



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO DE PUNO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



LOS IMPACTOS SOCIALES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA CONVENCIONAL DURANTE LA TEMPORADA ALTA EN LA CIUDAD DE PUNO 2015

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. PERCY ALEXIS ROJAS PINO

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN TURISMO

PUNO – PERÚ

2018



DEDICATORIA

Dedicado en especial para mi Adorada madre la Ingeniero Economista Margarita Pino Valdivia, por su amor dedicación y apoyo incondicional, a ella mi eterna gratitud. A mis hermanas Gilda Elena y Eliana, por su apoyo y cariño.



AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Nacional del Altiplano-Puno, por darme la oportunidad de estudiar en sus claustros universitarios.

A los Docentes de la Escuela Profesional de Turismo de la Facultad de Ciencias Sociales, quienes me supieron brindar sus enseñanzas, inculcaciones y valiosos consejos, que me guiaron a lograr mi aspiración de formarme profesionalmente.

Mi más sincero agradecimiento a la población de Puno por su preocupación, apoyo y aliento durante todo el proceso de realización de las encuestas.

Mi agradecimiento a mis Jurados Revisores de la presente investigación que han aportado muchísimo para el resultado de la presente Tesis.

Agradezco especialmente a mi Director y Asesor Lic. Jaime Huaracha Velásquez, por sus acertados aportes, orientaciones y profunda dedicación en el asesoramiento de la presente tesis de investigación hoy una realidad. Gracias por tu amistad y por todo lo aprendido.

A mis amigos por su aliento constante para la realización de la presente investigación.

A Ellos Mi Gratitude.



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE FIGURAS

ÍNDICE DE TABLAS

RESUMEN14

ABSTRACT.....15

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... 17

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA..... 18

1.2.1. Pregunta general:..... 18

1.2.2. Preguntas específicas:..... 19

1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN..... 19

1.3.1. Hipótesis general:..... 19

1.3.2. Hipótesis específicas:..... 19

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN..... 19

1.4.1. Objetivo general:..... 19

1.4.2. Objetivos específicos:..... 20

CAPITULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN..... 21



2.1.1 A nivel regional o local:	22
2.1.2. A nivel nacional:	23
2.1.3. A nivel internacional:.....	25
2.2. MARCO TEÓRICO	30
2.2.1. Modelo unidireccional de aculturación	30
2.2.2. Modelo bidimensional de aculturación.....	31
2.2.3. Biculturalismo.....	32
2.2.4. Modelo interactivo de aculturación (IAM).....	33
2.2.5. Modelo multidimensional de análisis de identidad étnica	34
2.3. MARCO CONCEPTUAL.....	35

CAPITULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL ESTUDIO.....	44
3.2. PERIODO DE DURACIÓN DEL ESTUDIO.	47
3.3. NIVEL Y TIPO DE INVESTIGACIÓN:	47
3.4. MÉTODOS GENERALES DE INVESTIGACIÓN.	47
3.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	48
3.6. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.	50
3.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.	50
3.8. UNIDAD DE ANÁLISIS:.....	53

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIONES

4.1. EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.	59
4.2. ANÁLISIS DE LA VARIABLE SOCIAL.	69



4.3.	PERCEPCIÓN DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS EN RELACIÓN A RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	71
4.3.1.	Agencias de viajes y turismo:.....	71
4.3.2.	Hoteles y hostales	72
4.3.3.	Restaurantes.....	74
4.3.4.	Artesanos.....	74
4.3.5.	Percepción general de las empresas turísticas de la ciudad de Puno.	75
4.4.	PERCEPCIÓN DE LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE PUNO CON RESPECTO A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL, POR LA ACTIVIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS POR NACIMIENTO.....	76
4.4.1.	Certificación de responsabilidad social.....	79
4.4.2.	Indicador de carga social y percepción de la población sobre la actividad turística en cuanto a seguridad.....	80
4.4.3.	Análisis de seguridad por la actividad turística en la ciudad de Puno según Policía Nacional del Perú.	82
4.5.	VARIABLE CULTURAL A PARTIR DEL LENGUAJE.	84
4.6.	RELACIONES DE AMISTAD TOLERANCIA Y DIMENSIÓN MORAL.	98
4.6.1.	Relaciones de amistad	98
4.6.2.	Dogmatismo y religión:	100
4.6.3.	Homofobia	102
4.6.4.	Patrio centrismo:	103
4.7.	MASIFICACIÓN DE LOS MEDIOS Y DIMENSIÓN AFECTIVA.	105
4.7.1.	Masificación de los Medios	105
4.7.2.	Dimensión afectiva:.....	109



4.7.3. Transformación de la cultura.....	112
4.8. FUNCIONALIDAD DEL GRUPO ÉTNICO Y DIMENSIÓN COGNITIVA.....	118
4.8.1. Dimensión cognitiva:.....	118
4.9. FUNCIONALIDAD DEL GRUPO ÉTNICO.....	120
4.9.1. Participación Festividades.....	120
4.10. PROPUESTA DE PLAN ESTRATÉGICO DE SENSIBILIZACIÓN EDUCATIVO PARA FORTALECER LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA CIUDAD DE PUNO.	121
CONCLUSIONES	139
RECOMENDACIONES	142
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	144
ANEXOS.....	150
Anexo 1. Encuesta: ACULTURACIÓN, PÉRDIDA Y TRANSFORMACIÓN DE LA CULTURA.....	151
Anexo 2. Encuesta: Complemento anexo N°1, carga social	157
Anexo 3. Encuesta: CERTIFICACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	158
Anexo 4. Encuesta: PARTICIPACIÓN DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS EN EL DESARROLLO DE PUNO.....	162
Anexo 5. Resultado prueba estadística.....	165
Anexo 6. Matriz de consistencia.....	166

Área : Ciencias Sociales

Tema : Desarrollo Turístico Regional

Fecha de Sustentación: 21 de mayo del 2018.



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Puno, Total; distribución de la población encuestada (por edades).	59
Figura 2.	Total, Nacidos en la Ciudad de Puno (origen).	60
Figura 3.	Total, personas orgullosas de pertenecer a la comunidad. (origen).....	60
Figura 4.	Total, tiempo de residencia de la población. (origen).....	61
Figura 5.	Total, tiempo de residencia de la población. (ascendencia)	62
Figura 6.	Total, población de la ciudad de Puno por ascendencia	63
Figura 7.	Población en la ciudad de Puno; según Lengua Materna.....	64
Figura 8.	Religión que profesa la población en la ciudad de Puno por nacimiento.	65
Figura 9.	Evaluación interna y externa (matriz EFI-EFE)	69
Figura 10.	Datos generales del total empresas turísticas.....	70
Figura 11.	Total, personas encuestadas en las empresas (empleados y empleadores).	70
Figura 12.	Percepción de Responsabilidad Social en la ciudad de Puno. Agencias de Viaje y Turismo.	71
Figura 13.	Percepción de Responsabilidad Social en la ciudad de Puno. Hoteles.....	72
Figura 14.	Percepción de Responsabilidad Social en la ciudad de Puno. Hostales....	73
Figura 15.	Percepción de Responsabilidad Social en la ciudad de Puno. Restaurantes.	74
Figura 16.	Percepción de Responsabilidad Social en la ciudad de Puno. Artesanos.	75
Figura 17.	Total, percepción de Responsabilidad Social en la ciudad de Puno.	75
Figura 18.	Percepción de la población sobre la actividad turística. (por origen).....	77



Figura 19. Percepción total de la población de Puno en relación a la actividad turística según ascendencia.....	78
Figura 20. Certificación de Responsabilidad Social (por rubros).	79
Figura 21. Percepción de carga social por la actividad turística	81
Figura 22. Total, actividad delincencial de la región, y ciudad de Puno.	82
Figura 23. Total, casos relacionados con la actividad turística en la región y ciudad de Puno	83
Figura 24. Total, percepción: Contribución a la conservación del Idioma por la actividad turística.	97
Figura 25. Total, población de la ciudad de Puno y sus preferencias de interacción.	98
Figura 26. Total, preferencias de concurrencia a lugares públicos según rasgos étnicos.	99
Figura 27. Total, tolerancia de la población a demostraciones religiosas foráneas.	100
Figura 28. Total, población tolerancia ante Intromisión foránea sobre la cultura religiosa de la ciudad.	101
Figura 29. Total, población; Nivel de Tolerancia ante afectos a su mismo sexo en la ciudad por Foráneos.	102
Figura 30. Total, Preferencia de presencia de Turistas por la población en la ciudad.	103
Figura 31. Nivel de tolerancia a presencia de turistas en la ciudad según su procedencia.	104
Figura 32. Total, población espectadora de programas culturales sobre la ciudad de Puno.	105



Figura 33.	Total, de medios usados por la población espectadora de programas culturales sobre la ciudad de Puno.	106
Figura 34.	Total, población percepción medio que más apoyo brinda a la cultura de la ciudad.	107
Figura 35.	Total, población que perciben apoyo a la cultura de la ciudad por parte de los medios.	108
Figura 36.	Total, población percepción de deseo de lugar de preferencia para nacer.	109
Figura 37.	Total, población Preferencia de Asistencia a Eventos Culturales.	110
Figura 38.	Total, población, Asistencia a Eventos Culturales según Género	111
Figura 39.	Total, población, Percepción de Influencia de la Actividad Turística sobre actividades culturales de la ciudad.	112
Figura 40.	Total, población, Percepción de Influencia de la Actividad Turística en la Idiosincrasia de la ciudad.	113
Figura 41.	Total, población, Percepción de Perdida de Tradiciones en la ciudad por acción de la actividad turística.	114
Figura 42.	Total, población, Percepción de Distorsión de Tradiciones en la ciudad por acción de la actividad turística.	116
Figura 43.	Total, población, Percepción de Cultura en la ciudad, Nivel de conocimiento en Danzas.	118
Figura 44.	Total, población, Percepción de Cultura en la ciudad, Nivel de conocimiento Festividades.	119
Figura 45.	Total, población, Percepción de Cultura en la ciudad, Nivel de Participación en Festividades.	120



Figura 46. Cifras proyectadas por el MINCETUR, Banco Central de Reserva del Perú, Encuesta nacional de viajes de los residentes (ENVIR, 2013)......	122
Figura 47. Propuesta de Cadena de valor del plan estratégico de sensibilización educativo para el turismo.....	134



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Distribución de la PEA por rubros	46
Tabla 2	Total, Conocimiento de Otras lenguas de la población, en la ciudad de Puno.	84
Tabla 3	Total, población, dominio escrito del idioma, por origen.	84
Tabla 4	Total, población, Dominio escrito del Idioma, por Ascendencia.....	87
Tabla 5	Total, población, Dominio Hablado del Idioma, por Nacimiento.	89
Tabla 6	Total, población, Dominio Hablado del Idioma, por Ascendencia.	91
Tabla 7	Total, población, Fin de la Instrucción del Idioma, por Nacimiento.	93
Tabla 8	Total, población, Fin de la Instrucción del Idioma, por Ascendencia.	95
Tabla 9	Total, expectativa por aprender idiomas; población de la ciudad de Puno.	96
Tabla 10	Total, población, por Género. Percepción de Perdida de Cultura en la ciudad, por acción de la actividad turística.....	115
Tabla 11	Total, población, Percepción por Género de Distorsión de Cultura en la ciudad por acción de la actividad turística.....	117
Tabla 12	Objetivos estratégicos de propuesta de plan estratégico de sensibilización educativo para el turismo.....	127
Tabla 13	Indicadores estratégicos de propuesta de Plan estratégico de sensibilización educativo para el turismo.	128





RESUMEN

El siguiente trabajo de investigación, orientado hacia el análisis del desarrollo de la actividad turística convencional, inmersa en la comunidad de la ciudad de Puno; está generando impactos sociales positivos, como impactos sociales negativos; busca la mejora de dicha actividad, que deberá aprovechar y potenciar los impactos positivos que ocasiona esta actividad; cuyo objetivo de investigación; evaluar impactos sociales generados por la actividad turística convencional, durante la temporada alta en la ciudad de Puno. Investigación de carácter descriptivo, cualitativo; comprobando hipótesis causales, utilizó como eje de análisis la parte social y cultural de la ciudad. Busca potenciar la sensibilización dirigida a la población sobre el conocimiento de los beneficios de la actividad turística, fortaleciendo la tolerancia hacia esta, sugerirá, cómo mejorar y preservar los beneficios de esta, involucrando tanto a autoridades como a centros de preparación pre profesional. Producto de la investigación se obtuvieron resultados como; las empresas turísticas no tienen mayor trascendencia en el desarrollo de la ciudad de Puno, pero si, baja responsabilidad social, para con la población, 100% de dichas empresas carece de una certificación de tipo social; en cuanto a la población hay una leve preferencia (50.66%), hacia el aprendizaje del idioma extranjero, indicándonos un buen pronóstico para la interacción con el turista extranjero. La tolerancia es aceptable hacia el turista con (88.25%), gran apego por parte de la población a eventos culturales 39.43%; la población percibe que no hay mucho riesgo de pérdida, tergiversación de la cultura a causa del turismo.

Palabras clave: Estacionalidad, impacto, sociedad, turismo.



ABSTRACT

The following research work, oriented towards the analysis of the development of conventional tourist activity, immersed in the community of the city of Puno; it is generating positive social impacts, such as negative social impacts; seeks to improve said activity, which should take advantage of and enhance the positive impacts caused by this activity; whose research objective; evaluate social impacts generated by conventional tourist activity during the high season in the city of Puno. Descriptive, qualitative research; Testing causal hypotheses, he used the social and cultural part of the city as the axis of analysis. It seeks to promote awareness aimed at the population about the knowledge of the benefits of tourist activity, strengthening tolerance towards it, it will suggest how to improve and preserve its benefits, involving both authorities and pre-professional training centers. As a result of the investigation, results were obtained such as; tourism companies do not have a major importance in the development of the city of Puno, but they do have low social responsibility towards the population, 100% of these companies lack a social type certification; Regarding the population, there is a slight preference (50.66%) towards learning a foreign language, indicating a good prognosis for interaction with foreign tourists. Tolerance is accepted towards the tourist with (88.25%), great attachment on the part of the population to cultural events 39.43%; the population perceives that there is not much risk of loss, distortion of culture due to tourism.

Keywords: Seasonality, impact, society, tourism.



CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

El turismo un sector que fortalece el desarrollo de diferentes regiones mediante el fomento de negocios, inmersos en servicios dirigidos a los visitantes; en la actualidad en el Perú se están desarrollando una serie de proyectos la mayoría de estos destinados a potenciar básicamente el desarrollo turístico, así como otras actividades que logren o colaboren en el desarrollo de esta actividad; buscando una baja repercusión y/o impactos sociales donde se desarrolla; desde hace algunos años, y como reacción a un aumento descontrolado y desordenado de la actividad turística en la región Puno, se va manifestando la imperante necesidad de conocer los impactos que dicha actividad genera en la ciudad de Puno, preocupación que abarca por conseguir un crecimiento razonable de la actividad turística, un inocuo desarrollo dentro de la ciudad; primando la preservación y fomento responsable de los atractivos, intentando que la explotación turística sea lo menos invasiva posible; el desarrollo de esta investigación transcurrió previo a la determinación de los resultados por una etapa de diagnóstico situacional de la ciudad, consistente en un análisis interno y externo del entorno de la ciudad; misma que, toma dos variables para investigar; la variable social, compuesta por dos indicadores, el de participación y el de carga social; este último evaluado a partir de la seguridad y también de la percepción de la población; y la variable de aculturación, donde se adapta dimensiones propuestas por Isajiw, (1990), para determinar la aculturación en la ciudad; producto de las conclusiones y recomendaciones, esperamos sacarle el máximo de provecho a la actividad turística, pero responsablemente potenciando sus beneficios y reduciendo los impactos a un nivel mínimo para poder subsanar errores pasados, esperando un futuro más promisorio por parte de la actividad turística.



1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

El Turismo, sector con mayor impacto y crecimiento en los siglos XX e inicios de este siglo XXI, tendencia que se va consolidando en la actualidad, cuyos beneficios se ven reflejados en las cifras como ser el 3.9% del PBI del país, convirtiéndose en uno de los “primeros en aportar divisas al país”, (Ministerio de comercio exterior y turismo, 2016); han conseguido que se convierta en una actividad fundamental y en potencial del crecimiento de muchos países, como en España, que aporta con el 5.3% de su PBI (PIB) (Instituto nacional de estadística, 2016). La estrecha asociación existente entre; turismo, patrimonio cultural y ciudad; tolera efectos positivos y negativos. La variedad de modelos de desarrollo existentes en el desarrollo de la actividad turística; el que más difusión poseen los destinos, es el llamado desarrollo turístico de masas “Turismo convencional”, cuyo principal atributo radica en su simbiosis con el modelo económico de la oferta y demanda, mediante la congestión de las urbes, sin contar con estudios que indiquen la capacidad de carga de los mismos, coincidiendo con la forma común de procesos de la mayoría de mercados industriales, disminuyendo los costes e incrementando la producción en serie, acción que primará los beneficios económicos sobre el desarrollo social de los destinos.

La ciudad de Puno es considerada como centro de operaciones del ámbito turístico de la región, un lugar multicultural por su posición estratégica, de donde se originan los principales circuitos turísticos, con destino a diferentes puntos de la región; tuvo una afluencia de 234,470 turistas aproximadamente durante el año 2015, presentando más incidencia durante la llamada temporada alta (Junio, Julio, Agosto); la influencia de dicha actividad se hace más perceptible durante dicho periodo la capacidad de carga hotelera con la que cuenta la ciudad de Puno (112 establecimientos, 2586 habitaciones, 4502 camas, y 83 agencias de viaje), soporta la presión de diferentes beneficios y problemas que puedan



desarrollarse a raíz de esta actividad. Como, por ejemplo: la pérdida de la cultura a través de la interacción de la comunidad local con turistas de diversos orígenes o también la de beneficiar una concienciación sobre las peculiaridades históricas y culturales de la comunidad.

Los impactos sociales en la ciudad de Puno podrían ser asociados más al contacto directo entre pobladores y turistas, destacando posibles cambios en las tradiciones, arte, ropa, etc., estos grandes cambios, serían más producto del desarrollo turístico que de otros tipos de desarrollo, en vista que, muchas consecuencias positivas o negativas del turismo, conllevarían a que surjan cambios en la cultura y vida diaria, Glasson, Rikki, & Chadwick, (1995), sugiere que; *“El termino impactos sociales y culturales es usado para referirse a cambios buenos y malos en la vida cotidiana de los residentes”* (Glasson, Rikki, & Chadwick, 1995), también atribuye una especie de cambio a razón de esta presión *“los impactos sociales y culturales están fuertemente interrelacionados entre sí y no solo en el área de destino. Esto incluye a los propios visitantes y también a las áreas de tránsito del destino visitado”*.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

Con la investigación pretendemos, evaluar las características de los impactos de la actividad turística convencional en la ciudad de Puno, y así plantear alternativas de solución respondiendo a las siguientes interrogantes.

1.2.1. Pregunta general:

1. ¿La actividad turística convencional en la temporada alta, está generando impactos sociales en la ciudad de Puno, que afectan a la conservación, revaloración y promoción de la cultura propia de la localidad?



1.2.2. Preguntas específicas:

1. ¿Cuáles son los impactos sociales positivos generados por la actividad turística convencional en la ciudad de Puno?
2. ¿Cuáles son los impactos sociales negativos generados por la actividad turística convencional en la ciudad de Puno?
3. ¿De qué manera se podrían potenciar los impactos Sociales que genera la actividad turística en beneficio de la ciudad de Puno?

1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.

1.3.1. Hipótesis general:

Los impactos sociales del turismo convencional en temporada alta, generan efectos que ocasiona un irreal progreso de la actividad turística, en la ciudad de Puno.

1.3.2. Hipótesis específicas:

- La actividad turística convencional en temporada alta, genera impactos sociales positivos en la ciudad de Puno.
- La actividad turística convencional en temporada alta, ocasiona impactos sociales negativos en la ciudad de Puno.
- Las estrategias viables potencian los impactos sociales generado por la actividad turística convencional en la ciudad de Puno.

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

1.4.1. Objetivo general:

Evaluar los impactos sociales generados por la actividad turística convencional durante la temporada alta en la ciudad de Puno.



1.4.2. Objetivos específicos:

- Identificar los impactos sociales positivos generados por la actividad turística convencional en la ciudad de Puno.
- Identificar los impactos sociales negativos ocasionados por la actividad turística convencional en la ciudad de Puno.
- Proponer estrategias para potenciar los impactos sociales generado por la actividad turística convencional en la ciudad de Puno.



CAPITULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.

La percepción, por obtener un modelo de desarrollo sostenible acorde con inquietudes de desarrollo científico-social a través de herramientas como, el turismo, muestran investigaciones sobre sus ocurrencias a nivel global, que a través de los años se hacen más necesarias, permaneciendo ciertos grupos precursores, preocupados por la incertidumbre de un crecimiento cualitativo de la actividad, quienes notaron la necesidad de abordar la misma desde los argumentos socio-culturales; que ha cogido impulso acorde con la concepción de responsabilidad social y los beneficios de su concepto, apoyados en el desarrollo turístico y los beneficios económicos que conllevan, como, el “factor de desarrollo regional y local”, que incitan a las organizaciones y demás, a realizar una adecuada planificación y gestión de destino, la cual deberá de estar alineada coherentemente con la explotación de los recursos sociales, culturales; asegurando obtener cierta competitividad internacional en el sector.

A causa de la evolución y posterior masificación de los medios de comunicación y transporte; y el proceso de mejora en la calidad del sector de servicios, basado en el desarrollo y potenciación de la actividad turística cuyo fin apuntaría a aumentar el desarrollo económico, dotando a este con la creación y uso de diferentes herramientas tales como declaraciones, códigos de conducta, éticos, etc. Encontramos un documento pionero en la conservación del desarrollo de los destinos como; la Declaración de Derechos y Código de Turista de Sofía, (1985); “Código ético”, redactado por “*La Asamblea general de la Organización mundial del turismo; reunida en Sofía (República Popular de Bulgaria), en 1985*”. El documento ofrece recomendaciones a los diferentes actores que participaran en el



desarrollo turístico, tales como; estados, poblaciones receptoras del turismo, profesionales en materia de turismo; así mismo, sugiere un código del turista donde, propone ciertas normas de conducta, destacando “valores como el respeto, la comprensión, tolerancia y evitar marcar diferencias o cometer abusos; cuyo fin mejoraría la interacción entre visitante y poblador” (Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo, 1985, 26 de septiembre).

Investigaciones generales:

Dichos esfuerzos fueron secundados por más herramientas, como el Código de Ética Mundial para el Turismo de Santiago de Chile, (2001), donde la “*Comisión sobre el Desarrollo Sostenible, en su séptimo período de sesiones, celebrado en abril de 1999*”, haciendo hincapié en la necesidad de normalizar y globalizar la sugerencia de una norma que provenga del máximo referente en cuanto a la administración del sector, la Organización Mundial del Turismo; resalta también una resolución adoptada por 53 países adherentes de 200, del 15 de diciembre de 1998, una proclama para el año 2002, “Año Internacional del Turismo Ecológico”; también hace mención a la reafirmación de la resolución del 30 de julio de 1998; donde, 40 países del Consejo Económico y social, buscaron el respaldo que había recibido de la O.M.T. en materia de difundir la importancia de “mejorar la comprensión entre los pueblos de todo el mundo”, resaltando el incremento sobre el “conocimiento de la riqueza del patrimonio de las diversas civilizaciones”, mostrando tolerancia, aprecio de los valores a las diversas culturas, para así poder contribuir en afianzar la paz mundial (Organización Mundial del Turismo, 2001, 21 de diciembre).

2.1.1 A nivel regional o local:

Según Mamani Orcoco, (2016); en su tesis: “*Impacto socio-económico del turismo rural comunitario de Karina-Chucuito*”; donde tiene como objetivo conocer los impactos socio-económicos que generan del turismo rural de la comunidad de



Karina-Chucuito; llega a la conclusión; que; “la riqueza cultural, que posee la comunidad representa la base, para la práctica del turismo en comunidades alto andinas, siendo un precedente positivo para el desarrollo de la comunidad” (Mamani Orcco, 2016).

