 16.0%.Entonces se deduce que si se tiene atractivos de incidencia regular y Bueno de interés que pueden motivar la visita para el turismo interno y alrededores de Puno Región hacia Chucuito.

**Tabla 19**  
*Profesionalismo de directivos y empleados*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy malo	29	7,7	7,7	7,7
	Malo	56	14,9	14,9	22,7
	Regular	147	39,2	39,2	61,9
	Bueno	85	22,7	22,7	84,5
	Muy bueno	58	15,5	15,5	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración propia.*

En la Tabla 12 Deduce sobre el profesionalismo de directivos y empleados del distrito de Chucuito de los 375 turistas nacionales encuestados el 39.2 % los califican como “Regular” al profesionalismo de los directivos y empleados, y el 22.7% deducen es “Bueno”, y “Muy Bueno” manifiestan el 15.5%. El 14.9% expresan que es “Malo” Entonces se deduce que el profesionalismo se ubica entre Regular y Bueno del sector gubernamental de interés que pueden motivar la visita para el turismo interno y alrededores de Puno Región hacia Chucuito.

**Tabla 20**  
*Personas amables y amigables*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy malo	29	7,7	7,7	7,7
	Malo	27	7,2	7,2	14,9
	Regular	115	30,7	30,7	45,6
	Bueno	145	38,7	38,7	84,3
	Muy bueno	59	15,7	15,7	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración propia.*

En la Tabla 20 Deduce sobre las Personas amables y amigables sobre la población del distrito de Chucuito de los 375 turistas nacionales encuestados el 38.7% los califican como “Bueno”, y el 30.7 % deducen es “Regular”, y “Muy malo” manifiestan el 7,7%. Entonces se deduce que si se tiene atractivos de incidencia Bueno y regular de interés que pueden motivar la visita para el turismo interno y alrededores de Puno Región hacia Chucuito.

**Tabla 21**  
*Facilidad de servicios médicos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy malo	86	22,9	22,9	22,9
	Malo	146	38,9	38,9	61,9
	Regular	84	22,4	22,4	84,3
	Bueno	30	8,0	8,0	92,3
	Muy bueno	29	7,7	7,7	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración propia.*

En la Tabla 21 Deduce sobre la facilidad de los servicios médicos, que manifiesta sobre la población del distrito de Chucuito de los 375 turistas nacionales encuestados el 38.9% los califican como “Malo” mientras que el 22.9% deducen es “Muy malo”, y “Regular” manifiestan el 22.4%. Entonces se deduce que los servicios médicos son malos y muy malos que pueden incidir en mala imagen para el turismo interno.

**Tabla 22**  
*Seguridad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy malo	29	7,7	7,7	7,7
	Malo	29	7,7	7,7	15,5
	Regular	145	38,7	38,7	54,1
	Bueno	142	37,9	37,9	92,0
	Muy bueno	30	8,0	8,0	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración propia.*

En la Tabla 22 fundamenta sobre la seguridad como ente del producto turístico del distrito de Chucuito de los 375 turistas nacionales encuestados el 38.7% los califican como “Regular” la seguridad, y el 37.9% deducen es “Bueno”, y “Muy Bueno” manifiestan el 8%. Entonces se deduce que si se tiene atractivos de incidencia Regular y Bueno de interés que pueden motivar la visita para el turismo interno y alrededores de Puno Región hacia Chucuito. Por qué se ofrece seguridad.

**Tabla 23**  
*Relación precio-calidad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy malo	29	7,7	7,7	7,7
	Malo	58	15,5	15,5	23,2
	Regular	145	38,7	38,7	61,9
	Bueno	85	22,7	22,7	84,5
	Muy bueno	58	15,5	15,5	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

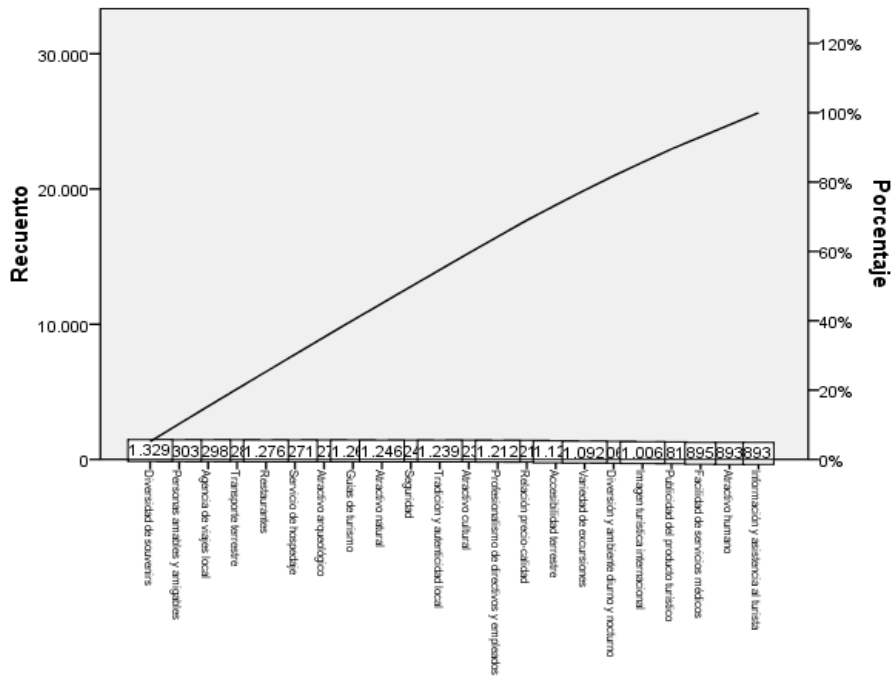
*Fuente: Elaboración propia.*

En la Tabla 23 Deduce sobre la relación en la prestación de servicios de precio-calidad expresión que es “Regular” el 38.5% y el 22.7% dicen “Bueno” y se califica entre “Malo y Muy bueno” de los visitantes encuestados 15.5% y finalmente el 7.7% lo

califican como “Muy malo”. Lo cual permite conocer que el valor de los servicios en relación a la calidad – precio se mantiene como regular

**Figura 18**

*Diagrama de Pareto*



*Fuente: Elaboración propia*

### 4.3.1. Proponer actividades para mejorar la percepción del turismo interno sobre el producto turístico del distrito de Chucuito Puno

