



# **UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

### **ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**



## **FACTORES SOSTENIBLES DEL DESARROLLO TURÍSTICO Y PERCEPCIÓN DEL POBLADOR SOBRE LOS BENEFICIOS DEL TURISMO EN LA CIUDAD DE PUNO**

**TESIS**

**PRESENTADA POR:**

**Bach. YOELY NOELENY VIZCARRA MAMANI**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADO EN TURISMO**

**PUNO – PERÚ**

**2021**



## **DEDICATORIA**

Dedicado a quienes siempre me inspiraron, me ayudaron incondicionalmente, a mi asesor Mario Silva Dueñas por su apoyo y especialmente a mis padres que me impulsaron para salir adelante con su esfuerzo y apoyo constante durante todo el tiempo de mi formación académica.

**YOELY VIZCARRA**



## **AGRADECIMIENTOS**

A la Universidad Nacional del Altiplano, la Facultad de Ciencias Sociales y especialmente a la Escuela Profesional de Turismo por ser el alma mater de nuestra educación, a los docentes por haber compartido sus conocimientos durante el proceso de mi formación académica, a mi asesor Mario Silva Dueñas, a los miembros del jurado por las orientaciones brindadas.

**YOELY VIZCARRA**



# ÍNDICE GENERAL

**DEDICATORIA**

**AGRADECIMIENTOS**

**ÍNDICE GENERAL**

**ÍNDICE DE FIGURAS**

**ÍNDICE DE TABLAS**

**RESUMEN ..... 10**

**ABSTRACT..... 11**

## **CAPITULO I**

### **INTRODUCCIÓN**

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA ..... 13

1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA..... 14

1.2.1. Problema General..... 14

1.2.2. Problemas específicos ..... 14

1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACION ..... 15

1.3.1. Hipótesis General..... 15

1.3.2. Hipótesis Específicas ..... 15

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION..... 15

1.4.1. Objetivo General ..... 15

1.4.2. Objetivos Específicos..... 15

## **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: .....	27
2.1.3. A nivel regional.....	28
2.2. MARCO TEÓRICO.....	31
2.2.1. Conciencia.....	31
2.2.2. Conciencia turística.....	31
2.2.3. La educación vista como el proceso de formación de conciencia. ....	33
2.2.4. Turismo y educación.....	33
2.2.5. Estrategias para educar en temas de turismo .....	34
2.2.6. Valores que deben ser incluidos en los temas de Turismo .....	35
2.2.7. Turismo como factor socioeconómico y cultural.....	36
2.2.8. Importancia de la conciencia turística.....	38
2.2.9. Objetivos de la conciencia turística .....	39
2.2.10. Características de la conciencia turística .....	40
2.2.11. Medios de comunicación y su influencia en el turismo .....	40
2.2.12. Campaña “Cuida al Turista” .....	41
2.3. MARCO CONCEPTUAL: .....	45
2.3.1. Turismo:.....	45
2.3.2. Planificación del desarrollo turístico.....	45
2.3.3. La planificación estratégica orientada al mercado.....	45
2.3.4. Crecimiento y desarrollo.....	46
2.3.5. El concepto de estrategia.....	46
2.3.6. Posición estratégica.....	46
2.3.7. Posicionamiento de un producto turístico.....	47
2.3.8. La imagen de un destino turístico .....	49



2.3.9. Definición de destino turístico .....	49
--	----

### **CAPITULO III**

#### **MATERIALES Y MÉTODOS**

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	51
3.1.1. Métodos generales de investigación .....	51
3.2. UNIDADES DE ANÁLISIS.....	51
3.2.1. Población y Muestra.....	52
3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN .....	53

### **CAPITULO IV**

#### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

4.1. LOS FACTORES SOSTENIBLES EN LO ECONÓMICO, SOCIAL Y AMBIENTAL COMO BASE DEL DESARROLLO TURÍSTICO EN EL ÁMBITO DE LA CIUDAD DE PUNO .....	56
4.1.1. Importancia en el factor económico.....	56
4.1.2. Importancia en el factor social .....	59
4.1.3. Importancia en el factor ambiental.....	62
4.1.4. Evaluación de la percepción del poblador sobre los beneficios del turismo en base a los factores del desarrollo turístico de la ciudad de puno .....	65
4.1.5. Propuesta de acciones para mejorar la percepción del poblador sobre la actividad turística de la ciudad de Puno. ....	88
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>94</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>95</b>
<b>VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....</b>	<b>96</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>100</b>



Anexo 1: Cuestionario.....	101
Anexo 2: Matriz de Consistencia .....	102
Anexo 3: Tabla de frecuencia .....	103

**Área** : Desarrollo turístico regional

**Tema** : Desarrollo y beneficios turísticos en la ciudad de Puno

**Fecha de sustentación:** 29 de noviembre del 2021



## ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. La actividad turística es importante en la ciudad de Puno .....	65
Figura 2. La actividad turística mejora el empleo .....	66
Figura 3. La actividad turística incrementa el ingreso de las personas en Puno.....	67
Figura 4. Los empresarios se benefician del turismo en Puno.....	68
Figura 5. La población en general se beneficia del turismo en Puno .....	69
Figura 6. El turismo aporta a la economía local .....	70
Figura 7. El turista nacional es importante .....	71
Figura 8. El turista extranjero es importante.....	72
Figura 9. El turismo promueve más inversión pública .....	73
Figura 10. El turismo promueve más inversión privada.....	74
Figura 11. Con el turismo se incrementan los precios de los productos.....	75
Figura 12. La actividad turística incrementa el valor de los terrenos .....	76
Figura 13. El turismo promueve el comercio internacional.....	77
Figura 14. El turismo mejora la educación de las personas .....	78
Figura 15. El turismo cambia los hábitos y costumbres de las personas .....	79
Figura 16. La actividad turística mejora la calidad de vida de las personas.....	80
Figura 17. El gobierno le da importancia a los lugares donde llegan turistas .....	81
Figura 18. Los turistas respetan la identidad cultural de las personas .....	82
Figura 19. El turismo incrementa la inseguridad ciudadana.....	83
Figura 20. Los turistas contaminan el medio ambiente .....	84
Figura 21. El turismo aporta a la conservación del medio ambiente .....	85
Figura 22. Los turistas cuidan el medio ambiente .....	86
Figura 23. Los turistas valoran la vida de los animales domésticos y silvestres .....	87
Figura 24. En términos generales el beneficio del turismo para la ciudad de Puno .....	88





## ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 La actividad turística es importante en la ciudad de Puno.....	103
Tabla 2 La actividad turística mejora el empleo.....	103
Tabla 3 La actividad turística incrementa el ingreso de las personas en Puno .....	103
Tabla 4 Los empresarios se benefician del turismo en Puno .....	104
Tabla 5 La población en general se beneficia del turismo en Puno.....	104
Tabla 6 El turismo aporta a la economía local.....	104
Tabla 7 El turista nacional es importante.....	105
Tabla 8 El turista extranjero es importante .....	105
Tabla 9 El turismo promueve más inversión pública .....	105
Tabla 10 El turismo promueve más inversión privada .....	106
Tabla 11 Con el turismo se incrementan los precios de los productos .....	106
Tabla 12 La actividad turística incrementa el valor de los terrenos .....	106
Tabla 13 El turismo promueve el comercio internacional .....	107
Tabla 14 El turismo mejora la educación de las personas .....	107
Tabla 15 El turismo cambia los hábitos y costumbres de las personas .....	107
Tabla 16 La actividad turística mejora la calidad de vida de las personas .....	108
Tabla 17 El gobierno le da importancia a los lugares donde llegan turistas.....	108
Tabla 18 Los turistas respetan la identidad cultural de las personas .....	108
Tabla 19 El turismo incrementa la inseguridad ciudadana .....	109
Tabla 20 Los turistas contaminan el medio ambiente.....	109
Tabla 21 El turismo aporta a la conservación del medio ambiente .....	109
Tabla 22 Los turistas cuidan el medio ambiente.....	110
Tabla 23 Los turistas valoran la vida de los animales domésticos y silvestres .....	110
Tabla 24 En términos generales el beneficio del turismo para la ciudad de Puno .....	110



## RESUMEN

El objetivo principal del estudio fue identificar los factores sostenibles del desarrollo turístico y evaluar la percepción del poblador sobre los beneficios del turismo en la ciudad de Puno, en la metodología el tipo de investigación que se empleó fue de carácter descriptivo, a fin de aproximarnos al problema y así conocer cómo estos fenómenos se presentaron, tanto en sus componentes y características más resaltantes, que permitió contrastar la hipótesis con la realidad objetiva, como resultado de la investigación se tiene que la importancia en la economía local del turismo fue evaluado por el 30,81% de la población encuestada como regular y por el 22,98% señala que es bastante importante pero un 7,93% indica que es muy poco importante, lo cual indica que muchos de los encuestados no tienen conocimiento sobre el aporte del turismo a la economía local, sin embargo los que mencionaron que el aporte es bastante, consideran que el turismo está creando una nueva forma de demanda de los consumidores. Esta demanda de los turistas por diversos bienes y servicios contribuye al desarrollo de la economía local. Gracias a ello, la producción de bienes de consumo se está desarrollando y el nivel de vida de la población va mejorando. Sobre la mejora de la calidad de vida del poblador de la ciudad de Puno se tiene que como resultado un 30,55% de los encuestados indican que el turismo mejora regularmente la calidad de vida, por lo que ellos no son beneficiados directamente. El 22,55% de los encuestados indican que el turismo trae poca educación, mejoramiento de servicios y carreteras, ello en razón de que también desconocen los beneficios que trae el turismo, y un 23,24% indican que aporta bastante a la educación en tal sentido el turismo es una actividad que indudablemente impacta favorablemente en la región y por ende ayuda a mejorar la calidad de vida de sus habitantes. Por lo tanto, se concluye que la percepción del poblador sobre los beneficios del turismo fue evaluada en base a los factores del desarrollo turístico de la ciudad de Puno los cuales dieron como resultado que la mayoría de la población desconoce la importancia económica, social y ambiental del turismo para la ciudad, el cual debe ser mejor informado a los pobladores para lograr una cultura turística que permita consolidar el destino turístico de Puno.

**Palabras clave:** Percepción, desarrollo, turismo, poblador, factores, sostenible.



## ABSTRACT

The main objective of the study was to identify the sustainable factors of tourism development and evaluate the perception of the population about the benefits of tourism in the city of Puno, in the methodology the type of research that was used was descriptive, in order to approach the problem and thus know how these phenomena were presented, both in their components and most outstanding characteristics, than to contrast the hypothesis with the objective reality, as a result of the research it is found that the importance in the local economy of tourism was evaluated by the 30,81% of the population surveyed as regular and by 22.98% indicate that it is quite important but 7.93% indicate that it is very unimportant, which indicates that many of the respondents do not have knowledge about the contribution of tourism to the local economy, however those who mentioned that the contribution is enough, consider that tourism is creating a new form of demand for consumers. This demand from tourists for various goods and services contributes to the development of the local economy. Thanks to this, the production of consumer goods is developing and the standard of living of the population is improving. Regarding the improvement of the quality of life of the inhabitants of the city in Puno, as a result, 30.55% of those surveyed indicate that tourism regularly improves the quality of life, so they are not directly benefited. 22.55% of those surveyed indicate that tourism brings little education, improvement of services and roads, because they are also unaware of the benefits that tourism brings, and 23.24% indicate that it contributes a lot to education in this sense, tourism is an activity that undoubtedly has a favorable impact on the region and therefore helps to improve the quality of life of its inhabitants. Therefore, it is concluded that the perception of the population about the benefits of tourism was based on the factors of the tourist development of the city in Puno which resulted in the majority of the population being unaware of the economic, social and environmental importance of tourism for the city, which must be better informed to the inhabitants to achieve a tourist culture that allows consolidating the tourist destination of Puno.

**Keywords:** Perception, development, tourism, population, factors, sustainable.



# CAPITULO I

## INTRODUCCIÓN

En el escenario actual de la región de Puno, se están produciendo importantes transformaciones en el turismo provocadas por diversas tendencias sociales, demográficas, ambientales, económicas, tecnológicas y de la gobernabilidad, que sin duda han condicionado que el desarrollo y la cooperación internacional se puedan involucrar como modelo de desarrollo y gestión turística. Teniendo en cuenta que ya en la década de los noventa, organismos como la Comisión Europea (1998) afirmaba la institucionalización del turismo como herramienta de desarrollo al interior de la cooperación internacional europea. Hecho que ocasionó un aumento en la cantidad de proyectos para el desarrollo sostenible relacionados con turismo, ya que este pasaba de ser una actividad frecuentemente ligada al espacio privado para convertirse en una herramienta de política de desarrollo económico global, principalmente de los países en vías de desarrollo. De ahí que en las décadas siguientes se incrementará la relevancia del turismo en las organizaciones internacionales, agencias de cooperación internacional y organizaciones no gubernamentales de desarrollo y organismos públicos. Fenómeno que puede ser identificado tanto en sus planes de actuación como en la aplicación de recursos. Motivo por el cual se ha realizado la presente investigación para identificar y evaluar los factores del desarrollo turístico en lo económico, social y ambiental por lo que el trabajo se divide de la siguiente manera:

En el primer capítulo se desarrolló el planteamiento del problema, la formulación de las interrogantes del problema, la introducción, la justificación de la investigación, los antecedentes y el marco teórico, en el segundo capítulo se desarrolló el capítulo de la metodología de la investigación con el que se ejecutó el presente estudio a través de la identificación de variables con lo que se elaboró el instrumento para la recolección de



información de los pobladores de la ciudad de Puno, en el capítulo tres se presentan los resultados de la investigación en base a los objetivos planteados para elaborar las conclusiones de la investigación.

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

La actividad turística se caracteriza por su gran complejidad, no sólo por la gran cantidad de elementos que la componen, sino también por los distintos sectores económicos que se ven involucrados en su desarrollo. En este sentido, el turismo se ha considerado generalmente como una exportación de una región o nación hacia el lugar de destino (país receptor, lugar de acogida), en el que se genera renta, se favorece la creación de empleo, se aportan divisas que ayudan a equilibrar la balanza de pagos, se aumentan los ingresos públicos y se fomenta la actividad empresarial. Así, la actividad turística cobra una gran importancia en la economía debido a su elevada aportación a la generación de Valor Añadido Bruto (VAB) en la región receptora. Como ya se ha indicado, la mayor actividad económica que tiene lugar en los países desarrollados genera una mayor renta, más tiempo libre disponible, un mayor nivel de educación, un mejor estado de salud de la población, etc. Además, los flujos turísticos en los países industrializados se han visto favorecidos por las mejoras constantes en los medios de transporte y de comunicación, que han facilitado los desplazamientos y la obtención de información. La percepción de los factores sostenibles en base a los pobladores sobre los beneficios del turismo en la ciudad de Puno, se basa principalmente en el análisis exploratorio sobre cada factor del desarrollo como el económico, social y ambiental que permitirá conocer en que elemento existe mayor concentración de beneficios según la percepción del poblador de la ciudad de Puno para promover acciones que permitan lograr que la población conozca los verdaderos beneficios del turismo. El impacto del turismo en la sociedad no se puede



medir en el corto plazo. No solamente hay impactos económicos sino también alteraciones en la calidad de vida. Algunos analistas internacionales del turismo sostienen que lo que puede ser beneficioso para un sector no necesariamente lo es para otro. Por ejemplo, la industria hotelera o de restaurantes se benefician con el turismo, pero los residentes del lugar pueden ser víctimas de aglomeraciones de visitantes, contaminación, ruidos y en determinados casos hasta cambios en la forma de vivir, sobre todo cuando la zona no está lo suficientemente preparada por ello es necesario conocer la percepción del poblador de la ciudad de Puno para plantear alternativas de solución a la problemática se formulan las siguientes interrogantes.

## **1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA**

### **1.2.1. Problema General**

¿Cuáles son los factores sostenibles del desarrollo turístico y cuál es la percepción del poblador sobre sus beneficios del turismo en la ciudad de Puno?

### **1.2.2. Problemas específicos**

- ¿Cómo influye el factor económico, social y ambiental como base del desarrollo turístico en el ámbito de la ciudad de Puno?
- ¿Qué nivel de percepción tiene el poblador sobre los beneficios del turismo en base a los factores sostenibles del desarrollo turístico de la ciudad de Puno?
- ¿Qué acciones se deben realizar para mejorar la percepción del poblador sobre la actividad turística de la ciudad de Puno?



### **1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACION**

#### **1.3.1. Hipótesis General**

Los factores sostenibles en lo económico, social y ambiental son base del desarrollo turístico y la percepción del poblador respecto de los beneficios del turismo en cada factor es valorada como regular en la ciudad de Puno.

#### **1.3.2. Hipótesis Específicas**

- Los factores sostenibles en lo económico, social y ambiental como base del desarrollo turístico a través de su descripción son buenas en el ámbito de la ciudad de Puno.
- La Población evalúa como regular los beneficios del turismo en base a los factores sostenibles del desarrollo turístico de la ciudad de Puno.

### **1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION**

#### **1.4.1. Objetivo General**

Identificar los factores sostenibles del desarrollo turístico y evaluar la percepción del poblador sobre sus beneficios del turismo en la ciudad de Puno.

#### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- Describir los factores sostenibles en lo económico, social y ambiental como base del desarrollo turístico en el ámbito de la ciudad de Puno.
- Evaluar la percepción del poblador sobre los beneficios del turismo en base a los factores del desarrollo turístico de la ciudad de Puno.



- Proponer acciones para mejorar la percepción del poblador sobre la actividad turística de la ciudad de Puno.





## CAPITULO II

### REVISIÓN DE LITERATURA

#### 2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION

##### 2.1.1. A nivel Internacional:

En resumen, Orozco y Núñez (2013) mencionan: El turismo se ha convertido para muchos países en instrumento y factor de desarrollo económico en general. En otros, sólo ha logrado contribuir al crecimiento económico sectorial, en tanto que los beneficios no se han distribuido de manera equitativa. Los estudiosos del turismo han enfatizado en que la falta de planeación de este sector ha generado en muchos países un desarrollo económico no incluyente, un aprovechamiento no sustentable de los recursos naturales y la anarquía en el desarrollo de los espacios territoriales con potencial turístico. Diversos autores sostienen que sólo a partir del conocimiento sobre el desarrollo de la actividad turística en general y el de los diversos destinos turísticos, en particular, se pueden concretar acciones que involucren a los actores locales, para aprovechar los recursos humanos y naturales de los espacios turísticos desde una perspectiva coherente con las propuestas de la Organización Mundial del Turismo. Este trabajo se centra en analizar los diversos enfoques sobre el desarrollo; por lo que iniciamos con una revisión muy general sobre las teorías del desarrollo, hasta llegar a las teorías del desarrollo local, con el objeto de explicar la evolución de las teorías sobre el desarrollo y entender algunas de las causas de la falta de desarrollo en muchos destinos turísticos.

En conclusión, Díaz (2015) indica: Los datos estadísticos no permiten rechazar la hipótesis formulada en este artículo, que sostiene que la mayor reducción en el nivel de pobreza en San Francisco Zapotitlán, respecto a otros municipios del departamento de Retalhuleu, está asociada al derrame económico producido por el turismo recreativo del



IRTRA. En San Francisco Zapotitlán se observa desarrollo local por la vía del turismo, que se traduce en reducción de la pobreza, aumento del nivel educativo, fomento de empresas y conservación ambiental. La experiencia de desarrollo trasciende de lo local a lo territorial, impulsada por la instancia de desarrollo denominada “Guatemágica”, que promueve diversificación productiva. A nivel territorial y local el turismo tiene mayor importancia que a nivel nacional, representando 8% del PIB del departamento de Retalhuleu y 78% del empleo formal en el municipio de San Francisco Zapotitlán. Este municipio recibe cada año en promedio casi Q.240.0 millones de ingresos provenientes del turismo generado por el IRTRA.

En conclusión, Medina y Rosado (2014) mencionan: El comportamiento sistémico en términos de sinergia, funcionalidad y efectividad de la actividad turística de un destino puede medirse con información de indicadores sobre los componentes actores del turismo, desarrollo urbano, entorno socioeconómico, medio ambiente y turismo. Sin embargo, la calidad del monitoreo del comportamiento sistémico dependerá de la calidad de la información de los indicadores en el momento de realizar el diagnóstico. Los componentes del sistema turístico sí pueden integrarse a partir de un enfoque sistémico permitiendo desarrollar la actividad turística bajo un enfoque sustentable debido a sus características como la complejidad, dinámica e interdisciplinaridad, entre otros, lo que permite la adaptación de los principios de sustentabilidad. Es decir, comparten propiedades comunes y que pesar de ser disciplinas diferentes, el enfoque sistémico permite explicar la dinámica del turismo pese a la dificultad en la comprensión de los elementos cuando se le atribuyen los principios sustentables. Este enfoque, permitió vislumbrar al turismo como un sistema complejo integrado por componentes estrechamente relacionados con el medio ambiente y la sociedad, que deben ser considerados para entender la importancia de la auto organización, multidisciplinaria,



dinámica y evolución, determinantes de la sinergia entre los componentes de un sistema turístico sustentable.

Ruiz y Niño (2015) indican: Los ecosistemas son el principal recurso que permite el desarrollo local siempre y cuando este sea valorado y aprovechado de manera sustentable, al hablar de estos debemos describir sus características y propiedades y precisamente esto, es lo que atrae un turismo comprometido con el cuidado del medio ambiente; el turismo sustentable es sin duda el turismo que debe de difundirse en la actualidad por su importancia que tiene tanto para el medio en que se desarrolla como para el desarrollo económico y social de la localidad en que se encuentre. Hablar de un Turismo Sustentable, es hablar de nuestra retribución a la naturaleza de cierta forma para preservar esos hermosos sitios turísticos y a la vez prevalecerlos para que las generaciones futuras puedan también admirar esta riqueza natural; la relación que existe entre estos ámbitos de sustentabilidad y turismo, realmente es estrecha por lo que se asumen como un sistema en que están incluidos ambos y en dónde cada uno de sus componentes se interrelacionan a fin de conseguir una meta en común, la cual es atraer turismo al preservar los ecosistemas locales. El paradigma de la sustentabilidad es una estrategia global postulada desde organismos nacionales e internacionales y representa una oportunidad para reorientar las actividades turísticas bajo esquemas renovados de participación social, de desarrollo empresarial y de aprovechamiento de los elementos naturales. Sin embargo, la sustentabilidad no es un fenómeno que se puede generalizar y reproducir en cualquier tiempo y espacio bajo las mismas condiciones y características. Tampoco se presenta por sí solo de manera espontánea. Por el contrario, se trata de todo un proceso que nace en la escena local, es endógeno y específico para cada territorio y requiere de la participación activa de los miembros de la comunidad, del desarrollo de sinergias y empatía con el proyecto turístico.