2.1.2. A nivel nacional:

Comunidades e Impacto Social del Turismo. “*I Encuentro Internacional: Lamud-Luya, Región: Amazonas*”, donde se trataron tópicos como; “desarrollar las bases de una propuesta alternativa de desarrollo turístico de las comunidades frente a las políticas impuestas por el estado y el sector privado”, basado en la búsqueda del desarrollo turístico desde su propio entorno, a través de la promoción, intercambio de experiencias, sobre todo buscando la articulación, coordinación entre comunidades, con el fin de fortalecer su defensa y la de los derechos humanos como también el abordaje de sus respectivas implicaciones. (Lamud-Luya, 2004)

Según Cruz Ledesma, (2006) en su tesis de investigación: “*Turismo Alternativa de Desarrollo de los Pueblos y Regiones del Perú. Distrito de Callahuanca, Provincia de Huarochiri, Departamento de Lima*”. Parte de la premisa que; “la práctica del turismo convencional o tradicional, son aquellas que explotan los patrones culturales de la comunidad local”; la investigación tuvo como objetivos: “Identificar los recursos turísticos existentes en Callahuanca que generen desplazamiento de corriente turística de manera permanente”. Con el fin que la comunidad de Callahuanca, adquiera un desarrollo integral, con base en el desarrollo de la actividad turística sostenible; mediante el uso de una metodología, donde aplicada los conocimientos obtenidos en la comunidad; dicha investigación también posee un nivel descriptivo- explicativo; para posteriormente hacer uso de la técnica



de superposición de mapas combinada con la superposición topológica, cuya finalidad será la de nutrir con mayor información a la investigación a través de la generación de una nueva, en este caso un “mapa turístico”. La población investigada tuvo un universo de “436 *personas compuesta por los habitantes de Callahuanca comprendidos entre los 18 años a más, según el último censo del 2005*” (Cruz Ledesma, 2006). Concluye que: El, “*mal manejo de la actividad turística está trayendo una pérdida del atractivo que motiva el Turismo hacia esa zona, por diversas razones como pérdida de la identidad, costumbres, deterioro de los recursos, etc.*”; suponemos que esta condición se ve repetida en muchas localidades a lo largo del país (Cruz Ledesma, 2006).

Como Afirma Valencia Becerra, (2013), En su tesis de Investigación: “*Nuevas Relaciones, Viejas Tradiciones en San Blas Impactos Del Turismo en un Barrio Tradicional del Cuzco*”. Donde resalta; la influencia y los cambios, transformaciones sufridas en esta importante zona turística de la provincia del Cusco, “el barrio de San Blas”, por la constante influencia que recibe de la actividad turística, incidiendo directamente en el patrimonio ligado a la población y su respectiva identidad, que incluiría espacio, patrimonio vivo, además de las implicancias que tendría. Para estudiar los fenómenos que se pudieran haber generado con la actividad turística los investigadores utilizaron fuentes como: revisión de documentación; (artículos, investigaciones, fotografías, publicación de revistas libros, archivos históricos y diarios locales). Obtuvieron las siguientes conclusiones; “*los cambios más resaltantes a razón de la actividad turística en el barrio de San Blas; son más notorios en entornos como; composición familiar, estructura social, organización barrial*” (Valencia Becerra, 2013); en cuanto al espacio físico, se puede observar en; la



fisonomía el barrial, el desarrollo urbanístico, que incluiría los niveles de construcción de las casas, la invasiva frecuencia o tránsito de vehículos en este caso con predominio de aquellos denominados motorizados, constante contaminación sonora y los de segregación recojo y evacuación de desperdicios (Valencia Becerra, 2013).

2.1.3. A nivel internacional:

Según Fernández & Guzmán Ramos, (2010), en el artículo: “*Impactos Negativos del Turismo Convencional*”, artículo que contempla algunos de los impactos producidos por el turismo en los diferentes elementos del ambiente: El turismo genera también impactos sociales en los centros urbanos, como: Segregación de residentes locales: los mismos que concluyen en su separación espacial de las áreas turísticas, para posteriormente ocasionar un alejamiento del resto del centro turístico o en los alrededores del campo conlleva, pudiendo llegar a manifestarse en , una segregación social. Entendemos que este proceso en los impactos puede manifestarse de manera bilateral, tanto de dentro para afuera, como de fuera para adentro, habiendo la posibilidad de que esta segregación aumente según sea el caso de incidencia (Fernández & Guzmán Ramos, 2010).

La inserción de la actividad turística en la ciudad de Caibarién Cayos de Villa Clara, y el impulso de la oferta complementaria al desarrollo de dichas comunidades, como afirma González Herrera & Iglesias Montero, (2009) En su artículo de investigación: “*Impactos del Turismo Sobre los Procesos de Cohesión Social Caibarién, Cuba*”; estudio participativo, donde a través de políticas, acciones buscan reducir los posibles impactos que la actividad turística pueda generar, medidas con el propósito implementar la cohesión social en Cuba; siendo identificados como



principales impactos percibidos por la comunidad aquellos relacionados o enmarcados en lo económico social y ambiental “*el empleo e ingreso, desarrollo de infraestructura y cuidado del ambiente*”. También describe que la incidencia de dichos impactos refleja una mutación en la conducta del poblador, la segregación por motivos económicos y el paulatino cambio en los valores sociales, la movilización masiva del personal, muchas veces de baja cualificación de otros sectores hacia el turismo (González Herrera & Iglesias Montero, 2009).

Según Medina, (2011) “*Los Efectos Socio-Culturales del Turismo; perteneciente a la “Revista Tur y Des”*”. Artículo que hace notar de forma específica a general los impactos generados por la actividad turística en los diferentes estratos de la sociedad en que se manifiesta, resaltando su cambio en sus hábitos, manifiesta también que, estos no son exclusividad de incidencia individual o familiar; resalta impactos negativos como; “*la delincuencia, xenofobia, cambios urbanísticos, contaminación y alteración de la demografía del sector*”; finalizando con destacar el trabajo a nivel gubernamental notado por el programa de la ONU, (PNUMA) que, ungió al municipio de Guayaquil en el año 2003, con un reconocimiento como “*una experiencia ejemplar en gobernabilidad y desarrollo humano a nivel local*”, siendo una interesante sugerencia de modelo para las demás ciudades de América del Sur (Medina, 2011).

Una interesante investigación que debería ser tomada en cuenta para futuras investigaciones fue presentada por Castro Álvarez, (2009) en su tesis de investigación: “*Estructuras Regionales Emergentes y Desarrollo Turístico Sustentable: La Región Costa Sur de Nayarit, México*”. Investigación dividida en tres fases; la primera, consistió en la revisión de elementos teóricos; la segunda parte



consiste, en la exploración de los argumentos basados en “la aplicación de políticas públicas provenientes de modelos de desarrollo”, con el fin de desarrollar, potenciar la actividad turística; y una tercera fase, que consiste en el “estudio de la actividad turística”, con el objetivo de, “estudiar el proceso de transición de las estructuras socioeconómicas, y las repercusiones en los aspectos ambientales y espaciales de la región Costa Sur del estado de Nayarit”, con antecedentes de tener una economía tradicional pesquero-agrícola, y su transformación hacia la actividad turística, como principal actividad de desarrollo, cuyo fin fue el de evaluar dicho proceso, y la viabilidad del modelo, y sus aportes que hagan sostenible la actividad; concluye en la complejidad de la actividad y su repercusión alta en la economía, el medio ambiente y el de la sociedad manteniendo sus peculiaridades según el área de influencia; haciendo notar que en su mayoría son de carácter o naturaleza negativa, haciendo referencia al uso intensivo del denominado “modelo turístico tradicional” o “turismo de masas” como parte integrante del sistema capitalista, o aquel que solo contempla el factor económico como fin, sin tener en cuenta, los otros dos factores que creemos también son importantes (social, ambiental), (Castro Álvarez, 2009).

De la Calle Vaquero, (2000) en su tesis de investigación: “*Incidencias Económicas y Funcionales del Turismo en las Ciudades Históricas*”. Hace notar la fuerte relación entre el turismo y la cultura o patrimonio, como base del "sistema turístico urbano". La combinación y/o asociación que pueda existir entre “cultura, turismo y ciudades históricas”, muestra las ventajas para las comunidades destacando de entre ellas a, (ingresos por la incursión o presencia de visitantes, recuperación física y funcional del patrimonio, etc.), como también a aquellos efectos negativos, como, “*banalización de los referentes culturales, impactos sociales en las*



comunidades de acogida, sobrecarga física, etc.”. también resalta la necesidad de contar con un programa, cuyo fin represente la sostenibilidad urbana, en coherencia con los posibles “modelos de desarrollo turístico” que podrían ser aplicados; poniendo como objetivo; la minimización de los costes de establecimiento de la actividad turística, buscando maximizar los beneficios, sobre todo en sectores más frágiles (De la Calle Vaquero, 2000).

Según Antón, Galiana, & Honrado, (2002), En la tesis de investigación: *Las Lagunas de Ruidera situación de un espacio de interés natural económico y urbanístico*. Resalta la incompatibilidad que existe entre el entorno y el desarrollo turístico, manifestándose por ejemplo en el caso sociológico, en “la pérdida de costumbres y de tradiciones culturales en las poblaciones; la pérdida de memoria colectiva histórica acerca de las actividades que se desarrollaban en la zona antes del inicio de la actividad turística”.

Lorés, (2000), en su investigación: “*Las actividades turísticas y sus repercusiones económicas, medioambientales y culturales*”. Hace notar una focalización de las consecuencias que pueda acarrear el desarrollo de la actividad turística, poniendo énfasis en personas cuya influencia se va a manifestar de forma directa, indirecta y aquellas que no están relacionadas con la actividad turística; en razón de la posible incidencia por efecto de” percolación o colaterales”; sugiere también que, “*en mayor o menor medida toda nueva vivencia modifica actitudes anteriores*”. Repercusiones que son divididas en torno a la actividad turística como positivas y negativas, por ejemplo; *Negativas*: Riesgo de pérdida de “*identidad cultural local, posibilidad de abandono de tradiciones y usos locales (aculturación), posibilidad de conflicto cultural entre población autóctona y turistas*”. En cuanto a



las repercusiones *positivas*: Mejora en cuanto a la ciencia de servicios, económicamente una cierta mejora en el nivel de vida, “recuperación de oficios y producciones tradicionales, patrimonio etnográfico (costumbres, fiestas, gastronomía, etc.)”, (Lorés, 2000).

Valls, (2005). en su investigación: Cuyo objetivo, “dar a conocer la evolución comparada de la situación de la gestión turística de los municipios españoles (respecto investigaciones 1997 y 2002)”; destaca el diseño de “un cuadro de mando integral para los destinos turísticos”, lo realiza en base a una metodología basada en información primaria (encuestas). Concluye en, el “aumento del número de municipios que dispone de una entidad dedicada específicamente a la gestión turística. (78% frente al 64% de 1997)”; destaca la tendencia por parte de los municipios en diversificar sus atractivos, enfocando ellos en la cultura, destacando variables como; el desarrollo de estructuras, infraestructura y recursos, recursos humanos, la planificación turística, actividades y procesos, satisfacción de los turistas y relaciones habitantes, cooperación integración y participación, el patrimonio cultural e histórico; situación más enfocada dentro del turismo masivo. Por otro lado, el relacionado con el campo rural, naturaleza y deporte; siendo esta última la que tuvo mayores preferencias, las variables más valoradas estuvieron alineadas más a los resultados medioambientales; destacan también resultados más abocados con la seguridad, resultados sociales, impacto económico de la actividad turística, recursos económicos. Creemos que esta investigación está más enfocada a la calidad de destinos turísticos y su calidad de servicio, en vista que podrían ser relacionados fácilmente con dimensiones usadas para medir dicha calidad.



Al respecto Álvarez, (2008), coordinador de la Universidad de la Coruña. “*Congreso español de sociología, sección 2da. El turismo y sus repercusiones sociales, grupo de trabajo 09, turismo ocio y deporte*”. A continuación, resaltamos una ponencia de este evento: En su ponencia: “*Empleo y Rentas*”: Las Repercusiones Socioeconómicas del Desarrollo Turístico: (universidad de la laguna). El estudio de dicho caso (desarrollo turístico de Maspalomas (Gran Canaria)); permite extraer la conclusión: que no consideraría al “*empleo*”, como uno de los principales “*beneficios*” otorgados por el desarrollo de la actividad turística (Álvarez, 2008).

2.2. MARCO TEÓRICO

Algunas propuestas teóricas de investigación sobre la evolución y desarrollo de la variedad de culturas existentes, que esperamos puedan contribuir con nuevas reflexiones para el desarrollo de la presente investigación.

2.2.1. Modelo unidireccional de aculturación

Denominado por algunos sociólogos como el Genesis de los modelos de aculturación fue sugerido por; Gordon, (1964). “*Assimilation in American life. (New York: Oxford University)*”. En su libro “*Assimilation in American Life y denominado Modelo Unidireccional de Aculturación*”. Publicación que si bien no está ligada al desarrollo turístico, por su trasfondo en el choque de culturas puede ser aplicada a dicha actividad; observa la evolución de los diferentes grupos étnicos minoritarios y su desarrollo en medio de la disyuntiva hipócrita y cerrada de la población mayoritaria de Norteamérica que llega a aborrecer ciertas costumbres, tradiciones pertenecientes a los grupos étnicos minoritarios “*judíos, negros, indios nativos*”, ante una fuerte legislación que prohíbe todo tipo de segregación entre sus pobladores, donde sus grupos étnicos minoritarios deben optar por tomar una postura más mediadora y hasta



sumisa ante la población mayoritaria, sabiendo que la ley va recayendo en una especie de “letra muerta”; publicación considerada “*como sociología de los grandes grupos*”; por la “*combinación de dinámicas de grupo étnico y clase social*”, irá analizando la evolución de ciertas actitudes mediadoras ante la presión de la población mayoritaria de mentalidad cuadrada fiel a sus creencias; considerada el primer modelo de aculturación o denominada “*modelo bipolar*”, que básicamente intentara explicar las relaciones entre una cultura minoritaria en frente de la cultura predominante o mayoritaria, y todos los efectos que puedan conllevar el cruce entre estas dos grupos. (Gordon, 1964).

2.2.2. Modelo bidimensional de aculturación

Denominado también, “*modelo bidimensional de Berry*”, planteado por el psicólogo, John W. Berry, (1980). “*Acculturation as varieties of adaptation. In A. Padilha (Ed.), Acculturation: Theory, models and some new findings (pp. 9-25). Boulder, CO, USA: Westview*”. Se enfoca en ampliar y diversificar el concepto de aculturación, orienta su análisis al inmigrante como objeto de estudio, en sus diferentes formas de reaccionar ante la nueva experiencia de interrelación con un nuevo grupo étnico centrandó su estudio a dos aspectos, “*identidad étnica, e integración con nuevo grupo étnico*”, en donde utilizando como herramienta un cuadro de doble entrada, se llega a obtener cuatro orientaciones aculturativas, sin discriminación de que dichas respuestas pudieran ser afirmativas o negativas en cada una de sus dimensiones. Dependiendo del desarrollo de sus respuestas el sujeto de estudio en este caso el inmigrante se verá al frente de cuatro variedades de adaptación como:



- Integrativa o de integración; donde hace notar la tendencia a mantener sus valores étnicos, careciendo de actitud hacia buscar relaciones favorables con otros grupos étnicos.
- Separación o deculturación; donde su actitud va con el pensar que va a mantener su identidad étnica, pero, aun así, se mantiene relacionado con el otro grupo racial.
- Asimilación; donde adoptara los valores de la población visitada.
- Marginalizado o rechazo; toma una postura más radical, en la cual *“si no mantiene sus valores étnicos ni relaciones con otros grupos étnicos, el inmigrante se encontraría solo”*.

A partir de un resultado en las variedades de aculturación, el autor también, hace notar cierta facilidad en la reversión del proceso de aculturación, mostrando varios ejemplos de esos procesos (Berry, 1980).

2.2.3. Biculturalismo

Los resultados de la investigación de; Magafia, De la Rocha, & Amsel, (1996). Sugieren dos estilos diferentes de aculturación. Parte de la premisa que; “no todos los llegados tienen el mismo proceso aculturativo”. El biculturalismo individual, es un método estadístico utilizado por psicometristas con base en “*la teoría de dominio de construcción de escalas*”, (Nunnally, 1978), es un método basado en la construcción de escalas en dos dimensiones, relacionadas estas con “la manera de puntuar las escalas”, a partir de la construcción de “*medidas continuas únicas a partir de conjuntos de medidas discretas relacionadas*” (Magafia, De la Rocha, & Amsel, 1996, p. 448); dependiendo del avance de los procedimientos será denominado como “*puntuación unidimensional*”; alcanzaría la denominación bidimensional a partir de



la inclusión de otro algoritmo, que aumentaría el número de respuestas, mejorando la prestaciones brindadas por la unidimensionalidad del proceso anterior; lo que sugiere en la práctica que el individuo objeto de estudio dependiendo de los resultados obtenidos por las diferentes escalas, mayormente podría asumir los mejores aspectos de las culturas a las cuales se le ha estado expuesta; considerando que “*el biculturalismo, dentro del modelo bidimensional, es un elemento clave para entender el proceso de aculturación*” (Magaña, De la Rocha, & Amsel, 1996).

2.2.4. Modelo interactivo de aculturación (IAM)

A partir de los resultados mostrados en los trabajos de; Bourhis, Moise, & Senecal, (1997): “*A social psychological approach. International Journal of Psychology, p. 32(6), p. 369-386*”. Modelo de aculturación cuyos “*fundamentos teóricos no han sido comprobados empíricamente*” según los autores; este modelo presenta dos dimensiones de aculturación, aquellas que estarán ligadas a la postura de la “*preservación o mantenimiento cultural*” y aquella que obliga a una “*adaptación cultural*”, vistos desde la óptica de aquel grupo denominado inmigrantes en su experiencia con la población huésped. Los procesos aculturativos podrán generar en la cultura minoritaria transformaciones como, de integración, asimilación, separación, anomia o anarquía, individualismo sobre el colectivo; en contraste con la cultura dominante cuya orientación estará alineada a la exclusión, asimilación, segregación. Si bien es cierto el modelo carece de fundamentación teórica comprobada en el campo, va aportar con el incremento de herramientas mejorando notoriamente la capacidad explicativa del proceso aculturativo; y el potencial aumento de atención a mayor número de contingencias de interacción aculturativa como:



- Relaciones problemáticas entre inmigrantes y grupo de recepción; consistente en la no concordancia de los procesos de interacción entre los grupos emisores y receptores.
- Relaciones conflictivas delante de actitudes negativas; reflejo de la falta de tolerancia, por parte de cualquiera de los grupos, hacia el otro, genera actitudes como de; segregación, exclusión, etc. (Bourhis, Moise, & Senecal, 1997)

2.2.5. Modelo multidimensional de análisis de identidad étnica

Propuesto por Isajiw W, (1990); divide su planteamiento en un modelo de dos aspectos; aquellos internos, consistentes en la autoidentificación de los individuos pertenecientes con su grupo étnico, resaltando dimensiones de carácter moral, afectiva y epistémica o cognitiva. y los aspectos externos, caracterizados por la reciprocidad entre los grupos de forma psicológica como de forma social, “*Conductas sociales y culturas observables*” (Isajiw W, 1990), además aportaría a la identificación de componentes de la identidad étnica, producto de su variedad de factores que propone para realizar un análisis más amplio. Dentro de la “identidad étnica”, externa, encuentra dimensiones o factores como, (lenguaje étnico la llamada lengua madre, relaciones de amistad del grupo étnico, funcionalidad del grupo étnico, mass-medios étnicos, tradiciones étnicas), podemos observar componentes alineados a la conducta social y cultural manifestadas en áreas como; el entorno amical, la intervención en actividades del grupo étnico al que pertenecen, el lenguaje comúnmente utilizado, el desarrollo de sus medios de comunicación y sus tradiciones étnicas. A consecuencia de la variabilidad de las formas existentes de identidad étnica y sus diferentes formas para combinarlas, Una y otras dimensiones, que no se



considerarían en un estado de reciprocidad, haciendo que su interrelación pueda ser llevada de manera independiente (Isajiw W, 1990).

2.3. MARCO CONCEPTUAL.

Impacto. Termino proveniente de la voz “*impactus*”, del latín tardío que nos indica como significado; “el impacto es la huella, golpe anímico; causado por una noticia, acto sorpresivo o desconcertante y el efecto producido por un acontecimiento” (Pérez Porto & Gardey, 2010); también se entiende por “*impacto*”, en su tercera acepción a la, “*impresión o efecto muy intenso dejado en alguien o en algo por cualquier acción o suceso*”, (Bonilla Libera, 2007). O también podrá referirse al; “Proceso sistemático que permite la medición de resultados a posteriori a través de indicadores, a fin de constatar el grado en que se han alcanzado los objetivos propuestos en un período de tiempo determinado” (Orozco & Chavarro, 2010).

La revisión bibliográfica nos muestra la variedad de situaciones y criterio del concepto de “*impacto*”; puntos de vista que tienden a superar la acepción de la eficacia, la inherencia del momento de su evaluación y sus efectos que pueda generar en la población beneficiaria, entre lo que uno pueda creer obtener, en contraste a la importancia de su efecto que sería mayor al que uno pueda creer.

Según González, (2001-2003). Quien resalta el fomento de bibliotecas de lectura en los llamados “*bibliobuses*”, como instrumento de lectura. “El impacto puede verse como un cambio en el resultado de un proceso (producto). Este cambio también puede verse en la forma como se realiza el proceso o las prácticas que se utilizan y que dependen, ...” (González, 2001-2003). Definición que sugiere sobre los cambios, enfatizando la diferencia con otras acepciones en qué; el cambio sugerido, solo se



verá realizarse en los productos y sus respectivos procesos, mas no, en las personas o grupos.

En el ámbito informacional, Menou, (1993). (Measuring the impact of information on development. Ottawa: International Development Research Centre; 1993). Propone una definición de “*impacto*”, vista desde dos perspectivas, la primera que hace énfasis en el proyecto, sus características y la base que posee para el desarrollo del mismo, posteriormente complementa con una perspectiva, que resalta la información obtenida a partir de los resultados, la forma y razón en que serán utilizados; dependiendo de la periodicidad de estos, a mediano y largo plazo, los elementos que pudieran tener en común, causas y efectos pronosticados, sean de orden positivo o negativos y la amplitud que pudieran representar cada uno de estos en la comunidad donde se desarrollan.

Tipología de los “*impactos*”. Que según Obando Rivera (2009). Quien hace notar que la clasificación de los efectos va a estar en función de situaciones, atributos característicos, algunos de ellos podemos nombrar a continuación:

- a. *Por su carácter.* Los impactos ambientales pueden ser:
 - Negativos, cuando los resultados son nocivos para los interesados.
 - Positivos; cuando el producto observado por el beneficiario es de carácter productivo.

Si fuera de carácter “beneficioso, perjudicial o previsible”, la dificultad para su cuantificación aumentaría.

- b. *Por la interrelación de sus operaciones.* Se catalogan en:
 - Simple. Cuando medio ambiente recibirá el impacto en un componente.