ACTIVIDADES	PROPOSITOS	ENCARGADOS	PARTICIPANTES
1 <b>ferias y eventos para el turismo interno</b>	constituyen una forma de presentación y venta de corta duración, y además es fundamental para la creación de imagen de un destino turístico.	Su organización estaría a cargo del Municipio distrital de Chucuito, DIRCETUR Puno, COLITUR Puno, Agencias de viajes y empresas de servicios turístico de Chucuito	Agentes de viajes de Puno Municipio distrital de Chucuito y el empresario de servicios turístico y población de Chucuito
2 <b>Viajes de familiarización Para el turismo interno y local</b>	Convocar e invitar a la población de Puno y alrededores para participar en un FAMTRIP, que se motivara en visitar Chucuito	Su organización estaría a cargo del Municipio distrital de Chucuito, DIRCETUR Puno, COLITUR Puno y empresas de servicios turístico de Chucuito	Población en sí de Puno Trabajadores de Instituciones públicas y Privadas Universidades Personas de la tercera edad
3 <b>Turismo cultural Para el turismo interno</b>	Tienen carácter cultural, para un segmento con mejores perspectivas de crecimiento educativo y valorativo e identidad. Se clasificarse en función de la actividad cultural preferente a la hora de realizar un viaje turístico en: - Manifestaciones religiosas y artísticas (danza, música y tradiciones únicas). - Costumbres, folklore y artesanía, gastronomía.	Se encargan de organizan: Municipalidad distrital Población Anfitriona Empresarios Chucuito y Puno del sector turismo	Personas de la tercera Edad Estudiantes del nivel, primario y secundario Población de la Región Puno Dia del estudiante con viajes organizados. Aniversario de instituciones
4 Turismo de la tercera edad	Un tipo de turismo con programa especializado puede ser Senior para promocionar el turismo de la tercera edad con personas procedentes de diferentes ciudades del Perú.	Municipio distrital, DIRCETUR-Puno Empresas de turismo	Personas de la tercera Edad Segmentación por género Turismo especial
5 Turismo gastronómico	El turismo gastronómico por sí es variado encontrar en Chucuito ya que los viajes combinan otros intereses culturales, aunque el factor gastronómico es complemento fundamental considerando la ruta turística, de la trucha en todo viaje, puede ser cultural o deseo de evasión	Municipio de Chucuito Asociación de restaurantes y población organizada del distrito de Chucuito. Feria Gastronómica	Población en sí de Puno Trabajadores de Instituciones públicas y Privadas Universidades Personas de la tercera edad

Fuente: Elaboración propia

#### 4.3.2. Factores asociados con la imagen de un destino turístico que permitirán la percepción de turismo interno en Chucuito

Para convertirse en una oferta atractiva para el turismo interno, no sólo es necesario que el lugar cuente con un conjunto de cualidades favorables, sino más bien, que las personas lo asocien con ellas. Se considerarían como factores lo siguiente

1. **Familiaridad:** Que permite la percepción que la gente tiene de un servicio o producto turístico basado en su experiencia, amistades y experiencias anteriores y busca la información que es recibida por el turista local, nacional a través de los medios de publicidad y promoción en redes sociales de boca a boca. Cuando mayor sea la información de un determinado destino turístico, mayor sería el posicionamiento y motivación sobre el destino Chucuito
2. **Reputación:** Consiste en lograr una reacción emocional que incide en la percepción del turismo interno. Tener una buena reputación significa para un destino turístico el incremento de la estadía de los turistas por ello los turistas cuando visitan por primera vez un destino esperan que esto sea verdad y motivador una mala reputación que influirá de forma negativa en el lugar.
3. **Confianza:** Se refiere a las expectativas positivas que se tiene sobre el comportamiento del anfitrión frente al visitante o el turismo interno. Pueden considerar la honestidad, hospitalidad, seguridad. Demostrando la actitud de la gente que vive en el destino turístico.
4. **Satisfacción:** Incide a medida que se considera el valor del producto turístico en relación con las percepciones del turismo interno que encuentra su expectativa y percepción satisfecha sobre el valor de destino turístico en cual generara la



fidelidad del turista con respecto al destino, por que el visitante satisfecho volverá a repetir el viaje como experiencia del mismo destino turístico que aconsejaran a otros amigos y familiares

5. **Calidad objetiva y percibida** Considera la relación entre la calidad objetiva y percibida que ofrece el destino turístico. La calidad objetiva procede del ámbito de la producción del servicio turístico y está relacionada con aspectos medibles y verificables, ofreciendo un producto o servicio que no tiene defectos para el visitante real y potencial. En tal sentido a partir del concepto de calidad objetiva, se ha desarrollado el concepto de calidad percibida que está más centrada en la percepción de la demanda del turismo interno.
  
6. **La calidad percibida:** Considera a los propios turistas del turismo interno los que deciden si un destino turístico lo considerarían de calidad o no, en función a la satisfacción de sus expectativas que ellos han percibido una vez han estado en el destino. De ahí que se diga que el concepto de calidad es subjetivo, ya que depende de la apreciación individual que realice cada turista. Para que un destino turístico pueda considerarse como tal, y no, simplemente, como la suma de productos aislados, es fundamental una gestión de calidad e imagen de marca conjunta de dicho destino. Este punto se hace fundamental para una comprensión integral del concepto imagen como veremos en la parte empírica de este trabajo.





## V. CONCLUSIONES

### **PRIMERA:**

El turismo como actividad en el distrito de Chucuito adquiere hoy en día, una participación social activa como medio para la solución a los problemas económicos, medioambientales y culturales que aquejan a la sociedad actual. Por tanto, Chucuito cuenta con atractivos naturales, culturales y arqueológicos que atraen la turista, además de contar con los servicios adecuados para la atención y confort en el lugar además de tener una accesibilidad adecuada que permite el flujo de visitantes hacia el lugar.

### **SEGUNDA:**

De acuerdo a las respuestas de los turistas nacionales sobre la evaluación de los componentes del producto turístico se tiene que de manera general fue evaluada como regular y buena, respecto a los recursos naturales y culturales, la equidad social. La valoración de los atractivos naturales y culturales es “Regular” que equivale al 8% mientras “Bueno” representa el 31% en lo concerniente al servicio de hospedaje es “Regular” 37%, transporte terrestre 46% “Bueno” mientras el servicio de restaurante lo valorar como regular 39% , el servicio de las Agencias de viajes 40% “Bueno”, los servicios médicos son “Malos” 39%;Deduciendo la valoración de Chucuito y el producto turístico” se ubica entre “Bueno y regular”. Bajo este contexto, surge la propuesta como una alternativa de desarrollo para las familias de Chucuito, permitiéndoles dinamizar su desarrollo productivo hacia un mercado competitivo y sostenible.