En resumen, Tejada, Moreno y Rodríguez (2013) mencionan: Una vez realizada una profunda revisión de la contribución del turismo al desarrollo, se constata la necesidad de avivar este debate académico, debido a las nuevas oportunidades que puede proporcionar los cambios ocasionados por los procesos de globalización a los países en desarrollo. Para ello, el análisis de las cadenas de valor globales proporciona un marco conceptual adecuado para el estudio la inserción y posicionamiento de las PYMEs turísticas en los procesos de desarrollo. No obstante, se reconoce una limitación importante respecto a la herramienta propuesta la dificultad en la obtención de los datos necesarios en muchos países en desarrollo. En diversas investigaciones de otros sectores productivos, se ha optado por desarrollar el análisis de las CVGs a través de los estudios de casos. Lo cual puede constituir una línea de investigación futura relevante. Asimismo, el actual proyecto por parte de la Organización Mundial de Comercio y la OCDE de elaborar estadísticas sobre el comercio medido en función del valor añadido proporcionará una base de datos sobre las corrientes comerciales cuantificadas en función del valor añadido (OMC y OCDE, 2013), que ampliará extraordinariamente las opciones para el estudio de la contribución del turismo al desarrollo, especialmente a través del marco de las cadenas de valor global CVGs.

En resumen, Merinero y Pulido (2009) indican: El conocimiento sobre los actores turísticos del territorio y sus relaciones es un elemento básico para la gestión activa de cualquier destino turístico, pues éstos tienen una importancia especial en las estrategias y las acciones que deben emprenderse para adaptarse a las nuevas condiciones del contexto, caracterizado, entre otras cosas, por la desintermediación y los nuevos hábitos de la demanda turística, en los que la experiencia, la mayor actividad en destino y el descubrimiento y auto organización son clave. Esta cuestión ha sido objeto de interés en la literatura científica, aunque la mayor parte de los análisis realizados hasta ahora han



estado centrados más en la denominada «perspectiva del actor», y no tanto en las relaciones que se producen entre dichos actores. Esta investigación desarrolla un modelo de análisis de las relaciones establecidas entre los actores turísticos de cualquier destino, aplicando una metodología y unas técnicas de investigación novedosas en el estudio del turismo, mediante la aplicación del análisis estructural de las relaciones (Análisis de Redes Sociales) y el análisis del contenido de dichas relaciones (Análisis de Contenidos Relacionales). El estudio, aplicado a tres ciudades medias de Andalucía, ha permitido comprobar que existe una relación directa entre la dinámica relacional de un territorio y su grado de desarrollo turístico.

En conclusión, Sáez (2009) menciona: El enfoque de los micro-clústeres turísticos se centra en la creación de oportunidades que potencialmente optimicen la distribución de los beneficios socioeconómicos importantes para la comunidad. Puede constituir un medio efectivo para establecer una ventaja competitiva local en turismo, basada sobre los recursos existentes y la especialización. Igualmente, puede ofrecer oportunidades a las comunidades locales de acogida de elegir su estrategia de desarrollo, que en cierta medida condicionará la naturaleza de los efectos que aparezcan más tarde. Cualquier tipo de especialización turística que se escoja tendrá consecuencias sobre el flujo de los resultados, pero, la posible ventaja de esta forma de organización territorial para las pequeñas comunidades rurales es que el modelo de desarrollo que propone exige la implicación de la comunidad en el momento de optar entre opciones económicas. La especialización turística por la que una comunidad se incline impondrá diferentes tipos de externalidades y no siempre todas serán positivas.

Beltrán (2015) realiza el resumen: 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.

Según Castillo, Godínez, Schroeder, Galicia, Pujadas y Martínez (2009) mencionan: Por otro lado, el propio gobierno no reconoce el valor de un recurso tan escaso y esencial como el agua al no cobrar por su extracción como muestran los resultados aquí reportados. 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.

De acuerdo a Fonseca (2009) indica: Sus habitantes reconocen que el avance de las obras concertadas está resolviendo añejas carencias en materia de servicios urbanos,



sin embargo, se muestran inconformes porque la convocatoria a las reuniones de concertaciones no fue abierta y transparente, dicen que, aunque es favorable lo que se obtuvo también es limitado, ellos quieren participar del turismo más que como simples trabajadores de la construcción. La cuestión es que el planteamiento de desarrollo turístico y urbano, armónico y sustentable, en su aplicación se limita a las acciones propias de la ejecución del proyecto Litibú y obras físicas de su entorno cercano en las que incluye a Higuera Blanca sólo como pueblo pintoresco, con lo cual incrementará el valor visual y económico a las inversiones turísticas que se adhieran al CIP Litibú, al tiempo que se da por sentado el esquema del desarrollo turístico regional en expansión. 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 recrudece 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.

En conclusión, Martínez del Vas (2017) indica: El análisis expuesto muestra un desarrollo turístico amenazado por varias constantes, tales como las distintas fases generadas por las variaciones tanto de la gestión pública del turismo regional, como de la



política turística y los cambios de ubicación del departamento de turismo en la administración regional. Esto último ha originado escenarios de incertidumbre y renovación al no perfilarse una línea estratégica clara que ayude a definir un verdadero modelo turístico regional. Y, de hecho, esta ausencia de modelo permanece, de tal forma que en el año 2014 el Departamento de Turismo se incluyó en la Consejería de Industria, Turismo, Empresas e Innovación, volviendo a promocionar la marca ya utilizada “Costa Calidad. Región de Murcia”. Posteriormente, tuvo lugar otro cambio, en el año 2015, con la creación de la Consejería de Desarrollo Económico, Turismo y Empleo. A esto se debe sumar una inadecuada gestión de la marca turística regional, la carencia de una verdadera gestión de la política turística, que debería haberse basado en una adecuada planificación estratégica, consensuada entre los distintos agentes y cuyo objetivo fuera ordenar los instrumentos de dicha política. Además de conseguir el establecimiento de estrategias comunes entre los diferentes ámbitos regionales, que realmente coincidieran en un mismo fin, relacionado con el desarrollo turístico de la Región de Murcia. 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.

Baños (2012) concluye: 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 legales, 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.

Blasco, Guía y Prats (2010) indican: En conclusión, los resultados expuestos en este artículo representan un primer paso hacia el desarrollo de una metodología que permita realizar nuevas lecturas o interpretaciones del territorio, a partir de la existencia de productos turísticos y de la proximidad entre ellos. Para lograrlo, en investigaciones futuras se tendrán en cuenta otros factores como la cantidad y la importancia de los productos turísticos y atractivos presentes en el territorio, así como ahondar en su complementariedad y posibles efectos sinérgicos entre categorías y sub categorías, y el nivel o intensidad de interés que todo ello suscita en los turistas. No obstante, 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.

Monge y Yagüe (2016) concluyen: El desarrollo turístico sostenible busca tres objetivos importantes: crecimiento económico, equidad sociocultural y conservación del medioambiente, de manera que no se comprometan las expectativas de las generaciones futuras, es decir una visión a largo plazo con una participación de todos los agentes implicados en esta actividad turística. Finalmente, 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.

En resumen, García (2011) indica: Se cumplen quince años de 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.

En las consideraciones finales, Salleras (2011) menciona: Es importante señalar también que, si bien los pueblos indígenas en reclamo de sus derechos territoriales reivindican su raigambre histórica con la tierra, su vínculo tradicional y su relación armónica con la naturaleza, la caracterización folklórica producida desde agencias de turismo, organismos gubernamentales y/o ONGs para promocionar turísticamente a la Quebrada entra muchas veces en tensión con los modos de representación locales. Entonces, como se ha señalado a lo largo del artículo, muchas estas formas de caracterizar los aspectos naturales y culturales de la Quebrada y el incremento de la infraestructura y servicios para el turismo han producido disputas materiales y simbólicas sobre el territorio y patrimonio. A ello se suman las demandas históricas de regularización de la propiedad



de las tierras de comunidades indígenas, que en el caso de la Quebrada es cada vez más complejo dado el aumento poblacional y la compra de terrenos para la construcción de infraestructura para el turismo. Pensar en territorio, turismo y desarrollo sustentable supone tener en cuenta entonces que el territorio (y en este caso el patrimonio) está atravesado por relaciones de poder en el que se dirimen diversos intereses en torno al mismo. En este sentido, es importante advertir que el turismo no es una actividad inofensiva, sino que genera impactos sobre el territorio, moldea las relaciones socio-económicas locales y sin regulación por parte del Estado puede dar lugar a procesos insostenibles a largo plazo. De allí la importancia de reflexionar sobre la relación que existe entre territorio, turismo y políticas públicas, teniendo como eje la construcción un desarrollo sustentable en el que se articulen las dimensiones ambiental, económica y social, y se garantice el respecto de los aspectos simbólico culturales que constituyen a un territorio.

### **2.1.2. A nivel nacional:**

La presente investigación tiene por título: Análisis situacional del turismo sostenible en las áreas de conservación privada (ACP) de la región Arequipa - Perú 2019. Es una investigación mixta cuanti-cualitativa de tipo Exploratorio-Descriptivo, que tiene como objetivo analizar la situación actual del turismo sostenible en las Áreas de Conservación Privada (ACP) de la región Arequipa, este análisis tiene como variable el turismo sostenible, el cual tiene tres dimensiones: sociocultural, ambiental y económico; y en base a ello se desarrollará toda la investigación. Para dicho fin, se trabajó con tres Áreas de Conservación Privada: Lomas de Atiquipa, Uchumiri y Huamanmarca, Ochuro, Tumpullo. Estas poseen, un gran valor ecológico, debido a que albergan gran diversidad de ecosistemas, de gran belleza paisajística y alta diversidad de flora y fauna. Se evaluó a la población local, recursos culturales, recursos naturales, biodiversidad, servicios



turísticos, empleo y visitantes de cada Área de Conservación Privada. Gracias a este análisis situacional, se propone estrategias, bajo el análisis FODA, respecto a sus factores internos y externos, estas estrategias adecuadas para cada ACP, responden a las necesidades de la población y de los visitantes, permiten anticiparse a los cambios del entorno y mejorar la posición que han adquirido en el mercado turístico (Bustinza y Taype, 2019).

El presente estudio se centra en identificar como la actividad turística en el centro urbano de Ollantaytambo impacta a la población de la misma, teniendo en cuenta que Ollantaytambo es considerado patrimonio cultural de la nación, así mismo también conocido como la “ciudad Inca viviente”; además es uno de los principales accesos hacia el Santuario Histórico de Machupicchu, es ahí donde se centra la importancia de esta investigación. Es necesario que se estudie cuáles son los impactos que trae consigo el desarrollo de la actividad turística y más aun tratándose de un centro de escala; puesto que el estudio de estos interesantes hechos en el campo turístico ayudara a conocer más afondo los impactos sociales y como se generan, dando así mucha posibilidad de ideas para mejorar la actividad y el desarrollo en el centro urbano de Ollantaytambo (Aller y Huamán, 2019).

### **2.1.3. A nivel regional**

En resumen, Martínez (2016) menciona: La investigación "Competencias municipales y su incidencia en el desarrollo del turismo de la comunidad rural en la provincia de Puno – 2016", la provincia de Puno, es una de las empresas pioneras en el turismo de la comunidad rural. Las municipalidades provinciales y distritales están involucradas en el desarrollo de Turismo rural comunitario, en educación, cultura y recreación, estas tres competencias que generan turismo, conscientes de las diversas



dificultades en los procesos y planes de desarrollo de los actores involucrados, en este sentido, es necesario enfatizar el objetivo del estudio, el principal es establecer las competencias municipales y su influencia en el desarrollo del turismo rural comunitario en la provincia de Puno y como objetivos específicos, es establecer el grado de competencias y su influencia en la educación, la cultura y la recreación. El método de investigación es el Estadístico, deductivo - inductivo, junto con la tarjeta de recolección de datos para determinar el desarrollo rural. Conclusión de los resultados de la investigación Mostrar que los municipios de la provincia de Puno, el 50% tienen una implementación en educación baja, pero su desarrollo es a nivel medio, así como el 37.5% tiene una implementación moderada en cultura, por lo que su desarrollo es a nivel medio, en el Por otro lado, el 31,3% tiene un rol en el medio ambiente, medio nivel, lo que se muestra en los municipios no está desempeñando bien sus habilidades para tener un impacto positivo en el desarrollo del turismo rural comunitario.

Quispe (2016) resume lo siguiente: El objetivo principal de la presente investigación es Proponer la Planificación Estratégica para 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. 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. Cómo 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.

Según Sánchez (2015) menciona en el resumen: la presente investigación “Gestión de municipios turísticos como alternativa para el desarrollo del turismo sostenible en la provincia de Puno - 2016”, fue desarrollada en la provincia de Puno, durante los 6 primeros meses del 2016, cuyo objetivo general es conocer la influencia de gestión de los municipios turísticos en el desarrollo del turismo sostenible en la provincia de Puno, y los objetivos específicos son: 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, ya que 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.

## **2.2. MARCO TEÓRICO**

### **2.2.1. Conciencia**

El desarrollo de una conciencia fuerte es también consecuencia de la identificación y estaría supeditada a una relación paterno- filiales satisfactorias.” El cariño materno se correlaciona positivamente con la conciencia, los muchachos de padres afectuosos tienden en mayor grado a desarrollar una conciencia fuerte, más que los padres indiferentes”.

### **2.2.2. Conciencia turística**

Se puede considerar como “un factor de identificación de la población con sus principales raíces culturales que conforman en gran medida uno de los motivadores básicos de desplazamiento de grandes corrientes turísticas hacia México”.

Según Noguera (2005) “el turismo, es una industria regional, nacional y mundialmente, que se está proyectando con una conciencia clara, orientadora y precisa para que conozcamos nuestros valores artísticos, históricos y turísticos”.

En la Carta Internacional del Turismo Cultural (2000) conceptualizan por “conciencia, como el conocimiento que los nacionales de un país tienen respeto a la necesidad de contribuir al desarrollo del turismo con la finalidad de lograr mediante esta actividad el bienestar económico de la patria. Desde el punto de vista peruano, el tener Conciencia Turística es nada menos que mostrar una noción patriótica de no ser indigente a una actividad que sirve no solamente ganar riqueza, sino que también coadyuvasen la



tarea de hacer conocer los valores que el país posee, su acervo cultural su riqueza monumental, su historia, sus tradiciones y sus obras.

Arría, en su libro Turismo y Desarrollo (1991) “la conciencia turística es un conjunto de actitudes y comportamientos de los habitantes de un lugar turístico que humanizan la recepción del turista a través de la hospitalidad y comprensión. Conocimiento de los lugares y locales para los turistas, que sin llegar al servilismo conduce a una convivencia cordial”.

Todos estos comportamientos reafirmarán nuestro modo de ser ante el mundo, ya que los comportamientos y actitudes serán la primera carta de presentación ante los turistas, por eso es necesario que enriquezcamos nuestra cultura, conociendo nuestra cultura para poder responder las inquietudes de los turistas.

Colon Cañellas, señala que “el turismo no solo afecta al individuo que se desplaza de un lugar a otro por motivos de distracción y entretenimiento, presupone aspectos variados como el de conocer, ampliar e interiorizar costumbres, paisajes, formas de vida, arte, historia, etc. Va involucrando a las personas que residen en un lugar, los mediadores del servicio turístico y los mismos turistas”. De esta forma podremos desarrollar un turismo sostenible en la cual engrandezca nuestra ciudad y nuestra provincia como un destino turístico para cualquier turista. En este sentido Mónica Balbuena Portillo afirma que “la conciencia turística no solo debe estar dirigido a las personas que ofertan los servicios turísticos, si no todas aquellas quienes se puedan beneficiar con el turismo (comunidad, región) es necesario que se busquen mecanismos sociales que consigan crear esa conciencia en los individuos”, así como la televisión, la radio, el Internet, etc. Por ultimo Alfredo Míeres Vásquez define conciencia turística “como un estado mental que





presupone la buena disposición de los individuos para fomentar y acrecentar la conservación de los bienes y servicios turísticos que posee un pueblo”.

### **2.2.3. La educación vista como el proceso de formación de conciencia.**

“La educación tiene un papel importante para el logro de la conciencia, el enseñar no solo debe consistir en limitarse a la práctica de la lectoescritura, como tampoco en obligar a memorizar datos; si no por el contrario, la sublime tarea del maestro debería concentrarse en reafirmar las experiencias culturales e históricas de cada pueblo para afianzar su identidad cultural como un gran sello distintivo”. De esta manera se podría asegurar que la educación cumpla su principal objetivo, el de liberrar conciencias.

### **2.2.4. Turismo y educación**

“El turismo educativo, constituye un enfoque nuevo e integral del aprendizaje que surge frente a la problemática de nuestra época través del conocimiento, comprensión, valoración, preservación, incremento y difusión del patrimonio cultural del país procurando que el estudiante, niño, joven o adulto tenga una comprensión integrada de su realidad natural, cultural y social”.

El turismo educativo tiene como objetivo de estudio específico el conjunto de interrelaciones entre los fenómenos socios económicos, culturales, ambientales y los procesos demográficos que genera un proceso de desarrollo de su comunidad local y nacional.

Sucede que la juventud estudiosa va perdiendo el interés por conocer su pueblo, su comunidad, su distrito, provincia departamento por ultimo su país y es que este valor queremos recuperar, queremos una juventud que quiera a su tierra, que valore el patrimonio cultural y natural.



Lo que el turismo también busca es que nosotros también encontremos la necesidad de conocer nuestro pueblo, porque de allí nace nuestras raíces culturales, donde reafirmaremos nuestro amor propio que nos ayudara a transmitir a los demás las bondades que tenemos.

### **2.2.5. Estrategias para educar en temas de turismo**

Las manifestaciones culturales, en especial el conocimiento popular tradicional: teatro popular, títeres, murales, artesanías, danza, música, entre otro, muy bien podrían ser utilizados para inducir cambios en el comportamiento de la población, haciéndolas más comprensivas y solidarias, tanto a sus semejantes como a su naturaleza. De ser posible, se despertaría una conciencia cívica, mediante carteles, murales se podría valorar el patrimonio y promover la reforestación mediante las danzas folklórica; se podría mejorar la situación socio económica y la calidad de vida de la población.

Desde la óptica turística, “mediante el patrimonio de los pueblos se podría facilitar la movilización de las comunidades en torno a sus preocupaciones comunes, orientándolas hacia el logro de la concientización efectiva, valiéndose de recitales, conciertos, juegos, dinámicas grupales, excursiones, entre otras modalidades de trabajos en equipo”.

No es de extrañar, que ajenos a estas preocupaciones, especulaciones teóricas, orientadas por la conciencia, los gobiernos de muchos países se empiecen a preocupar por la conciencia, es decir el conocimiento personal y colectivo, que los ciudadanos tienen de lo que es turismo y la importancia que este tiene, y que muchos de ellos hayan señalado como tarea impostergable el fortalecer la conciencia turística.



### 2.2.6. Valores que deben ser incluidos en los temas de Turismo

Aquellos elementos emotivos compartidos, basados en ciertos principios éticos y que motivarán a brindar servicios con calidez:

Valores de Conciencia Turística.

- Compromiso
- Constancia
- Disciplina
- Honradez
- Orgullo
- Respeto
- Responsabilidad
- Vocación de servicio

**Fuente:** [www.sectur.gob./turismomexico](http://www.sectur.gob./turismomexico)

Como resultado de la asimilación personal y colectiva de conocimientos y valores, existirán ciertas actitudes que le dan sentido en la práctica a la Cultura Turística:

Amabilidad – reflejada en el trato afectuoso y cordial.

Cortesía – que evidencia demostraciones de respeto.

Eficiencia – la facultad para prestar servicios en tiempo y forma al contar con las habilidades y destrezas necesarias.

Disposición – el actuar con plena conciencia y conocimiento de la importancia de la labor de cada quién.

Profesionalismo – el factor humano aplicando su experiencia y emotividad en el marco de sus labores.



“El ambiente turístico de una localidad, derivado de la formación y la participación individual y social de los individuos, estará sustentado en un clima especial de cordial hospitalidad, calidad y competitividad, y se orientará a tener turistas totalmente satisfechos”.

Es necesario afirmar que estos componentes están en las mejores condiciones para aprovechar el turismo de una forma sostenible, tan solo el hecho de tener conocimiento que nos permitan desarrollar bien nuestro trabajo como anfitrión y practicar esos valores que siempre han permanecido en nosotros y que ha reflejado el modo de ser de un peruano.

### **2.2.7. Turismo como factor socioeconómico y cultural**

El turismo es un factor realmente importante para el desarrollo socioeconómico y cultural de un país, dada la diversidad de actividades favorables que traen bonanzas económicas: es un instrumento generador de divisas, al ser una actividad que canaliza una inversión para producir una expansión económica general; genera asimismo un mercado de empleos diversificado con una inversión relativamente baja en comparación con otros sectores de la economía; genera una balanza de pagos favorables y sobre todo desarrolla las actividades económicas locales.

El Turismo es un medio de intercambio social, ya que muestra efectivamente que la sociedad que se desarrolla, se capacita hacia la comprensión, para la adaptación de sus medios habituales, juzgando de una manera positiva su propia sociedad.

En cuando a la cultura es realmente el radio dentro del campo de la acción de la empresa turística. Cultura es el término que determina el imán que poseen las regiones



para el turismo comprendido su geografía, historia, costumbres, tradiciones, folklore y artesanía.

Generalizando el Turismo es la industria del futuro de todos aquellos países en vías de desarrollo que sepan aprovechar al máximo todos sus recursos.

Esta institución hizo un estudio para analizar cuál era la realidad de nuestra cultura turística.

Actitudes Positivas de la Conciencia Turística y su comparación con actitudes negativas

ACTITUD POSITIVA	ACTITUD NEGATIVA
<p>Conocer nuestro país, región, localidad</p> <p>Sonría al turista</p> <p>El turismo es importante</p> <p>Proteja sus recursos</p> <p>Apelar a los símbolos patrios</p> <p>Sentir orgullo</p> <p>Contémoslo a los que nos visitan</p>	<p>No tengo tiempo y menos Dinero. “más barato sale viajar a Miami”</p> <p>¿Sonreír, ¿Turista?</p> <p>“Y a mí que beneficios me Genera”.</p> <p>“No es mi responsabilidad”</p> <p>“De que me sirve, no es Trascendente”.</p> <p>“De que, todo es un caos”</p> <p>“Que les voy a decir, que cosa interesante les voy a contar si aquí no hay nada”</p>

**Fuente:** DIRCETUR. Huánuco

**Hay una carencia de la importancia de la identidad nacional y por ende una falta de conciencia turística por falta de capacitación**

“Uno de los principales pilares que soporta el peso específico del sector y que trasciende su ámbito para proyectarse en toda nuestra comunidad es La Conciencia Turística esta se asienta en la peruanidad o Identidad Nacional a nuestro patrimonio, el mismo que es elemento base para el desarrollo de la actividad turística en el País”.