- Acumulativo. Cuando el recurso en común, reciba incrementales ocasionando su aumento en el impacto.
- c. *Por su efecto, (relación causa –efecto).* Sera catalogado en:
 - Primarios o Directos. Efecto muy asociado con el proceso de implementación de un proyecto, se cree que su origen proviene de causas humanas en conjunción con sucesos ambientales, ambos con una ocurrencia conjunta en una misma línea de tiempo y de acción.
 - Secundarios o Indirectos. Son aquellas externalidades que podrían ocurrir en diferentes ámbitos por acción de proceso de desarrollo, normalmente afectaría económica, social, o ambientalmente.
- d. *Por la intensidad del impacto.* Será catalogado por intensidad con la que el medio recibe los efectos, pueden clasificarse en:
 - Notable; cuya imagen se reflejará en una sensación de gran destrucción o total, o en su defecto una acción contraria, en este caso la mejoría notable del lugar.
 - Medio; imagen que reflejara una sensación de alteración media en el lugar.
 - Mínimas y/o bajas; en contraste a la intensidad notable, la sensación de efecto será prácticamente imperceptible.
- e. *Por la extensión del impacto.* Donde serán catalogados, determinando la brecha que supuestamente dejaría; “teórica del impacto”; que en contraste con la relación del entorno real físico afectado. Se divide en:



- Puntual parcial; donde, la sensación del impacto y como resultado de esta apreciación, sugerirá posibles efectos al medio ambiente, serán percibidos de forma directa en el punto de incidencia.
 - Extremo; cuya incidencia abarcará un área importante del medio.
 - Generalizado; cuya percepción del impacto, sea social, económico, ambiental, será focalizada según su extensión, en la mayor parte o en su defecto, en todo el entorno de interés, como también los efectos que estos puedan conllevar.
- f. *Por el tiempo en que se manifiesta.* Percepción que hace referencia a la brecha determinada por el periodo de tiempo transcurrido, caracterizada por la determinación del efecto; su variación estará en función del tiempo de duración de la brecha, desde, inmediato, medio o mediano plazo y a largo plazo. Se clasifica en:
- Latente; reacción manifestada a la expectativa del desarrollo del proyecto, haciendo perdurable su acción, muchas veces de manera imperceptible en que se presenta.
 - Inmediato; donde la percepción del impacto se manifiesta casi simultáneamente desde el inicio de actividades, el riesgo de estos efectos se manifiesta a ser preocupantes a razón de una latente postura de carencia de atención.
 - Crítico; cuando la percepción del impacto se hace insoportable por la presión que ejerce en la zona de influencia.
- g. *Por su persistencia.* Desde el punto de vista de la duración y existencia del impacto, pudiéndose catalogar en:



- Temporal; caracterizada por un periodo corto en la línea de tiempo, pudiendo ser, no más de 1-3 años.
 - Permanente; temporalidad referida a la durabilidad e invariabilidad del efecto en el tiempo.
- h. *Por su facultad de recuperación.* Catalogada en:
- Irrecuperable; Cuya característica percibida en el medio ambiente está dirigida a la dificultad o imposibilidad de recuperar éste por efectos de sus impactos recibidos.
 - Irreversible; cual característica radica en no poder recuperar ni regresar los efectos a un nivel pre-incidencia.
 - Mitigables; son aquellos cuya característica será de regresar el impacto ambiental a una etapa previa.
 - Fugaces; son aquellos impactos caracterizados por su corta duración; por ejemplo, el ruido.
- i. *Por su periodicidad.* Se divide en:
- Continuo; la percepción del impacto y su influencia será de manera incesante y sin interrupciones.
 - Periódico; por la reiterada manifestación del impacto, generalmente se manifiesta de manera previsible en un determinado periodo.
 - Irregular; la ocurrencia de los efectos no tendrá un orden constante en su aparición.
- j. *Por la jerarquía de medidas correctoras.* Se clasifican en:



- Crítico; ocurridas en aquellas secuelas dejadas por la intervención que, no contaran con medidas de corrección y mostrara inutilidad a los paliativos aplicados.
- Severo; será aquel efecto fuerte, que podrá aceptar las medidas de corrección haciendo posible su recuperación en un determinado tiempo, normalmente a largo plazo.
- Moderado; impactos que poseen la característica de una recuperación pronta, sin necesidad de que las medidas de mitigación sean complejas. (Obando Rivera, 2009).

Impacto Social. Implica definirlo como el:

Conjunto de beneficios que recibe el usuario y locatario directa e indirectamente. Los beneficios se determinan como aquellas aportaciones de la instalación recreativa al desarrollo humano. Implica un bienestar para el ser humano; ya que es para los seres humanos para quienes directamente se han planeado y desarrollado y quienes a su vez disfrutan de la calidad de las instalaciones y, de los servicios que estos lugares pudieran desarrollar. (Cohen & Martínez, 2002).

Impacto Turístico. La generación de efectos, por parte de la actividad turística la cual provoca de manera individual un impacto negativo o positivo sobre el medio, que puede tratarse, desde la sobreexplotación de recursos, hasta la generación descontrolada de impactos que dañen el entorno. Consecuencias no deseadas derivadas de la utilización de los espacios turísticos, que afectan negativamente a la calidad ambiental y patrimonial de los diferentes espacios naturales (Tinoco G., 2003)



Tipología de posibles impactos Turísticos. Por la variedad de escenarios en donde se desarrolla esta actividad, consideraríamos observar los posibles efectos dependiendo de los escenarios donde se producirían los efectos:

En el caso sociológico. Su escenario se va a observar en diferentes campos como aquellos que conciernen con lo que se puedan presentar en lo antropológico, axiológico, y cultural del área receptora y de sus habitantes. Dicho esto, la observación sociológica del impacto socio-antropológico, su intensidad y fuerza dependerán y mucho de las desigualdades provenientes de las diferencias culturales (religiosas, de actitudes, de valores, de creencias, de comportamientos, estilo de vida, etc.) existentes entre el flujo visitante y la comunidad receptora, y particularmente de como vengán gestionadas dichas desigualdades, pudiendo darse situaciones de encuentro o de desencuentro. La convivencia entre los principales actores de la actividad turística permitirá la observación del impacto socio antropológico, el cual dependerá en gran medida del tipo de relaciones que se establezca entre la comunidad residente y el flujo turístico; intensidad que estará supeditada al impacto que puedan obtener de factores como:

- *El perfil del turista;* ya que, dependiendo del lugar de procedencia, se espera mucho o nada un su proceso de convivencia con el receptor, reulando en aquella de naturaleza económica la que primaría en el beneficiario.
- *La temporalidad de su estancia;* importancia que recae en la premisa, “a mayor tiempo de influencia, mayor será su impacto”, idea que, abarca a todas las áreas de posible afectación en las comunidades, desde los social, económico, ambiental, pudiendo ser estas positivas o negativas.



- *El nivel de contacto entre los foráneos y nativos*; en este caso el autor considera que la temporalidad y estacionalidad de la influencia que genera el visitante no va a ser determinante al resultado que “*basta con la mera presencia de los turistas (nacionales y extranjeros)*”, para que se active los cambios en las actitudes, comportamientos y valores de la población receptora en este caso “autóctona”, dando lugar al “*efecto demostración*” (Pearce, 1989).

Impactos socio-culturales del turismo. Las manifestaciones social culturales en su amplitud de escenarios, que van desde su cultura viva, hasta la artesanía; actividades con más incidencia y requerimiento de visitantes, por la característica narrativa de antecedentes de la comunidad de sencilla comprensión, ocasionando que esta presión se vea a manera de impactos socio-culturales, más perceptible a los gustos del visitante cliente, haciendo notar los cambios más inmediatos en la calidad de vida y el ajuste a la actividad en las comunidades de destino, manifestaciones que se darán a largo plazo como por ejemplo con ciertas normas de la comunidad; normas sociales, estándares de la cultura material, los cambios en la estratificación (modificación de la importancia respecto a los grupos socio profesionales), cambios en los roles de género, buscando el empoderamiento en el rol de las mujeres, sobre todo en lugares donde la supremacía masculina es fuerte; también repercute tanto positiva como negativamente en la cohesión o unión comunitaria y de las instituciones y organizaciones formales e informales que pudieran existir en su entorno y sus manifestaciones como; la conducta moral (prostitución, delitos, apuestas), la religión y la sanidad (Santana, 1997).

Turismo convencional. El turismo de masas o convencional “*es el turismo más común, y se practica generalmente a través de la compra de paquetes baratos, que*



incluyen transporte y hospedaje y proveen entretenimiento y diversión en las playas, sin que las características del destino cuenten tanto como el precio” (Luna Vargas, 2014). Decantando en la baja expectativa que pueda generar por parte de los visitantes en vista que por su origen “paquetes pre programados a manera de circuitos”, dirigidos a personas con un presupuesto programado (medio y bajo ingreso). “Este tipo de turismo corresponde al desarrollo tipo “enclave”, en el que el visitante interactúa poco con la comunidad receptora y su movilidad se reduce al “transporte-hotel-playa”” (Luna Vargas, 2014).

Aculturación. “Aculturación se refiere al resultado de un proceso en el cual una persona o un grupo de ellas adquieren una nueva cultura (o aspectos de la misma), generalmente a expensas de la cultura propia y de forma involuntaria. Una de las causas externas tradicionales ha sido la colonización... cuando ambas son parte del desarrollo infantil” (Wikipedia, 2017).



CAPITULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL ESTUDIO.

La región de Puno localizada en la meseta del Collao, que: *“Desde la región del Cusco se extiende casi 800 kilómetros hacia el sur, hasta el lago Poopó, en Bolivia a una altura que oscila entre los 4200 y los 4600 metros sobre el nivel del mar”* (La República-PEISA, 2003, p. 20).

El altiplano es una típica superficie de erosión, su origen debe ser situado en el terciario superior hace unos 20 millones de años, cuando apenas se elevaba entre los 200 y los 2500 m.s.n.m. su actual altura es producto de un espectacular proceso que se inicia a fines de ese periodo -en el mioceno tardío o en el pleistoceno-, luego de haber sido muchos millones de años una superficie de topografía madura, y continua durante el Cuaternario. En ese entonces algunos de sus ríos desaguaban en el océano, pero como resultado de su elevación y de las cordilleras que la resguardan hoy el altiplano forma una cuenca intra-montañosa sin otro desagüe para esas corrientes que el de sus lagos Titicaca y Poopó.

La parte sur del Collao alberga la depresión del Titicaca, de origen tectónico, que corre del noroeste al sureste por más de trescientos kilómetros, con un ancho de hasta cien kilómetros, y en el centro de la cual se encuentra el lago del mismo nombre. Aquí la uniformidad del terreno es, si cabe, mayor, una zona de extensas llanuras aluviales cubiertas de pastos y matorrales ... (La República-PEISA, 2003, p. 20-21).



Ubicación: La ciudad de Puno emplazada actualmente en una depresión a orillas del lago Titicaca a 3827 m.s.n.m. a 15°50'20'' Latitud Sur y 70°01'43'' Longitud Oeste, fundada en 1668; perteneciente a la cuenca del río Ilave, afincada sobre un territorio paleógeno paleoceno-volcánico sedimentario.

- *Superficie:* de 460.63 Km², con extensión urbana de 1,566.64 Ha.
- *Temperatura:* Temperatura media entre; 03 °C y 14 °C,
- *Precipitación fluvial:* una precipitación anual de 650 mm.
- *Población:* población en la provincia de 247151 hab. Y en la ciudad de Puno, con una población de 138723 Hab. en la ciudad de Puno.
- *Tasa de crecimiento:* tasa anual de crecimiento de 1.53%, según estimaciones al 30 de junio de 2014;

Densidad poblacional: Con una superficie y densidad poblacional de 272.81 hab./km², son los sectores que tienen una menor densidad poblacional son:

- Sector 8 – Centro Poblado de Jayllihuaya, Sector 10 – Centro Poblado Uros Chulluni, Sector 9 – Centro Poblado de Alto Puno.
- Sector 7 – Centro Poblado de Salcedo, son en definitiva área de expansión urbana de la ciudad de Puno en los próximos años. (Municipalidad Provincial de Puno, 2008, p. 164).

Por el contrario, los sectores de mayor densidad son:

- Sector 1 – la zona comercial que comprende de Bellavista a Laykakota, esto se debe a que son las partes más antiguas de la ciudad, por ende, son las más pobladas.
- Sectores 4 - Zona Monumental. (Municipalidad Provincial de Puno, 2008, p. 164)

PEA: población económicamente activa ocupada, es de 54.24%, y la población económicamente activa desocupada es de 55.42%, y la población económicamente activa no registrada es de 55.85% respectivamente.

Tabla 1
Distribución de la PEA por rubros

	Actividad Extractiva	Industria Manufacturera	Construcción	Comercio	Servicios	Resto	% Total
Puno	1888	4930	2654	11076	25660	757	46965
%	4%	10.5%	5.7%	23.6%	54.6%	1.6%	100%

Fuente: Encuesta Nacional de Hogares 2007, ciudad de Puno.

Nota: El siguiente cuadro nos muestra que las actividades desarrolladas en la ciudad de Puno con mayor porcentaje son la de servicios con 54.6% y la del comercio con 23.6%; siendo ambas muy ligadas al sector turismo. (Rojas, 2018).

Servicios: El porcentaje de población que cuenta con acceso a todos los servicios básicos es: Conexiones domiciliarias han sido “*clasificadas según el tipo de servicio (doméstico, comercial, industrial y estatal), al mes de setiembre del año 2008, la empresa cuenta con 25,506 conexiones totales de agua potable*” (INEI, 2014), existe un total de 24,157 conexiones de alcantarillado,

El distrito de Puno registra “34,118 viviendas, 30,012 viviendas tienen alumbrado eléctrico y el resto del total no tienen alumbrado eléctrico. Faltando atender con los servicios de energía eléctrica a un 30% de la población provincial” (INEI, 2014). *Población emigrante:* Con una población emigrante de 322363 habitantes y una población inmigrantes de 33317 habitantes (INEI, 2014). *PBI:* un PBI para el año 2009 de 3754,3 mil millones de nuevos soles.



3.2. PERIODO DE DURACIÓN DEL ESTUDIO.

La investigación se realizó en el periodo de 2015, para obtener los resultados en un primer momento se formula el proyecto posteriormente se operacionaliza la investigación para obtener los resultados (corte transversal).

3.3. NIVEL Y TIPO DE INVESTIGACIÓN:

3.3.1. Nivel de la investigación:

El nivel de la investigación es de carácter descriptivo ya que “*describe fenómenos sociales en una circunstancia temporal y geográfica determinada*” (Supo, 2012, p. 5); aquellos correspondientes a la ciudad de Puno, describiendo sus Impactos sociales de la actividad turística convencional durante la temporada alta en el año 2015, (Meses de junio a septiembre).

3.3.2. Tipo de estudio de la investigación:

El tipo de estudio es de carácter cualitativo, basado en la hermenéutica, que nos va a permitir explicar y aproximarnos al problema, nos va a permitir observar a los actores en este caso a la población de la ciudad de Puno, para así conocer la calidad de los fenómenos y su interpretación por su realidad en cuanto a la influencia de la actividad turística (impactos sociales) más allá de la causalidad (Monje Álvarez, 2011); la presente investigación tiene como ejes de análisis a: la parte social, la parte empresarial, inmersa en la actividad turística y la parte cultural “de la población de la ciudad de Puno”.

3.4. MÉTODOS GENERALES DE INVESTIGACIÓN.

La metodología de investigación fue de nivel o de naturaleza descriptiva, donde al asumir los impactos sociales de la actividad turística en la ciudad de Puno, procedimos a su observación y respectiva descripción de los mismos, en tal sentido se aplicó el método



deductivo-inductivo; deductivo, que permitió analizar y contrastar las hipótesis propuestas y así obtener los resultados sobre la investigación, partiendo de los datos generales, que podrán ser aceptados como válidos y determinar las conclusiones de tipo particular, proporcionando mejor comprensión de los fenómenos estudiados (efectos sociales del turismo), permitiendo describir los efectos hipotéticos; la forma negativa o positiva en que influyen; apoyándonos en la suposición de los efectos, determinaremos el nivel en el que hacen efecto, pudiendo ser buenos o malos, mediante el razonamiento inductivo.

3.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

Las técnicas componen elementos de investigación puntuales, específicos y concretos en la ejecución de la investigación, a través de las técnicas operacionalizamos los diversos indicadores en la práctica (Quiroz Papa de García, 2003), algunas de las técnicas que llegaremos a usar son:

- a. *Técnica de la estadística:* Los datos obtenidos en el trabajo de campo provenientes de información primaria (encuestas), fueron sometidos a un tratamiento estadístico, siendo cuantificados y cualificados, buscando que la fiabilidad de la información tenga mayor nivel de precisión y confiabilidad, para la respectiva medición y obtención de los resultados.
- b. *Técnica documental o bibliográfica:* Nos permitió explorar, revisar la documentación, bibliografía, sobre estudios de carácter teórico sobre el tema propuesto, considerando elementos que servirán de base y de sustento al momento de la ejecución de la tesis; obtuvimos información de diferentes instituciones afines a la actividad turística como; PNP, otros.
- c. *Técnica de la encuesta:* Mediante esta técnica, apoyados de un instrumento de recolección de datos, se aplicó tres grupos de encuestas, el anexo N°1 con



preguntas de elección múltiple, el anexo N°3 con preguntas dicotómicas; dirigidas a la población en general; las cuales fueron adaptadas de las dimensiones propuestas en el modelo de (Isajiw W, 1990); el primer anexo consta de tres partes:

- *La primera*, en donde se obtuvo información general del encuestado, datos como su origen, rango de edad, su sentir, percepción sobre el sentir de pertenecer a la comunidad de la ciudad de Puno.
- *En la segunda*, parte adquirimos información sobre el tema materia de investigación, producto de la adaptación de las dimensiones expuestas por Isajiw, (1990).
- *Una tercera parte* (08 interrogantes propuestas en el anexo N°1), compuesta por preguntas dicotómicas, en donde se inquirió la percepción de la población de la ciudad de Puno con respecto a la carga social que podría representar actividad turística prevaleciendo la dimensión de seguridad.

El grupo de interrogantes perteneciente a la encuesta (anexo N°2), dirigida a las empresas Turísticas que realizan sus actividades en la ciudad de Puno; segmentadas en los siguientes grupos; (agencias de viaje y turismo, artesanos, hostales, hoteles, restaurantes), no se incluyeron transportes turísticos, ni guías de turistas debido a la gran cantidad de personas informales que se encuentran en dichos grupos. Consistió de tres partes:

- *La primera*, parte en donde simplemente se obtuvo información general, anotando el rubro al cual pertenece y la condición del encuestado dentro de la empresa (empleado o empleador).



- *La segunda parte*, está compuesta por preguntas dicotómicas en donde se obtuvo información sobre el proceder de la empresa ante ciertas situaciones, como también con el sentir de los empleados o empleadores.
- *La tercera parte*, consistió de una pregunta sobre su estatus en la posesión o no de algún tipo de certificación social que pueda ostentar el establecimiento.

3.6. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

La presente investigación tuvo un diseño transversal ya que los testimonios fueron recolectados en un solo momento y en un determinado tiempo.

3.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.

La muestra de población con la fórmula para; (Muestra Aleatoria Simple):

$$n = \frac{z^2 pqN}{Ne^2 + z^2 pq}$$

Dónde:

- **n**= tamaño de la muestra (encuestas a realizar).
- **N**= tamaño de la población (universo), (pobladores de la ciudad de Puno).
- **Z**= nivel de confianza (95%).
- **e**= error muestral deseado (5%).
- **p**= proporción de individuos que poseen la característica (Variabilidad positiva 0.5).
- **q**= proporción de individuos que no poseen la característica. (Variabilidad negativa 0.5).

$$n = \frac{1.96^2(0.5 * 0.5)136754}{136754(0.05)^2 + 1.96^2(0.5 * 0.5)}$$



De la población urbana en la ciudad de Puno de 136754 habitantes (N), Según;” Compendio estadístico – 2011” (INEI)-Puno, con un nivel de confianza de 95% (1.96) (Z); con un error de muestra del 5% (e), con una proporción de individuos que poseen la característica de estudio (50%=0.5) (p); al igual que aquellos que no poseen la característica de estudio (50%=0.5) (q); nuestro tamaño de la muestra será de 383 encuestas, dirigidas a la población de la ciudad de Puno(n).

Otra muestra fue tomada de los negocios de índole turística (287 encuestas); Agencias, hoteles, hostales, restaurantes y afines, artesanías; usamos la fórmula para (Muestra Aleatoria Simple) para:

$$n = \frac{z^2 pqN}{Ne^2 + z^2 pq}$$

Dónde:

- **n**= tamaño de la muestra (encuestas a realizar).
- **N**= tamaño de la población (universo).
- **Z**= nivel de confianza.
- **e**= error muestral deseado.
- **p**= proporción de individuos que poseen la característica.
- **q**= proporción de individuos que no poseen la característica.

Hoteles: (54 establecimientos en total), (N), con un nivel de confianza de 95% (1.96) (Z); con un error de muestra del 5%(e), con una proporción de individuos que poseen la característica de estudio (50%=0.5) (p); al igual que aquellos que no poseen la



característica de estudio ($50\%=0.5$) (q); nuestro tamaño de la muestra será de 48 encuestas(n).

Hostales: (61 establecimientos en total) (N); con un nivel de confianza de 95% (1.96) (Z); con un error de muestra del 5%(e), con una proporción de individuos que poseen la característica de estudio ($50\%=0.5$) (p); al igual que aquellos que no poseen la característica de estudio ($50\%=0.5$) (q); nuestro tamaño de la muestra será de 53 encuestas(n).

Agencias: (83 establecimientos en total) (N); con un nivel de confianza de 95% (1.96) (Z); con un error de muestra del 5%(e), con una proporción de individuos que poseen la característica de estudio ($50\%=0.5$) (p); al igual que aquellos que no poseen la característica de estudio ($50\%=0.5$) (q); nuestro tamaño de la muestra será de 69 encuestas(n).

Restaurantes y afines: que se adecuaron al D.S N°025-2004-MINCETUR. (129 establecimientos en total) (N). Con un nivel de confianza de 95% (1.96) (Z); con un error de muestra del 5%(e), con una proporción de individuos que poseen la característica de estudio ($50\%=0.5$) (p); al igual que aquellos que no poseen la característica de estudio ($50\%=0.5$) (q); nuestro tamaño de la muestra será de 98 encuestas (n).

Artesanos: (20 empresas organizadas) (N). Con un nivel de confianza de 95% (1.96) (Z); con un error de muestra del 5%(e), con una proporción de individuos que poseen la característica de estudio ($50\%=0.5$) (p); al igual que aquellos que no poseen la característica de estudio ($50\%=0.5$) (q); nuestro tamaño de la muestra será de 19 encuestas (n).



3.8. UNIDAD DE ANÁLISIS:

Las unidades de análisis fueron, la población en general; segmentándola en:

- Los Nacidos en la ciudad de Puno.
- Los No nacidos en la ciudad de Puno.
- Aquellos con ascendencia Aymara.
- Aquellos con ascendencia Quechua.

También usamos como medidas de análisis a los negocios de índole turística, los cuales fueron segmentados de la siguiente manera:

- *Agencias de viaje y turismo;* que se adecuaron al D.S N°026-2004-MINCETUR.
- *Hoteles y hostales;* (registradas en la DIRCETUR, al 31 de agosto de 2015).
- *Restaurantes y afines;* que se adecuaron al D.S N°025-2004-MINCETUR.
- *Artesanos;* solo se consideran a las empresas, asociaciones; debido a que hay mayor seriedad y obligaciones al realizar sus operaciones (registradas en la DIRCETUR (Dirección regional de comercio exterior y turismo), al 31 de agosto de 2015) (Dircetur, 2015).

Para la evaluación de todas estas; usamos como ejes de análisis a:

- Empleadores, y
- Empleados.

3.8.1. En la variable social; ubicamos 02 indicadores:

a. *El indicador de participación social;* con 02 sub indicadores respectivamente; observamos:

- *La participación de las empresas turísticas en el desarrollo de la ciudad;* donde, medimos este evento, mediante: encuestas dicotómicas dirigidas a la



población en general (Anexo 03) analizamos la percepción sobre la actividad turística que tiene la población de la ciudad de Puno, desarrollando un promedio ponderado (percepción de participación positivo, medio y negativo), con 16 preguntas dicotómicas teniendo cada una su respectivo peso (02 puntos para las respuestas afirmativas, 01 puntos para las respuestas Negativas y, 00 puntos para la omisión a respuestas) teniendo como máximo un promedio ponderado de 16 puntos para una percepción positiva, 11 puntos para una percepción media y 05 para una percepción negativa.; de esta manera observamos el sentir de la población ante ciertas preguntas en determinadas eventualidades de la actividad turística en nuestra ciudad.