### **TERCERA:**

Finalmente se concluye que esta evaluación del producto turístico dio a conocer los elementos mejor valorados y los que no tienen buena valoración para corregirlos y se plantea una propuesta como alternativa de desarrollo para las familias de Chucuito, permitiéndoles dinamizar su desarrollo productivo hacia un mercado competitivo y sostenible, y al mismo tiempo crear nuevas formas de actividad económica que complemente los ingresos de las ya tradicionales actividades económicas rurales.



## VI. RECOMENDACIONES

### **PRIMERA:**

Se debe mejorar los elementos poco valorados por los turistas nacionales del distrito de Chucuito Puno lo cual permitiría en el mediano plazo un producto turístico diversificado con características creativas e innovadores con tendencia hacia un destino turístico inteligente. Para fomentar el turismo interno y receptivo, considerando los criterios de segmentación de la demanda turística.

### **SEGUNDA:**

Se debe complementar los hallazgos de la investigación realizando un estudio de la percepción en torno al desarrollo de la innovación de la oferta turística compartida en el mercado turístico nacional, por parte de las ONGDs del turismo, las universidades y otras entidades.

### **TERCERA:**

Así mismo se recomienda a las autoridades pertinentes con trabajos integrales del sector estatal, privado y población, proponer nuevas rutas turísticas, orientadas a brindar y ofrecer descanso, pues estos son las tendencias de motivo de viaje del perfil del turista interno en el Perú y sus destinos turísticos de la zona sur.



## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alcívar, I. (2018). *Realidad del turismo local*. Manta - Manabí - Ecuador: SASI-Euleam.
- Baños, Z. (2012). La sustentabilidad en el planeamiento del desarrollo turístico en ciudades patrimoniales. *Arquitectura y Urbanismo*, vol. XXXIII, núm. 2, 47-56. Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría. Ciudad de La. Habana, Cuba. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=376834404004>.
- Barrera y Muñoz. (2003). *Manual del turismo rural para micro y pequeños y medianos empresario rurales*. Buenos Aires: FIDA-PROMER -P. 100.
- Beltrán, F. (2015). Reflexiones sobre los territorios de la espacialidad turística. Aposta. *Revista de Ciencias Sociales*, núm. 65, abril-junio, 175-185. Luis Gómez Encinas ed. Móstoles, España. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495950261008>.
- Blasco,Guía et al,. (2010). La organización turística del territorio en la frontera. *Teoría y Praxis*, núm. 8,, 9-23. Universidad de Quintana Roo.Cozumel, México.Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456145286002>.
- Castillo, Godínez et al. (2009). El bosque tropical seco en riesgo: Conflictos entre uso agropecuario, desarrollo turístico y provisión de servicios eco sistémicos en la costa de Jalisco, México. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal "Redalyc.org."*, 844-850 VOL. 34 N° 12.
- Castillo,Godínez et al,. (2009). El bosque tropical seco en riesgo: Conflictos entre uso agropecuario, 1656 desarrollo turístico y provisión de servicios eco sistémicos



en la costa de Jalisco, México. *Interciencia*, vol. 34, núm. 12, diciembre,, 844-850. Asociación Interciencia. Caracas, Venezuela. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=33913151002>.

Eriz, Fernández et al. (2005). El conjunto de consideración en los destinos turísticos como un conjunto borroso. *Cuadernos del CIMBAGE núm. 7. Facultad de Ciencias Económicas. Buenos Aires, Argentina.*, 79 -101.

Figueras y Perez. (2015). Competitividad del destino turístico Cuba: Impacto económico. *Economía y Desarrollo*, vol. 153, núm. 1,, 178-189 Universidad de La Habana. La Habana, Cuba. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425541211011>.

Fonseca, M. (2009). Punta Mita en la dinámica del desarrollo turístico regional. *El Periplo Sustentable*, núm. 16, enero-junio, 85-108. Universidad Autónoma del Estado de México. Toluca, México. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193414421004>.

García, J. (2011). Cuenca: Un destino turístico consolidado. *Cuadernos de Turismo*, núm. 27, pp, 403-418. Universidad de Murcia. Murcia, España. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39820898023>.

Guerrero y Ramos. (2014). *Introducción al turismo*. México: Primera edición EBOOK-P.47.

López y Sánchez. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 1645 vol. 6, núm. 2es, abril,, 159-171. Universidad de La Laguna. El Sauza. (Tenerife), España. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88160202>.



- Marrero & Huete. (2013). La opinión pública sobre el empleo turístico en la comunidad Valenciana. *Cuadernos de Turismo, núm. 32, julio-diciembre*, 189-206. Universidad de Murcia. Murcia, España. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39827029009>.
- Martínez del Vas. (2017). Proceso de configuración de un destino turístico y efectos de la política turística en la región de Murcia. *Cuadernos de Turismo núm. 40, julio-diciembre*, 439-464. Universidad de Murcia. Murcia, España. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39853706019>.
- Mascarenhas & Gândara. (2010). Producción y transformación territorial. La gastronomía como atractivo turístico. *Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 19, núm. 5, septiembre-octubre*, 776-791. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Buenos Aires, Argentina. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180717609011>.
- MINCETUR (2014). Manual para la planificación de productos turísticos. Lima, Perú: MINCETUR.
- Monge y Yagüe. (2015). El desarrollo turístico sostenible. Tren Crucero del Ecuador. *Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 25, núm. 1*, 57-72. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Buenos Aires, Argentina. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180743275004>.
- Monterrubio, J. (2009). Comunidad receptora: Elemento esencial en la gestión turística. *Gestión Turística, núm. 11, junio*, 111. Universidad Austral de Chile. Valdivia. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=2233148080>.
- Muñoz, A. (2012). Análisis relacional de sistemas turísticos. Un marco de trabajo alternativo en el proceso de planificación turística. *Tourism & 1634*



*Management Studies*, núm. 8,, 55-64. Universidades do Algarve. Faro, Portugal.

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=388743870007>.

Nieva, A. (2004). *Turismo alternativo una forma de hacer turismo*. México: SECTUR.

PROMPERU. (20 de Octubre de 2020). *Reactivación del Turismo Interno Empezará con Viajes a Destinos Cercanos*. Obtenido de PROMPERU: <https://ahoraperu.com/?p=3809>

Propin & Sánchez. (2007). Tipología de los destinos turísticos preferenciales en México. *Cuadernos de Turismo*, núm. 19, enero-junio, 147 - 166. Universidad de Murcia. Murcia, España. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39801908>.