La Identidad Nacional y la Conciencia Turística se manifiestan en la población en general la misma que tiene una directa o indirecta relación con la actividad turística, significando que puede tener contacto en cualquier circunstancia con el turista nacional y extranjero y así mismo es un componente importante y primordial del Producto Turístico Peruano.

La población peruana mosaico multirracial, cultural, social y económico que conoce poco de su entorno, que se encuentra por un lado influenciada por el mundo occidental y por otro lado aferrada a nuestras raíces.

Cómo entonces no enfrentar esta realidad si se pretende desarrollar la actividad turística cuando el recurso humano es parte de patrimonio y es el principal agente promotor del producto turístico.

Cómo no enfrentar esta realidad si el recurso humano es parte del patrimonio y no lo sabe y más aún es el principal instrumento de conservación, preservación y valoración del mismo.

A pesar que es una de las tareas de la comunidad más difíciles debe partir desde el núcleo básico: “El Niño”, llegando a él tomando las instituciones educativas o colegios reconocidos dentro del ámbito y nivel socio económico del proyecto y teniendo como principal medio transmisor a “El Formador”.

### **2.2.8. Importancia de la conciencia turística**

“Tener conciencia turística es poseer un conocimiento certero y reflexivo de la importancia de una actividad que engrandece al país esperando reconocer que es tarea de todos y de cada uno de nosotros, trabajar para que ello se logre”.



Acostumbrémonos a recibir a nuestros turistas con cortesía y amabilidad, que se pongan de manifiesto nuestra vibración y solidaridad personal.

Ser amigos del turista no es servilismo, ni atención interesada, es una muestra sencilla de la tradición de un pueblo que tiene Conciencia Turística. Por lo tanto, el respeto hacia nuestros turistas se debe traducir en brindarles hospitalidad, no despreciarlos, no hacerles desaires, ni abandonarlos en la necesidad significa también ser educados, profesionales, comprenderlos, ser cordiales y atentos.

### **2.2.9. Objetivos de la conciencia turística**

- Desde el punto de vista social, es considerada como factor de identificación de la población con sus principales raíces culturales.
- En el ámbito económico repercute directamente con la satisfacción de las necesidades de las corrientes turísticas haciéndolas repetitivas y aumentando su número y pernocte, lo que trae consigo la entrada de divisas, nuevas fuentes de empleo y por ende el desarrollo regional de los importantes centros turísticos.
- En el ámbito cultural, la concientización turística es muy importante punto de proyección de todos los elementos que conforman el patrimonio turístico, lo que motivara el desplazamiento de importantes corrientes turísticas potenciales nacionales e internacionales.
- En cuanto a la oferta turística, puede decirse que esta se verá ampliamente beneficiada, ya que provocaría una sana competencia entre los prestadores de servicios turísticos por ganarse la preferencia del consumidor, lo cual, a largo plazo se viera reflejado en un servicio de calidad fundamentado en la creatividad y en la competitividad.



### **2.2.10. Características de la conciencia turística**

Tres características a subrayar: la conciencia turística es cambiante en el tiempo, depende del nivel educacional y cultural de los públicos.

Es cambiante en el tiempo, pero sus cambios suceden muy lenta y gradualmente, a medida que eleva el nivel cultural y educacional de la población receptora. La conciencia turística depende del nivel cultural, en la población receptora.

Está cada vez más influenciada por el impacto de los medios de comunicación social y por los recursos de marketing que se despliegan para promover lugares y productos. “Los medios de comunicación social, especialmente la televisión y las tecnologías de la información y las comunicaciones, constituyen un factor de influencia poderosa en el desarrollo de la conciencia turística en una comunidad determinada: mientras más mediatizado está un público, mayor será la posibilidad de que los mensajes de contenido turístico transmitidos por los medios, ocasionarán modificaciones en las actitudes y conductas de las personas”. Es de esta manera que se puede educar a la población para que el contacto los turistas sean positivos.

### **2.2.11. Medios de comunicación y su influencia en el turismo**

Los medios de comunicación constituyen uno de los medios más importantes para trabajar en temas de concientización, como no recordar cuando uno de nuestros atractivos turísticos más importantes del país es considerado como una de las 7 maravillas del mundo, es una de las maneras que el pueblo peruano acrecentó su orgullo nacional.

Una de las estrategias que también pueden ser usadas como medio de difusión de nuestras riquezas naturales y culturales para su respeto y su conservación son los





documentales, las visitas de campo reportajes en medios audio visuales que ayuden a promocionar.

### **2.2.12. Campaña “Cuida al Turista”**

Iniciativa que refuerza el trabajo del Viceministerio de Turismo, entidad que tiene a su cargo el trabajo de concientización turística.

Se llevará a cabo los días previos a Fiestas Patrias. Campaña también se realizó antes de Semana Santa.

Esta campaña está focalizada en los prestadores de servicios y la población local de los principales mercados receptores (Huancayo, Huaraz, Ica y Lima) para que tengan una actitud más amigable y respetuosa con los turistas y con ello tomen conciencia de los beneficios que esto trae.

El objetivo es que los prestadores de servicios y la población en general, tomen conciencia de la importancia y el beneficio que resulta un turista satisfecho, el cual no solo contemplará regresar al destino, sino también lo recomendará a otros posibles viajeros.

En ese sentido, se debe ver a los turistas como a nuestros invitados, tratarlos con amabilidad, ofrecerles servicios de calidad, buena atención y precios justos ya que su visita contribuye a la generación de puestos de trabajo.

#### **FACTORES QUE CONFORMAN EL TURISMO**

- Los Recursos Turísticos
- Los Servicios Generales y Específicos
- Las Vías de Comunicación
- La Promoción Organizada e Institucional
- El Ambiente o Clima Turístico



De estos factores que conforman el turismo solo analizaremos el ambiente o clima Turístico. Se entiende por ambiente turístico el especial clima de seguridad, tranquilidad, amabilidad y cordial hospitalidad que ofrece una zona o ciudad determinada. Es decir, un conjunto de actitudes y comportamientos, por parte de los habitantes de dicha zona o región, en la recepción de dichas corrientes turísticas.

La importancia de este factor el que denomina con el nombre de hospitalidad, utiliza una imagen que le lleva a imaginar que el recorrido turístico se haga única, algunos autores han determinado que es precisamente este factor, el que hace que un país sea una meta turística ideal, porque ofrece las relaciones humanas al turista.

#### Decálogo al turista

##### Turismo Alternativa de Desarrollo en la Región Puno.

- Trata bien al turista.
- Informa verazmente.
- Cobra precios justos.
- Sé puntual.
- Brinda servicios de calidad.
- Se hospitalario.
- Infórmate para informar.
- Mantén la ciudad limpia y ordenada
- Conserva los recursos naturales.
- El turista es un amigo, comparte con las nuestras costumbres.

Esta es la fórmula para tener la certeza de un desarrollo del turismo sostenible, cualquier persona estaría en las condiciones de por lo menos practicar este decálogo es cuestión de considerar las enormes potencialidades que tenemos y así podamos satisfacer las necesidades de los turistas y de nosotros mismos.



## **Desarrollo**

Giovanni E. Reyes, Señala como desarrollo, “la condición de vida de una sociedad en la cual las necesidades auténticas de los grupos y/o individuos se satisfacen mediante la utilización racional, es decir sostenida, de los recursos y los sistemas naturales. Para ello se utilizarían tecnologías que no se encuentran en contradicción con los elementos culturales de los grupos involucrados”.

Este concepto integra elementos económicos, tecnológicos, de conservación y utilización ecológica, así como lo social y político. La esfera de poder, dentro del contexto social se hace necesaria como forma organizativa y de cohesión legítima, legal y funcional dentro de grupos sociales y como instancia de toma de decisiones entre individuos. Desde este punto de vista encontramos al turismo como principal difusor de desarrollo no solo porque permite el desarrollo en todos sus amplios conceptos, sino porque permite crear nuevas estrategias que coadyuven en el desarrollo de los pueblos.

## **Desarrollo del Turismo**

Perú, país célebre por sus riquezas naturales y logros culturales autóctonos, es, sin embargo, uno de los países con más pobres del continente. Para comprender cómo un país, tan reconocido por sus riquezas, presenta esta situación, debemos conocer su historia y los diferentes procesos de explotación económica de nuestros recursos.

Hoy, en el Perú, se presenta, una "nueva promesa de desarrollo", que esta vez se fundamenta en el aprovechamiento turístico de nuestro patrimonio cultural y natural.

“El turismo ha sido identificado como uno de los sectores económicos de mayor crecimiento, superando incluso las tasas mundiales, ya que en el Perú el promedio anual de llegadas internacionales, fue de 12.9% entre 1990 y 1999; mientras que, a nivel



mundial, fue de 4% durante el mismo lapso. Asimismo, esta actividad se ha convertido a partir de 1998 en la segunda fuente de divisas, después de la minería, llegando a generar 1003 millones de dólares durante el año 1999”.

El turismo es una actividad multisectorial y multidisciplinaria en la que participan diferentes áreas productivas como la agricultura, construcción, fabricación y de sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas. Este sector no tiene determinado con claridad la existencia de un producto tangible, sino que lo conforman un conjunto de servicios que no son los mismos en los diferentes países. Esto no es fruto de la casualidad, cada nación trata de diseñar su destino y producto turístico con peculiaridades y atractivos que los hagan únicos.

En los últimos dos años el Gobierno ha empezado a prestar bastante atención a este sector. El año 1998 fue declarado oficialmente el "Año de los 600 mil turistas" y 1999 es el "Año del turismo interno". Se creó un Viceministerio específico de turismo el cual ha diseñado un "Plan Maestro" para el sector. Se han dado leyes promocionales específicas aun cuando su impacto todavía no es claro dado que, como se mostrará más adelante, muchos de los problemas se ubican precisamente en el terreno institucional. En todo caso, lo cierto es que nunca antes ha habido tanta voluntad política para el desarrollo de este sector.

### **Lineamientos de la conciencia turística**

- Sosteniblemente económica.
- Sosteniblemente social.
- Sosteniblemente ambiental.



## **2.3. MARCO CONCEPTUAL:**

### **2.3.1. Turismo:**

El turismo es un fenómeno multifacético que implica movimiento y estancia en destinos fuera del lugar normal de residencia. El turismo es un fenómeno compuesto que incorpora la diversidad de variables y relaciones que se encuentran en el proceso de viaje turístico. (Mathieson, A.: 1990).

### **2.3.2. Planificación del desarrollo turístico**

La formulación de planes de desarrollo turístico supone la aplicación de un conjunto de principios y técnicas que normalmente son válidos para diversos tipos de planificación turística. A nivel de unidades de planeamiento (región), debe contarse con un buen punto de acceso, uno o más espacios de concentración o espera, áreas de desarrollo turístico, agrupamiento de atracciones turísticas, red eficiente de transporte e infraestructura adecuada, se deben diseñar circuitos para giras con respectivas paradas en los puntos de mayor interés. (Ascencio, F.: 2005).

### **2.3.3. La planificación estratégica orientada al mercado**

Es el proceso de desarrollo y mantenimiento de un posible ajuste entre los objetivos, las habilidades y los recursos de la compañía, y las oportunidades cambiantes del mercado. El objetivo de la planificación estratégica consiste en seleccionar y organizar el negocio de una compañía, de forma que la compañía sobreviva a pesar de que ocurran reveses inesperados en cualquier negocio específico o, línea de producto. (Kotler, P.: 2004).



#### **2.3.4. Crecimiento y desarrollo**

Acorde con la forma de pensamiento actual, desarrollo económico significa lo mismo que crecimiento económico y tiene como resultado la expansión basada en el uso de los recursos. Pero esto no es necesariamente cierto. Crecimiento significa un incremento en el tamaño o en el número, mientras que, por otro lado, desarrollo significa algo más completo o un mejor estado. Una sociedad puede crecer sin que necesariamente exista un desarrollo; pero puede desarrollarse también sin ningún crecimiento. (Zamorano, F.: 2002).

#### **2.3.5. El concepto de estrategia**

Una definición comprensiva del concepto de Estrategia es la de Burgelman (2002), donde la estrategia corporativa oficial:

“Es la teoría que la alta dirección tiene sobre la base para sus éxitos pasados y futuros.” (Burgelman, 2002: 11).

La definición de Burgelman retiene una ambivalencia característica del campo de la estrategia que indica, por una parte, las acciones necesarias para llevar a la organización de lo que es a lo que quiere ser en el futuro, y por otra es una explicación de los factores que han impactado el desempeño de la organización en el pasado. Es decir, la estrategia es una teoría de la relación causa-efecto entre el desempeño buscado y los factores que lo influyen. De acuerdo con esta definición, la estrategia indica qué es lo que la organización quiere lograr y los factores que influirán en que se consiga o no. (Alcérreca. C.:2003).

#### **2.3.6. Posición estratégica.**

El proceso de elaboración de estrategias comienza con la habilidad de las personas para comprender las interrelaciones fundamentales de un determinado contexto, las



fuerzas en movimiento y los intereses que están influyendo en el estado de las cosas. Este análisis es necesario para obtener un mapa o modelo causal, con el cual navegar en las turbulentas aguas de la incertidumbre de esta época.

Este paso es crucial, pues si se realiza apropiadamente, habrá mayores probabilidades de que la estrategia resulte efectiva y logre su propósito. Sin embargo, no es nada fácil, puede haber sesgo en la identificación de las fuerzas motrices, puede resultar complicado concebir un modelo -y sus relaciones sistémicas- apegado a la realidad, sea por falta de información que impida detectar los factores incidentes, o por la complejidad del fenómeno a estudiar y la carencia de elementos cognitivos para entenderlo.

El análisis, por lo tanto, debe ser profundo y serio, en el sentido de reconocer ampliamente las correlaciones y los factores más importantes del ambiente. Desde luego, siempre existe un límite para ello: el presupuesto, los tiempos para actuar, el cambio de condiciones y de objetivos, etc. En cualquier caso, el análisis debe llegar tan lejos como sea posible. (Flores, O.:2004).

### **2.3.7. Posicionamiento de un producto turístico**

Para un producto turístico, de acuerdo con las características del sector y con las particularidades inherentes a su imagen, el concepto de posicionamiento se amplía hasta incluir no solamente el "producto turístico" en sí mismo, sino también "las políticas y prácticas" a través de las cuales se presta (la estrategia operativa); el "sistema turístico" en que se presta, el destino que lo presta y el "perceptor" (o cliente), que juega un papel importante en la prestación de los servicios turísticos.

Es por ello que la estrategia de posicionamiento es un elemento clave en la gestión de marcas turísticas (Pearce, 2000); sin estrategia de posicionamiento no existe



posibilidad de una correcta definición de la política de gestión e imagen de marca en el turismo. Pero, además, el posicionamiento hace referencia a la imagen percibida, que no tiene que corresponderse necesariamente con las características reales del producto turístico englobado bajo la marca, sino que reflejará la utilidad o beneficios percibidos.

La estrategia de posicionamiento define la opción básica de marketing en un mercado turístico determinado atendiendo a:

- a) La posibilidad de obtención de un adecuado posicionamiento de la marca turística (producto) que puede ser a su vez un criterio que determine la selección del segmento objetivo;
- b) El posicionamiento del "producto turístico" ayuda a los destinos turísticos a lograr una ventaja competitiva sostenible (Kotler et al., 1997).

Se puede definir pues el posicionamiento del producto, como el lugar que ocupa el producto turístico en la mente del consumidor atendiendo a un número de atributos fundamentales, los cuales pueden ser tangibles o intangibles (Kotler et al., 1997). El posicionamiento del producto turístico estará afectado no sólo por la acción iniciada por la empresa a que pertenece en particular, sino también por las acciones o actividades realizadas por sus competidores (Pearce, 2000).

Siguiendo la teoría de Heath y Wall (1992), la estrategia de posicionamiento de un producto debe ser desarrollada tomando en cuenta otras entidades que oferten un producto turístico similar al mismo mercado. Es decir, es el "arte" del desarrollo y comunicación de diferencias significativas entre el producto turístico ofertado, y aquellos productos competidores que sirven al mismo mercado (Kotler et al., 1997).

De hecho, una marca engloba una amplia variedad de servicios turísticos que determinan lo que el visitante considera como producto turístico (Kotler et al., 1997), en





ocasiones suele suceder que un servicio determinado sea por si solo un producto turístico. La calidad del producto turístico que condiciona la selección del destino, por lo que de este depende que el turista se desplace hacia dicho destino y haga una estancia prolongada en él. Por consiguiente, se profundizará en los aspectos relacionados con destino turístico.

### **2.3.8. La imagen de un destino turístico**

Hoy en día el turismo afecta a cada continente, país y ciudad. La economía está influida, tanto por las personas que viajan a otras partes (gastos de importación en otros lugares) como por las exportaciones de servicios turísticos (consumos realizados por los turistas en los sitios que visitan). Los destinos turísticos deben decidir qué mercados emisores son los más importantes, y cuáles desean captar, pues a pesar de que en la actualidad el turismo es el sector de crecimiento más rápido, como cualquier industria depende de los ciclos, las modas, la intensa competencia y el entorno en general (Kotler et al.,1997).

Es por ello que primeramente se establecerá lo que se entiende por destino turístico, para luego centrar la atención en los aspectos conceptuales más importantes sobre la imagen de los mismos.

### **2.3.9. Definición de destino turístico**

Cuando se hacía referencia a los componentes del producto turístico, se menciona que la mayor parte de los mismos hacen referencia a: atracciones, facilidades (servicios e instalaciones), los habitantes del destino, infraestructura y superestructura, distinguiendo estos a los destinos, por lo que este se revela como el núcleo principal del sistema turístico. Son los destinos y su imagen los que atraen a los turistas, motivan la visita y ponen en marcha todo el sistema, y por supuesto, son el punto de consumo de las múltiples actividades que comprende la experiencia turística: la que se vive en el destino.



De hecho, los turistas viajan a destinos turísticos. Se considera pues como destino turístico, tomando en cuenta las aportaciones de Valls, (1992), Kotler et al., (1997) y Coltman (1989b), a todo elemento geográfico sea o no, división administrativa, capaz de ser identificado con alguna denominación de cualquier tipo, es decir, sitios con alguna forma de límite real o percibido que atraen a visitantes no locales (turistas).



## CAPITULO III

### MATERIALES Y MÉTODOS

#### 3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

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

##### 3.1.1. 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 emplearon los siguientes métodos generales de investigación: método deductivo a inductivo, método analítico, sintético y el método estadístico.

#### 3.2. UNIDADES DE ANÁLISIS

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

- Pobladores de la ciudad de Puno



### 3.2.1. Población y Muestra

#### Tamaño de la muestra

Se aplicará muestreo aleatorio simple a la población de la ciudad de Puno que según el censo del año 2017 es de 128,637 habitantes de acuerdo al INEI para conocer la percepción sobre los beneficios del turismo.

#### Muestreo aleatorio simple

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

#### 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 = 128,637

Z= 1.96 (95%)

p = 0.50

q = 0.50

E = 0.05 (5%)

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50) (128,637)}{(0.05)^2 (128,637-1) + (1.96)^2 (0.50) (0.50)}$$

n = 383.01

n = 383



### **3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS 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 usamos 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, fueron cuantificados, luego sometidos a un tratamiento estadístico con el paquete estadístico SPSS 23.0, como elemento que ofrece mayor nivel de precisión y confiabilidad cuando se trata de medir los resultados.

#### **Grados de dirección de los ítems**

Se utiliza la escala de Likert cuyos ítems tienen grados de respuestas que van de 1 a 5; Siendo “1” equivalente a “muy poco”, “2” “poco”, “3” “regularmente”, “4” “bastante”, “5” “demasiado”, la percepción de los pobladores de la ciudad de Puno sobre los beneficios del turismo.

#### **Plan de recolección de datos**

Para la recolección de datos se aplicó un cuestionario que permitió recolectar información sobre la percepción del poblador de la ciudad de Puno sobre los beneficios del turismo en la ciudad.



## Procesamiento de la información y base de datos

Una vez recopilados los datos se realizó el procesamiento de los mismos a través del procesador estadístico S.P.S.S Versión 23.0 para Windows. Para ello, se definen las variables de acuerdo a sus características y se recodifican las variables de escala ordinal y de intervalo para la elaboración de las figuras y tablas estadísticas.

La base de datos está representada en forma de una matriz rectangular  $X$ , con  $n$  filas, que son los pobladores de la ciudad de Puno o elementos de información y  $p$  columnas, tantas como variables tiene el estudio.

### Identificación de variables:

- **Variable dependiente:**

$Y$  = Factores sostenibles del desarrollo turístico

- **Variable independiente:**

$X_n$  = Percepción de los pobladores de la ciudad de Puno

Modelo estadístico:  $Y = X_1 + X_2 + X_3 + \dots + X_n$

## Operacionalización de variables:

### Variables utilizadas en la investigación

Variable Dependiente	Dimensiones	Variables Independientes Percepción de los pobladores	Indicadores
Factores sostenibles del desarrollo turístico	Económica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La actividad turística es importante en la ciudad de Puno</li> <li>• La actividad turística mejora el empleo</li> <li>• La actividad turística incrementa el ingreso de las personas en Puno</li> <li>• Los empresarios se benefician del turismo en Puno</li> <li>• La población en general se beneficia del turismo en Puno</li> <li>• El turismo aporta a la economía local</li> <li>• El turista nacional es importante</li> <li>• El turista extranjero es importante</li> <li>• El turismo promueve más inversión pública</li> <li>• El turismo promueve más inversión privada</li> <li>• Con el turismo se incrementan los precios de los productos</li> <li>• La actividad turística incrementa el valor de los terrenos</li> <li>• El turismo promueve el comercio internacional</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Demasiado</li> <li>2. Bastante</li> <li>3. Regularmente</li> <li>4. Poco</li> <li>5. Muy poco</li> </ol>
	Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El turismo mejora la educación de las personas</li> <li>• El turismo cambia los hábitos y costumbres de las personas</li> <li>• La actividad turística mejora la calidad de vida de las personas</li> <li>• El gobierno le da importancia a los lugares donde llegan turistas</li> <li>• Los turistas respetan la identidad cultural de las personas</li> <li>• El turismo incrementa la inseguridad ciudadana</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Demasiado</li> <li>2. Bastante</li> <li>3. Regularmente</li> <li>4. Poco</li> <li>5. Muy poco</li> </ol>
	Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los turistas contaminan el medio ambiente</li> <li>• El turismo aporta a la conservación del medio ambiente</li> <li>• Los turistas cuidan el medio ambiente</li> <li>• Los turistas valoran la vida de los animales domésticos y silvestres</li> <li>• Beneficio general del turismo para la ciudad de Puno</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Demasiado</li> <li>2. Bastante</li> <li>3. Regularmente</li> <li>4. Poco</li> <li>5. Muy poco</li> </ol>



## CAPITULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. LOS FACTORES SOSTENIBLES EN LO ECONÓMICO, SOCIAL Y AMBIENTAL COMO BASE DEL DESARROLLO TURÍSTICO EN EL ÁMBITO DE LA CIUDAD DE PUNO

##### 4.1.1. Importancia en el factor económico

La economía y el turismo de un país se relacionan estrechamente entre sí. Los factores económicos generales tienen efectos tanto positivos como negativos en el turismo.