- ***Certificación de responsabilidad social***; este sub indicador fue desarrollada mediante Encuestas dicotómicas; (Anexo 02) dirigidas a los negocios de índole turístico (Hoteles, restaurantes, agencias de viajes y artesanos). Identificamos, a las empresas que desarrollan la actividad turística, si estas cuentan con una certificación. y su percepción del desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Puno. Contando como unidades de análisis a:

- Empleados, y
- Empleadores.

- b. ***El indicador de carga social***; cuenta con 01 sub indicador:

- ***El de la Seguridad***; extraeremos información la PNP de los sucesos ocurridos en la ciudad de Puno, a la población, a turistas y/o ligados a dicha actividad, también utilizamos encuestas dicotómicas; dirigidas a la población en general, incluidas en (Anexo 01) donde obtuvimos información del sentir de la población ante esta eventualidad. Obtuvimos

el porcentaje de las ocurrencias por la actividad turística, dentro del total de los sucesos delincuenciales en la ciudad de Puno.

Seguridad;

$$Seguridad = \frac{N^{\circ} \text{ casos delictivos relac. al Tmo.}}{\text{Total } N^{\circ} \text{ casos delictivos ciudad Puno}}$$

- Número de casos delincuenciales ocurridos en la ciudad de Puno
- Número de casos delincuenciales ocurridos relacionados con la actividad turística en la ciudad de Puno.

3.8.2. En la variable Cultural; encontramos 01 indicador:

Primero se realizó un diagnóstico interno para determinar el nivel de competencia interna, adecuando a la matriz de evaluación de factores internos (EFI), y matriz de evaluación de factores externos (EFE), donde se utilizó los niveles o dimensiones de evaluación propuestos por (Isajiw W, 1990), a partir de los resultados obtenidos producto de la tabulación de la encuesta, cuyos valores obtenidos fueron utilizados como pesos y pertinencia; se procedió a la evaluación de las dimensiones “*lenguaje étnico, relaciones de amistad del grupo étnico, funcionalidad del grupo étnico, mass-medios étnicos, tradiciones étnicas*” (Isajiw W, 1990), y se adaptó a los respectivos análisis, posteriormente se realizó una descripción de los resultados obtenidos de una manera más descriptiva.

El indicador de aculturación; el cual cuenta con 05 sub indicadores: Formulamos encuestas para los siguientes subindicadores; para los cuales utilizamos dimensiones, basadas en el trabajo de (Isajiw, 1990) “*Ethnic-Identity Retention*”; como:



La pérdida y transformación de la cultura (valoración e identidad cultural), fue medida mediante encuestas (Anexo 01) directas de múltiple entrada dirigida hacia la población de la ciudad de Puno en las siguientes dimensiones o subindicadores.

- *Lenguaje:*

Fue evaluado con (06) Ítems.

- *Relaciones de amistad Tolerancia y Dimensión Moral.*

Evaluado en (05) Ítems:

- *Relaciones de Amistad. (02) Sub Ítems.*
- *Dogmatismo y Religión; compuesta por (02) Sub Ítems.*
- *Homofobia; compuesta por (01) Sub Ítems.*
- *Patrio centrismo; Compuesta por (02) Sub Ítems.*
- *Masificación de los medios y Dimensión Afectiva;*

Con (02) Ítems evaluados.

- *Masificación de los medios; 04 Sub-Ítems.*
- *Dimensión afectiva; 02 Sub-Ítems.*
- *Transformación De La Cultura.*

Con (06) Ítems para ser evaluados.

- *Funcionalidad del grupo étnico y Dimensión Cognitiva.*

Evaluado por (02) Ítems;

- El primero compuesto por un test , el cual consiste en desarrollar un calendario festivo que consta o está dividido en; 25 fechas durante el calendario anual (doce meses), donde el encuestado respondió; a ¿cuál fiesta patronal, nacional y/o internacional a la que corresponda?, se utilizó una escala de Likert, compuesta por tres valores, adjudicándole el peso a una respuesta correcta de, (05) puntos para



fiestas patronales o naturales celebradas en la ciudad de Puno; (04) puntos para respuesta acertada de índole nacional, también celebrada en la ciudad de Puno y (03) puntos para las respuestas acertadas de índole internacional celebradas en la ciudad de Puno, por las cuales se esperó obtener un puntaje máximo de (111 puntos); paralelamente al desarrollo de estas interrogantes, el público debió de indicar; si participa, o no participa, en dicha celebración la cual tendrá un peso de (02) puntos para la participación en la celebración, y (01) punto para la no participación en la celebración; de estas 25 preguntas se espera conseguir un puntaje máximo de (50) puntos, en todas sus respuestas afirmativas

- Algunas de las festividades son celebradas a nivel internacional como nacional; pero al ser festividades que son asumidas por la población como propias, fueron tomadas como originarias de la zona, como por ejemplo la *“festividad de la Virgen de la Candelaria”* la cual es celebrada en otros lugares del Perú y a nivel extranjero en España, en Colombia; igualmente el día de todos los Santos, carnavales, etc. *Siempre y cuando haya tomado la peculiaridad de la zona:* también fue agregada una fecha al azar durante el mes de Julio la cual la respuesta correcta era (NADA), esta se hizo adrede, con la intención de confundir, distraer al encuestado.
- Así mismo aportando a la dimensión cognitiva por parte de la población sobre el origen de las danzas, en vista que es un segmento de la cultura puneña que representa mayor impulso en los últimos años; se complementó con un segundo Ítem, (pregunta N°32, Anexo N°01), debido al efecto del (Reconocimiento de la festividad de la Virgen de la Candelaria por la UNESCO como Patrimonio inmaterial de la humanidad; United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization; 27/11/2014, Paris – Francia (United Nations Educational Scientific



Cultural Organization, 2014); se sugirieron 10 alternativas con nombres de diferentes danzas de la cultura puneña, bailadas a lo largo de la región, de las cuales 05 de ellas son correctas, las cuales poseen un peso de (03) puntos; (-01) punto para la respuesta incorrecta, y (00) puntos para la omisión a responder ; teniendo como tope la cifra de 15 puntos.

La presente investigación fue desarrollada dentro del ámbito de la ciudad de Puno, poniendo especial énfasis en la llamada temporada alta, principalmente aquellos lugares de la ciudad, en donde las ocurrencias de la actividad turística sean mayores; Centro de Puno ya que es el punto por donde la población transita mayormente y su contacto con el turista es con más incidencia.

Todas las encuestas fueron tabuladas con el software “Excel” y los cuadros estadísticos están formados por las diferentes opciones o alternativas que la población dio como respuestas.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIONES

4.1. EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.

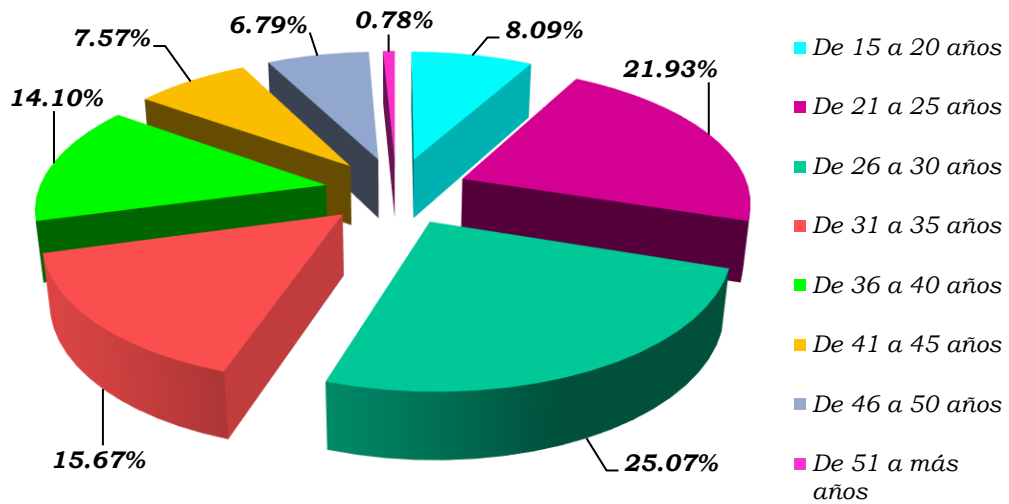


Figura 1. Puno, Total; distribución de la población encuestada (por edades).
Fuente: Elaboración propia.

4.1.1. Aspecto socio-demográfico.

De las 383 encuestas realizadas y la posterior segmentación en (08) grupos tuvimos como resultado; que el grupo mayoritario de personas fue el de 26 a 30 años que llegó a ocupar un porcentaje de 25.07% del 100% de las encuestas tal y como se detalla en el gráfico arriba, a diferencia del grupo de 51 años a más con un 0.78% existiendo una gran diferencia entre ambos.

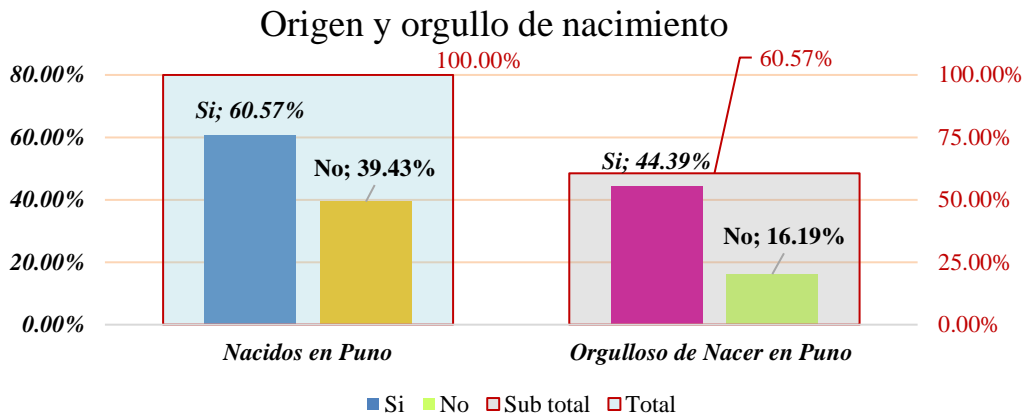


Figura 2. Total, Nacidos en la Ciudad de Puno (origen).
Fuente: Elaboración propia.

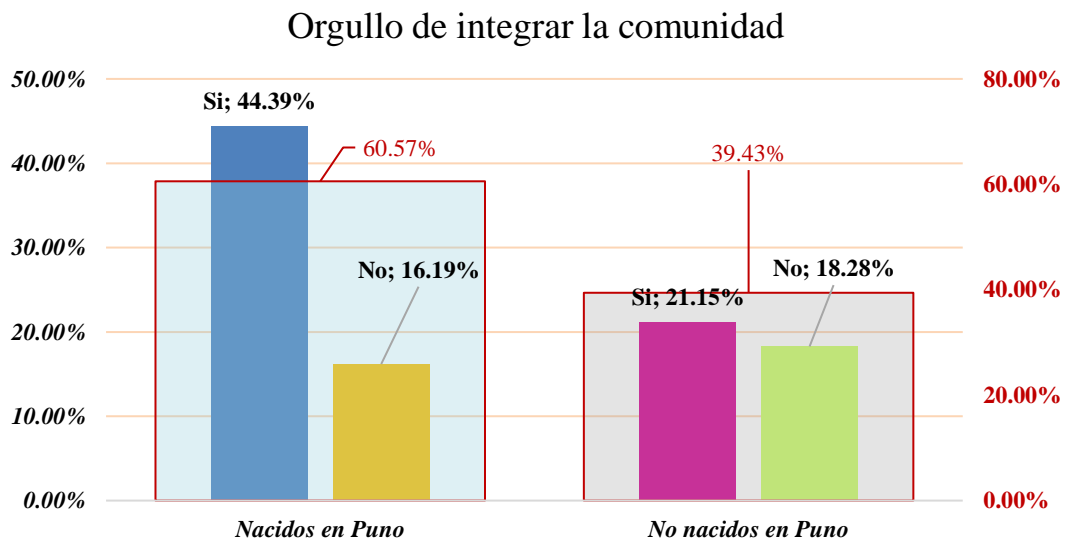


Figura 3. Total, personas orgullosas de pertenecer a la comunidad. (origen).
Fuente: Elaboración Propia.

Las figuras N°2 y N°3, muestran que; un 60.57% (232), de los encuestados, fueron personas nacidas en la ciudad de Puno de los cuales 44.39% se siente orgullosa de pertenecer a la comunidad; frente a un 39.43% (151), de encuestados que no nació en la ciudad, la cual el 21.15%, se siente orgullosa de pertenecer al colectivo de comunidad de esta ciudad.

En cuanto al tiempo de residencia de la población encuestada, nuestra, que el 60.31%, ha radicado o radica en la ciudad por más de 13 años, en cuanto al origen, predominando el 46.21% del total de aquella que es propia o oriunda de la ciudad; en contraste con el 32.11%, que sería la población “no oriunda” de la ciudad, como lo muestra la figura N°4. Con referencia a, aquella población segmentada por grupo étnico, existe una cercana diferencia en favor de aquella con ascendencia perteneciente a la cultura aymara, 22.97%, sobre aquella quechua, con 21.47%, y 9.66% con aquella que considera que no pertenece a ningún grupo étnico evaluado; como lo expone la figura N°5, líneas abajo (véase figura N°4).

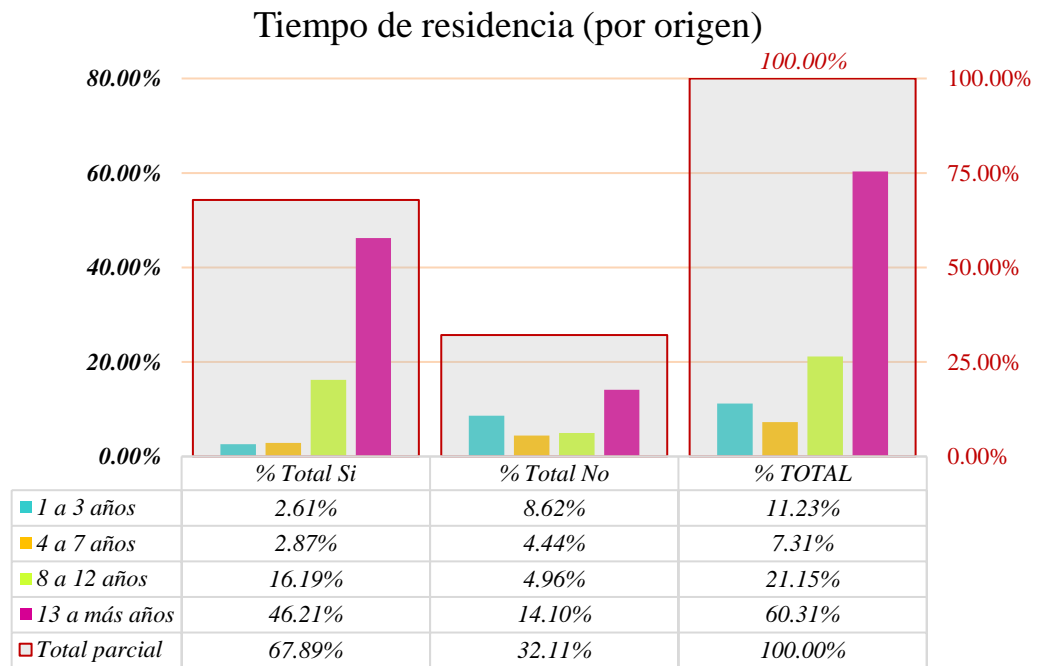


Figura 4. Total, tiempo de residencia de la población. (origen)
Fuente: Elaboración Propia.

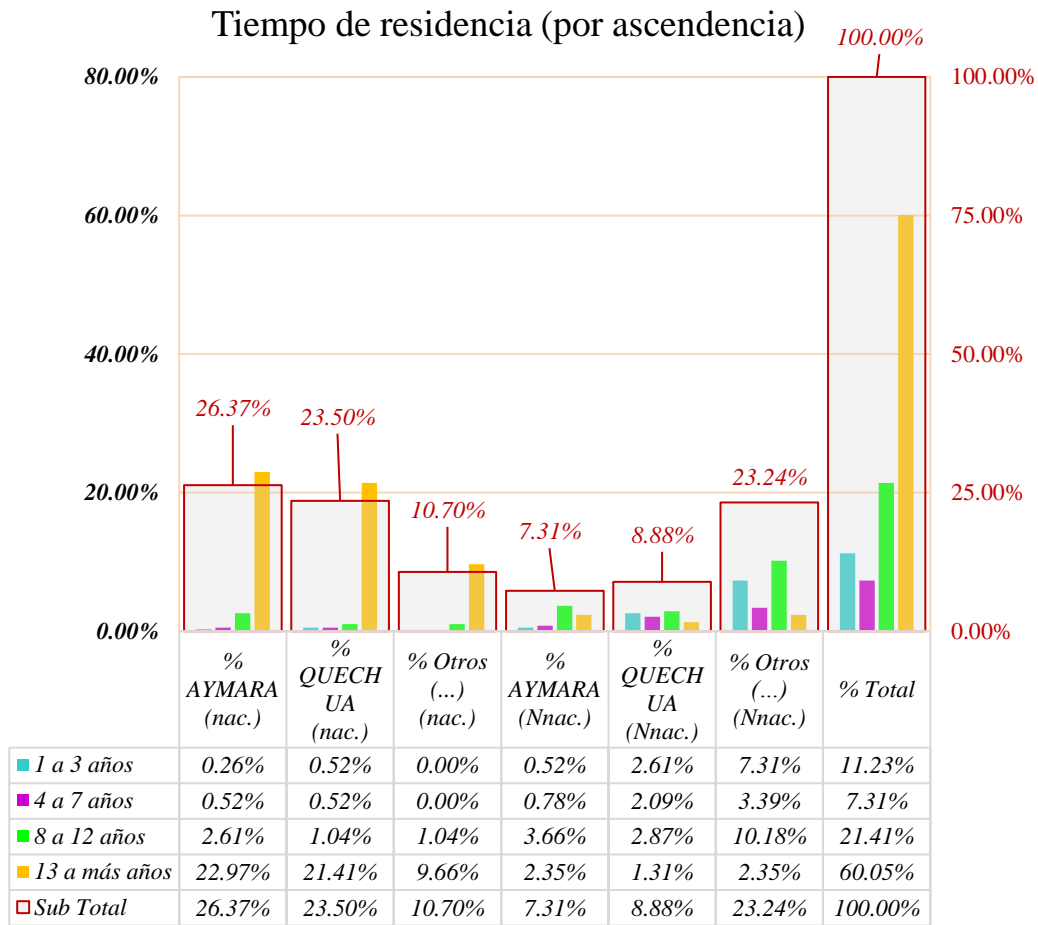


Figura 5. Total, tiempo de residencia de la población. (ascendencia)

Fuente: Elaboración propia.

De un total de 60.57%, correspondiente a la población nacida en la ciudad; un 26.37% corresponde a aquella población con ascendencia Aymara, seguida por el 23.50% correspondiente a la población cuya ascendencia quechua y finalizando con el denominado grupo Otros al cual corresponde el 10.70% del total (véase figura N°5).

En cuanto al grupo perteneciente a la población cuyo nacimiento No fue en esta ciudad de un total de 39.43%; a la población cuya ascendencia es Aymara corresponde el 7.31%; el 8.88% pertenece a la población con ascendencia Quechua,

finalizando con el grupo denominado Otros con 23.24% del total de esta muestra poblacional, como lo indica la figura N°6.

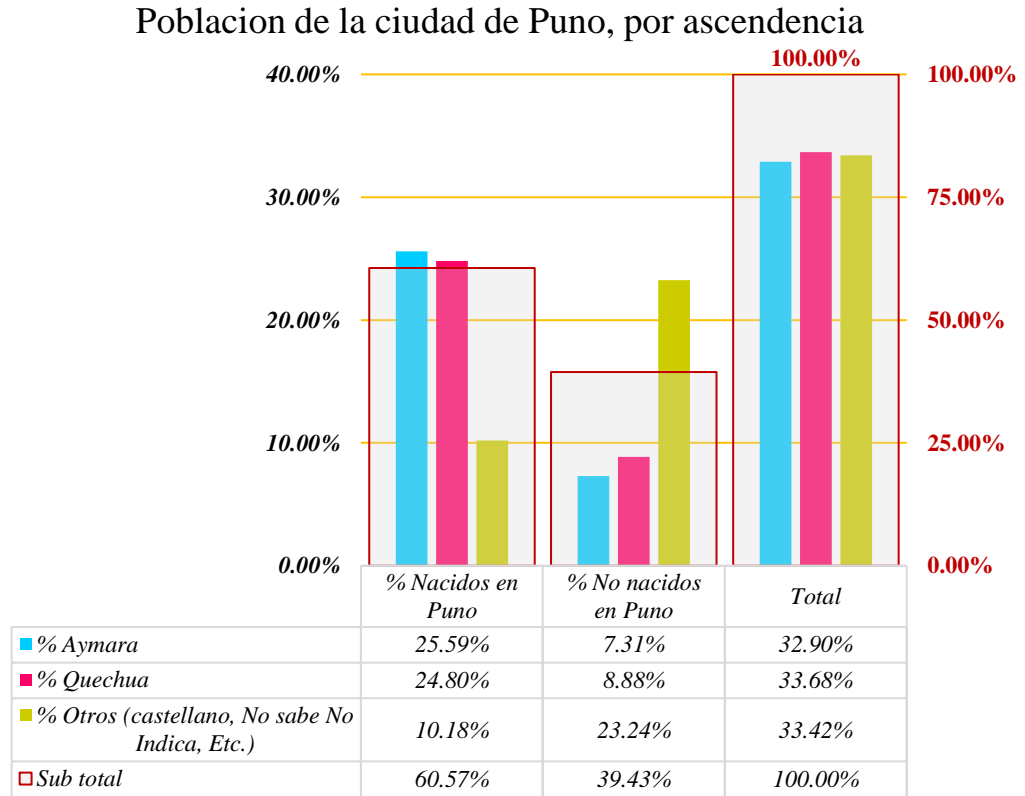


Figura 6. Total, población de la ciudad de Puno por ascendencia
Fuente: Elaboración propia.

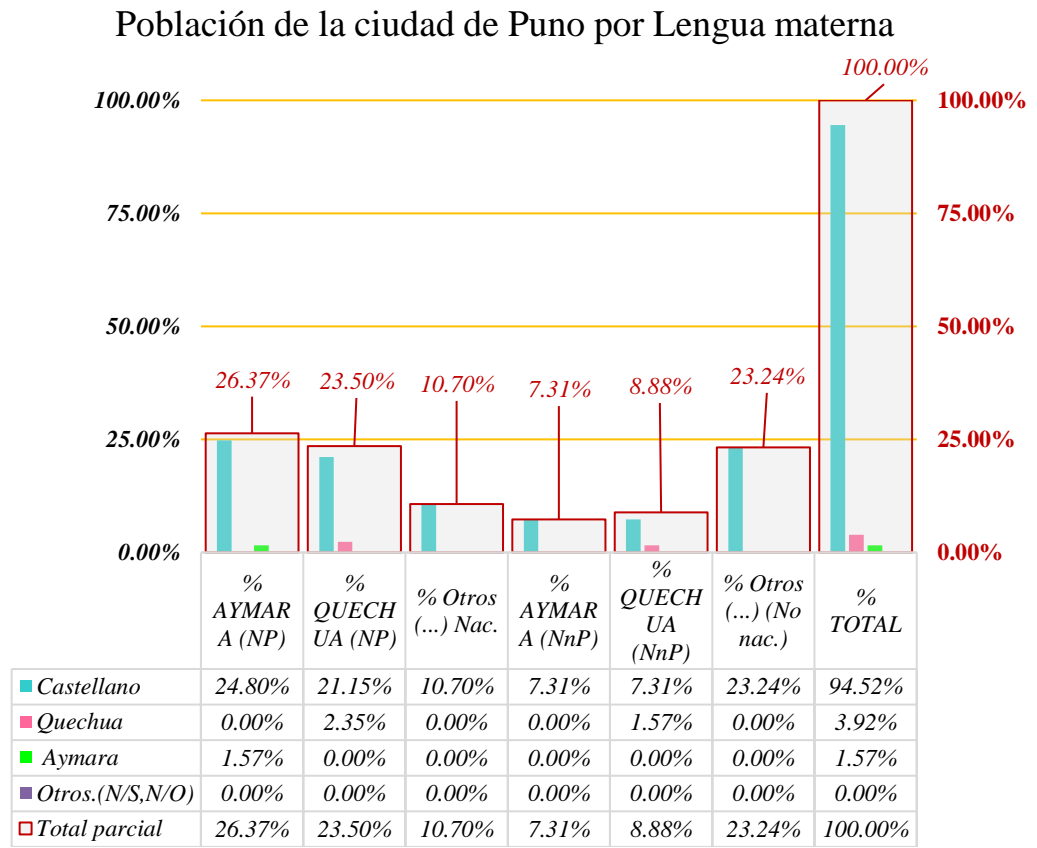


Figura 7. Población en la ciudad de Puno; según Lengua Materna.
Fuente: Elaboración propia.