Quispe, H. (2016). *Planificación estratégica para el fomento del desarrollo turístico sostenible cultural del distrito de Pucara*. Puno. Perú.: UNA.Tesis-URI: <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/7090>.

Sánchez, I. (2015). *Gestión de municipios turísticos como alternativa para el 1691 desarrollo del turismo sostenible en la Provincia de Puno*. Puno. Perú: UNA-URI: <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/6314>.

Silva, M. (2015). *Modelo OFERTQUAL para la evaluación de la calidad percibida 1686 del producto turístico de la provincia de Puno*. Puno. Perú.: UNA,Tesis.

Torres. (2018). Índice de éxito turístico en ciudades destino. Estudios y Perspectivas en Turismo. *Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Buenos Aires, Argentina.vol. 27, núm. 2, febrero-abril,, 431-445*. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180755394014>.



- Viloria, N. (2012). Desarrollo turístico y su relación con el transporte. *Gestión 1639 Turística*, núm. 17, enero-junio,, 23-36. Universidad Austral de Chile. Valdivia.Chile.Disponible en:  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=223324204002>.
- Yovera, C. E. (2001). El modelo Servqual en la evaluación de la calidad del servicio de los centrales azucareros. Venezuela.





# ANEXOS



**Anexo A: Cuestionario**

**Universidad Nacional del Altiplano Puno**

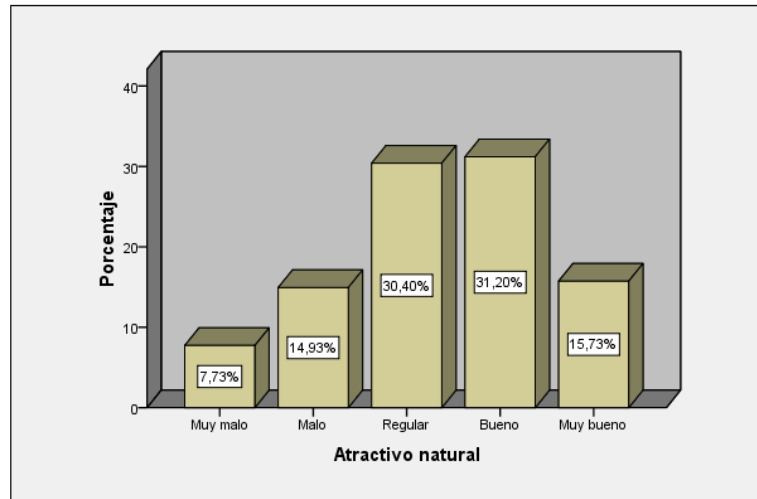
**CUESTIONARIO**

Estimado Señor visitante nacional responda según su percepción con la finalidad de mejorar el producto turístico del distrito de Chucuito de la Provincia de Puno.

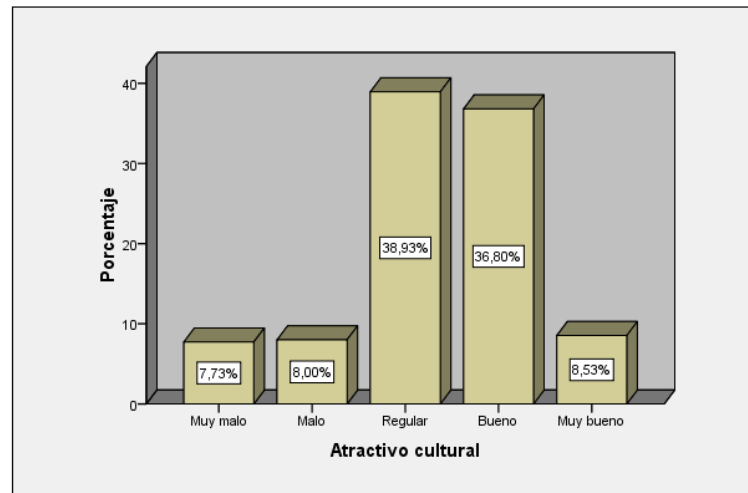
	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
<b>ATRATIVOS TURÍSTICOS</b>					
Naturales					
Culturales					
Arqueológicos					
Humanos					
<b>ACCESIBILIDAD</b>					
Terrestre					
<b>SERVICIOS TURÍSTICOS</b>					
Servicio de hospedaje					
Transporte terrestre					
Restaurantes					
Guías de turismo					
Agencia de viajes local					
<b>SERVICIOS CONEXOS</b>					
Publicidad del producto turístico					
Diversión y ambiente diurno y nocturno					
Diversidad de souvenirs					
Información y asistencia al turista					
Variedad de excursiones					
<b>ELEMENTOS GENERALES</b>					
Tradicción y autenticidad local					
Imagen turística internacional					
Profesionalismo de directivos y empleados					
Personas amables y amigables					
Facilidad de servicios médicos					
Seguridad					
Relación precio-calidad					