Los factores de influencia positiva son:

- Crecimiento de los ingresos efectivos, con un aumento de los recursos efectivos los consumidores obtienen más dinero a su disposición, por lo que aumenta la demanda de turismo.
- Una distribución más equitativa de los ingresos, cuanto más uniforme sea la distribución de los ingresos en la sociedad, más personas podrán comprar un producto turístico.
- Estabilidad del mercado de divisas, si el tipo de cambio de las divisas es estable, la población puede comprarlas en mayor cantidad, y es más fácil planificar las vacaciones en esta situación.

Los factores que tienen un impacto negativo en el turismo son:

- Fenómenos de crisis económica.
- Aumento del desempleo, recortes salariales, etc.





- Situación inestable con la moneda, si el tipo de cambio de la divisa es alto, la población puede comprarla menos, lo que significa que un viaje turístico en el extranjero costará mucho más.

Impacto económico del turismo:

El turismo tiene un gran efecto en la economía de la región en la que se desarrolla. Se pueden distinguir tres direcciones principales del impacto del turismo en la vida de la sociedad: económica, social y humanitaria.

Como fenómeno económico, el turismo es visto desde dos lados:

- a) Como un complejo económico, cuyo desarrollo se explica más por las tendencias, los procesos y las relaciones económicas mundiales.
- b) Como el principal catalizador del crecimiento económico. De este modo, el turismo actúa como un canal de redistribución del producto interno bruto.

En el mundo actual el turismo:

- Tiene una aplicación industrial.
- Actúa como un servicio que no puede acumularse y transportarse.
- Se caracteriza por un alto nivel de eficiencia y un rápido retorno de la inversión.
- Es pionero en el desarrollo económico de los nuevos sectores.
- Constituye un medio eficaz para proteger la naturaleza y el patrimonio cultural.
- Accesible a prácticamente todos los sectores económicos y actividades humanas.
- Se sabe que los ingresos procedentes del turismo extranjero en los países desarrollados son el doble de los ingresos procedentes del comercio internacional de metales no férreos y ferrosos.



- Los ingresos procedentes del turismo se generan como resultado de los gastos de los turistas, que se definen como el monto total de los ingresos de consumo en que incurre un visitante durante su viaje y su estancia en el destino.

Los desembolsos de los turistas incluyen el pago:

- Viajes especiales.
- Paquetes de vacaciones y tours.
- Alimentos y bebidas.
- Actividades recreativas, culturales y deportivas.
- Bienes de consumo, que son parte integral de los viajes.
- Atención médica, etc.
- Los gastos de los turistas mencionados anteriormente tienen un impacto directo en la economía, es decir, la actividad económica del turismo contribuye a la creación de ingresos nacionales.

Las esferas del impacto del turismo en la economía del país y la sociedad en su conjunto son:

- **Ámbito empresarial.** La creación de una empresa turística es beneficiosa porque proporciona sus productos y servicios a los clientes, trabajadores y empleados ("salarios y otros pagos"), a los accionistas (propietarios), a los ingresos del Estado (región), a los impuestos y a las tasas.
- **Áreas de consumo e ingresos.** El turismo está creando una nueva forma de demanda de los consumidores. La demanda de los turistas de diversos bienes y servicios contribuye al desarrollo de la industria local. Gracias a ello, la producción de bienes de consumo se está desarrollando y el nivel de vida de la población va mejorando.



Gracias al turismo, los negocios locales se están desarrollando, entre otras cosas:

- Instalaciones culturales y de entretenimiento (museos, exposiciones, monumentos y conmemoraciones, espectáculos, cine), que a su vez benefician a la región y a la población local a través de los impuestos.
- Empresas de transporte (transporte público, alquiler de coches, uso de autobuses para excursiones, las líneas aéreas locales se centran en gran medida en los ingresos procedentes del turismo).
- Empresas que producen souvenirs, equipos turísticos especiales y artesanías (los productos de estas empresas en todo el mundo están orientados en gran medida a los turistas).
- El ámbito de la moneda. El turismo contribuye a la entrada de cantidades importantes de divisas. Además, la entrada de divisas no sólo se realiza en forma de pago del paquete turístico (tour), sino también en forma de cambio de dinero en las oficinas de cambio del centro turístico para el gasto diario de los turistas, el pago de servicios adicionales, etc.

#### **4.1.2. Importancia en el factor social**

El turismo puede posibilitar un desarrollo sostenible sociocultural en la región de Puno en la medida en que consigue maximizar sus impactos positivos y minimizar los negativos, los cuales son:

Deterioro del patrimonio: Daños a los recursos culturales por actos de vandalismo, tirar basura, hurto y extracción ilegal de elementos del patrimonio cultural. Un problema común en emplazamientos arqueológicos en algunos destinos turísticos, donde el personal de seguridad, cuando está mal pagado, complementa sus ingresos con la venta de artefactos a los turistas.



La pérdida de la identidad cultural: Se puede producir a consecuencia de un abandono repentino de las actividades tradicionales como la pesca, la agricultura y la ganadería, para pasar a ocupar los puestos de trabajo que genera el turismo. Esta situación afecta especialmente a las generaciones más jóvenes que se sienten más atraídas por trabajar en actividades turísticas que en las actividades agropecuarias. Sin embargo, las fiestas, tradiciones, costumbres y mentalidad locales se han formado históricamente en relación con estas actividades. Pasar de trabajar de un sector primario a otro terciario puede suponer un gran cambio, a veces traumático.

Mercantilización y estandarización de la cultura: Como consecuencia de la adaptación de productos y tradiciones a las expectativas de los turistas. El turismo puede convertir manifestaciones de culturas locales en meros productos. Distintos rituales tradicionales (religiosos, festividades.) se simplifican y se adaptan para resultar atractivos a los turistas, perdiendo su significado original. Llegan incluso a recrearse exclusivamente para el turista. También la alimentación es modificada para resultar del agrado de los visitantes, pues éstos a menudo rechazan lo que se aleja demasiado de aquello con lo que no están familiarizados.

Contaminación cultural: muchos turistas vienen de sociedades con diferentes patrones de consumo y estilos de vida de los vigentes en el destino. Además, durante las vacaciones algunos turistas se comportan de forma particularmente hedonista y gastándose grandes cantidades de dinero. A veces con comportamientos que no serían válidos en ningún país: como tirar basura en lugares inapropiados, generar ruido por las noches, explorar sin permiso lugares privados, etc. Otras se tratan de desconocimiento de los códigos culturales locales. Por ejemplo, vistiéndose de forma atrevida o besándose en público, actos que pueden resultar ofensivos en según qué culturas.



La gentrificación o "elitización": es un fenómeno no exclusivamente turístico que consiste en una transformación socioeconómica que tiene como consecuencia que la población original de un lugar es progresivamente desplazada por otra de un mayor nivel adquisitivo. En ocasiones el turismo contribuye a la subida de precios haciéndolos inasumibles por los lugareños.

### **Impactos positivos:**

Afortunadamente, cuando el turismo se desarrolla de forma apropiada también puede dar lugar a impactos sociales positivos contribuyendo a mejorar la calidad de vida, valorar la cultura y fortalecer la identidad local.

Comprensión mutua: en todo viaje existe la posibilidad de establecer relaciones con otras personas, que a su vez puede dar lugar a una mayor empatía y a un mejor entendimiento entre los pueblos. Cierta tipo de turismo puede tener una dimensión educativa que contribuya a eliminar prejuicios y a comprender mejor a los otros. Además, puede funcionar como factor de "paz" o estabilización: los turistas huyen de los lugares inestables. Al plantearse una revuelta, golpe militar, etc. el turismo sufre. El propio turismo acaba así por ser un incentivo a la hora de mantener la estabilidad del país.

Empoderamiento de la comunidad local: la llegada del turismo a una determinada región puede propiciar, de manos de políticas y planes formativos pertinentes, una reducción del desempleo y un mayor interés de la población residente por participar de las decisiones en materia de planificación del Turismo.

Revalorización de las tradiciones y mejor conservación del patrimonio: la población local puede redescubrir su historia y tradiciones en decadencia cuando turistas



venidos de lejos vienen a conocerlas. Esta revalorización es probable que aumente su interés, llevándolos a participar en medidas orientadas a su conservación.

Reducir la emigración desde zonas rurales: si una comunidad encuentra en el turismo una fuente de sustento que complemente a las ya existentes, se posibilita que los más jóvenes no se vean forzados a emigrar en busca de trabajo a otros núcleos urbanos.

### **Mejora de las infraestructuras:**

La llegada del turismo trae consigo una mejora de instalaciones, planes de reforma y ejecución de medidas que redundan en la calidad de vida local, en sectores tales como el del transporte (mejora de carreteras) o la sanidad (aumento de centros de atención sanitaria). De la misma manera, el turismo puede incentivar una mejora en la accesibilidad para personas con algún tipo de discapacidad.

#### **4.1.3. Importancia en el factor ambiental**

La información acerca de las repercusiones ambientales del turismo tiene dificultades conceptuales y metodológicas similares a aquellas relacionadas a la dimensión holística del medioambiente. La investigación sobre las repercusiones del turismo es tópicamente desigual y particularmente escasa acerca de la calidad del suelo, del aire y del agua. La mayoría de los estudios se refiere a los efectos que ejerce el turismo en un componente ambiental particular. La región de Puno carece de estudios regionales sobre su situación y faltan evaluaciones previas del impacto de los proyectos.

El turismo puede afectar las áreas naturales como las construidas y habitadas. De lo poco que se ha investigado sobre esto último se reconoce que en ocasiones el turismo genera:



Contaminación arquitectónica: a menudo se ha fracasado al querer integrar la infraestructura de sitios o de lugares turísticos con las características del ambiente natural, provocándose así "choques" entre el medioambiente construido y el propio de la zona.

Urbanización y postura: la urbanización responde a los diferentes paisajes, ya se trate de ambientes costeros (lineal), a lo largo de valles y rutas escénicas, en áreas de tierra interior. En ocasiones esto no se respeta, las áreas permanecen mucho tiempo deshabitadas, etc.

Sobrecarga de infraestructura: se manifiesta cuando la intensidad de las visitas supera la capacidad de la infraestructura prevista. Esto a su vez trae aparejado contaminación y posibles consecuencias en la salud.

Segregación de residentes locales: la separación espacial de las áreas turísticas del resto del centro turístico o en los alrededores del campo conlleva, en ocasiones, a una segregación social.

Congestionamiento de tráfico: esto ha surgido como una de las consecuencias más significativas del desarrollo de centros turísticos. El incremento del congestionamiento de tráfico, sobrecarga de tráfico. Problemáticas asociadas al acceso y número de los estacionamientos.

Es cierto que el equipamiento hotelero y los servicios de apoyo, así como las residencias privadas, son las principales fuentes de descargas residuales en muchos de los desarrollos turísticos. Detrás de esto se identifica la presencia de una sociedad que, usando los recursos del entorno como atractivo, les otorga además la categoría de receptor de sus propios desechos.



Además de los que operan y gestionan con los recursos turísticos, existe una categoría que no debe ser descuidada en una visión integral del turismo como del desarrollo de los destinos turísticos; es el turista. Entendiendo a este como aquel que visita un lugar que no es el de su residencia habitual, con la convicción de abandonarlo, y que permanece en este determinado tiempo (horas, días, semanas, etc.). Se incluye entonces a los excursionistas o visitantes.

Los individuos que integran los flujos turísticos, hoy en día en mayor medida, provienen de lugares en donde se sienten sometidos a un ritmo exigente, generado por su rutina diaria. En tales condiciones se trasladan al lugar de sus vacaciones con la intención de "dejar atrás los problemas" y dispuestos a variar sus patrones de comportamientos diarios en virtud de un "cambio de aire".

La suciedad en las orillas y la contaminación del lago reflejan que existe cierto sentido de "irresponsabilidad" hacia el entorno. La misma ineficiencia en los servicios de los destinos, o la apariencia "sucia" de algunos lugares, donde existe desorden o residuos por doquier, estimulan conductas evasivas. En definitiva, se multiplica el problema porque la anarquía exterior que perciban los turistas les resulta en una tendencia a sumarse a esta.

En la región de Puno el problema se vislumbra en las áreas protegidas. El hombre puede ser un depredador consciente o inconsciente, y provocar innumerables daños (en la fauna, flora, etc.). En ocasiones las reservas naturales se convierten en focos de problemáticas ambientales, propias de lugares que no poseen una gestión ambiental adecuada.

Algunos psicoanalistas analizan al turista como un individuo capaz de transformar su comportamiento, adaptándose a múltiples situaciones. Un ser, que producto de las



circunstancias, también desarrolla una capacidad de aprendizaje de determinados aspectos, los cuales en su vida cotidiana pasaría por alto; o por el contrario reacciona frente a determinadas situaciones que cotidianamente controla.

La evolución social y cultural conlleva innegables efectos sobre la calidad ambiental. Un papel relevante en esta evolución lo tiene el crecimiento demográfico y las necesidades que trae aparejadas. En algunos sitios, en la medida, en que la crisis ambiental va en aumento, la conciencia pública despierta y se manifiesta de diversas formas, denunciando situaciones que perjudican los productos turísticos, o productos turísticos que perjudican los destinos.

#### 4.1.4. Evaluación de la percepción del poblador sobre los beneficios del turismo en base a los factores del desarrollo turístico de la ciudad de puno

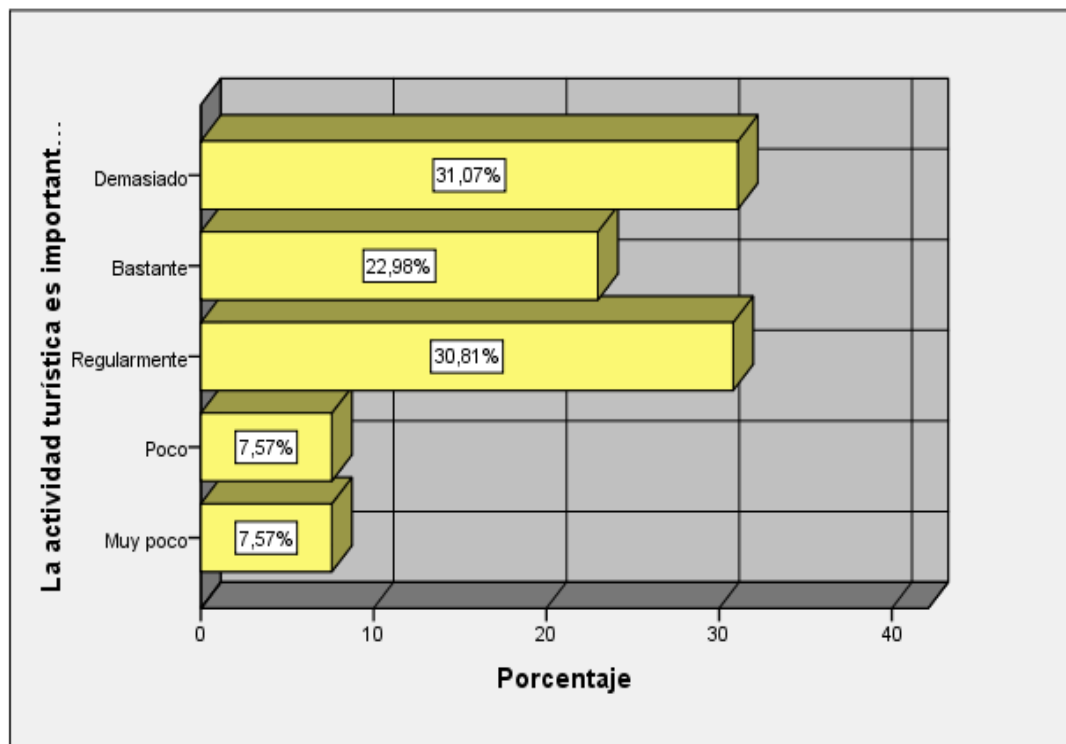


Figura 1. La actividad turística es importante en la ciudad de Puno

Fuente: Elaboración propia

Como resultado de las respuestas de los pobladores de la ciudad Puno al cuestionario se tiene que el 31, 07% considera que la actividad turística en la ciudad de Puno es demasiado importante, para el 30, 81% es regularmente importante, ello en razón de que desconocen los efectos positivos del turismo, por lo que es importante promover la cultura turística en los pobladores de la ciudad de Puno para afirmar la importancia del turismo en lo económico, social y ambiental y así tener buenos anfitriones para los visitantes y desarrollar el turismo de manera sostenible en la ciudad.

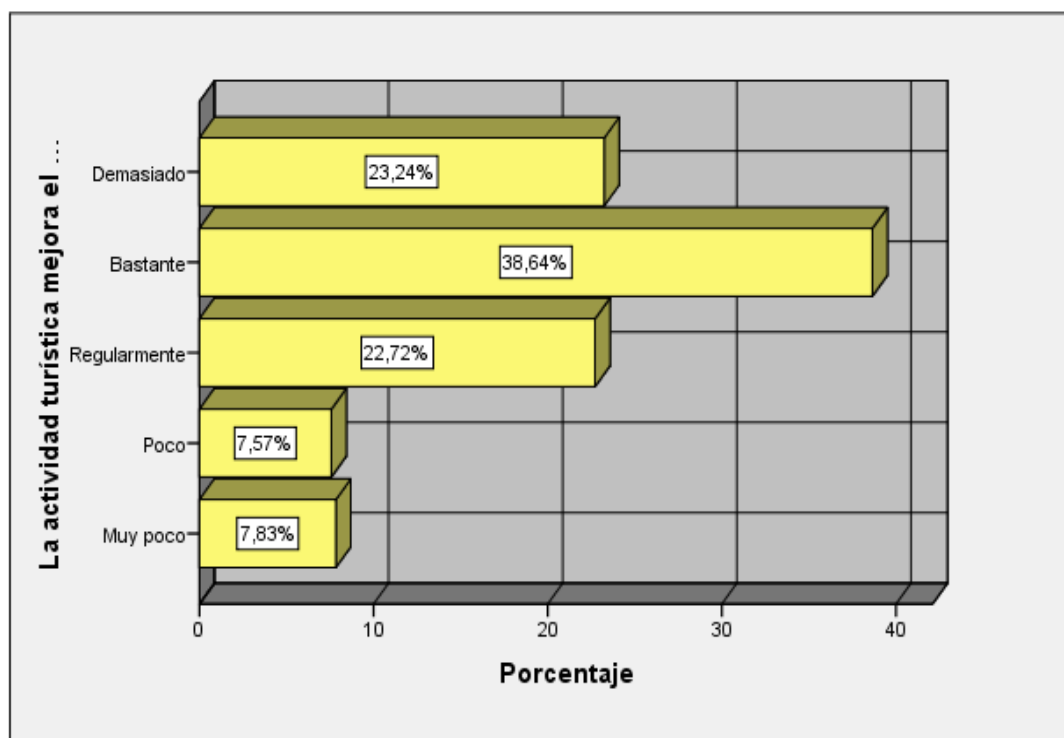
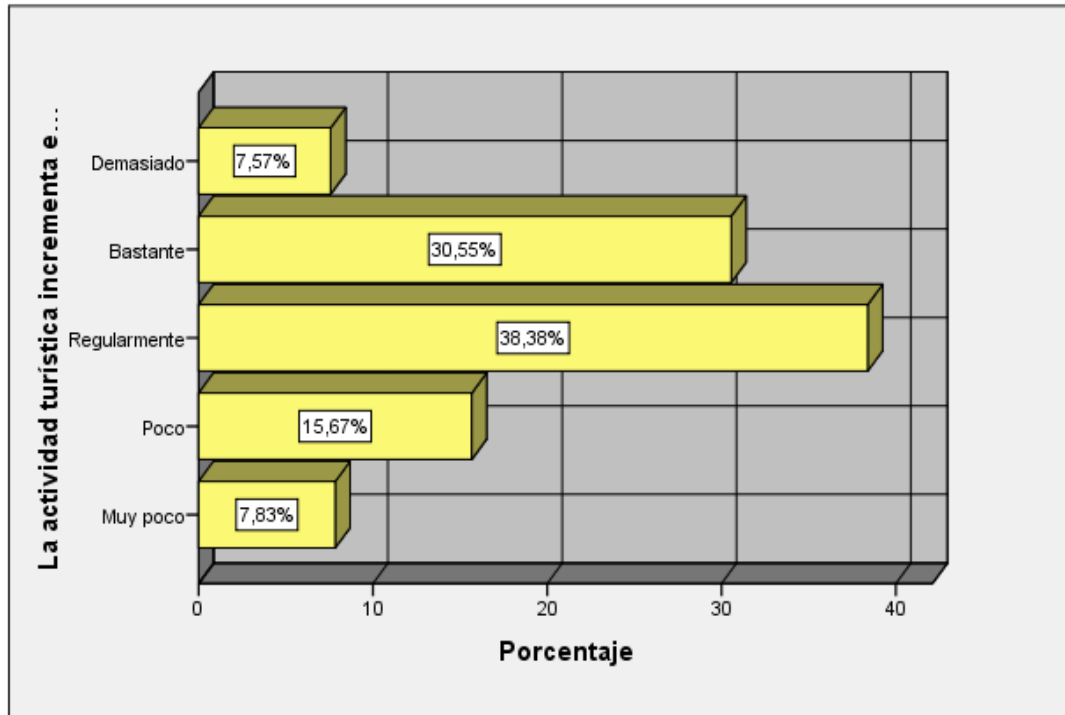


Figura 2. La actividad turística mejora el empleo

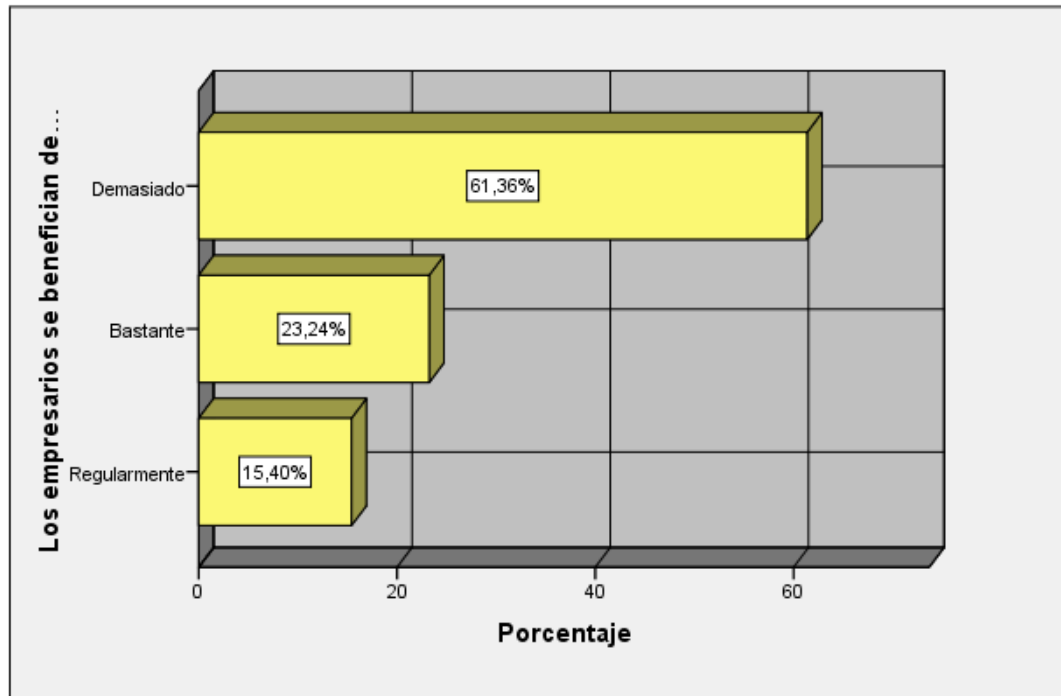
Fuente: Elaboración propia

En la figura 2 observamos como resultado que un 38,64% indica que la actividad turística mejora el empleo, dando como resultado más puestos de trabajos y beneficios para la población, el 23,24% indica demasiado porque proporciona oportunidades de empleo, tanto para el personal calificado como no calificado, ya que es una industria que requiere mucha mano de obra.