Producto del total de la muestra (383) de población en la ciudad de Puno; como se observa en la figura N°7, a aquellas personas que pertenecen a la ciudad de Puno, consideran; que el 94.52% tiene como lengua materna al Castellano, seguido por un 3.92% que tiene como lengua materna al Quechua; y un 1.57% posee al Aymara como lengua materna.

Religión que profesa el poblador de la ciudad de Puno

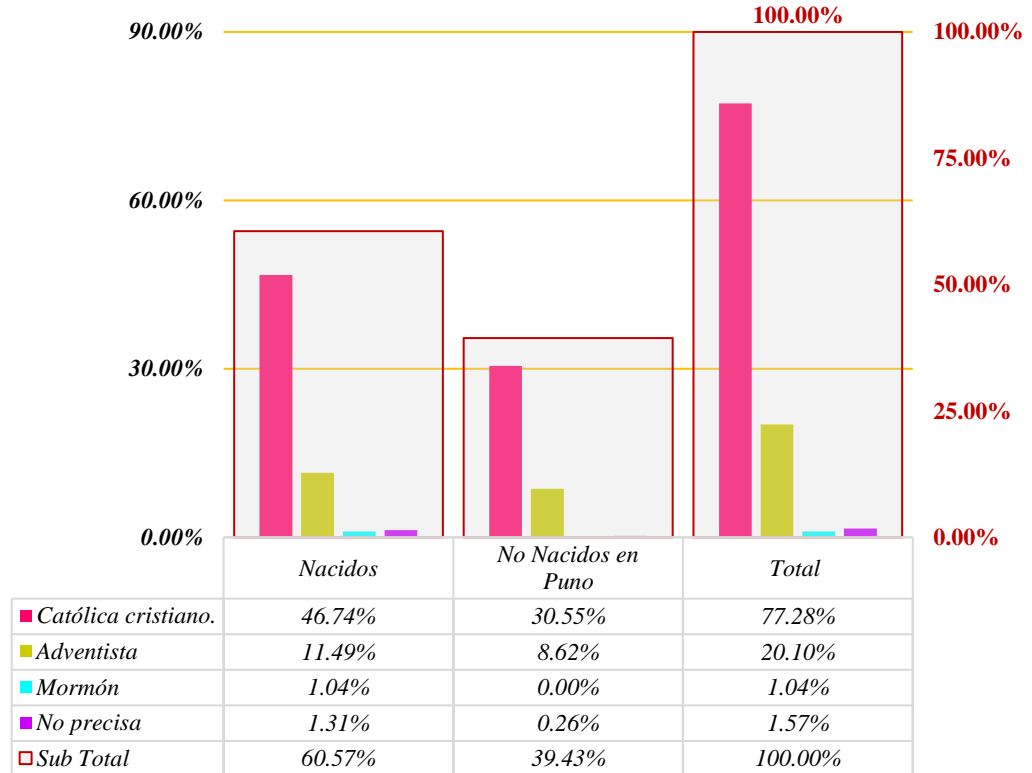


Figura 8. Religión que profesa la población en la ciudad de Puno por nacimiento
Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la Religión practicada por el poblador Puneño (383), notamos que la Fe, que más profesa la población en la ciudad, como demuestra la figura N°8, es la Católica Cristiana con un 78.33% (300 observaciones), en cuanto a la población por ascendencia, en cuanto a la población por lugar de nacimiento 77.79% (300 observaciones), siendo la mayoría de la urbe puneña.

4.1.2. Análisis externo e interno

Para realizar los análisis de factores interno y externo, tomamos como referencia las dimensiones propuestas por Isajiw, (1990), que fueron adaptadas como factores a medir en cuanto a; fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, factores de medición, como aquellos adaptados para la parte interna:



Fortalezas (13 factores o dimensiones); destacando:

- Lenguaje
- Relaciones de amistad:
- Funcionalidad del grupo étnico y dimensión cognitiva:
- Medios masivos y dimensión afectiva:
- Tolerancia. (tolerancia), dogmatismo y religión; (tolerancia), homofobia.
- Patrio centrismo:
- Seguridad
- Certificación de responsabilidad social
- Participación de las empresas turísticas. En el des. Puno
- Capacitación formación y empleo de recursos humanos.
- Promoción cultural y contribución a la actividad cultural
- Aprovechamiento de recursos
- Cooperación en desastres desarrollo seguridad y salud.

Debilidades (14 factores o dimensiones):

- Lenguaje
- Relaciones de amistad:
- Funcionalidad del grupo étnico y dimensión cognitiva:
- Medios masivos y dimensión afectiva:
- Transformación de la cultura:
- Tolerancia. (tolerancia), dogmatismo y religión; (tolerancia), homofobia.
- Patrio centrismo:



- Seguridad
- Certificación de responsabilidad social
- Participación de las empresas turísticas. En el des. Puno
- Capacitación formación y empleo de recursos humanos.
- Promoción cultural y contribución a la actividad cultural
- Aprovechamiento de recursos
- Cooperación en desastres desarrollo seguridad y salud.

Posterior a la realización de una evaluación de factores internos (EFI), obtenemos el puntaje de (2.51), cifra que se ubica en el cuadrante N°5, mostrada en la figura N°9, que nos indica en este caso, que la ciudad de Puno, posee un nivel promedio medio, indicando una “fortaleza media”, notándose que su respuesta sería aceptable a estrategias de mejoramiento para paliar las debilidades, así, como, oportunas para aprovechar sus fortalezas, dependiendo de la calidad del tratamiento y la pertinencia de las estrategias habrá, un avance en sus debilidades o retroceso en sus fortalezas.

En cuanto a la evaluación proveniente del entorno externo, se identificaron factores como:

Oportunidades (12 factores o dimensiones)

- Lenguaje.
- Relaciones de amistad.
- Funcionalidad del grupo étnico y dimensión cognitiva.
- Medios masivos y dimensión afectiva.
- (tolerancia), dogmatismo y religión.
- (tolerancia), homofobia:
- Patrio centrisimo:



- Seguridad.
- Certificación de responsabilidad social.
- Capacitación formación y empleo de recursos humanos.
- Promoción cultural y contribución a la actividad cultural.
- Aprovechamiento de recursos.

Amenazas (14 factores o dimensiones)

- Lenguaje
- Relaciones de amistad:
- Funcionalidad del grupo étnico y dimensión cognitiva:
- Medios masivos y dimensión afectiva:
- Transformación de la cultura:
- (tolerancia), dogmatismo y religión:
- (tolerancia), homofobia:
- Patrio centrismo:
- Seguridad.
- Certificación de responsabilidad social
- Capacitación formación y empleo de recursos humanos.
- Promoción cultural y contribución a la actividad cultural
- Aprovechamiento de recursos
- Cooperación en desastres desarrollo seguridad y salud.

En cuanto a la evaluación de factores externos (EFE), el puntaje obtenido fue (2.5), indicando que la respuesta a las amenazas y la respuesta a las oportunidades es de naturaleza media (promedio, medio), señala una capacidad de aprovechamiento medio de estrategias, como de amenazas, sugiriendo mejora en cuanto a la

administración de la actividad turística, abriendo la necesidad de mayor inclusión a la población entre otras, para mejora y aumento del flujo turístico, según la siguiente figura.

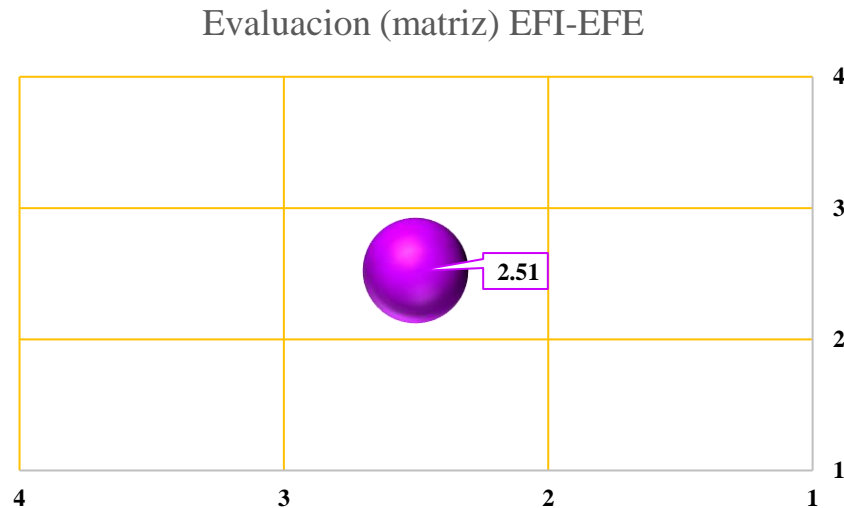


Figura 9. Evaluación interna y externa (matriz EFI-EFE)

Fuente: elaboración propia.

4.2. ANÁLISIS DE LA VARIABLE SOCIAL.

4.2.1. Indicadores de participación social en relación a las empresas turísticas de la ciudad de Puno

Después de haber sido realizada la segmentación de las principales empresas que se desarrollan en la ciudad de Puno; según el MINCETUR, el rubro más alto de empresas que se desarrollan en la ciudad de Puno se encuentra en los Restaurantes con un 34.15%, seguido de las Agencias de Viaje y Turismo con un 24.04%, los Hostales con un 18.47%, Hoteles con un 16.72%, y para terminar las empresas dedicadas a la artesanía con un 6.62%; haciendo todas ellas el 100% de empresas que desarrollan sus actividades en la ciudad de Puno. (véase figura N°10).

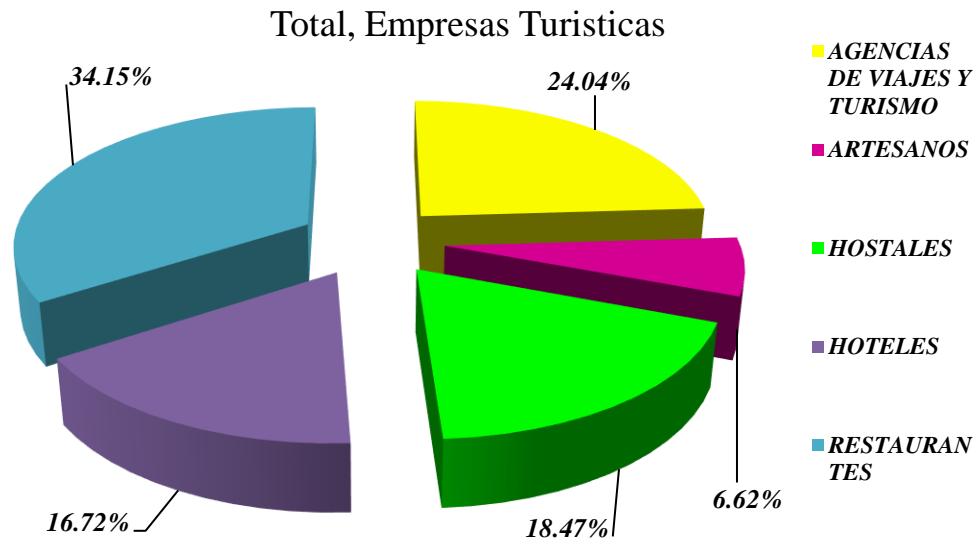


Figura 10. Datos generales del total empresas turísticas.
Fuente: Elaboración propia.

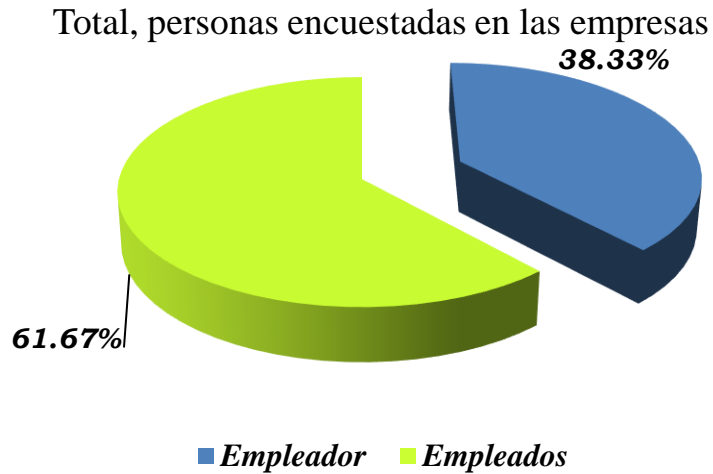


Figura 11. Total, personas encuestadas en las empresas (empleados y empleadores).
Fuente: Elaboración propia.

Posteriormente se realizó la segmentación en dos grupos: el primero compuesto por los Empleadores de los negocios Turísticos que obtuvieron el 38.33%, y los Empleados que ocuparon el 61.67% del total de la muestra. (ver figura N°11).

4.3. PERCEPCIÓN DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS EN RELACIÓN A RESPONSABILIDAD SOCIAL.

4.3.1. Agencias de viajes y turismo:

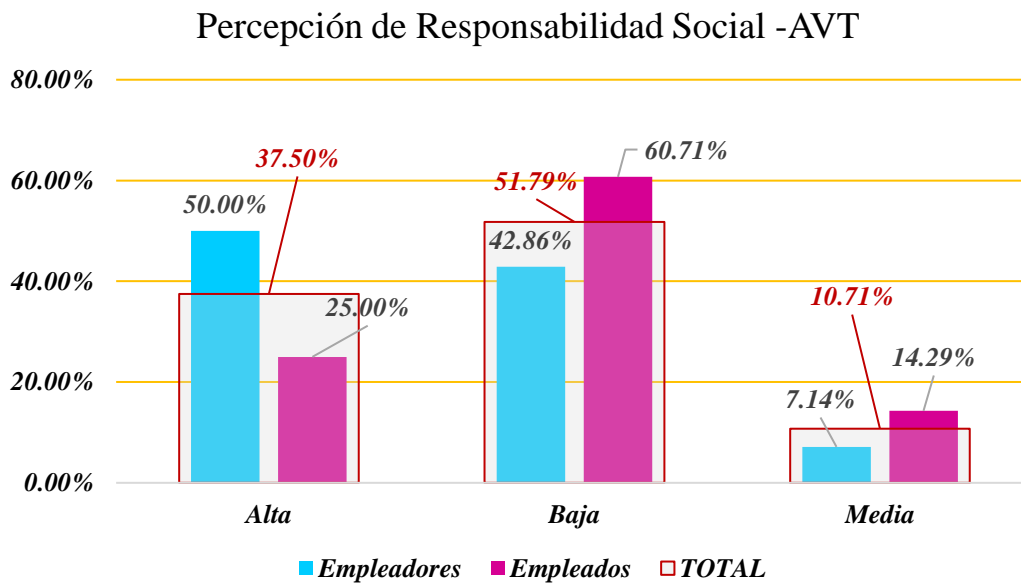


Figura 12. Percepción de Responsabilidad Social en la ciudad de Puno. Agencias de Viaje y Turismo.

Fuente: Elaboración propia.

Según los Empleadores de las Agencias de Viaje y Turismo el 50% de ellos asegura que su responsabilidad social hacia la comunidad de la ciudad de Puno; es alta, en contraste; para los Empleados con un 60.71% que asegura que es baja; el 60.71% cree que la Responsabilidad Social de las Agencias de Viaje y Turismo es baja (véase figura N°12).

4.3.2. Hoteles y hostales

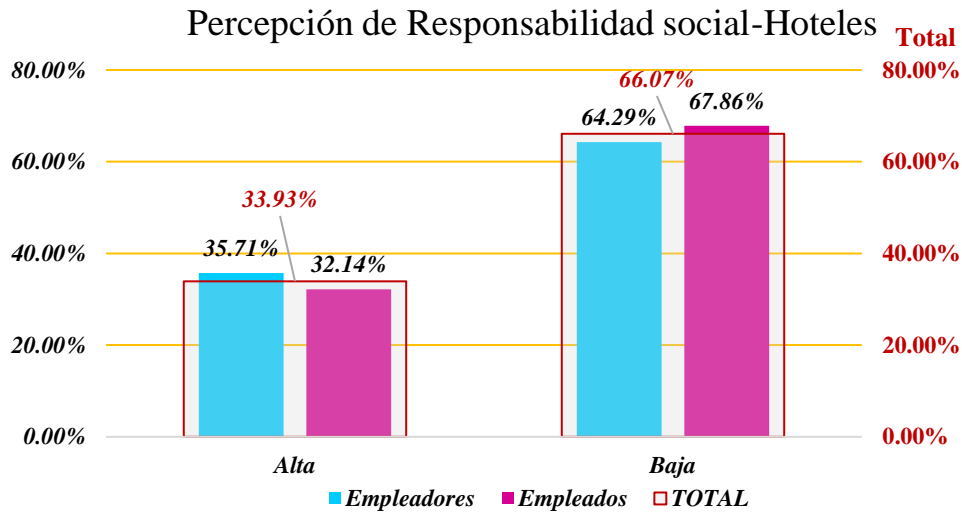


Figura 13. Percepción de Responsabilidad Social en la ciudad de Puno. Hoteles.
Fuente: Elaboración propia.

Según los empleadores de los Hoteles de la ciudad de Puno; 35.71% de ellos asegura que su responsabilidad social es alta; frente a un 64.29%, que es baja. Para los empleados: el 32.14% de ellos asegura que la responsabilidad social de los hoteles es alta en la ciudad de Puno, en contraste con un 67.86% que indica que la responsabilidad social de estos en mención es baja, como se puede observar en la figura N°13.

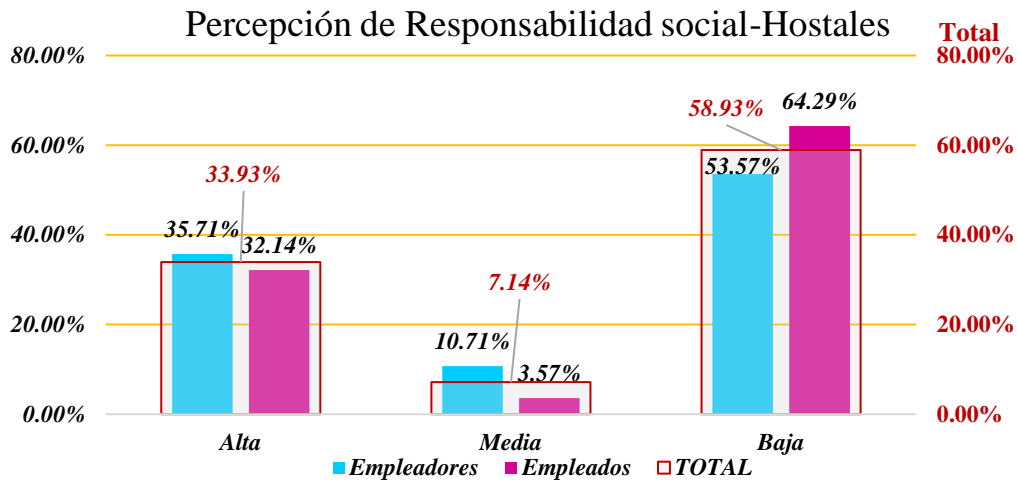


Figura 14. Percepción de Responsabilidad Social en la ciudad de Puno. Hostales.
Fuente: Elaboración propia.

Al evaluarse al sector de hostales observamos que el 53.57% de los empleadores de estos negocios piensa que su responsabilidad social en la ciudad de Puno es baja, un 64.29% de los empleados piensa que la responsabilidad Social de estos también es baja (véase figura N°14).

4.3.3. Restaurantes

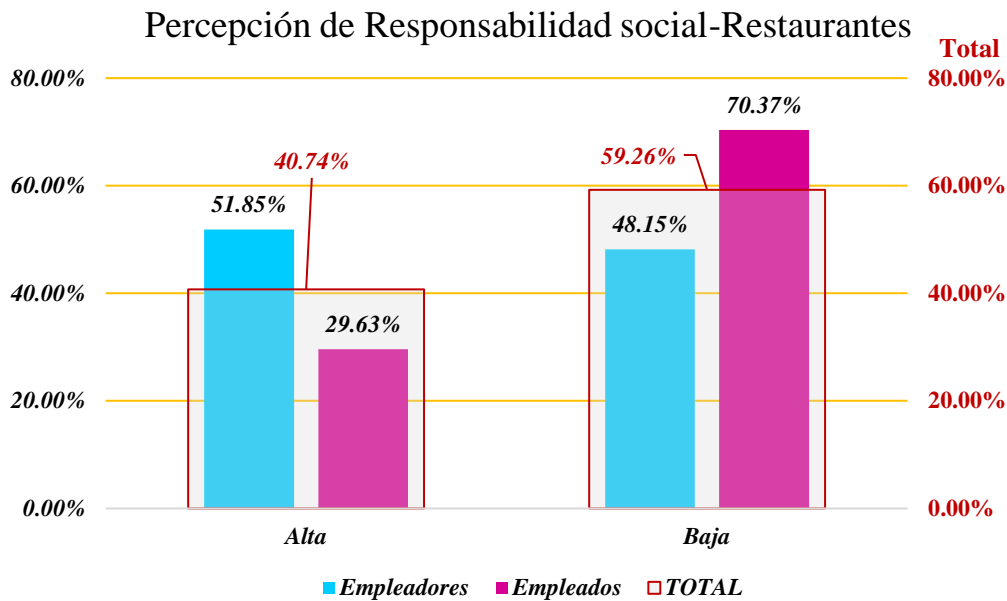


Figura 15. Percepción de Responsabilidad Social en la ciudad de Puno. Restaurantes.
Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a empresas turísticas compuestas por restaurantes, los empleadores de estos negocios, un 51.85% indican que la responsabilidad social que poseen para con la ciudad es alta, a diferencia de la opinión brindada por los empleados; el 70.37% de ellos cree que dichos negocios tienen un compromiso bajo para con la ciudad. (véase figura N°15).

4.3.4. Artesanos.

Producto de la evaluación a los negocios de artesanía; los empleadores encuestados, 50.00% piensa que la responsabilidad Social que tienen sus negocios desarrollados en la ciudad de Puno es alta; al evaluar a los empleados de estos negocios; un 60.71% asume que la responsabilidad social en los negocios donde laboran es baja. (véase figura N°16).

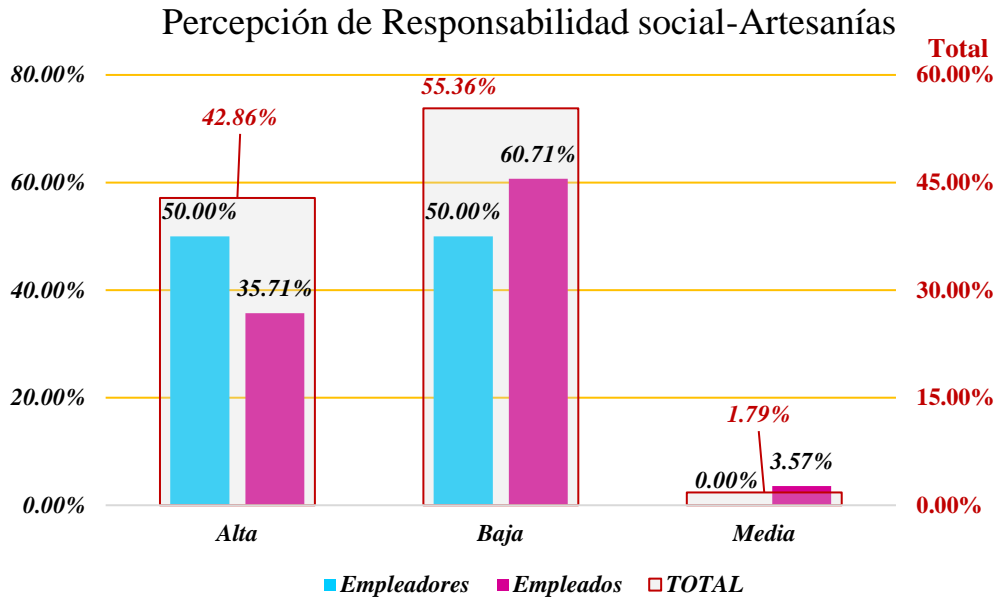


Figura 16. Percepción de Responsabilidad Social en la ciudad de Puno. Artesanos.
Fuente: Elaboración propia.