## Anexos B: Figuras adicionales de la investigación

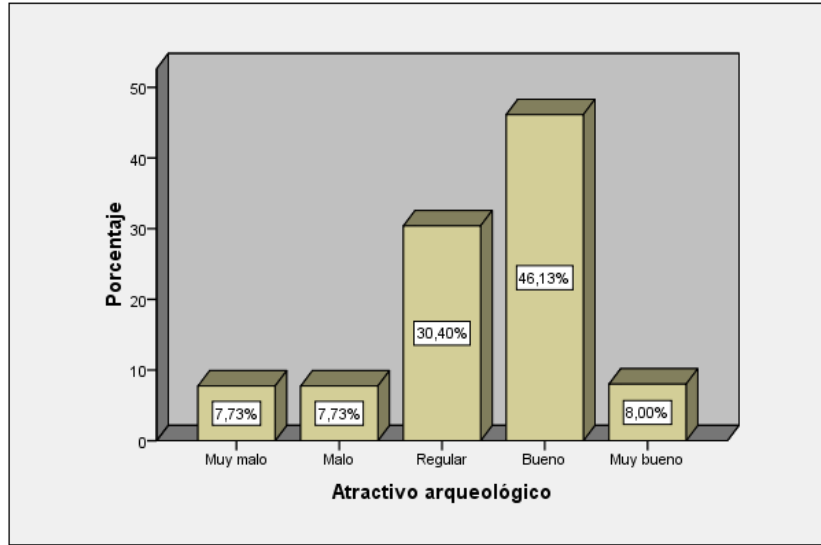
Atractivo natural



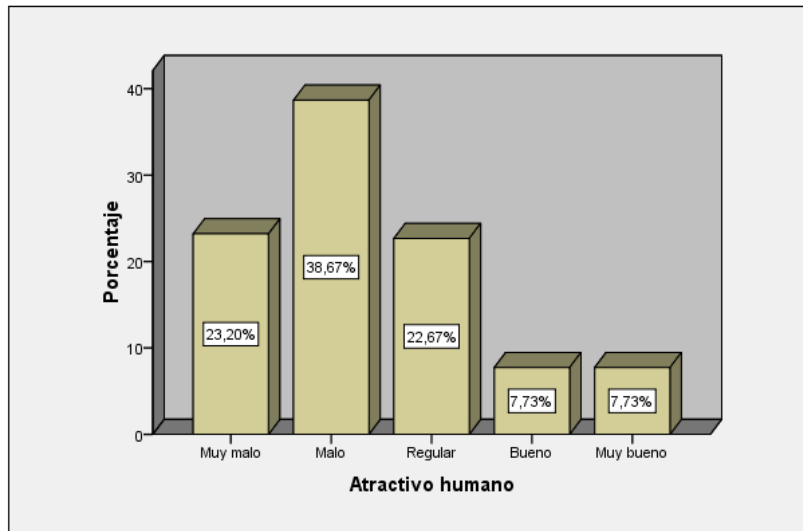
Atractivo cultural



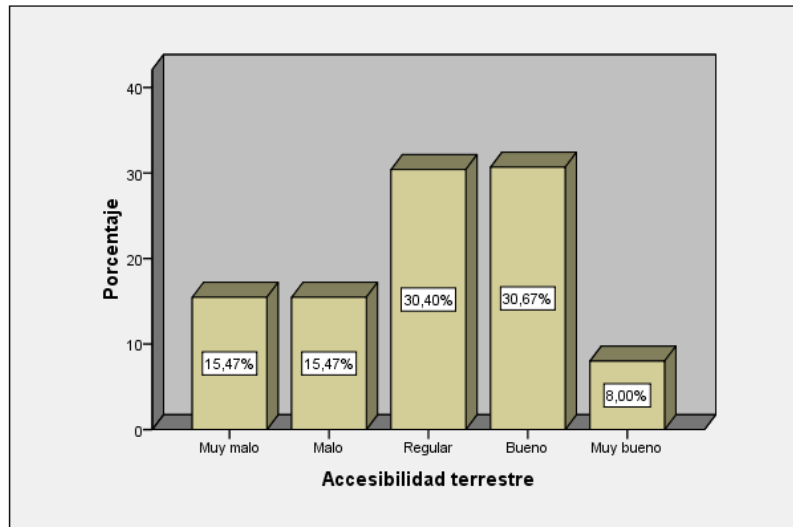
### Atractivo arqueológico



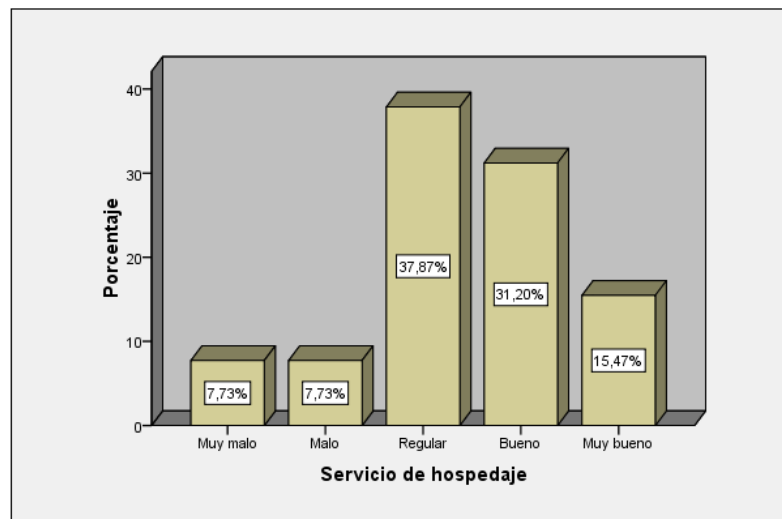
### Atractivo humano



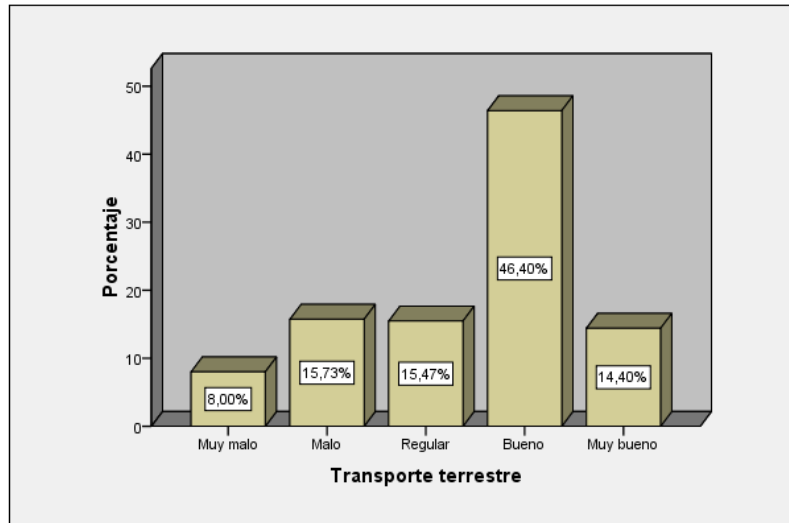