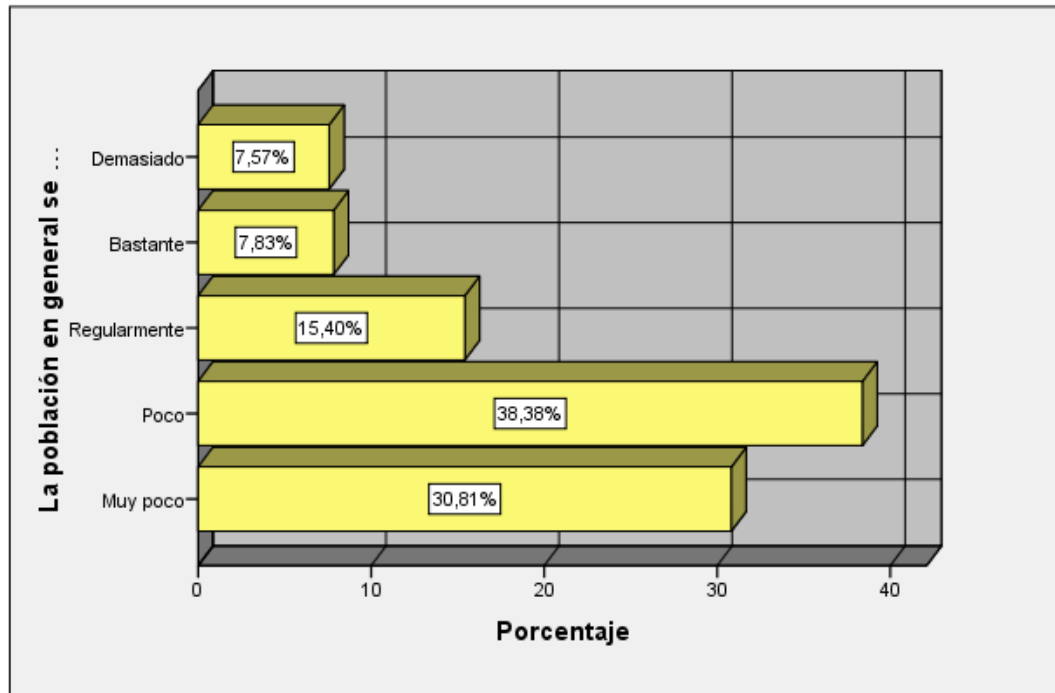
*Figura 3.* La actividad turística incrementa el ingreso de las personas en Puno  
Fuente: Elaboración propia

En la figura 3 se tiene como resultado que un 38,38% indica que incrementa regularmente el ingreso económico de las personas en Puno, el 30,55% respondió bastante, cabe resaltar que el turismo está creando una nueva forma de demanda de los consumidores. La demanda de los turistas de diversos bienes y servicios contribuye al desarrollo de la industria local. Gracias a ello, la producción de bienes de consumo se está desarrollando y el nivel de vida de la población va mejorando, y un 15,67% regularmente, por lo que no tienen conocimiento sobre la importancia del turismo en la ciudad de Puno.



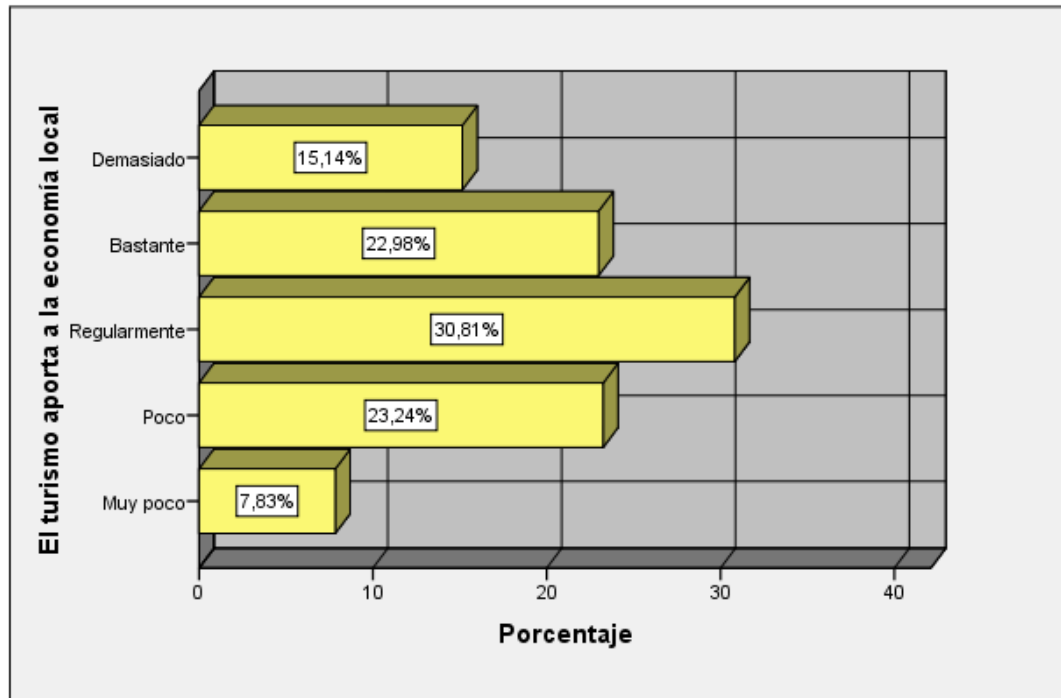
*Figura 4.* Los empresarios se benefician del turismo en Puno  
Fuente: Elaboración propia

Ante la interrogante número 4 indican que un 61,36% de empresarios se benefician del turismo como principal ingreso económico de sus inversiones, un 23,24% indica bastante, por lo que la actividad turística no solo beneficia al empresario sino que incluye a la comunidad para que genere beneficios para todos, además de su contribución en la protección del patrimonio ambiental y cultural, los ingresos provenientes del turismo permiten el mejoramiento y el mantenimiento de la calidad de vida de la población local y un 15,40% dan a conocer que regularmente por lo que desconocen los beneficios.



*Figura 5.* La población en general se beneficia del turismo en Puno  
Fuente: Elaboración propia

Como resultado de las respuestas de los pobladores a la pregunta si la población en general se beneficia del turismo se tiene que un 38,38% indica poco, ello en razón de que desconocen los beneficios del turismo, un 30,81% considera muy poco por cual los pobladores aducen de que la actividad turística debe incluir a la población para que genere beneficios para todos, además de su contribución en la protección del patrimonio ambiental y cultural, y un 7,57% menciona que el turismo beneficia demasiado a la población, indicando que los ingresos provenientes del turismo permiten el mejoramiento y el mantenimiento de la calidad de vida de la población local.



*Figura 6.* El turismo aporta a la economía local  
Fuente: Elaboración propia

Sobre el aporte a la economía local, en la figura 6 observamos que el 30,81% de los encuestados consideran que es regularmente, el 22,98% señala que bastante pero un 7,93% muy poco, por lo que muchos de los encuestados no tienen conocimiento sobre el aporte económico del turismo sin embargo los que mencionaron que el aporte es bastante, consideran que el turismo está creando una nueva forma de demanda de los consumidores. La demanda de los turistas de diversos bienes y servicios contribuye al desarrollo de la economía local. Gracias a ello, la producción de bienes de consumo se está desarrollando y el nivel de vida de la población va mejorando.

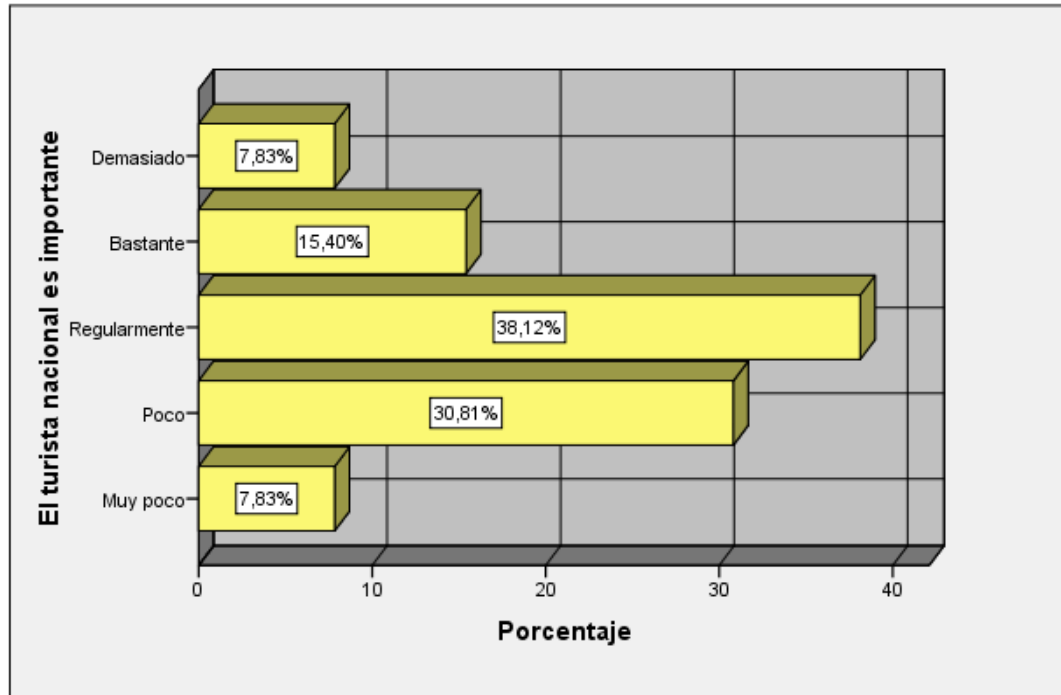


Figura 7. El turista nacional es importante

Fuente: Elaboración propia

En relación a la importancia del turista nacional, en la figura numero 7 tenemos como resultado que un 38,12% indican que regularmente es importante porque la visita de ellos es cuando hay fechas importantes, el 30,81% mencionan que poco por lo que los precios de los productos que se ofrecen a los nacionales son distintos, y un 15,40% indican que bastante ya que los turistas nacionales cubren el espacio cuando se ve la ausencia de turistas extranjeros esto sucede en los meses bajos.

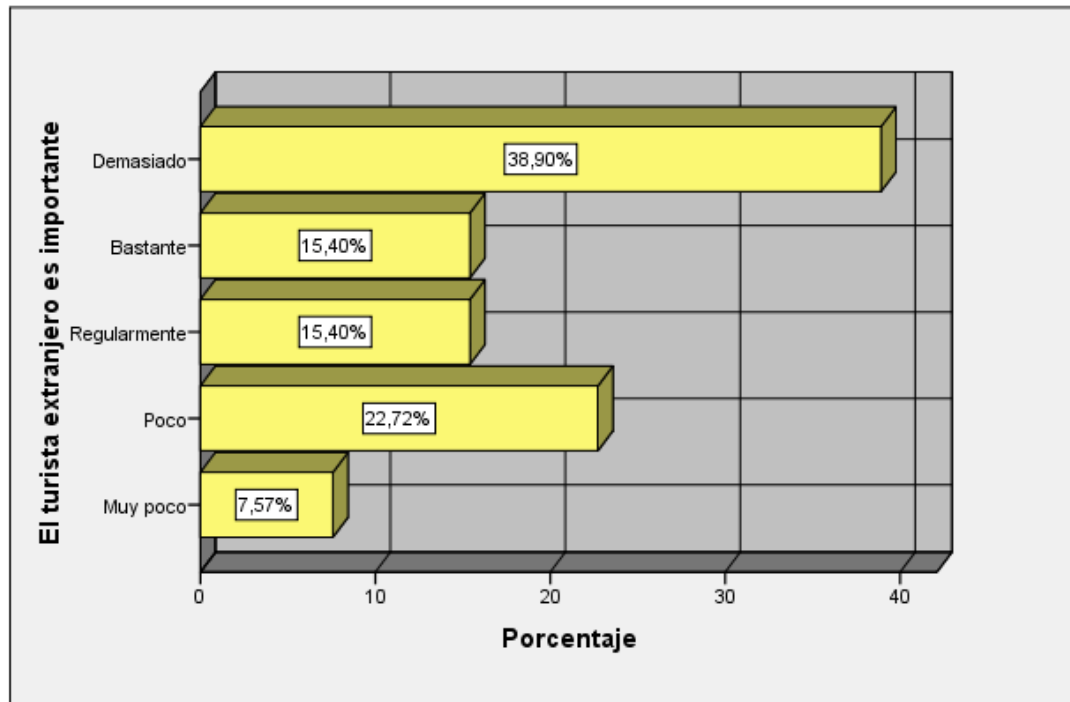


Figura 8. El turista extranjero es importante

Fuente: Elaboración propia

Sobre la importancia del turista extranjero, en la figura 8 indican que un 38,90% es demasiado importante, por lo que se ha convertido en uno de los principales factores en el comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las mayores fuentes de ingresos para muchos destinos en desarrollo. Este crecimiento va de la mano con un aumento de la diversificación y la competencia entre destinos y servicios que se ofrece al turista, un 22,72% poco ello en razón de que desconocen la importancia del turismo extranjero, y un 15,40% indican que bastante porque genera empleo local, tanto directo como indirecto, el turista integra a las comunidades locales a la actividad turística, permitiéndoles beneficiarse de su desarrollo, en beneficio de las comunidades locales.



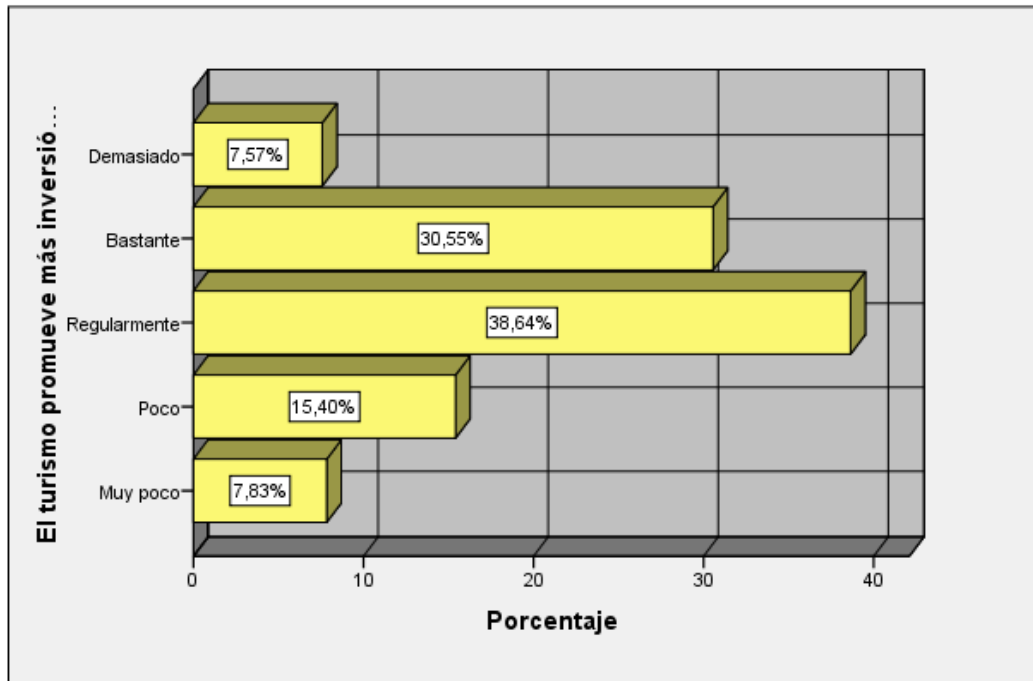


Figura 9. El turismo promueve más inversión pública

Fuente: Elaboración propia

En la figura 9, se observa que, el 38,64% de los pobladores encuestados no conocen que proyectos de inversión pública se están desarrollando en Puno es por eso que indican que la inversión pública es regularmente, adicionalmente, el 30,55% de la población encuestada coincide que la inversión pública es bastante; no obstante, el 15,40% indican que poco ya que creen que existen que hay inversión pero que no son accesibles; por otro lado, el 7,83% afirma que la Municipalidad Provincial de Puno como gobierno Local; es la responsable del poco acceso a la inversión pública. Estos resultados demuestran que la mayoría de los pobladores desconoce la existencia de proyectos de inversión pública que se desarrollan en el Departamento de Puno.

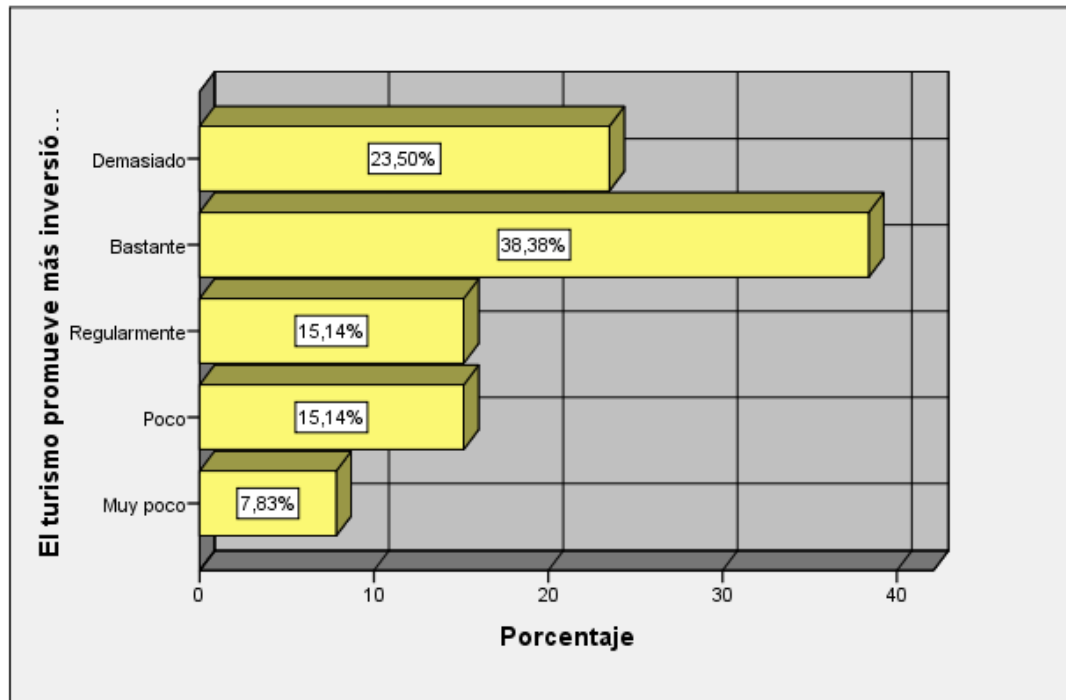
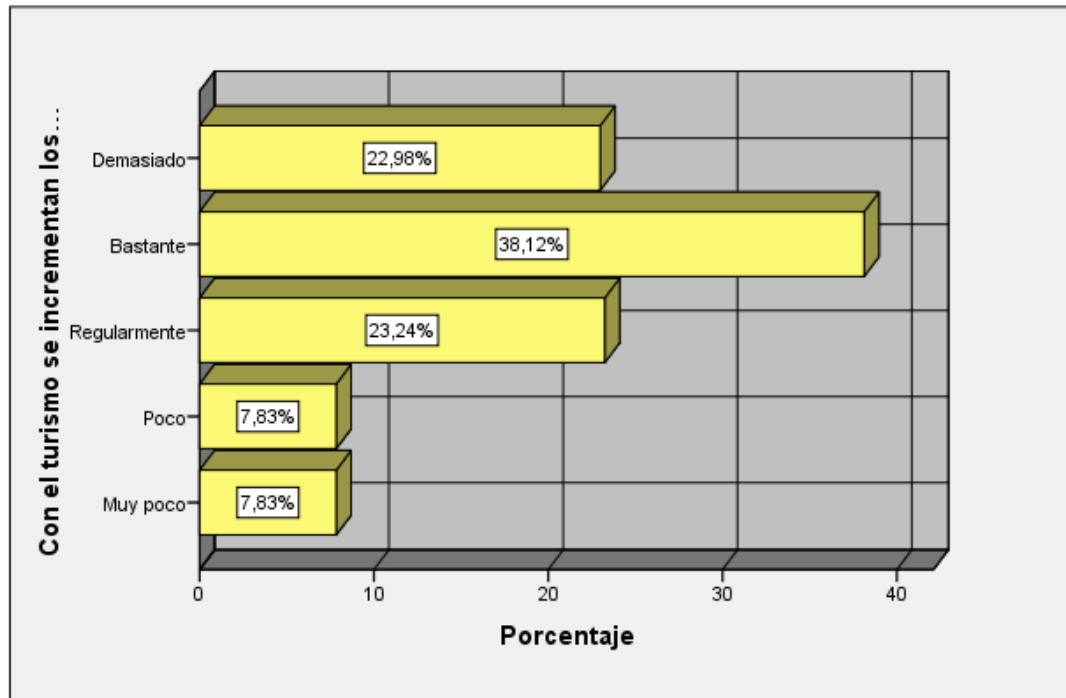