4.3.5. Percepción general de las empresas turísticas de la ciudad de Puno.

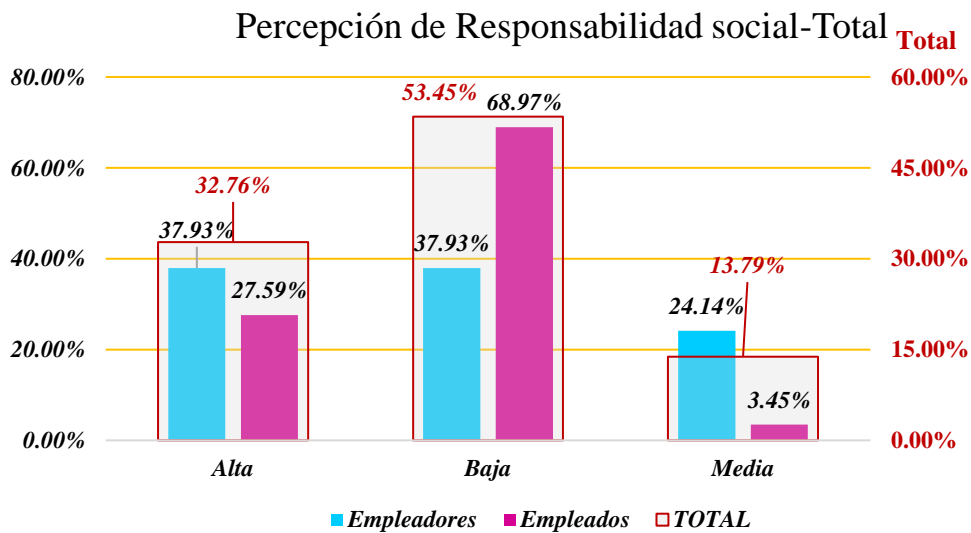


Figura 17. Total, percepción de Responsabilidad Social en la ciudad de Puno.
Fuente: Elaboración propia.

Como podemos observar en la figura N°17, donde, los resultados expuestos en su totalidad, (287 observaciones); los empleadores (110 observaciones) de la muestra;



indican que, un 37.93%, considera que su responsabilidad social es alta; al sondear a los empleados encuestados (177 observaciones), un 68.97% de estos piensa que la responsabilidad social de los negocios en donde laboran, es “baja”.

4.4. PERCEPCIÓN DE LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE PUNO CON RESPECTO A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL, POR LA ACTIVIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS POR NACIMIENTO.

Después de segmentar en ocho (08) grupos por edades; y como también por el lugar donde nacieron (Nacidos en la ciudad de Puno; No Nacidos en la ciudad de Puno), el resultado de la tabulación de encuestas que incluían ítems sobre: (la capacitación formación y empleo de recursos humanos, la promoción cultural y contribución a la actividad cultural, el aprovechamiento de recursos, cooperación en desastres, el desarrollo de la seguridad y salud); al sacar un promedio ponderado con un peso de: (02 puntos por respuesta afirmativa y 00 puntos por respuesta negativa); nos transmitió los siguientes resultados.

Percepción de la población sobre la actividad turística (por origen)

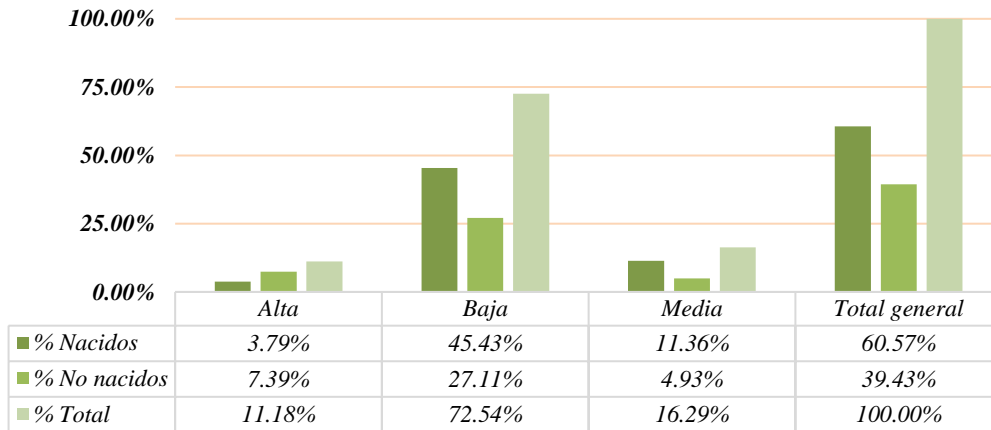


Figura 18. Percepción de la población sobre la actividad turística. (por origen).
Fuente: Elaboración propia.

Para la población de aquellos nacidos en la ciudad de Puno, la responsabilidad Social de las empresas turísticas para con la ciudad de Puno, el 45.43% cree que es Baja; forma similar en su percepción, sucede con aquella muestra de población No Nacida en la ciudad de Puno; que con un 27.11% asegura que las empresas turísticas que desarrollan sus actividades en esta ciudad poseen una baja responsabilidad social, de un total de 72.54%, como lo evidencia la figura N°18.

Percepción de la población sobre la actividad turística (por ascendencia)

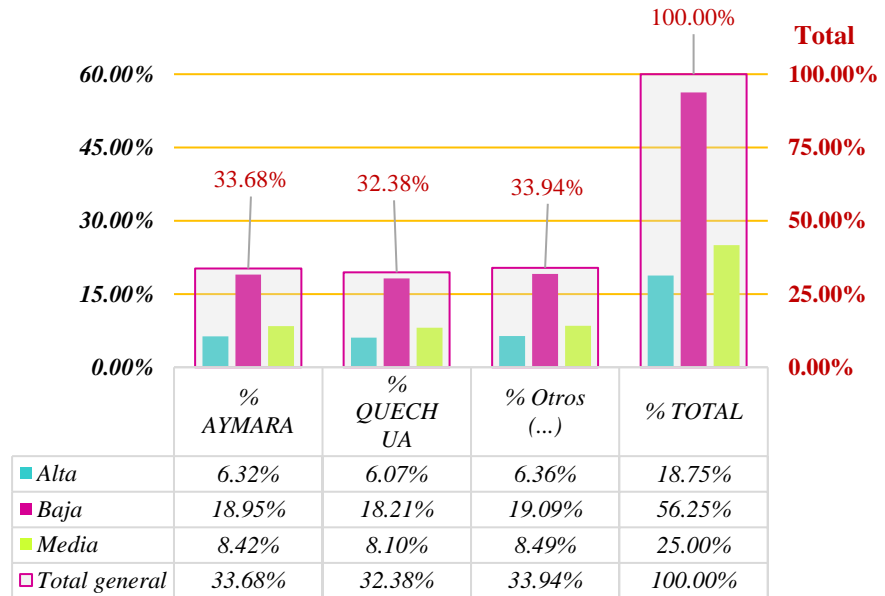


Figura 19. Percepción total de la población de Puno en relación a la actividad turística según ascendencia.

Fuente: Elaboración propia.

Concerniente al total de la Población que radica en la ciudad de Puno observamos que prima un 56.25% del total de la muestra que piensa que el compromiso para con la ciudad por parte de las firmas que operan en la ciudad es Bajo, siendo la población con ascendencia denominado Otros con 19.09%. Otro grupo importante compuesto por el 25.00% de la población cree que el compromiso es Medio donde el grupo mayoritario está compuesto por aquellos de ascendencia denominado Otros con un 8.49% de la población; El 18.75% de la población piensa que el compromiso empresarial es Alto; siendo el grupo denominado Otros, el de mayor porcentaje tiene con 6.36%. (véase figura N°19).

4.4.1. Certificación de responsabilidad social.

Certificación de Responsabilidad Social (por rubros)

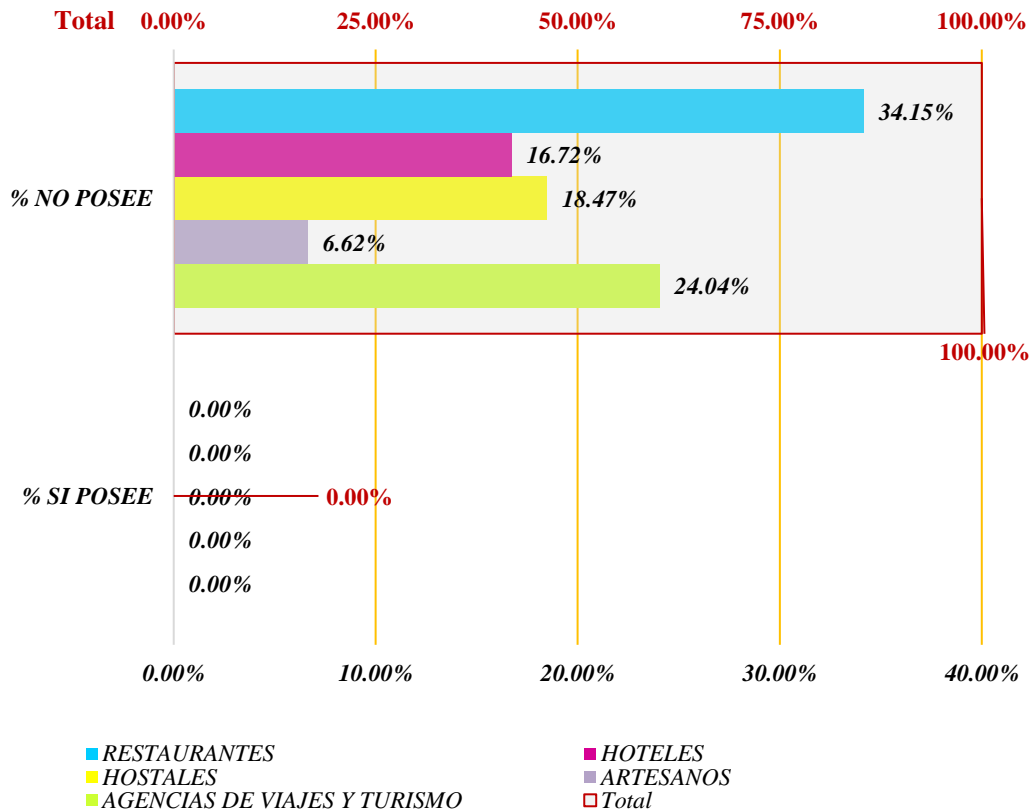


Figura 20. Certificación de Responsabilidad Social (por rubros).
Fuente: Elaboración propia.

De todas las empresas que desarrollan sus actividades en la ciudad de Puno ninguna empresa (00), cuentan con alguna Certificación de Responsabilidad Social.

Dos de los principales Hoteles de la ciudad de Puno poseen un programa de responsabilidad social el cual lamentablemente no es desarrollado en la ciudad de Puno, ya que el primero Casa Andina con Perú Champs, que es una organización sin fines de lucro que canaliza las donaciones hechas por los huéspedes para determinadas personas y su capacitación, mas no producto de las utilidades que la



empresa pudiera generar; y la colaboración para los efectos del frío repartidos en Cusco, mediante (Höség es una Start up Company), creada por los hermanos Snak. La cadena Libertador posee un extenso programa de Responsabilidad Social, principalmente basado en: “Obra por impuestos”, teniendo programas como; Pinta tu barca, pinta tu barrio, etc.; lamentablemente este programa hasta la actualidad no es aplicable en la ciudad de Puno, ni en ninguna comunidad de la región Puno, más si en otras regiones como Arequipa, Cusco, etc. Y sin contar con la acostumbrada acción de bien navideña que gran parte de personas naturales, y las empresas privadas como públicas de todos los rubros de la ciudad de Puno realiza para cierto sector de la población y de la región Puneña (véase figura N°20).

4.4.2. Indicador de carga social y percepción de la población sobre la actividad turística en cuanto a seguridad.

Posteriormente a la segmentación de sus respectivos grupos por edades y por el lugar de procedencia (Nacidos y No Nacidos en la ciudad de Puno); producto de las respuestas de una pequeña encuesta (08 preguntas, anexo N°1 Seguridad) el sentir de la población expone las siguientes conclusiones:

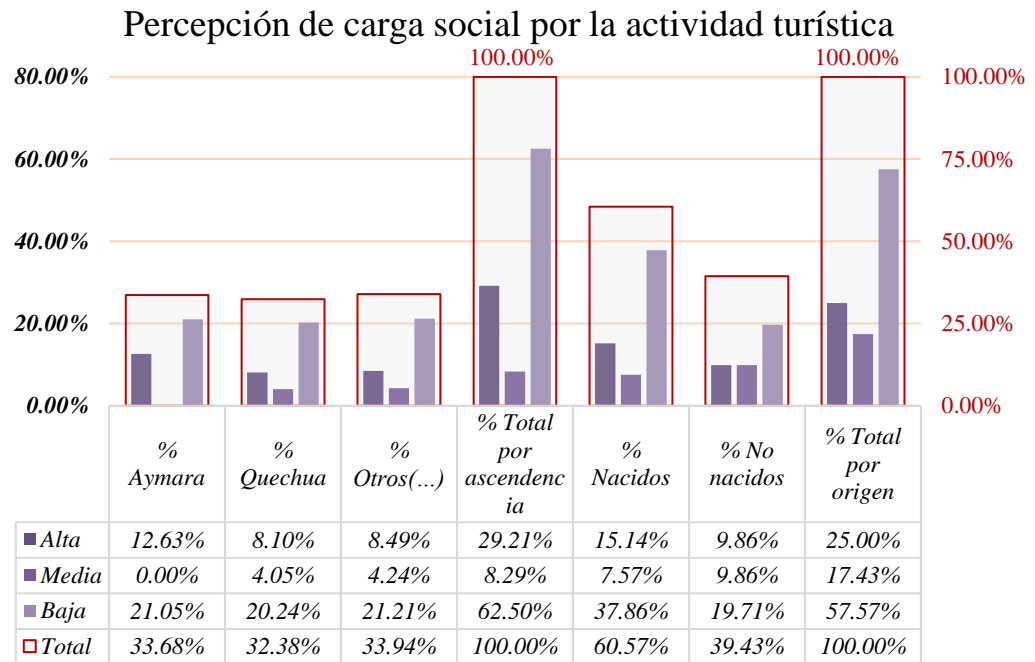


Figura 21. Percepción de carga social por la actividad turística
Fuente: Elaboración propia.

La mayor parte de la población encuestada, en el segmento por origen, aquellos nacidos en la ciudad de Puno, con un 37.86%, opina que la carga que ejerce la actividad turística concerniente a la seguridad y enfermedades en la ciudad es baja; coincidentemente el conjunto poblacional de No Nacidos en la ciudad de Puno, 19.71%, que cree también que la carga que podría ejercer la actividad turística en la ciudad referente al crimen y enfermedades es baja; opinión similar se ve reflejada en la población encuestada por ascendencia con el 62.50%, como podemos observar en los resultados de la figura N°21.

4.4.3. Análisis de seguridad por la actividad turística en la ciudad de Puno según Policía Nacional del Perú.

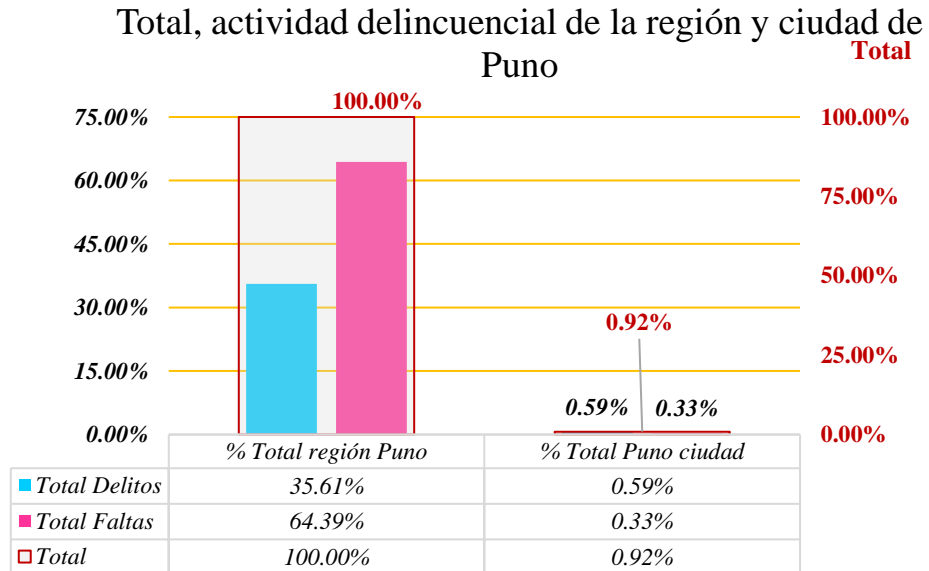


Figura 22. Total, actividad delincencial de la región, y ciudad de Puno.
Fuente: Elaboración propia.

En la figura N°22, La información nos muestra que la actividad delincencial en la Región de Puno alcanza a 7600 casos ocurridos en total en la región, con 2706 delitos que representan el 35.61%, y 4860 casos tipificados como faltas representando el 64.39% del total de delitos ocurridos en la región. Conseguida de (Policia Nacional del Perú.Direccion de estadistica.PNP-DIREST, 2015).

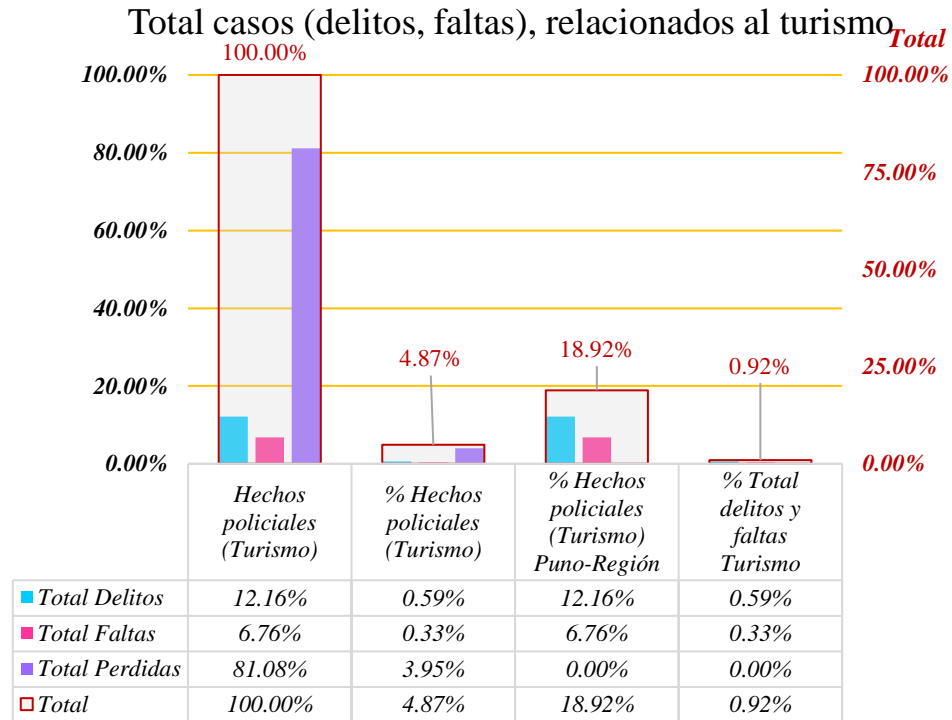


Figura 23. Total, casos relacionados con la actividad turística en la región y ciudad de Puno
Fuente: Elaboración propia.

De la totalidad de casos delincuenciales ocurridos en la ciudad de Puno (7600), tan solo el 4.87% de casos corresponden al sector turístico, como señala la figura N°23; del total de ocurrencias de la región, concentra el 0.59% en lo que respecta a delitos, el 0.33% en lo que corresponde a faltas, y un 3.95% que corresponden a pérdidas de documentos, etc., con base al Anuario de la PNP 2015. (Policía Nacional del Perú. DIREST, 2015).

4.5. VARIABLE CULTURAL A PARTIR DEL LENGUAJE.

Tabla 2

Total, Conocimiento de Otras lenguas de la población, en la ciudad de Puno.

<i>Conocimiento De Otros Idiomas</i>	<i>% Nacidos</i>	<i>% No Nacidos</i>	<i>% Total Origen</i>	<i>% Aymara</i>	<i>% Quechua</i>	<i>% Otros (Castellano, No Sabe No Indica, Etc.)</i>	<i>% Total Ascendencia</i>
<i>Alemán</i>	0.52%	0.00%	0.52%	0.52%	0.00%	0.00%	0.52%
<i>Castellano</i>	1.57%	0.26%	1.83%	0.78%	0.78%	0.26%	1.83%
<i>Francés</i>	1.57%	0.78%	2.35%	0.52%	1.31%	0.52%	2.35%
<i>Inglés</i>	27.67%	16.45%	44.12%	18.54%	14.62%	10.97%	44.13%
<i>Italiano</i>	2.09%	0.26%	2.35%	0.52%	1.83%	0.00%	2.35%
Sub total idioma extranjero.	33.42%	17.75%	51.17%	20.88%	18.54%	11.75%	51.18%
No habla	12.27%	15.41%	27.68%	3.13%	4.44%	20.10%	27.68%
<i>Aymara</i>	7.05%	3.13%	10.18%	7.83%	1.04%	1.31%	10.18%
<i>Quechua</i>	5.22%	2.61%	7.83%	0.52%	6.53%	0.78%	7.83%
<i>Quechua, Aymara</i>	0.26%	0.00%	0.26%	0.26%	0.00%	0.00%	0.26%
Sub total idiomas originarios.	12.53%	5.74%	18.27%	8.61%	7.57%	2.09%	18.27%
Otros:							
<i>Inglés Francés</i>	0.78%	0.26%	1.04%	0.26%	0.78%	0.00%	1.04%
<i>Francés Castellano</i>	0.26%	0.00%	0.26%	0.00%	0.26%	0.00%	0.26%
<i>Castellano inglés</i>	0.52%	0.00%	0.52%	0.26%	0.26%	0.00%	0.52%
<i>Castellano Quechua</i>	0.26%	0.26%	0.52%	0.00%	0.52%	0.00%	0.52%
<i>Aymara inglés</i>	0.52%	0.00%	0.52%	0.52%	0.00%	0.00%	0.52%
Sub total más de 02 idiomas.	2.34%	0.52%	2.86%	1.04%	1.82%	0.00%	2.86%
Total	60.56%	39.42%	100.0%	33.66%	32.37%	33.94%	100.0%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3
Total, población, dominio escrito del idioma, por origen.