### Accesibilidad terrestre



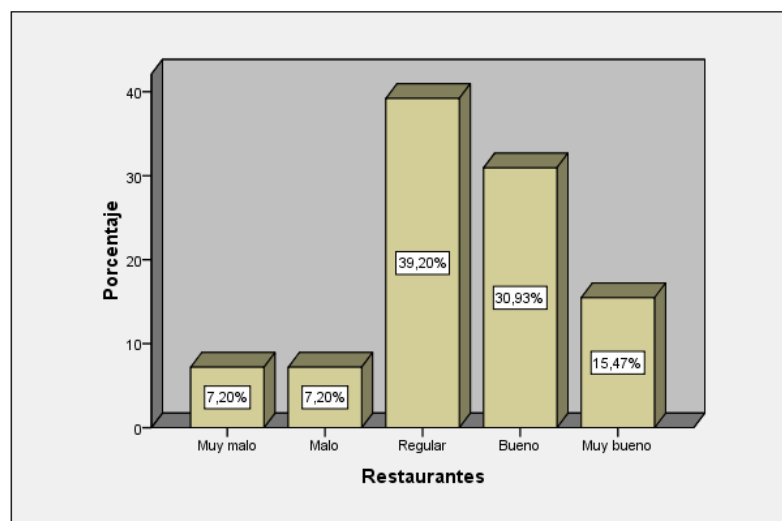
### Servicio de hospedaje



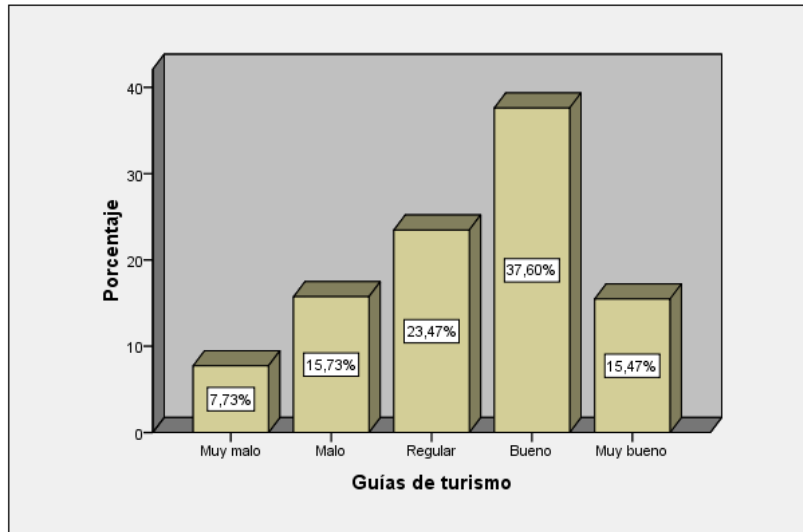
### Transporte terrestre



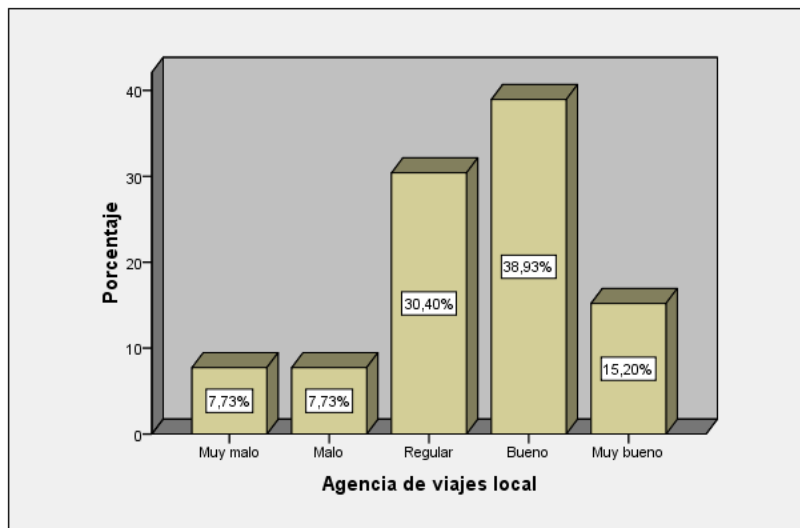
### Restaurantes



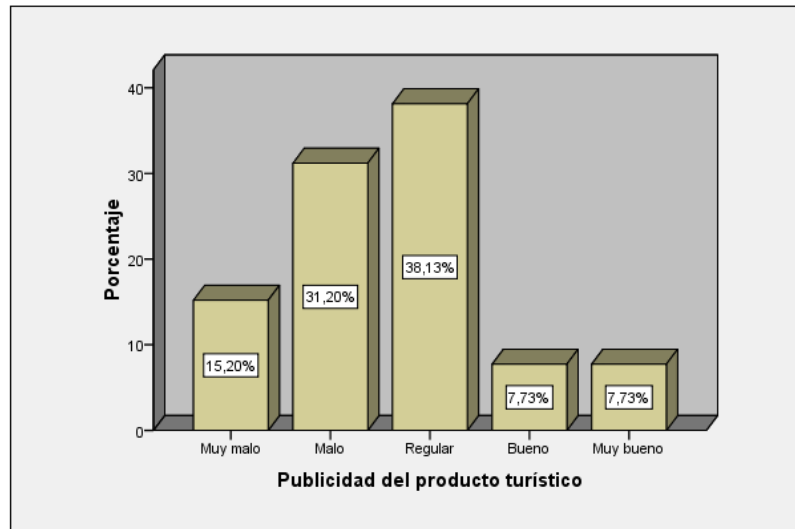
### Guías de turismo



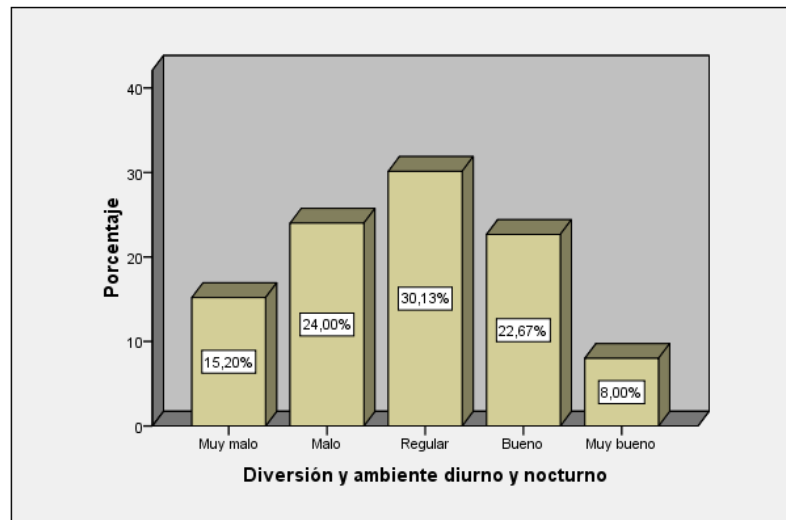
### Agencia de viajes local



### Publicidad del producto turístico

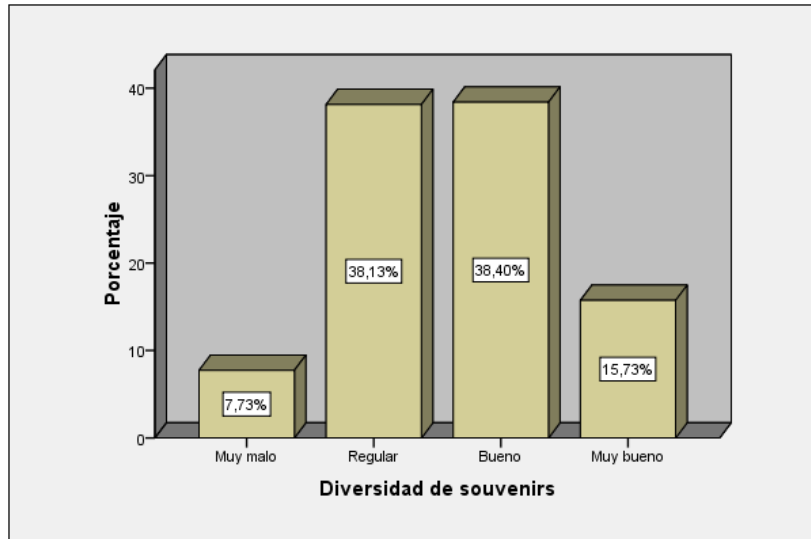