Figura 10. El turismo promueve más inversión privada

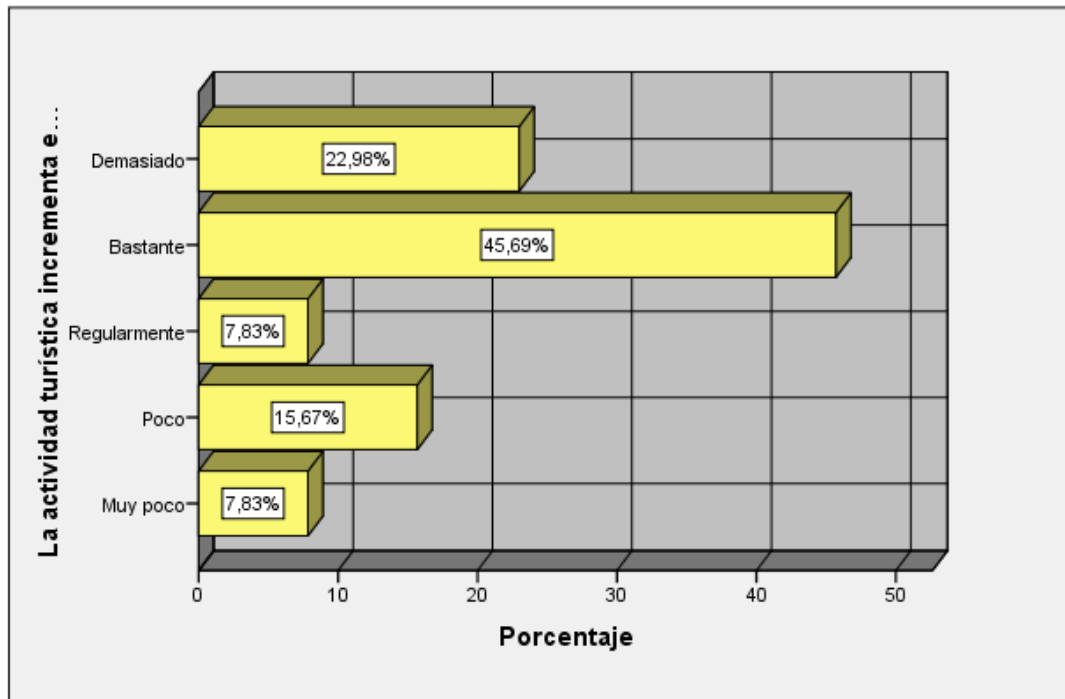
Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la figura 10 según el indicador, inversión privada; fue calificada como bastante en un 38,38% ya que los pobladores consideran que la inversión privada es determinante para el crecimiento del sector turismo, el 23,50% indican de demasiado por lo que el principal ingreso económico de la mayoría de la población, es por medio del turismo, los que están vinculados en hoteles, restaurantes y agencias de viajes y un 7,83% desconocen la importancia del turismo como fuente de ingreso económico.



*Figura 11.* Con el turismo se incrementan los precios de los productos  
Fuente: Elaboración propia

Como resultado de la figura 11, tenemos como resultado que un 38,12% indicaron que los precios se incrementan bastante debido al servicio que estos ofrecen y según la zona donde lo venden, cabe resaltar que llevar los productos hasta las islas es dificultoso es por eso que le suben un precio agregado y un 7,83% indica que muy poco, debido a que estos ofrecen productos con precios bajos es una estrategia óptima para los productos que son comunes y que están en un mercado muy competitivo. De ese modo obtienen una ventaja económica y podrán, por lo tanto, vender en mayor cantidad.



*Figura 12.* La actividad turística incrementa el valor de los terrenos  
Fuente: Elaboración propia

En la figura número 12, indica que un 45,69% es bastante, cabe mencionar que cuando ya se ofrece el servicio de turismo la población apunta en realizar una inversión efectiva y optan por tener propiedad cerca a estos lugares, el 22,98% indica que demasiado, y un 15,67% poco, la visita de los turistas trae ingresos favorables y mejora de estos, directa o indirectamente lo cual hace que estos lugares aumenten tu valor monetario.

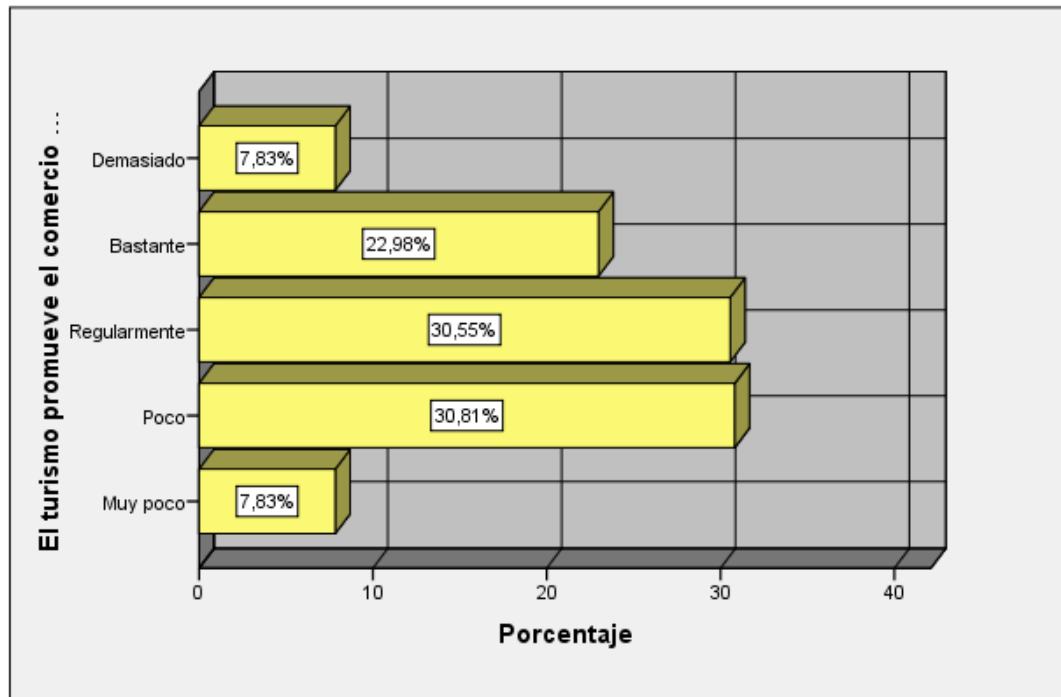
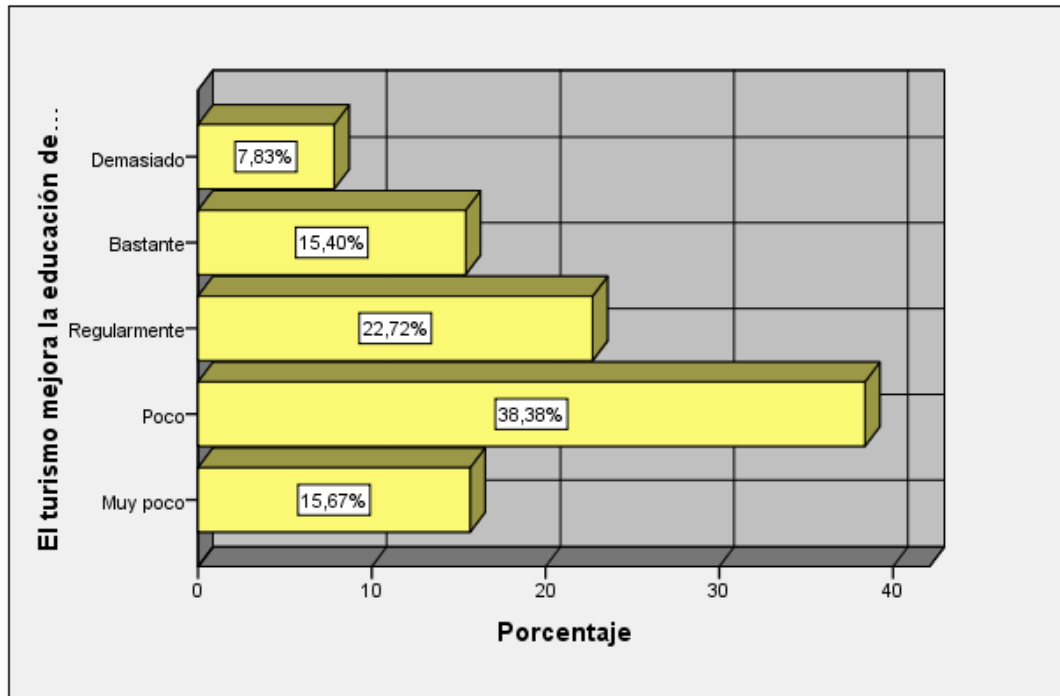


Figura 13. El turismo promueve el comercio internacional

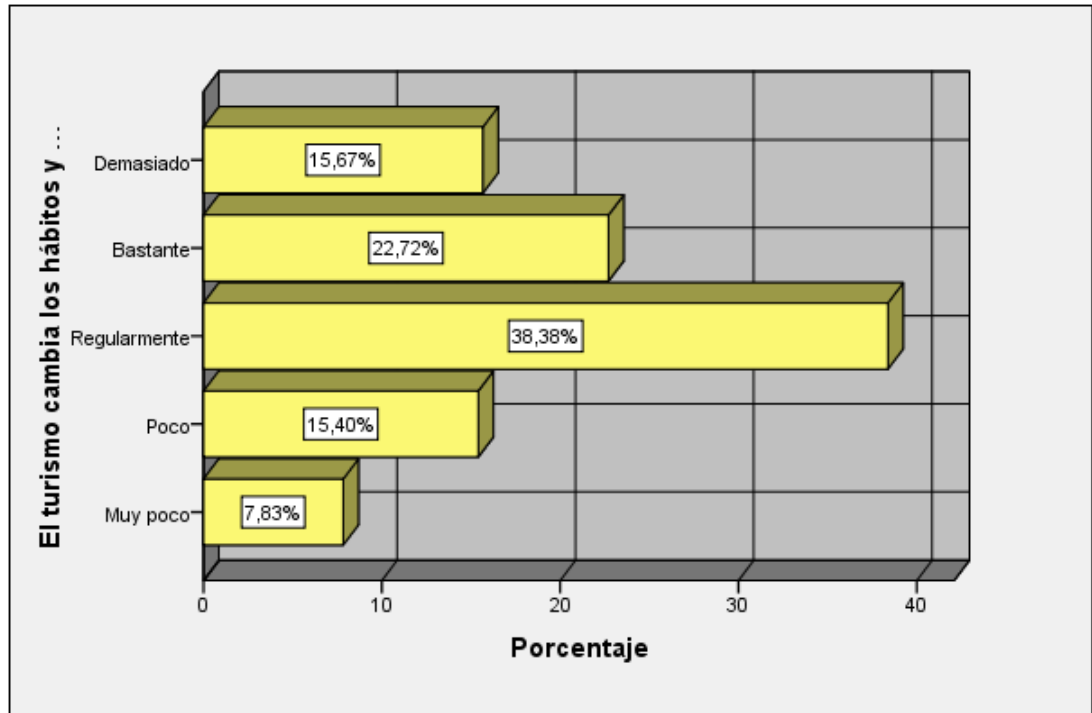
Fuente: Elaboración propia

Como resultado de las respuestas de los pobladores de la ciudad de Puno al cuestionario se tiene que el 30,81% indica que poco, ello en razón de que desconocen la importancia que promueve el comercio internacional, y un 22,98% indica bastante, por lo que el turismo internacional incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos o emisores promueve el comercio internacional ya que también somos beneficiarios con diferentes productos de exportación tales como artesanía y cerámica.



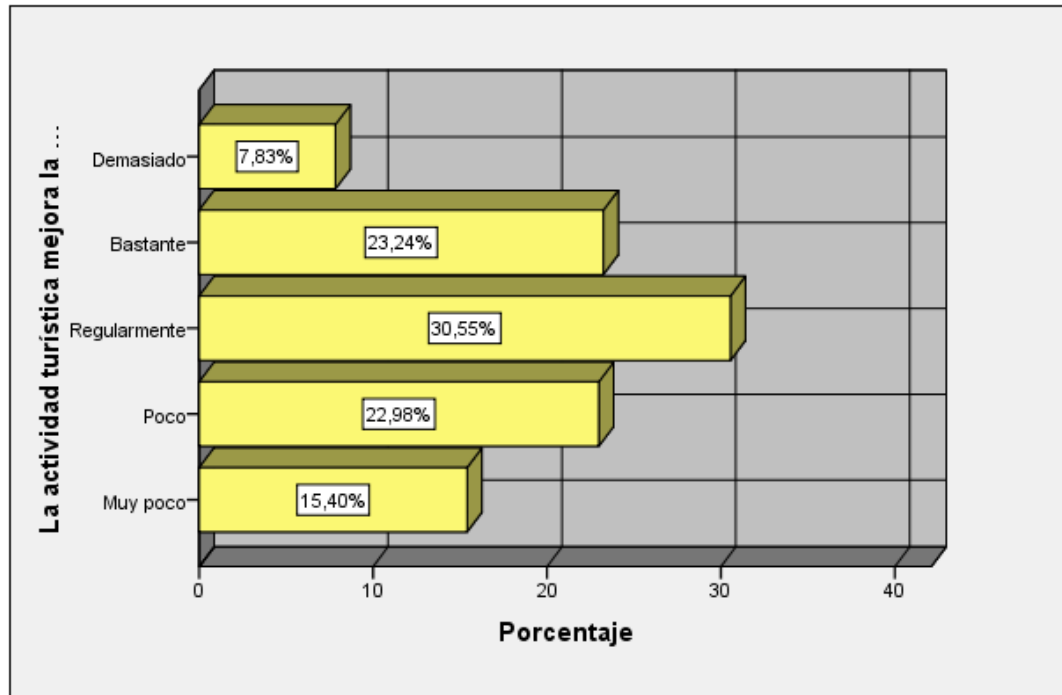
*Figura 14.* El turismo mejora la educación de las personas  
Fuente: Elaboración propia

Según la figura número 14, mencionan que un 38,38% considera que es poco, ello en razón de que desconocen los beneficios que aporta la visita de los extranjeros y nacionales, y un 15,40% nos indica de es bastante, los encuestados indican que es importante ya que un viajero aporta con nuevos idiomas, comparte sus conocimientos y da más formación sobre vivencias y experiencias, los visitantes amplían horizontes educacionales y enseñan culturas diferentes.



*Figura 15.* El turismo cambia los hábitos y costumbres de las personas  
Fuente: Elaboración propia

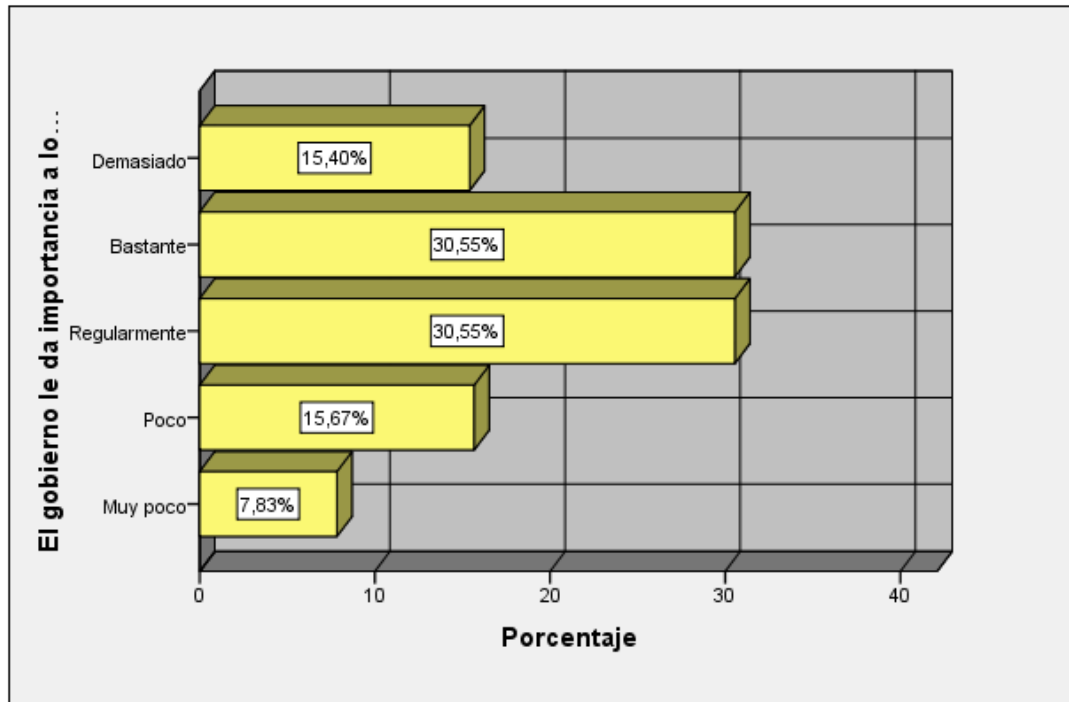
En la figura 15 observamos que un 38,38% indican que regularmente, por lo cual se tiene entidades, que a través de las capacitaciones con MINCETUR y las ONG se desarrollan talleres para fortalecer la identidad cultural y recuperación de costumbres, y un 15,40% indican que poco el valor de la cultura para el turismo, el patrimonio cultural es un elemento de identidad de los sitios y comunidades, es un atributo diferenciados como base para desarrollar actividades para los turistas.



*Figura 16.* La actividad turística mejora la calidad de vida de las personas  
Fuente: Elaboración propia

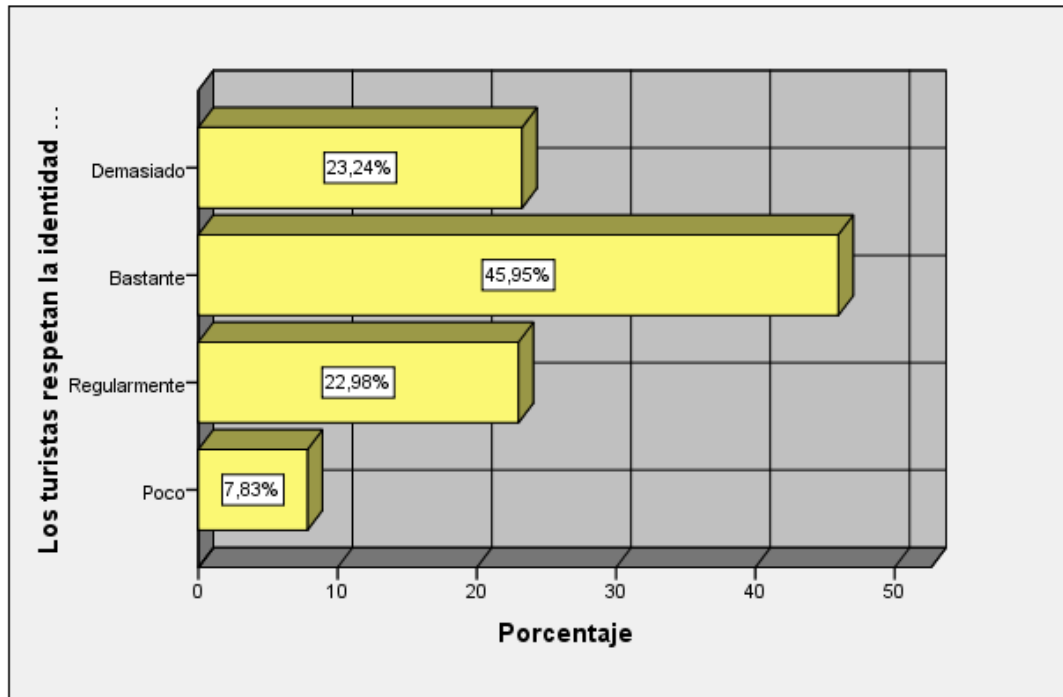
En la figura numero 16 tenemos como resultado que un 30,55% de los encuestados indican que el turismo regularmente mejora la calidad de vida, por lo que ellos no son beneficiados directamente, el turismo trae educación, mejoramiento de servicios e implementación de carreteras, el 22,55% indica poco, ello en razón de que desconocen los beneficios que trae el turismo, y un 23,24% indican bastante, el turismo es una actividad que indudablemente impacta favorablemente en la economía de la región y por ende ayuda a mejorar la calidad de vida de sus habitantes.





*Figura 17.* El gobierno le da importancia a los lugares donde llegan turistas  
Fuente: Elaboración propia

En la figura 17 nos indica que un 30,55% mencionan que bastante, ya que el gobierno realiza diferentes capacitaciones y publicidades de diferentes destinos como Taquile, Amantani y los Uros ya sea promocionando o publicando fechas festivas, por otro lado, también tienen capacitaciones sobre el manejo de alimentos y atención al turista, y un 7,83% menciona que muy poco ello en razón de que no son beneficiados y no tienen conocimiento de que labor cumple el gobierno.



*Figura 18.* Los turistas respetan la identidad cultural de las personas  
Fuente: Elaboración propia

En la figura 18 observamos que un 45,95% indica que bastante ya que el nivel educativo que tienen los turistas da apoyo sobre la conservación de la identidad cultural de cada lugar que ellos visitan, ellos respetan las creencias, costumbres, valores que tiene un lugar, y un 22,98% como regularmente la cual en muchos casos puede estar en peligro debido a la globalización del día de hoy, esto nos puede llevar a la pérdida de identidad, y valores de una sociedad.