<i>Dominio Escrito del Idioma.</i>	<i>% Básico Pop. Nacida</i>	<i>% Interme dio Pop. Nacida</i>	<i>% Avanza do Pop. Nacida</i>	<i>% Total Nac.</i>	<i>% Básico Pop. No Nacida</i>	<i>% Intermedio Pop. No Nacida</i>	<i>% Avanzado Pop. No Nacida</i>	<i>% Total No Nac.</i>
<i>Alemán</i>	0.26%	0.00%	0.26%	0.52%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
<i>Castellano</i>	0.26%	0.52%	0.78%	1.56%	0.00%	0.00%	0.26%	0.26%
<i>Francés</i>	0.00%	1.57%	0.00%	1.57%	0.00%	0.78%	0.00%	0.78%
<i>Ingles</i>	4.44%	21.67%	1.57%	27.68%	3.92%	12.53%	0.00%	16.45%
<i>Italiano</i>	0.00%	1.57%	0.52%	2.09%	0.00%	0.00%	0.26%	0.26%
<i>sub total idioma extranjero.</i>	4.96%	25.33%	3.13%	33.42%	3.92%	13.31%	0.52%	17.75%
<i>No Habla</i>	10.70%	1.57%	0.00%	12.27%	14.36%	1.04%	0.00%	15.40%
<i>Aymara</i>	0.78%	5.48%	0.78%	7.04%	0.26%	2.35%	0.52%	3.13%
<i>Quechua</i>	0.78%	4.18%	0.26%	5.22%	0.26%	2.35%	0.00%	2.61%
<i>Quechua, Aymara</i>	0.26%	0.00%	0.00%	0.26%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
<i>Sub total idiomas originarios.</i>	1.82%	9.66%	1.04%	12.52%	0.52%	4.70%	0.52%	5.74%
<i>Otros:</i>								
<i>Aymara Ingles</i>	0.00%	0.52%	0.00%	0.52%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
<i>Castellano Ingles</i>	0.52%	0.00%	0.00%	0.52%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
<i>Castellano Quechua</i>	0.00%	0.26%	0.00%	0.26%	0.00%	0.26%	0.00%	0.26%
<i>Francés Castellano</i>	0.00%	0.26%	0.00%	0.26%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
<i>Ingles Francés</i>	0.52%	0.26%	0.00%	0.78%	0.26%	0.00%	0.00%	0.26%
<i>Sub total más de 02 idiomas.</i>	1.04%	1.30%	0.00%	2.34%	0.26%	0.26%	0.00%	0.52%
<i>Total, parcial TOTAL</i>	18.52%	37.86%	4.17%	60.55%	19.06%	19.31%	1.04%	39.41%
								100.0%

Fuente: Elaboración propia.

Según el análisis el total de la población encuestada conformada por la población cuyo origen recae en; Nacida en la ciudad, indica que sus niveles de conocimiento fueron segmentados en; Básico con 18.54%, Intermedio 37.86% y



Avanzado con 4.18%; donde prima el conocimiento dirigido hacia los idiomas extranjeros; el dominio escrito predomina hacia el nivel Intermedio con 25.33%, En cuanto al total de la población encuestada conformada por la población No Nacida en la ciudad; los niveles de conocimiento fueron segmentados en; Básico con 19.06%, Intermedio 19.32% y Avanzado con 1.04%; donde prima el conocimiento dirigido hacia los idiomas extranjeros; el **dominio escrito** predomina hacia el nivel Intermedio con 13.31%, como lo muestran las tablas N°2 y N°3 respectivamente. (Rojas, 2015).

Tabla 4
Total, población, Dominio escrito del Idioma, por Ascendencia.

Dominio Escrito Idioma.	% Básico		% Intermedio		% Avanzado		% Total		% Básico		% Intermedio		% Avanzado		% Total	
	% Aymara	% Quechua	% Aymara	% Quechua	% Aymara	% Quechua	% Aymara	% Quechua	% Aymara	% Quechua	% Aymara	% Quechua	% Aymara	% Quechua	% Aymara	% Quechua
Alemán	0.26%	0.00%	0.26%	0.00%	0.00%	0.00%	0.52%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Castellano	0.00%	0.00%	0.26%	0.00%	0.52%	0.00%	0.78%	0.00%	0.00%	0.00%	0.52%	0.00%	0.00%	0.26%	0.00%	0.26%
Francés	0.52%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.52%	0.00%	1.31%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.52%
Inglés	1.83%	0.00%	15.67%	0.26%	1.04%	0.26%	18.54%	3.13%	11.23%	0.26%	0.26%	14.62%	8.09%	0.00%	0.00%	10.97%
Italiano	0.00%	0.00%	0.26%	0.52%	0.26%	1.04%	0.52%	0.52%	1.04%	0.26%	1.83%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Sub Total Idioma Extranjero.	2.61%	0.00%	16.45%	3.66%	1.83%	1.04%	20.89%	3.66%	13.84%	1.04%	18.54%	8.62%	2.87%	0.26%	0.00%	11.75%
No Habla	3.13%	0.00%	0.00%	4.44%	0.00%	0.00%	3.13%	4.44%	0.00%	0.00%	4.44%	0.00%	20.10%	0.00%	0.00%	20.10%
Aymara	1.04%	0.00%	5.74%	0.00%	1.04%	0.00%	7.83%	0.00%	1.04%	0.00%	1.04%	1.31%	0.00%	0.00%	0.00%	1.31%
Quechua	0.00%	0.00%	0.52%	0.78%	0.00%	0.78%	0.52%	0.78%	5.48%	0.26%	6.53%	0.78%	0.00%	0.00%	0.00%	0.78%
Quechua, Aymara	0.26%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.26%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Sub Total Idioma Originarios.	1.31%	0.00%	6.27%	0.78%	1.04%	0.26%	8.62%	0.78%	6.53%	0.26%	7.57%	2.09%	0.00%	0.00%	0.00%	2.09%
Otros:																
Aymara Inglés	0.00%	0.00%	0.52%	0.00%	0.00%	0.00%	0.52%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Castellano Inglés	0.26%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.26%	0.00%	0.00%	0.26%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.26%
Castellano Quechua	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.52%	0.00%	0.52%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.52%

<i>Francés</i>	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.26%	0.00%	0.00%	0.00%	0.26%	0.00%	0.26%
<i>Castellano</i>												
<i>Inglés Francés</i>	0.26%	0.00%	0.26%	0.52%	0.26%	0.26%	0.00%	0.00%	0.00%	0.78%	0.00%	0.78%
Sub Total Mas De 02 Idiomas.	0.52%	0.00%	1.04%	0.52%	1.04%	1.83%	0.26%	0.00%	0.00%	1.83%	0.00%	1.83%
Total Parcial	7.57%	23.24%	2.87%	33.68%	21.41%	32.38%	1.57%	22.97%	10.70%	0.26%	33.9%	100.00%
Total												

Fuente: Elaboración propia.

En lo referente al dominio escrito del idioma por ascendencia, la mayor parte del porcentaje se ubica en el segmento denominado “Otros”, con un total de 33.94% teniendo mayor porcentaje de dominio escrito en las lenguas extranjeras con 11.74%, ostentando la mayoría de conocimiento intermedio con 8.61%. Seguimos con los que se definen con ascendencia Aymara, grupo en el cual también notamos un gran dominio preferente a las lenguas extranjeras con 20.88%, prevaleciendo el nivel intermedio con 16.45%. Y continuamos con el grupo perteneciente a la etnia de ascendencia Quechua, en el cual también predomina la preferencia hacia las lenguas extranjeras con 18.01%, dominando el nivel intermedio con 13.84%. (véase tabla N°4), (Rojas, 2015).

Tabla 5
Total, población, Dominio Hablado del Idioma, por Nacimiento.

Dominio Hablado del Idioma.	% Básico Pop. Nacida	% Intermedio Pop. Nacida	% Avanzado Pop. Nacida	% Total Nacidos	% Básico Pop. No Nacida	% Intermedio Pop. No Nacida	% Avanzado Pop. No Nacida	% Total No nac.
Alemán	0.26%	0.26%	0.00%	0.52%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Castellano	0.26%	0.52%	0.78%	1.56%	0.00%	0.00%	0.26%	0.26%
Francés	0.00%	1.57%	0.00%	1.57%	0.00%	0.78%	0.00%	0.78%
Inglés	6.00%	20.63%	1.04%	27.67%	6.01%	9.92%	0.52%	16.45%
Italiano	0.00%	1.57%	0.52%	2.09%	0.00%	0.00%	0.26%	0.26%
Sub Total Idioma Extranjero.	6.52%	24.55%	2.34%	33.41%	6.01%	10.70%	1.04%	17.75%
No Habla	12.27%	0.00%	0.00%	12.27%	15.41%	0.00%	0.00%	15.41%
Aymara	0.00%	3.39%	3.66%	7.05%	0.00%	2.09%	1.04%	3.13%
Quechua	0.52%	2.87%	1.83%	5.22%	0.26%	1.57%	0.78%	2.61%
Quechua, Aymara	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Sub Total Idioma Originarios.	0.52%	6.26%	5.49%	12.27%	0.26%	3.66%	1.82%	5.74%
Otros:								
Aymara inglés	0.00%	0.00%	0.52%	0.52%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Castellano inglés	0.52%	0.00%	0.00%	0.52%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Castellano Quechua	0.00%	0.26%	0.26%	0.52%	0.00%	0.26%	0.00%	0.26%
Francés	0.00%	0.26%	0.00%	0.26%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Castellano Inglés Francés	0.52%	0.26%	0.00%	0.78%	0.26%	0.00%	0.00%	0.26%
SUB TOTAL MAS DE 02 IDIOMAS.	1.04%	0.78%	0.78%	2.60%	0.26%	0.26%	0.00%	0.52%
TOTAL PARCIAL	20.35%	31.59%	8.61%	60.55%	21.94%	14.62%	2.86%	39.42%
TOTAL								100.0%

Fuente: Elaboración propia.



Producto del total de la población encuestada conformada por la población cuyo origen recae en, nacida en la ciudad; posee un dominio como segunda lengua, dirigida hacia los idiomas extranjeros 33.41%; donde el dominio hablado prima hacia el nivel Intermedio con 24.55%, en cuanto al total de la población encuestada conformada por la población no nacida en la ciudad; el 33.94%; donde el nivel de conocimiento; Básico con 21.93%. (Rojas, 2015).

Tabla 6
Total, población, Dominio Hablado del Idioma, por Ascendencia.

Dominio Hablado Del Idioma.	% Básico Aymara		% Intermedio Aymara		% Avanzado Aymara		% Total aymara		% Básico Quechua		% Intermedio Quechua		% Avanzado Quechua		% Total quechua		% Básico Otros		% Intermedio Otros		% Avanzado Otros		% Total otros	
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Alemán	0.26%	0.26%	0.00%	0.26%	0.00%	0.00%	0.52%	0.52%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Castellano	0.00%	0.26%	0.00%	0.26%	0.52%	0.00%	0.78%	0.78%	0.00%	0.00%	0.26%	0.26%	0.52%	0.52%	0.78%	0.78%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.26%	0.26%	0.26%	0.26%
Francés	0.26%	0.26%	0.00%	0.26%	0.00%	0.00%	0.52%	0.52%	0.00%	0.00%	1.31%	1.31%	0.00%	0.00%	1.31%	1.31%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.52%
Inglés	1.83%	14.88%	1.83%	14.88%	1.83%	4.44%	18.54%	18.54%	4.44%	9.92%	9.92%	9.92%	0.26%	0.26%	14.62%	14.62%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	10.97%
Italiano	0.00%	0.26%	0.26%	0.26%	0.52%	0.52%	0.52%	0.52%	0.52%	1.04%	1.04%	1.04%	0.26%	0.26%	1.82%	1.82%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Sub Total Idioma Extranjero.	2.35%	15.93%	2.61%	15.93%	2.61%	4.96%	20.89%	20.89%	4.96%	12.53%	12.53%	12.53%	1.04%	1.04%	18.53%	18.53%	3.92%	3.92%	7.57%	7.57%	0.26%	0.26%	0.26%	11.75%
No Habla	3.13%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	4.44%	3.13%	3.13%	4.44%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	4.44%	4.44%	20.10%	20.10%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	20.10%
Aymara	0.52%	4.18%	3.13%	4.18%	3.13%	0.00%	7.83%	7.83%	0.00%	0.52%	0.52%	0.52%	0.52%	0.52%	1.04%	1.04%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	1.31%
Quechua	0.00%	0.52%	0.00%	0.52%	0.00%	0.52%	0.52%	0.52%	0.52%	3.39%	3.39%	3.39%	2.61%	2.61%	6.52%	6.52%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.78%
Quechua, Aymara	0.00%	0.00%	0.26%	0.00%	0.26%	0.00%	0.26%	0.26%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Sub Total Idioma Originarios.	0.52%	4.70%	3.39%	4.70%	3.39%	0.52%	8.61%	8.61%	0.52%	3.91%	3.91%	3.91%	3.13%	3.13%	7.56%	7.56%	0.00%	0.00%	2.09%	2.09%	0.00%	0.00%	0.00%	2.09%
Otros:																								
Aymara	0.00%	0.00%	0.52%	0.00%	0.52%	0.00%	0.52%	0.52%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Inglés	0.26%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.26%	0.26%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.26%	0.26%	0.26%	0.26%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Castellano	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.26%	0.26%	0.26%	0.26%	0.26%	0.52%	0.52%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Castellano Quechua	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.26%	0.26%	0.26%	0.26%	0.26%	0.52%	0.52%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Francés	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.26%	0.26%	0.26%	0.00%	0.00%	0.26%	0.26%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Castellano	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.26%	0.26%	0.26%	0.00%	0.00%	0.26%	0.26%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

<i>Inglés</i>	0.26%	0.00%	0.00%	0.26%	0.00%	0.00%	0.78%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
<i>Francés</i>											
Sub Total	0.52%	0.00%	0.00%	0.52%	0.78%	0.52%	1.82%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
<i>Más De 02 Idiomas.</i>											
Total Parcial	6.53%	20.63%	6.53%	33.69%	10.45%	17.23%	32.38%	24.02%	9.66%	0.26%	33.94%
Total											100.0%

Fuente: Elaboración propia.

En lo referente al dominio hablado del idioma por ascendencia, la mayor parte del porcentaje se ubica en el segmento denominado “OTROS”, teniendo mayor porcentaje de dominio hablado en las lenguas extranjeras con 11.75%, una mayoría de conocimiento intermedio con 7.57%, la lengua más conocida es el inglés con 7.05% en el nivel intermedio. Seguimos con los que se definen con ascendencia Aymara, grupo en el cual también notamos un gran dominio preferente a las lenguas extranjeras con 20.88%, prevaleciendo el nivel intermedio con 16.45%; siendo el preferido el Inglés, que a nivel intermedio posee un porcentaje de 15.67%; continuamos con el grupo perteneciente a la etnia de ascendencia Quechua, en el cual también predomina la preferencia hacia las lenguas extranjeras con 18.01%, dominando el nivel intermedio con 12.53%; siendo el idioma Inglés el que más nivel de dominio muestra la población a un nivel intermedio con 9.92%, (Rojas, 2015).

Tabla 7
Total, población, Fin de la Instrucción del Idioma, por Nacimiento.

Fin De Instrucción	% Estudio Aymara		% Trabajo Aymara		% Cultura Aymara		% Total aymara		% Estudio Quechua		% Trabajo Quechua		% Cultura Quechua		% Total quechua	
Alemán	0.52%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.52%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Castellano	0.26%	0.00%	0.00%	0.00%	0.52%	0.00%	0.78%	0.26%	0.26%	0.00%	0.00%	0.52%	0.00%	0.52%	0.78%	0.78%
Francés	0.26%	0.00%	0.26%	0.00%	0.00%	0.00%	0.52%	0.78%	0.78%	0.52%	0.00%	0.52%	0.00%	0.00%	1.31%	1.31%
Inglés	9.92%	1.04%	7.57%	1.04%	18.54%	1.04%	18.54%	9.92%	9.92%	4.44%	0.26%	4.44%	0.26%	14.62%	14.62%	14.62%
Italiano	0.26%	0.00%	0.26%	0.00%	0.00%	0.00%	0.52%	1.04%	1.04%	0.78%	0.00%	0.78%	0.00%	1.83%	1.83%	1.83%
Sub Total Idioma Extranjero	11.23%	1.57%	8.09%	1.57%	20.89%	1.57%	20.89%	12.01%	12.01%	5.74%	0.78%	5.74%	0.78%	18.54%	18.54%	18.54%
No Habla	3.13%	0.00%	0.00%	0.00%	3.13%	0.00%	3.13%	4.44%	4.44%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	4.44%	4.44%	4.44%
Aymara	0.52%	0.78%	0.52%	0.78%	7.83%	0.52%	7.83%	0.00%	0.00%	0.52%	0.52%	0.52%	0.52%	1.04%	1.04%	1.04%
Quechua	0.00%	0.00%	0.52%	0.00%	0.52%	0.00%	0.52%	0.52%	0.52%	1.04%	0.00%	1.04%	0.00%	4.96%	6.53%	6.53%
Quechua, Aymara	0.00%	0.26%	0.00%	0.26%	0.26%	0.26%	0.26%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Sub Total Idioma Originarios	0.52%	6.79%	1.31%	6.79%	8.62%	6.79%	8.62%	0.52%	0.52%	1.57%	5.48%	1.57%	5.48%	7.57%	7.57%	7.57%
Otros:																
Aymara inglés	0.52%	0.00%	0.00%	0.00%	0.52%	0.00%	0.52%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Castellano inglés	0.26%	0.00%	0.00%	0.00%	0.26%	0.00%	0.26%	0.00%	0.00%	0.26%	0.00%	0.26%	0.00%	0.26%	0.26%	0.26%
Castellano Quechua	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.52%	0.00%	0.52%	0.52%	0.52%	0.52%
Francés Castellano	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.26%	0.26%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.26%	0.26%	0.26%
Inglés Francés	0.00%	0.26%	0.00%	0.26%	0.26%	0.26%	0.26%	0.52%	0.52%	0.00%	0.26%	0.00%	0.26%	0.78%	0.78%	0.78%
SUB TOTAL MAS DE 02 IDIOMAS	0.78%	0.26%	0.00%	0.26%	1.04%	0.26%	1.04%	0.78%	0.78%	0.26%	0.78%	0.26%	0.78%	1.82%	1.82%	1.82%
TOTAL parcial	15.67%	8.61%	9.40%	8.61%	33.68%	8.61%	33.68%	17.75%	17.75%	7.57%	7.05%	7.57%	7.05%	32.38%	32.38%	32.38%
TOTAL																

Fuente: Elaboración propia.



Los pobladores encuestados aluden también en su mayoría, que vendrían a ser aquellos oriundos de la ciudad con 20.1%, que aprendieron por fines de estudio; difiriendo de los pobladores que tienen conocimiento en lenguas originarias con 9.14% de Nacidos en la urbe, que lo hicieron por cultura general. Y los pobladores con conocimiento en dos idiomas la mayoría nacidos en la ciudad con 1.3% señala que el motivo para asimilar este conocimiento fue por estudio. (Rojas, 2015).

Tabla 8
Total, población, Fin de la Instrucción del Idioma, por Ascendencia.

Fin De Instrucción	% Aymara		% Quechua		% Otros		% Aymara		% Quechua		% Otros		% Total
	Estudio	Trabajo	Cultura	Total	Estudio	Trabajo	Cultura	Total	Estudio	Trabajo	Cultura	Total	
Alemán	0.52%	0.00%	0.00%	0.52%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Castellano	0.26%	0.00%	0.52%	0.78%	0.26%	0.00%	0.52%	0.78%	0.00%	0.00%	0.26%	0.26%	0.26%
Francés	0.26%	0.26%	0.00%	0.52%	0.78%	0.52%	0.00%	1.31%	0.26%	0.26%	0.00%	0.52%	0.52%
Inglés	9.92%	7.57%	1.04%	18.54%	9.92%	4.44%	0.26%	14.62%	7.31%	3.66%	0.00%	10.97%	10.97%
Italiano	0.26%	0.26%	0.00%	0.52%	1.04%	0.78%	0.00%	1.83%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Sub Total Idioma Extranjero	11.23%	8.09%	1.57%	20.89%	12.01%	5.74%	0.78%	18.54%	7.57%	3.92%	0.26%	11.75%	11.75%
No Habla	3.13%	0.00%	0.00%	3.13%	4.44%	0.00%	0.00%	4.44%	20.10%	0.00%	0.00%	20.10%	20.10%
Aymara	0.52%	0.78%	6.53%	7.83%	0.00%	0.52%	0.52%	1.04%	0.26%	0.52%	0.52%	1.31%	1.31%
Quechua	0.00%	0.52%	0.00%	0.52%	0.52%	1.04%	4.96%	6.53%	0.00%	0.78%	0.00%	0.78%	0.78%
Quechua, Aymara	0.00%	0.00%	0.26%	0.26%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Sub Total Idioma Originarios	0.52%	1.31%	6.79%	8.62%	0.52%	1.57%	5.48%	7.57%	0.26%	1.31%	0.52%	2.09%	2.09%
Otros:													
Aymara inglés	0.52%	0.00%	0.00%	0.52%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Castellano inglés	0.26%	0.00%	0.00%	0.26%	0.00%	0.26%	0.00%	0.26%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Castellano Quechua	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.52%	0.52%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Francés Castellano	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.26%	0.00%	0.00%	0.26%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Inglés Francés	0.00%	0.00%	0.26%	0.26%	0.52%	0.00%	0.26%	0.78%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
SUB TOTAL MAS DE 02 IDIOMAS	0.78%	0.00%	0.26%	1.04%	0.78%	0.26%	0.78%	1.82%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
TOTAL parcial	15.67%	9.40%	8.61%	33.68%	17.75%	7.57%	7.05%	32.38%	27.94%	5.22%	0.78%	33.94%	33.94%
TOTAL													100.00%

Fuente: Elaboración propia.

Los pobladores encuestados aluden también en su mayoría, que vendrían a ser aquellos pertenecientes a la ascendencia Quechua con 11.48%, que aprendieron por fines de estudio; difiriendo de los pobladores que tienen conocimiento en lenguas originarias con 6.79%, que poseen ascendencia Aymara, motivados por cultura general; y los pobladores con conocimiento en dos idiomas la mayoría con ascendencia Quechua 1.56% señala que el motivo para asimilar este conocimiento fue tanto por estudio como por cultura general. (Rojas, 2015).

Tabla 9

Total, expectativa por aprender idiomas; población de la ciudad de Puno.

<i>Idioma que aprendería</i>	<i>% Nacidos</i>	<i>% No Nacidos</i>	<i>% Total por origen</i>	<i>% Aymara</i>	<i>% Quechua</i>	<i>% Otros (Castellano, No Sabe No Indica, Etc.)</i>	<i>% Total por ascendencia</i>
Originarios ó nativos:							
<i>Aymara</i>	1.57%	2.61%	4.18%	1.57%	1.04%	1.57%	4.18%
<i>Quechua</i>	1.57%	2.09%	3.66%	1.83%	1.04%	1.04%	3.92%
Sub total idiomas originarios.	3.14%	4.70%	7.84%	3.39%	2.09%	2.61%	8.09%
Extranjeros:							
<i>Inglés</i>	25.32%	19.58%	44.90%	10.70%	13.58%	20.36%	44.65%
<i>Francés</i>	19.06%	8.36%	27.42%	11.49%	9.92%	6.00%	27.42%
<i>Chino</i>	0.52%	0.00%	0.52%	4.96%	4.96%	3.39%	13.32%
<i>Alemán</i>	8.88%	4.44%	13.32%	0.52%	0.00%	0.00%	0.52%
Sub total idioma extranjero.	53.78%	32.38%	86.16%	27.68%	28.46%	29.76%	85.90%
Dos idiomas a más							
<i>Francés Ingles</i>	1.31%	0.78%	2.09%	0.78%	1.04%	0.26%	2.09%
<i>Aymara Quechua</i>	1.57%	0.52%	2.09%	1.04%	0.52%	0.52%	2.09%
Sub total más de 02 idiomas.	2.88%	1.30%	4.18%	1.83%	1.57%	0.78%	4.18%
<i>Dejaría pasar la oportunidad</i>	0.78%	1.04%	1.82%	0.78%	0.26%	0.78%	1.83%
Total	60.58%	39.42%	100.00%	33.68%	32.38%	33.94%	100.00%

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la expectativa de la población de Puno por la asimilación de futuros conocimientos sobre idiomas observamos que el 85.90%, muestra una gran preferencia por los idiomas extranjeros, indicando que dispondrían de una mayor proyección para su futuro, destacando un gran número su preferencia hacia el idioma inglés, con un total de 44.65%. situación alentadora para la mejora de la calidad de servicio. (Rojas, 2015).