### Diversión y ambiente diurno y nocturno

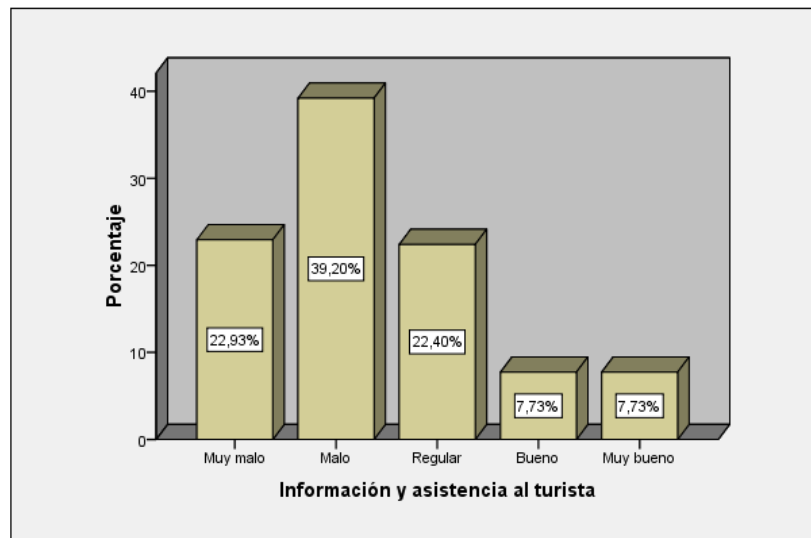




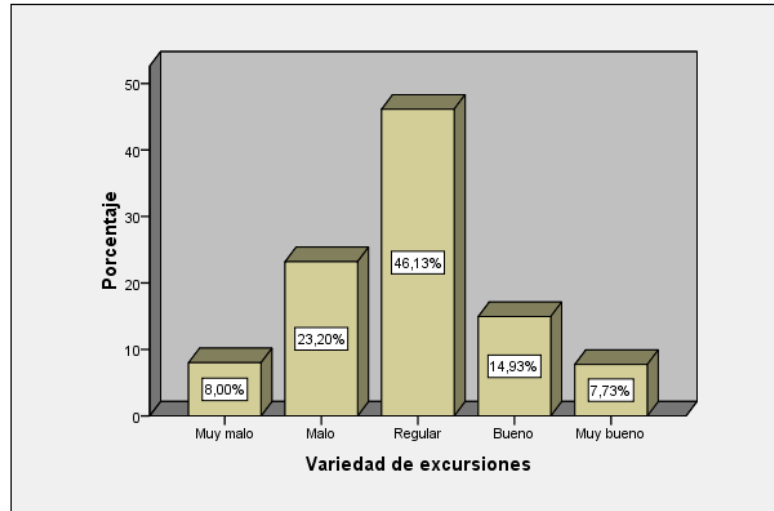
### Diversidad de souvenirs



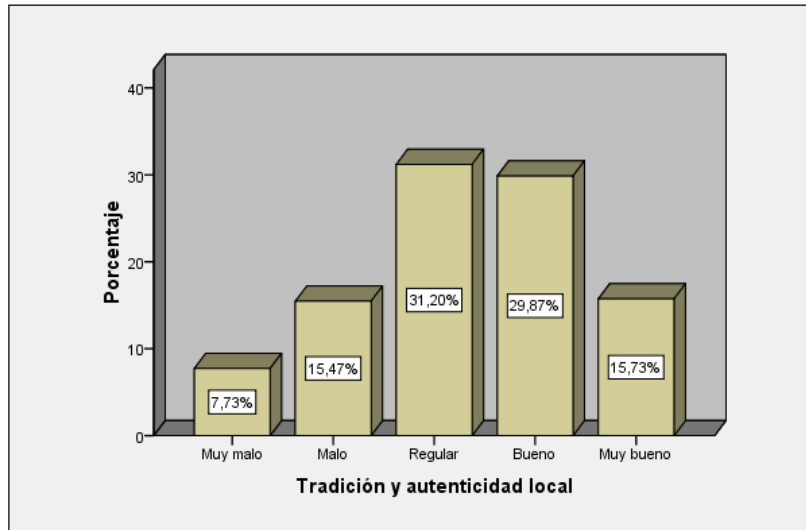
### Información y asistencia al turista



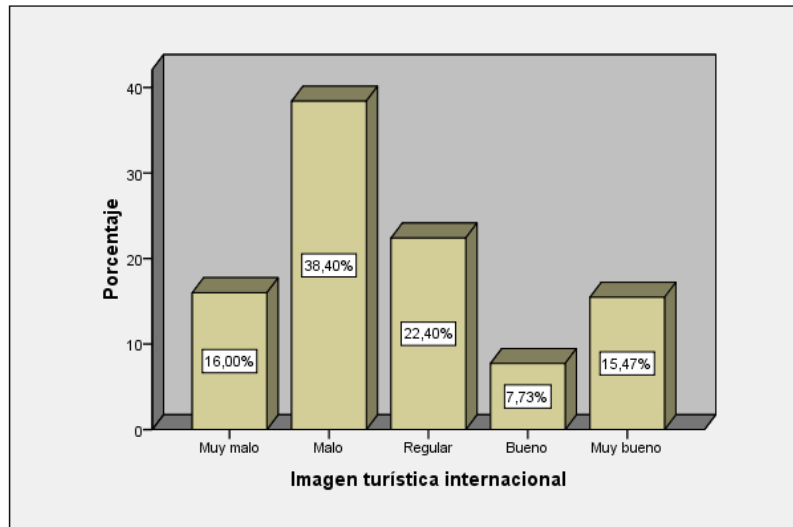
### Variedad de excursiones



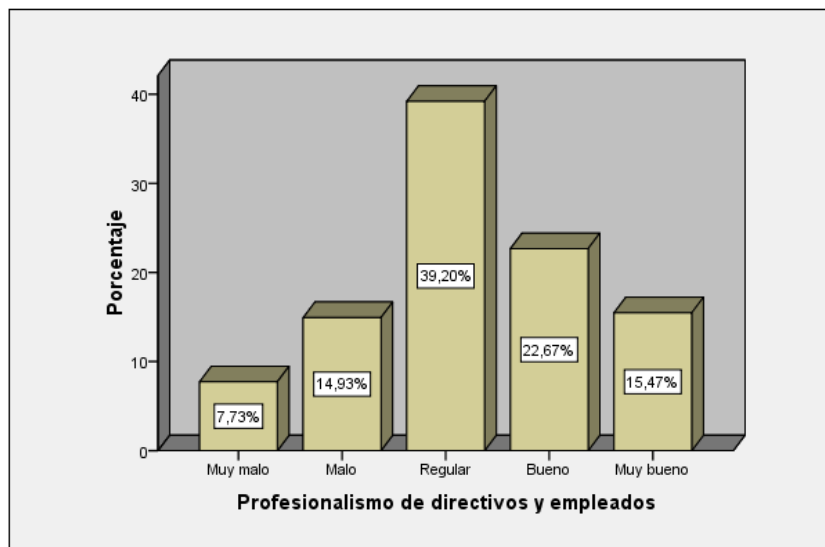