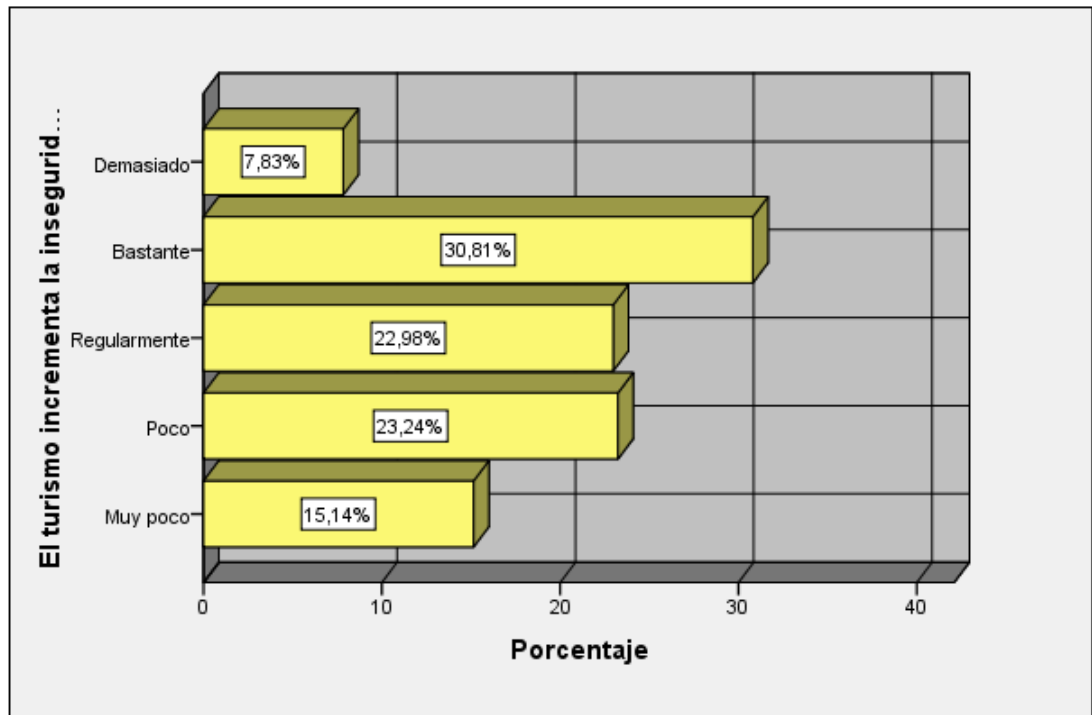


Figura 19. El turismo incrementa la inseguridad ciudadana

Fuente: Elaboración propia

En la figura 19 tenemos como resultado que un 30,81% indicaron que bastante, entre los problemas que el turismo puede generar en los destinos podemos destacar: Aumento de la delincuencia. Aumento del tráfico de drogas (que influye en la población local) Aumento de la mendicidades, este problema es controlado por la municipalidad de Puno ya que se cuenta con la comisaria del turismo, un 23,24% indicaron que poco, tenemos Taquile, Amantani y los Uros donde la inseguridad no es un problema porque son comunidades que tienen una organización articulada para poder controlar el tema de la inseguridad por su población pequeña a excepto de Puno que la hotelería es uno de los sectores más afectados por robos de pertenencias de los turistas.

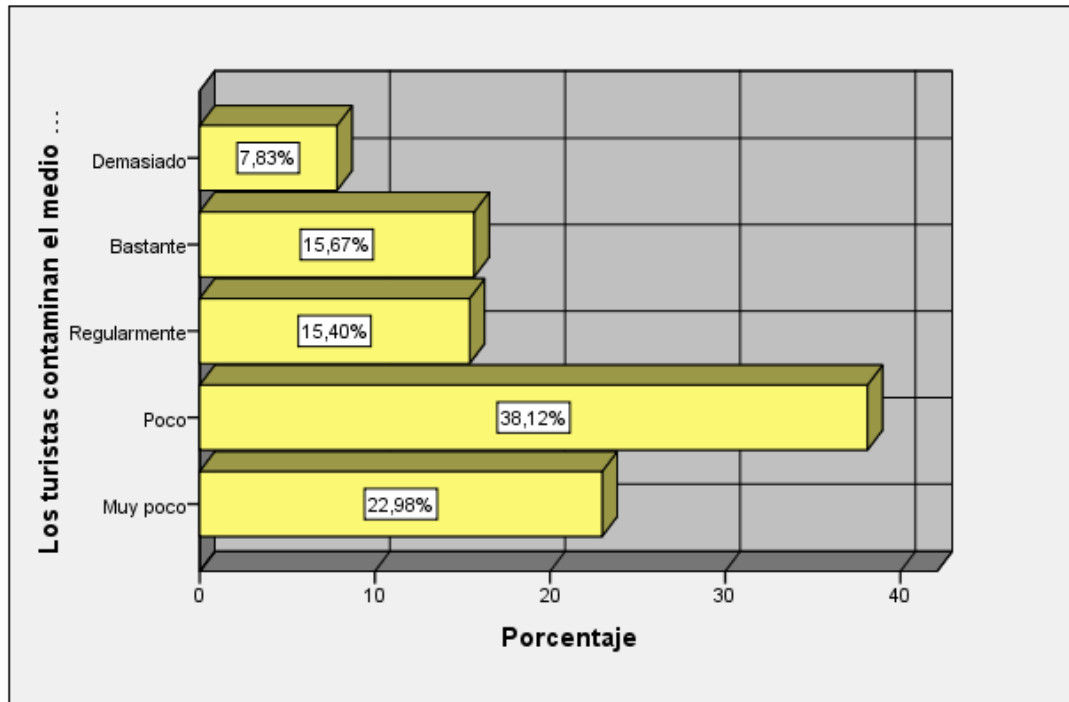
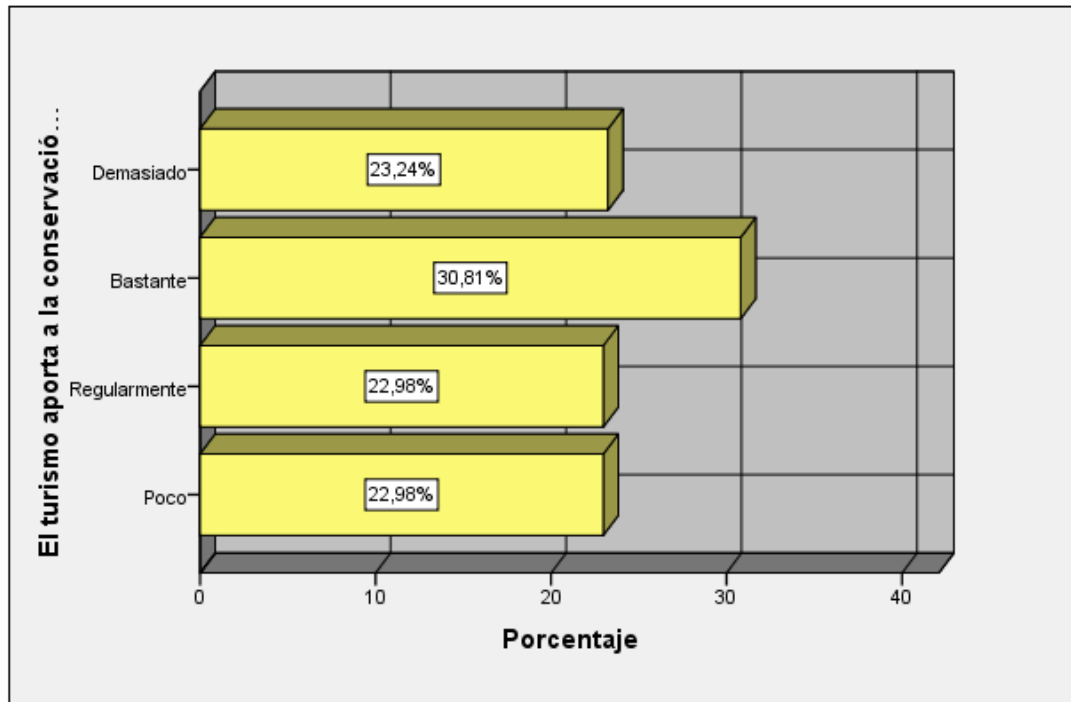


Figura 20. Los turistas contaminan el medio ambiente

Fuente: Elaboración propia

Como resultado de la respuesta de los pobladores al cuestionario indican que un 38,12% como poco, y un 22,98% como muy poco, por lo que cabe resaltar que los turistas vienen haciendo el turismo sostenible responsable dando prioridad a la conservación y los cuidados del medio ambiente, un 15,40% indicaron que regularmente, entre los efectos negativos, tan importantes como los positivos, está el incremento del consumo de suelo, agua y energía, la destrucción de paisajes al crear nuevas infraestructuras y edificios, el aumento de la producción de residuos y aguas residuales y la alteración de los ecosistemas.



*Figura 21.* El turismo aporta a la conservación del medio ambiente

Fuente: Elaboración propia

Como resultado de la figura 21 observamos que un 30,81% indica que el turismo aporta bastante a la conservación del medio ambiente por que los turistas vienen con un nivel educativo sobre la conciencia ambiental, y un 22,98% que indicaron como poco es que desconocen del perfil del turista por lo que se debe realizar actividades de conciencia turística.

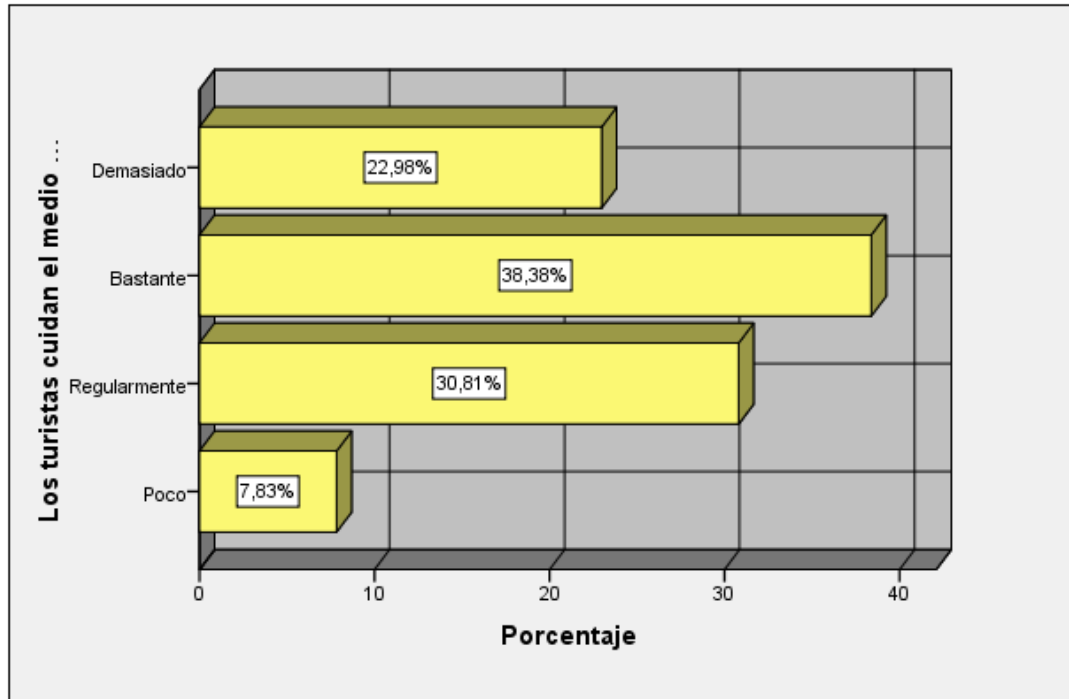
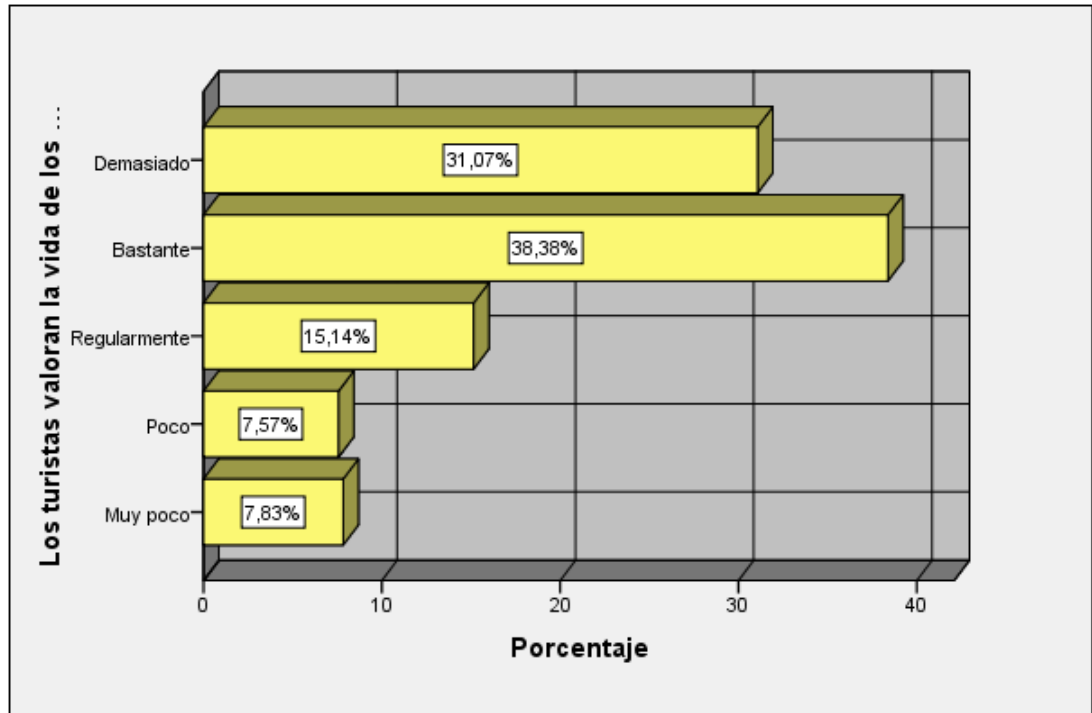


Figura 22. Los turistas cuidan el medio ambiente

Fuente: Elaboración propia

Como resultado de la figura numero 22 según los encuestados el 38,38% indica que el turista cuida bastante el medio ambiente el turismo esta importancia tiene un carácter particular, ya que los paisajes como recurso constituye la materia prima, el 30,81% nos indica que regularmente, que al tener la visita de los turistas se genera una gran cantidad de residuos como Vasos, cubiertos y platos de plástico, pajitas, botellas, bolsas, latas, por lo que efectivamente todos esos desperdicios que se producen a nuestro paso tienen altas posibilidades de terminar en el lago, y un 22,98% nos indican que demasiado, cuanto menos residuos generemos, mejor para el medio ambiente.



*Figura 23.* Los turistas valoran la vida de los animales domésticos y silvestres  
Fuente: Elaboración propia

Como resultado de las respuestas de los pobladores de la ciudad de Puno al cuestionario se tiene que un 38,38% consideran que valoran bastante la vida de los animales domésticos y silvestres debido a que ellos tienen un nivel educativo, los turistas no llegan a los lugares donde tienen animales en cautiverio o maltratados, un 15,14% indican que regularmente, en su mayoría son turistas nacionales que no tienen conocimiento e importancia que trae la preservación de los animales domésticos y silvestres.

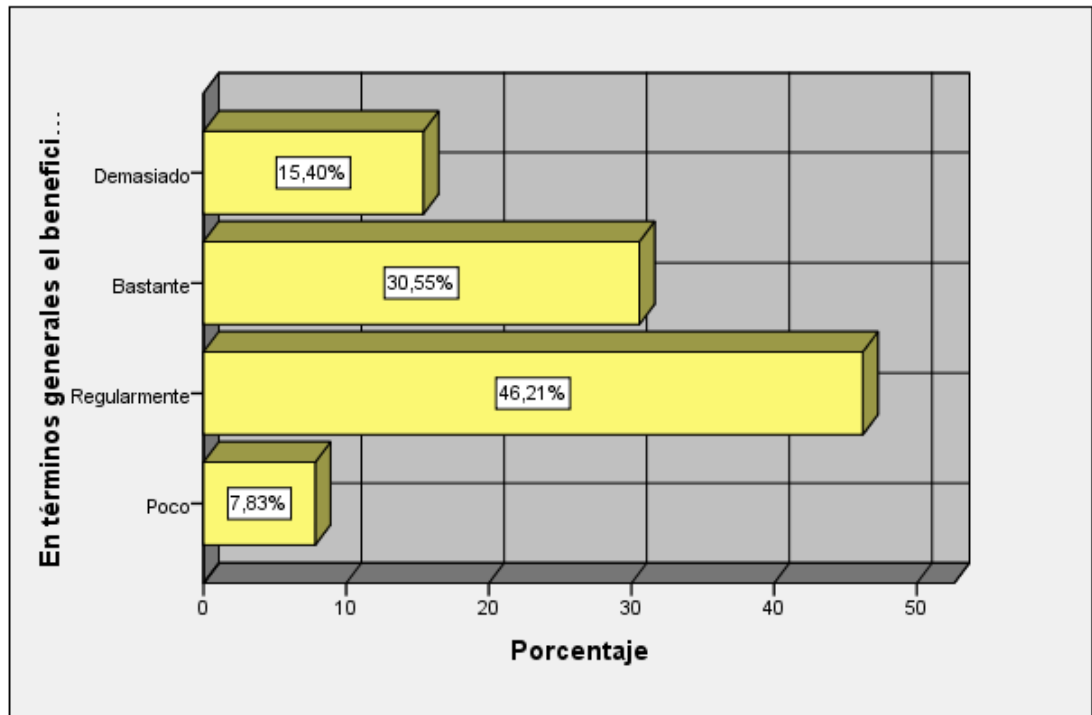


Figura 24. En términos generales el beneficio del turismo para la ciudad de Puno  
Fuente: Elaboración propia

En la figura 24 observamos que el 46,21% de los encuestados considera que es regularmente, debido a la falta de conocimiento de los beneficios que nos da el turismo a la población, por otro lado un 30,55% indican que el beneficio es bastante ya que resalta el crecimiento del producto turístico bajo el esquema de TRC, los encuestados consideran que el turismo es una industria que contribuye al crecimiento y desarrollo de la economía de las zonas beneficiadas, constituyéndose como uno de los factores trascendentales en la lucha contra la pobreza.

#### **4.1.5. Propuesta de acciones para mejorar la percepción del poblador sobre la actividad turística de la ciudad de Puno.**

##### **Realización de actividades de conciencia turística en la ciudad de Puno**

En principio, la conciencia turística se asocia a una actitud de respeto y cordialidad hacia el turista, por parte de la comunidad anfitriona. El buen trato a los visitantes es un atributo positivo de los destinos turísticos, y como tal, objeto de medición a través de





encuestas. Además de contribuir a generar una imagen positiva del destino turístico, se entiende que una buena atención es un factor importante para el deseo de volver a visitarlo o para recomendarlo. En un texto clásico sobre el tema, Jorge Guitelman habla de la cultura de la hospitalidad: “esa cultura no es otra cosa que el conjunto de manifestaciones, hábitos y prácticas de una comunidad que sabe que su identidad turística pasa por el compromiso asumido en la relación que establece con el visitante” (1997:40). Luego diferencia el trato comercial, como base de un buen servicio, del trato familiar, que implica la calidez humana como principio fundamental y es la base de su propuesta.

A partir del encuadre básico de la concientización turística como relación entre residentes y visitantes, el concepto se amplía considerando la totalidad de actores involucrados en la actividad turística y la percepción positiva de sus efectos. De esta forma, se entiende por Conciencia Turística la manifestación de aceptación y correspondencia al turismo, tanto de la población en general como de los actores y sectores directa e indirectamente involucrados, como así también la actitud de bienestar que se genera por la contribución que hace la actividad desde los aspectos económico, social, cultural y ambiental (Romero, 2008).

Una concepción más amplia de conciencia turística, tendrá en cuenta el trato hacia el turista y también el respeto y cuidado del Patrimonio, es decir, la valorización de los atractivos propios del territorio. En palabras de Carlos Bassan (2015): “cada destino turístico tiene su propia identidad e idiosincrasia, la cual es el resultado de una negociación y construcción cultural permanente en donde la concientización turística juega un papel fundamental, significando un proceso lento mediante el cual una comunidad receptora logra comprender y asimilar las características y efectos que el fenómeno turístico puede ocasionar en su territorio, generando a la vez una actitud



positiva y hospitalaria hacia los visitantes del área y un comportamiento respetuoso con respecto a su propio patrimonio y entorno”. En este sentido, la Organización Mundial del Turismo (OMT) recomienda no basar las campañas de concientización exclusivamente en los efectos positivos de la actividad, sino propiciar una información equilibrada que contemple también los posibles impactos negativos y prepare a la población local para prevenirlos (Sancho, 1998).

Un concepto asociado al de conciencia turística es el de cultura turística, desarrollado originalmente en México en la década de los años noventa, se ha difundido ampliamente, y se relaciona con los principios del desarrollo sustentable. Sin perder de vista el objetivo de atender bien al visitante, la cultura turística incluye a la población local en la administración de los recursos y la participación en el desarrollo turístico (SECTUR, 2012). Entendida como un aspecto de la cultura general, se transmite a través de la educación con la finalidad de lograr en la población residente la comprensión holística del fenómeno turístico (González Herrera, 2008).

El breve recorrido precedente permite visualizar un concepto que parte del buen trato hacia el turista, y amplía su significación incorporando a todos los actores y también aspectos menos directos como la valoración misma de la actividad turística y del Patrimonio. En todos los casos mencionados, la buena atención del visitante es la finalidad última de las campañas de concientización turística, y el conocimiento de los efectos de la actividad, tanto como el conocimiento de los atractivos naturales y culturales del destino, constituyen los medios a través de los cuales se aspira a generar una actitud favorable hacia el turista. Sin dejar de reconocer que la ampliación de este concepto supone otorgar un rol más activo a la comunidad local, haremos referencia a esta concepción como una concientización turística centrada en el visitante.



A diferencia de lo anterior, la concientización turística centrada en la comunidad local pone énfasis en la apropiación de los beneficios de la actividad turística por parte de los actores locales, siendo éste su principal objetivo. En este caso, se trata de invertir la finalidad de las acciones que promueven la conciencia turística, siendo el beneficio local el objetivo y la experiencia satisfactoria de los visitantes, el medio. Es por ello que esta concepción se asocia a las estrategias de desarrollo local, aunque antes de abordar esta cuestión, revisaremos brevemente qué se entiende por conciencia ambiental.