### Tradición y autenticidad local



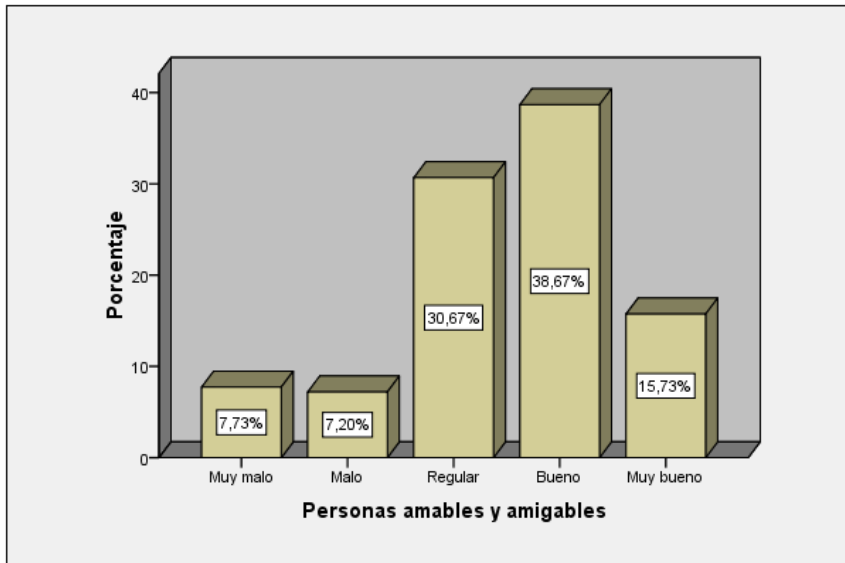
### Imagen turística internacional



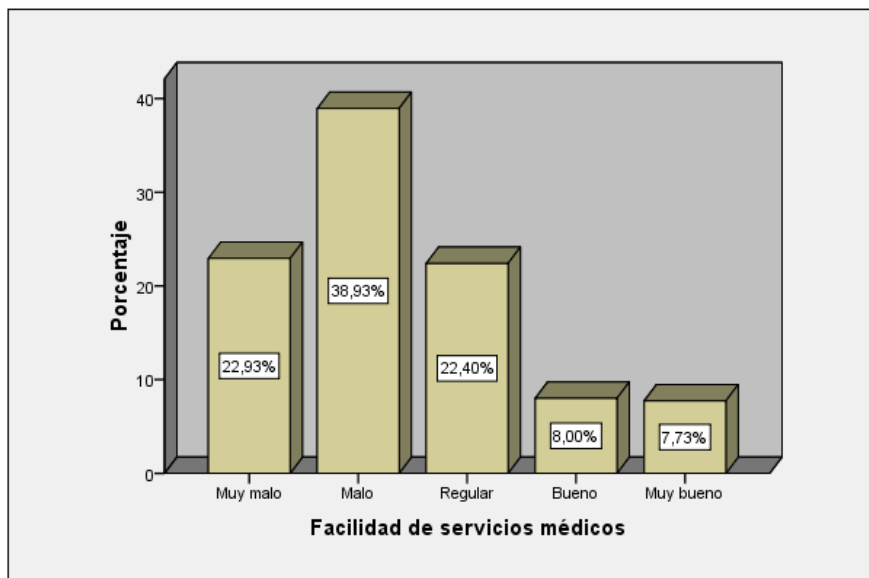
### Profesionalismo de directivos y empleados



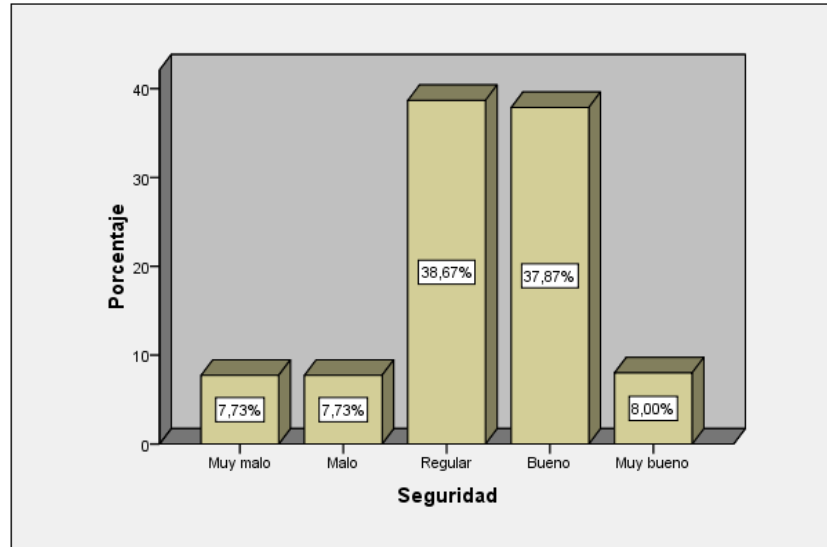
### Personas amables y amigables



### Facilidad de servicios médicos



### Seguridad



### Relación precio-calidad