En base a lo anteriormente descrito se formula las siguientes acciones para contribuir a la mejora de la percepción del poblador de la ciudad de Puno respecto del turismo:

### **Realización de actividades de conciencia medioambiental en la ciudad de Puno**

Las campañas de sensibilización ambiental en la ciudad de Puno son importantes y las acciones que se desarrollan como la limpieza de la bahía interior de lago Titicaca, crea conciencia ambiental principalmente entre los que participan de ella, el cual debe ser realizado con mayor periodicidad y ser difundido permanentemente por los medios de comunicación para lograr mayor conciencia ambiental en los pobladores de la ciudad de Puno. El término “conciencia ambiental” hace referencia a procesos asociados a las acciones que intentan reducir el impacto ambiental de la acción humana. Dentro de este amplio marco de acciones, merece una mención especial el ambientalismo, movimiento o línea de pensamiento basado en la interpretación del mundo y el comportamiento de las personas. Esta forma de repensar la acción antrópica comprende una gran variedad de constructos psicológicos, donde se incluyen las creencias, valores, actitudes, intenciones, opiniones, comportamiento, que una persona posee, moldea y atesora durante su existencia, y se manifiesta en la preocupación por la protección y conservación del medio



ambiente. Por tanto, resulta un concepto multidimensional basado en cuestiones afectivas, cognitivas.

### **Acciones a ser desarrolladas para dar a conocer los beneficios del turismo**

#### **Encuesta a la población de la ciudad de Puno**

Se debe implementar una encuesta periódicamente para conocer el nivel de conocimiento y conciencia turística de los pobladores de la ciudad de Puno

#### **Taller de sensibilización para docentes de la ciudad de Puno**

Se tendrá que realizar el taller de sensibilización con docentes de la ciudad de Puno para sensibilizarlos sobre la importancia del turismo con temas de interés turístico.

#### **Pasantía con estudiantes de los institutos y universidades de la ciudad de Puno**

Se debe realizar las coordinaciones con las entidades educativas de la ciudad de Puno para la realización de pasantías y consolidar la conciencia turística.

#### **Taller para Empresarios de la ciudad de Puno**

La Dirección de Comercio Exterior y Turismo de Puno debe gestionar talleres permanentes para los empresarios de la ciudad y de otros rubros para un mejor entendimiento del turismo.

#### **Talleres y pasantías para empresarios, comerciantes y emprendedores de la ciudad de Puno**

Los emprendedores y empresarios de la ciudad de Puno, deben ser sensibilizados a través de talleres sobre la importancia del turismo que se realizarían bajo el lema “Fortaleciendo una imagen desde nuestra identidad”.

#### **Muestra fotográfica de lugares turísticos e interrelaciones con los turistas**



Esta actividad se desarrollaría en la ciudad de Puno con una convocatoria amplia a participar enviando fotos que reflejaran algún aspecto de la identidad regional.

### **Taller con estudiantes del sistema escolar de la ciudad de Puno**

La coordinación con el Ministerio de Educación para la realización de actividades que permitan crear cultura turística en los estudiantes escolares y cambiar la imagen del turismo para ser buenos anfitriones del destino turístico Puno.



## V. CONCLUSIONES

**PRIMERA.-** Los factores sostenibles del desarrollo turístico identificados fueron la importancia económica que tiene el turismo en la ciudad de Puno principalmente en el empleo por el efecto multiplicador del turismo, también en lo sociocultural en la preservación de la cultura y mejora de la educación de la población que tienen contacto con los turistas y finalmente en lo ambiental que en su mayoría son efectos positivos por la conservación de espacios naturales que son atractivos para los visitantes nacionales y extranjeros

**SEGUNDA.-** La percepción del poblador sobre los beneficios del turismo fue evaluada en base a los factores del desarrollo turístico de la ciudad de Puno los cuales dieron como resultado que la mayoría de la población desconoce la importancia económica, social y ambiental del turismo para la ciudad de Puno, el cual debe ser mejor informado a los pobladores para lograr una cultura turística que permita consolidar el destino turístico de Puno.

**TERCERA.-** En base a los resultados de los objetivos de la investigación se plantean acciones prioritarias para generar un cambio en la percepción sobre los beneficios del turismo en la ciudad de Puno que principalmente se dan en lo económico, lo social y ambiental dirigido a distintos públicos de la ciudad.



## VI. RECOMENDACIONES

**PRIMERA.-** Sobre el desconocimiento a cerca del desarrollo del turismo en la ciudad de Puno, por parte de los pobladores referente a los aspectos que más nos beneficia: en lo económico, social y ambiental, se recomienda trabajar en forma planificada y concertada con el gobierno central, gobierno regional y gobierno local de Puno, porque por según ley están obligados a impulsar el desarrollo del turismo con la inversión pública respectiva de proyectos y planes de desarrollo turístico. Asimismo, se debe manejar algunos programas para la sensibilización y la educación a la población en general, porque en el sentido social el turismo es una alternativa de desarrollo de los pueblos, por lo tanto, puede ayudar a resolver la crisis ocasionada por el Covid -19 y el desempleo.

**SEGUNDA.-** Se recomienda a la municipalidad provincial de Puno realizar campañas permanentes de sensibilización a los pobladores de la ciudad de Puno en base a la identificación de sectores sociales y grupos etarios para generar cultura turística en la ciudad de Puno, también a la Universidad Nacional de Altiplano a través de la Escuela Profesional de Turismo debe promover un programa de turismo sostenible para generar educación y cultura turística a través de los medios de comunicación de la UNA Puno.

**TERCERA.-** El gobierno Regional a través de DIRCETUR debe coordinar con las empresas para generar viajes de turismo social para los pobladores de la ciudad de Puno para el mejor entendimiento del turismo y su importancia en lo económico, social y ambiental de manera práctica.



## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aller, S. y Huamán, L. G. (2019). Impacto social generado por la actividad turística en la población del centro urbano del distrito de Ollantaytambo, región Cusco, en el periodo 2018. Tesis de pregrado. UNSAAC.  
Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.12918/4478>
- Beltrán, F. F. (2015). Reflexiones sobre los territorios de la espacialidad turística. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, núm. 65, abril-junio, pp. 175-185. Luis Gómez Encinas ed. Móstoles, España.  
Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495950261008>
- Blasco, D., Guía, J. y Prats, L. (2010). La organización turística del territorio en la frontera. *Teoría y Praxis*, núm. 8, pp. 9-23. Universidad de Quintana Roo. Cozumel, México.  
Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456145286002>
- Baños, Z. J. (2012). La sustentabilidad en el planeamiento del desarrollo turístico en ciudades patrimoniales. *Arquitectura y Urbanismo*, vol. XXXIII, núm. 2, agosto, pp. 47-56. Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría. Ciudad de La Habana, Cuba.  
Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=376834404004>
- Bustanza, C. Y. y Taype, L. M. (2019). Análisis situacional del turismo sostenible en las áreas de conservación privada (ACP) de la región Arequipa- Perú 2019. Tesis de Pre grado. UNSA.  
Recuperado de: <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/10489>
- Castillo, A., Godínez, C., Schroeder, N., Galicia, C., Pujadas, A. y Martínez, L. (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.





Interciencia, vol. 34, núm. 12, diciembre, pp. 844-850. Asociación Interciencia.  
Caracas, Venezuela.

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=33913151002>

Díaz, G. (2015). Turismo y desarrollo local. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 15, núm. 2, abril, pp. 333-340. Universidad de La Laguna. El Sauzal (Tenerife), España.

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88150355004>

Fonseca, M. A. (2009). Punta Mita en la dinámica del desarrollo turístico regional. El Periplo Sustentable, núm. 16, enero-junio, pp. 85-108. Universidad Autónoma del Estado de México. Toluca, México.

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193414421004>

García, J. S. (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>

Martínez del Vas, G. (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, pp. 439-464. Universidad de Murcia. Murcia, España.

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39853706019>

Martínez, J. D. (2016). Competencias municipales y su incidencia en el desarrollo del turismo rural comunitario en la provincia de Puno periodo 2016. UNA. Puno. Perú.

Disponible en: <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/9326>



- Medina, G. y Rosado, A. A. (2014). La planificación turística sustentable desde un enfoque sistémico. *Gestión Turística*, núm. 21, enero-junio, pp. 09-32. Universidad Austral de Chile. Valdivia, Chile.  
Disponibile en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=223353233002>
- Merinero, R. y Pulido, J. I. (2009). Desarrollo turístico y dinámica relacional. Metodología de análisis para la gestión activa de destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo*, núm. 23, enero. junio, pp. 173-193. Universidad de Murcia. Murcia, España.  
Disponibile en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39811874009>
- Monge, J. G. y Yagüe, R. M. (2015). El desarrollo turístico sostenible. *Tren Crucero del Ecuador. Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 25, núm. 1, pp. 57-72. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Buenos Aires, Argentina.  
Disponibile en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180743275004>
- Orozco, J. y Núñez, P. (2013). Las teorías del desarrollo. En el análisis del turismo sustentable. *InterSedes: Revista de las Sedes Regionales*, vol. XIV, núm. 27, pp. 144-167. Universidad de Costa Rica. Ciudad Universitaria Carlos Monge Alfaro, Costa Rica.  
Disponibile en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=66627452008>
- Quispe, H. (2016). Planificación estratégica para el fomento del desarrollo turístico sostenible cultural del distrito de Pucara. UNA. Puno. Perú.  
Disponibile en: <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/7090>
- Ruíz, J. A. y Niño, N. S. (2015). Territorio y potencial turístico en Bahías de Papanoa. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, vol. 1, pp. 427-433. Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias. Estado de México, México.  
Disponibile en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=263139243057>



Sáez, A. (2009). Los micro-clusters turísticos. ¿Una herramienta para el desarrollo turístico en zonas rurales deprimidas? *Semestre Económico*, vol. 12, núm. 24, pp. 57-68. Universidad de Medellín. Medellín, Colombia.

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=165013125003>

Salleras, L. (2011). Territorio, turismo y desarrollo sustentable en la quebrada de Humahuaca. Paisaje y naturaleza al servicio de la práctica turística. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 20, núm. 5, septiembre, pp. 1123-1143. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Buenos Aires, Argentina.

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180722704009>

Sánchez, I. G. (2015). Gestión de municipios turísticos como alternativa para el desarrollo del turismo sostenible en la Provincia de Puno. UNA. Puno. Perú.

Disponible en: <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/6314>

Tejada, P., Moreno, P. y Rodríguez, M. J. (2013). Contribución de las PYMES turísticas al desarrollo. *Revista de Economía Mundial*, núm. 35, pp. 103-119. Sociedad de Economía Mundial. Huelva, España.

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86629567005>



# ANEXOS



## Anexo 1: Cuestionario

Universidad Nacional del Altiplano  
Facultad de Ciencias Sociales  
Escuela Profesional de Turismo

### CUESTIONARIO

#### Factores sostenibles del desarrollo turístico y percepción del poblador sobre los beneficios del turismo en la ciudad de Puno

Estimado poblador de la ciudad de Puno marque según corresponda:

ITEMS	PERCEPCIONES				
	Muy poco	Poco	Regularmente	Bastante	Demasiado
<b>DIMENSIÓN ECONOMICA</b>					
La actividad turística es importante en la ciudad de Puno					
La actividad turística mejora el empleo					
La actividad turística incrementa el ingreso de las personas en Puno					
Los empresarios se benefician del turismo en Puno					
La población en general se beneficia del turismo en Puno					
El turismo aporta a la economía local					
El turista nacional es importante					
El turista extranjero es importante					
El turismo promueve más inversión pública					
El turismo promueve más inversión privada					
Con el turismo se incrementan los precios de los productos					
La actividad turística incrementa el valor de los terrenos					
El turismo promueve el comercio internacional					
<b>DIMENSIÓN SOCIAL</b>	<b>Muy poco</b>	<b>Poco</b>	<b>Regularmente</b>	<b>Bastante</b>	<b>Demasiado</b>
El turismo mejora la educación de las personas					
El turismo cambia los hábitos y costumbres de las personas					
La actividad turística mejora la calidad de vida de las personas					
El gobierno le da importancia a los lugares donde llegan turistas					
Los turistas respetan la identidad cultural de las personas					
El turismo incrementa la inseguridad ciudadana					
<b>DIMENSIÓN AMBIENTAL</b>	<b>Muy poco</b>	<b>Poco</b>	<b>Regularmente</b>	<b>Bastante</b>	<b>Demasiado</b>
Los turistas contaminan el medio ambiente					
El turismo aporta a la conservación del medio ambiente					
Los turistas cuidan el medio ambiente					
Los turistas valoran la vida de los animales domésticos y silvestres					
En términos generales el beneficio del turismo para la ciudad de Puno es:					

Gracias por su colaboración

## Anexo 2: Matriz de Consistencia

### Factores sostenibles del desarrollo turístico y percepción del poblador sobre los beneficios del turismo en la ciudad de Puno 2019

Problema general	Objetivo general	Hipótesis General	
¿Cuáles son los factores sostenibles del desarrollo turístico y la percepción del poblador sobre los beneficios del turismo en la ciudad de Puno?	Identificar los factores sostenibles del desarrollo turístico y la percepción del poblador sobre los beneficios del turismo en la ciudad de Puno	Los factores sostenibles en lo económico, social y ambiental son base del desarrollo turístico y la percepción del poblador respecto de los beneficios del turismo en cada factor es valorada como regular en la ciudad de Puno	<b>Variable dependiente:</b> Percepción del poblador sobre los beneficios del turismo en la ciudad de Puno
<ol style="list-style-type: none"> <li>¿Cuáles son los factores sostenibles en lo económico, social y ambiental como base del desarrollo turístico en el ámbito de la ciudad de Puno?</li> <li>¿Cuál es el nivel de percepción del poblador sobre los beneficios del turismo en base a los factores del desarrollo turístico de la ciudad de Puno?</li> <li>¿Qué acciones principales son las adecuadas para mejorar la percepción del poblador sobre la actividad turística de la ciudad de Puno?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Describir los factores sostenibles en lo económico, social y ambiental como base del desarrollo turístico en el ámbito de la ciudad de Puno</li> <li>Evaluar la percepción del poblador sobre los beneficios del turismo en base a los factores del desarrollo turístico de la ciudad de Puno</li> <li>Proponer acciones para mejorar la percepción del poblador sobre la actividad turística de la ciudad de Puno.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Los factores sostenibles en lo económico, social y ambiental como base del desarrollo turístico a través de su descripción son buena en el ámbito de la ciudad de Puno</li> <li>La Población evalúa como regular los beneficios del turismo en base a los factores sostenibles del desarrollo turístico de la ciudad de Puno.</li> </ol>	<b>Variable independiente:</b>  Factores sostenibles del desarrollo turístico  X1 = Económico X2 = Social X3 = Ambiental

### Anexo 3: Tabla de frecuencia

Tabla 1

La actividad turística es importante en la ciudad de Puno

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy poco	29	7,6	7,6	7,6
	Poco	29	7,6	7,6	15,1
	Regularmente	118	30,8	30,8	46,0
	Bastante	88	23,0	23,0	68,9
	Demasiado	119	31,1	31,1	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración según encuestas

Tabla 2

La actividad turística mejora el empleo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy poco	30	7,8	7,8	7,8
	Poco	29	7,6	7,6	15,4
	Regularmente	87	22,7	22,7	38,1
	Bastante	148	38,6	38,6	76,8
	Demasiado	89	23,2	23,2	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Según encuestas

Tabla 3

La actividad turística incrementa el ingreso de las personas en Puno

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy poco	30	7,8	7,8	7,8
	Poco	60	15,7	15,7	23,5
	Regularmente	147	38,4	38,4	61,9
	Bastante	117	30,5	30,5	92,4
	Demasiado	29	7,6	7,6	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado según encuestas

Tabla 4

Los empresarios se benefician del turismo en Puno

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Regularmente	59	15,4	15,4	15,4
	Bastante	89	23,2	23,2	38,6
	Demasiado	235	61,4	61,4	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Tabla 5

La población en general se beneficia del turismo en Puno

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy poco	118	30,8	30,8	30,8
	Poco	147	38,4	38,4	69,2
	Regularmente	59	15,4	15,4	84,6
	Bastante	30	7,8	7,8	92,4
	Demasiado	29	7,6	7,6	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado según encuesta

Tabla 6

El turismo aporta a la economía local

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy poco	30	7,8	7,8	7,8
	Poco	89	23,2	23,2	31,1
	Regularmente	118	30,8	30,8	61,9
	Bastante	88	23,0	23,0	84,9
	Demasiado	58	15,1	15,1	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado según encuesta





Tabla 7

El turista nacional es importante

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy poco	30	7,8	7,8	7,8
	Poco	118	30,8	30,8	38,6
	Regularmente	146	38,1	38,1	76,8
	Bastante	59	15,4	15,4	92,2
	Demasiado	30	7,8	7,8	100,0
	Total		383	100,0	100,0

Fuente: Elaborado según encuesta

Tabla 8

El turista extranjero es importante

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy poco	29	7,6	7,6	7,6
	Poco	87	22,7	22,7	30,3
	Regularmente	59	15,4	15,4	45,7
	Bastante	59	15,4	15,4	61,1
	Demasiado	149	38,9	38,9	100,0
	Total		383	100,0	100,0

Fuente: Elaboración según encuesta

Tabla 9

El turismo promueve más inversión pública

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy poco	30	7,8	7,8	7,8
	Poco	59	15,4	15,4	23,2
	Regularmente	148	38,6	38,6	61,9
	Bastante	117	30,5	30,5	92,4
	Demasiado	29	7,6	7,6	100,0
	Total		383	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10

## El turismo promueve más inversión privada

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy poco	30	7,8	7,8	7,8
	Poco	58	15,1	15,1	23,0
	Regularmente	58	15,1	15,1	38,1
	Bastante	147	38,4	38,4	76,5
	Demasiado	90	23,5	23,5	100,0
	Total		383	100,0	100,0

Fuente: Elaborado según encuesta

Tabla 11

## Con el turismo se incrementan los precios de los productos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy poco	30	7,8	7,8	7,8
	Poco	30	7,8	7,8	15,7
	Regularmente	89	23,2	23,2	38,9
	Bastante	146	38,1	38,1	77,0
	Demasiado	88	23,0	23,0	100,0
	Total		383	100,0	100,0

Fuente: Elaborado según encuesta

Tabla 12

## La actividad turística incrementa el valor de los terrenos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy poco	30	7,8	7,8	7,8
	Poco	60	15,7	15,7	23,5
	Regularmente	30	7,8	7,8	31,3
	Bastante	175	45,7	45,7	77,0
	Demasiado	88	23,0	23,0	100,0
	Total		383	100,0	100,0

Fuente: Elaborado según encuesta

Tabla 13

## El turismo promueve el comercio internacional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy poco	30	7,8	7,8	7,8
	Poco	118	30,8	30,8	38,6
	Regularmente	117	30,5	30,5	69,2
	Bastante	88	23,0	23,0	92,2
	Demasiado	30	7,8	7,8	100,0
	Total		383	100,0	100,0

Fuente: Elaborado según encuesta

Tabla 14

## El turismo mejora la educación de las personas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy poco	60	15,7	15,7	15,7
	Poco	147	38,4	38,4	54,0
	Regularmente	87	22,7	22,7	76,8
	Bastante	59	15,4	15,4	92,2
	Demasiado	30	7,8	7,8	100,0
	Total		383	100,0	100,0

Fuente: Elaborado según encuesta

Tabla 15

## El turismo cambia los hábitos y costumbres de las personas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy poco	30	7,8	7,8	7,8
	Poco	59	15,4	15,4	23,2
	Regularmente	147	38,4	38,4	61,6
	Bastante	87	22,7	22,7	84,3
	Demasiado	60	15,7	15,7	100,0
	Total		383	100,0	100,0

Fuente: Elaborado según encuesta

Tabla 16

## La actividad turística mejora la calidad de vida de las personas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy poco	59	15,4	15,4	15,4
	Poco	88	23,0	23,0	38,4
	Regularmente	117	30,5	30,5	68,9
	Bastante	89	23,2	23,2	92,2
	Demasiado	30	7,8	7,8	100,0
	Total		383	100,0	100,0

Fuente: Elaborado según encuesta

Tabla 17

## El gobierno le da importancia a los lugares donde llegan turistas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy poco	30	7,8	7,8	7,8
	Poco	60	15,7	15,7	23,5
	Regularmente	117	30,5	30,5	54,0
	Bastante	117	30,5	30,5	84,6
	Demasiado	59	15,4	15,4	100,0
	Total		383	100,0	100,0

Fuente: Elaborado según encuesta

Tabla 18

## Los turistas respetan la identidad cultural de las personas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Poco	30	7,8	7,8	7,8
	Regularmente	88	23,0	23,0	30,8
	Bastante	176	46,0	46,0	76,8
	Demasiado	89	23,2	23,2	100,0
	Total		383	100,0	100,0

Fuente: Elaborado según encuesta

Tabla 19

El turismo incrementa la inseguridad ciudadana

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy poco	58	15,1	15,1	15,1
	Poco	89	23,2	23,2	38,4
	Regularmente	88	23,0	23,0	61,4
	Bastante	118	30,8	30,8	92,2
	Demasiado	30	7,8	7,8	100,0
	Total		383	100,0	100,0

Fuente: Elaborado según encuesta

Tabla 20

Los turistas contaminan el medio ambiente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy poco	88	23,0	23,0	23,0
	Poco	146	38,1	38,1	61,1
	Regularmente	59	15,4	15,4	76,5
	Bastante	60	15,7	15,7	92,2
	Demasiado	30	7,8	7,8	100,0
	Total		383	100,0	100,0

Fuente: Elaborado según encuesta

Tabla 21

El turismo aporta a la conservación del medio ambiente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Poco	88	23,0	23,0	23,0
	Regularmente	88	23,0	23,0	46,0
	Bastante	118	30,8	30,8	76,8
	Demasiado	89	23,2	23,2	100,0
	Total		383	100,0	100,0

Fuente: Elaborado según encuesta

Tabla 22

Los turistas cuidan el medio ambiente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Poco	30	7,8	7,8	7,8
	Regularmente	118	30,8	30,8	38,6
	Bastante	147	38,4	38,4	77,0
	Demasiado	88	23,0	23,0	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado según encuesta

Tabla 23

Los turistas valoran la vida de los animales domésticos y silvestres

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy poco	30	7,8	7,8	7,8
	Poco	29	7,6	7,6	15,4
	Regularmente	58	15,1	15,1	30,5
	Bastante	147	38,4	38,4	68,9
	Demasiado	119	31,1	31,1	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado según encuesta

Tabla 24

En términos generales el beneficio del turismo para la ciudad de Puno

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Poco	30	7,8	7,8	7,8
	Regularmente	177	46,2	46,2	54,0
	Bastante	117	30,5	30,5	84,6
	Demasiado	59	15,4	15,4	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado según encuesta