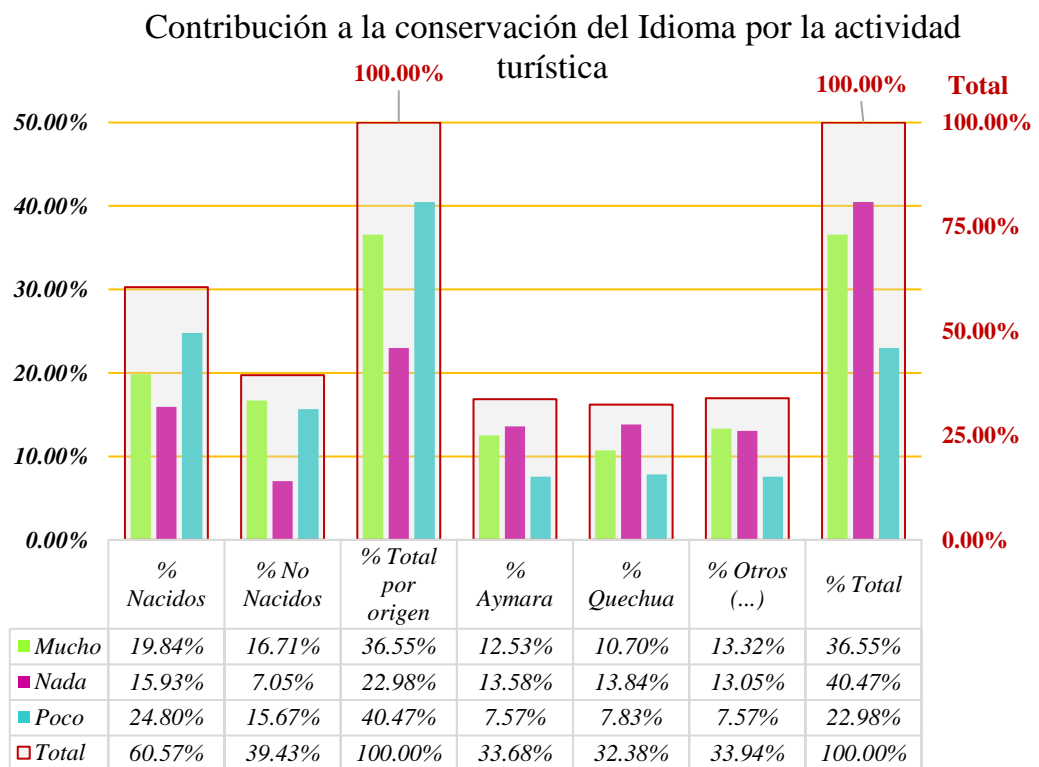


Figura 24. Total, percepción: Contribución a la conservación del Idioma por la actividad turística.

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la apreciación de la población de la ciudad, el 40.47% piensa que la contribución de la actividad turística hacia la conservación y desarrollo de las lenguas originarias es escasa, pensando los nacidos en la ciudad de Puno en un 24.80%, que dicha actividad contribuye de manera insuficiente, frente a un 19.84%

también pertenecientes al grupo de los natos en la ciudad de Puno; en contraste con un total de 36.55% que opina que es mucho, y un 22.98% que cree que el aporte es inexistente. En cuanto a la percepción por ascendencia, el 13.84% de la población con ascendencia Quechua, piensa que el aporte de la actividad turística contribuye poco al desarrollo de y conservación de las lenguas originarias que se hablan en la ciudad, (véase figura N°24).

4.6. RELACIONES DE AMISTAD TOLERANCIA Y DIMENSIÓN MORAL.

4.6.1. Relaciones de amistad

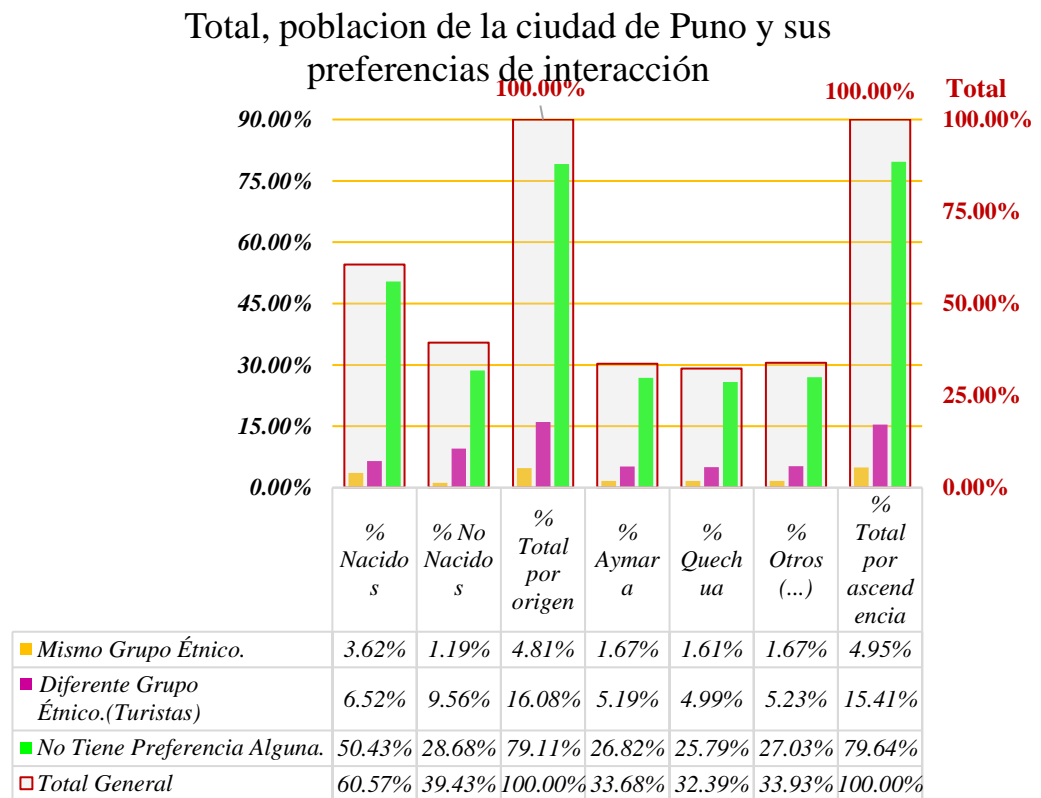


Figura 25. Total, población de la ciudad de Puno y sus preferencias de interacción.
Fuente: Elaboración propia.

La figura N°25, indica que las relaciones amicales o de amistad, en su mayoría la población de la ciudad de Puno no asume una predilección específicamente alguna;

de la población nacida en la ciudad el 50.43% de esta no tiene preferencia alguna por algún grupo en específico de amigos; al igual que, del 39.43% de población no nacida en la ciudad un 28.68% muestra indiferencia en su proceder; la preferencia en cuanto a la ascendencia, una gran mayoría de encuestados coincide también en no gozar de cierta predilección por la compañía amical 79.64% del total.

Preferencias de concurrencia a lugares públicos según rasgos étnicos

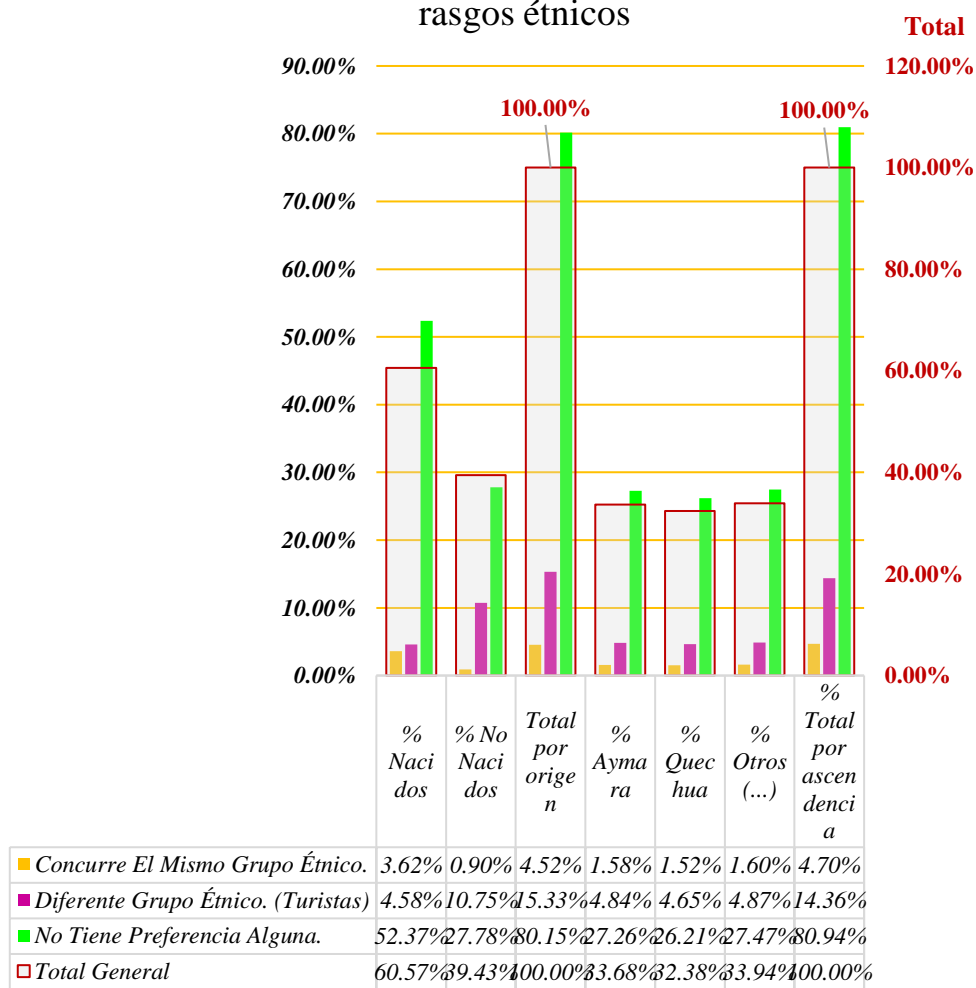


Figura 26. Total, preferencias de concurrencia a lugares públicos según rasgos étnicos.
Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la preferencia por concurrir a lugares públicos, la población de la metrópoli puneña en su gran mayoría tanto nacidos 52.37%, como aquellos que no

nacieron en la ciudad 27.78% no tiene un lugar de preferencia para concurrir a lugares públicos. De otro modo en el caso de la preferencia por antepasados el 80.94% del total, no asume ninguna preferencia por concurrir a un lugar donde se establezca temporalmente algún grupo étnico en especial, como es señalado en la figura N°26.

4.6.2. Dogmatismo y religión:

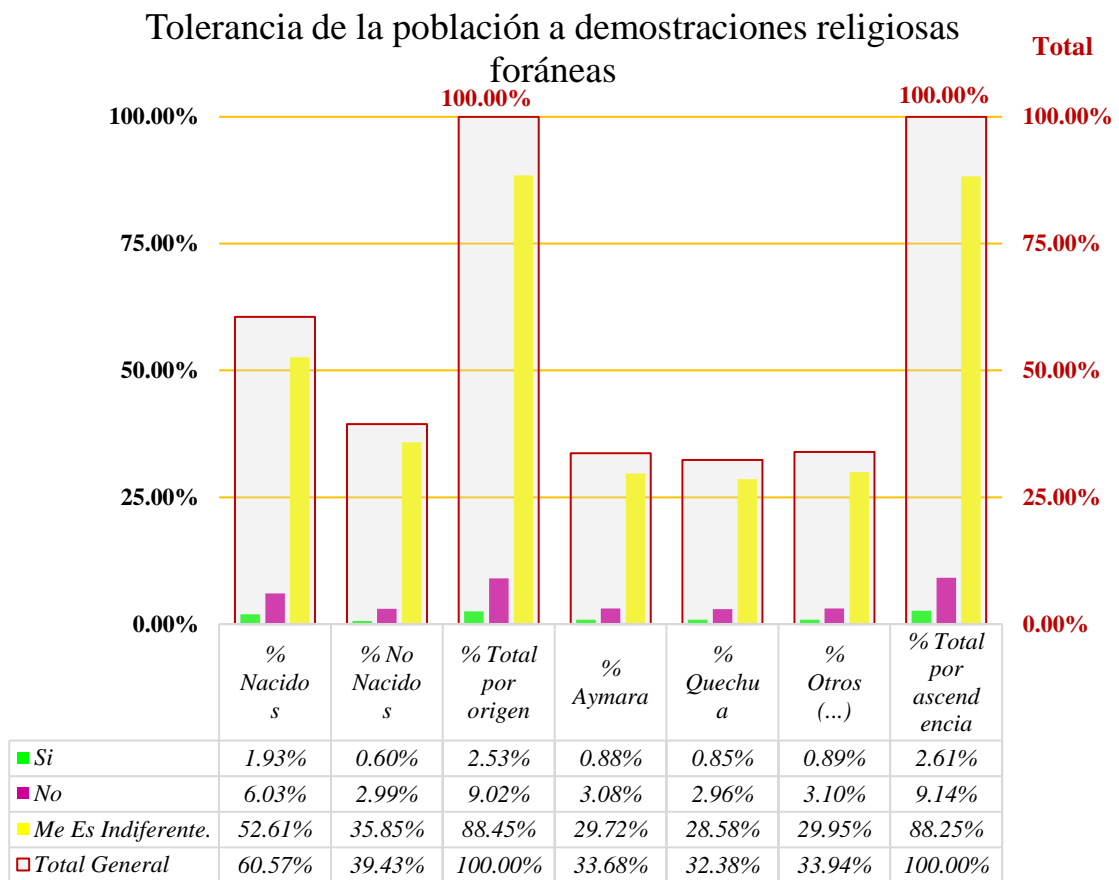


Figura 27. Total, tolerancia de la población a demostraciones religiosas foráneas.
Fuente: Elaboración propia.

En la figura N°27, señala indiferencia en la urbe puneña, con una población que profesa la religión Católica Cristiana mayoritariamente 88.25%, podríamos decir que los residentes de la ciudad, son de cierta forma estoicos ante ciertas demostraciones religiosas ya que le es indiferente la representación de esta clase de

actos, provenientes de otras personas ajenas a la ciudad, frente a un muy bajo porcentaje de ciudadanos 2.61%, que si se molestarían ante este tipo de acciones.

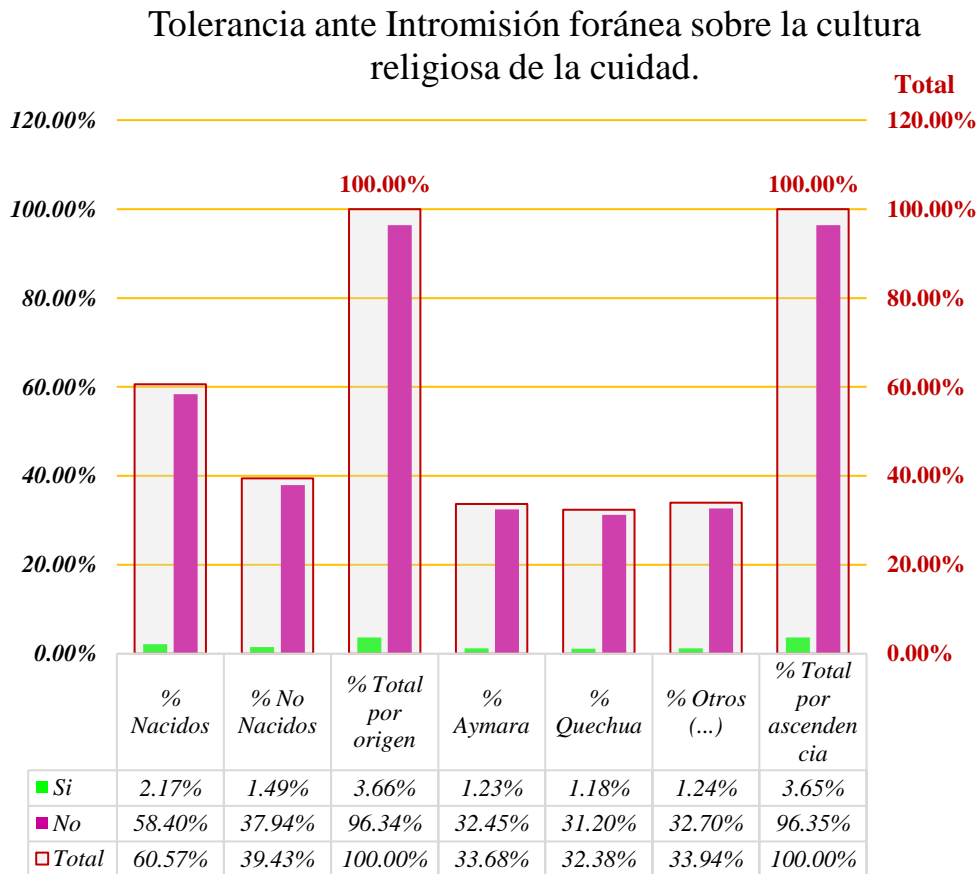


Figura 28. Total, población tolerancia ante Intromisión foránea sobre la cultura religiosa de la ciudad.

Fuente: Elaboración propia

Observamos que un gran porcentaje, 96.35% de la población de la metrópoli no soportaría la intromisión ni críticas de extraños a sus manifestaciones de orden religioso; en contraste a un muy bajo porcentaje que si aceptaría la intrusión de foráneos, 3.65%. En cuanto a la ascendencia, son aquellos naturales de ascendencia Aymara 32.45% los que lideran posición intolerante ante este tipo de críticas, (véase figura N°28).

4.6.3. Homofobia

Tolerancia ante afectos a su mismo sexo en la ciudad por Foráneos.

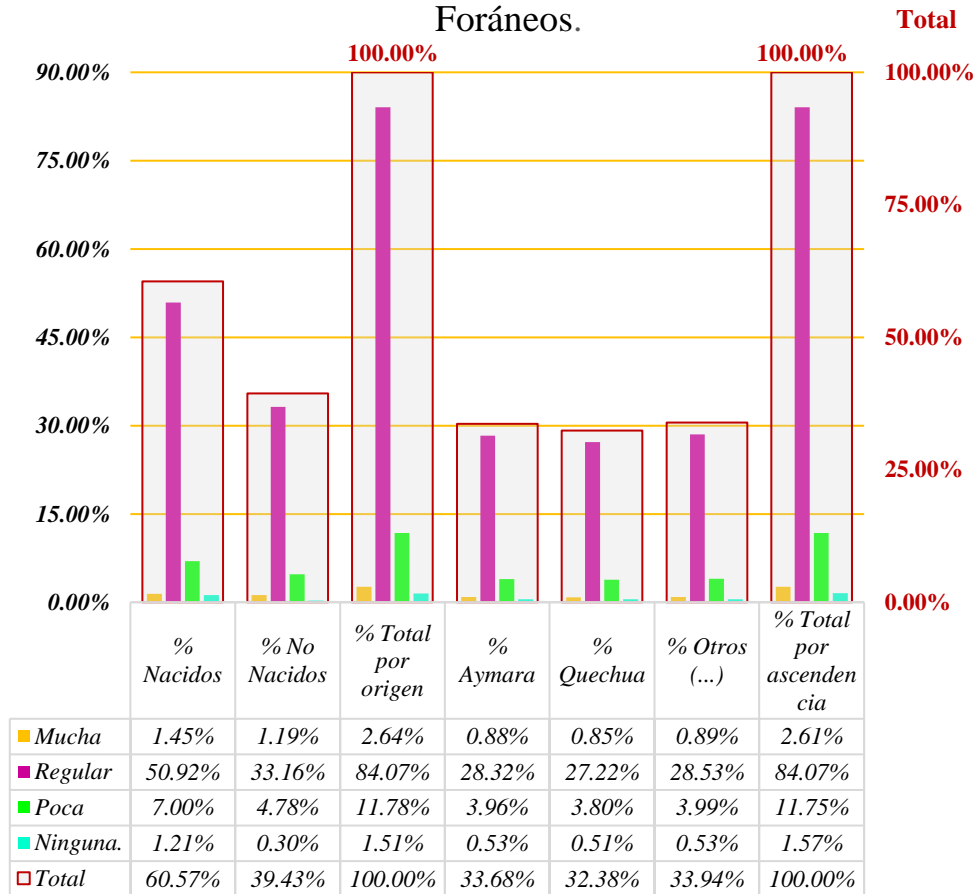


Figura 29. Total, población; Nivel de Tolerancia ante afectos a su mismo sexo en la ciudad por Foráneos.

Fuente: Elaboración propia

Con relación a la tolerancia de los ciudadanos de esta metrópoli hacia este tipo de manifestaciones en un 84.07% del total manifiesta tener una tolerancia regular hacia estas manifestaciones, a diferencia del 1.57% que manifiesta no tener ninguna tolerancia para dichos. la población con ascendencia Aymara con 28.32% que tiene tolerancia regular. (véase figura N°29).

4.6.4. Patrio centrismo:

Preferencia de presencia de Turistas por la población en la ciudad

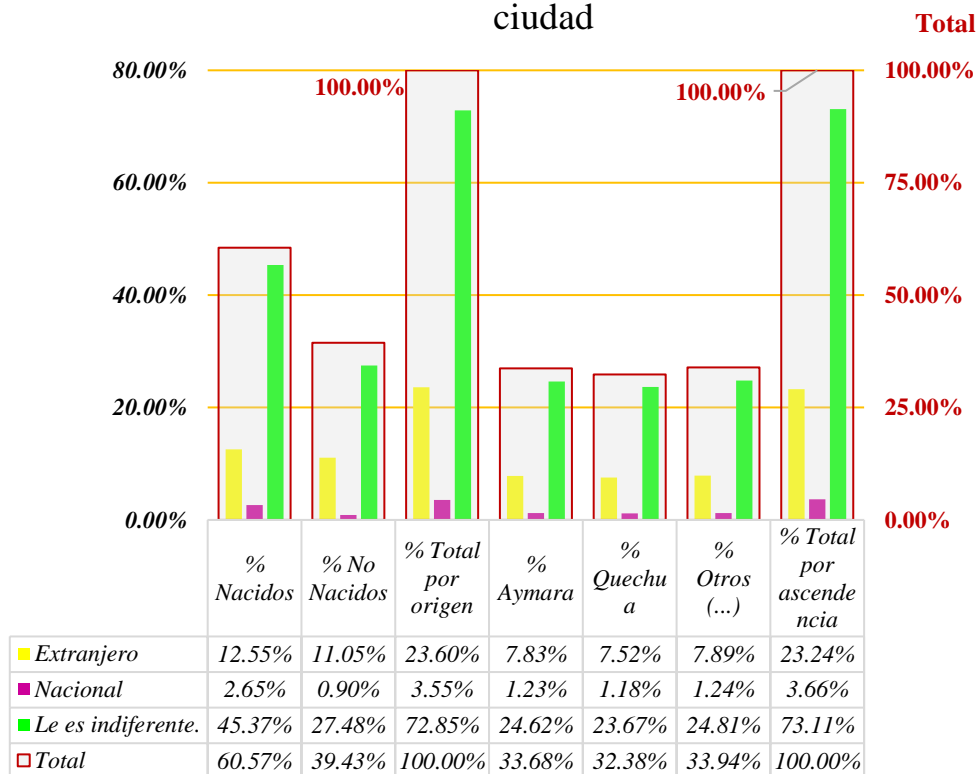


Figura 30. Total, Preferencia de presencia de Turistas por la población en la ciudad.
Fuente: Elaboración propia.

Con respecto al patrio-centrismo las preferencias de la población puneña apuntan hacia que les resulta indiferente el origen de los visitantes de la ciudad con 73.11% del total siendo los naturales de la ciudad con 45.37% quienes con más porcentaje cuentan. En referencia a la ascendencia de la población, son los pertenecientes al denominado grupo Otros 24.81%, aquellos que más creen que les es indiferente el origen de los visitantes, (véase figura N°30).

Nivel de tolerancia a presencia de Turistas en la ciudad según su procedencia

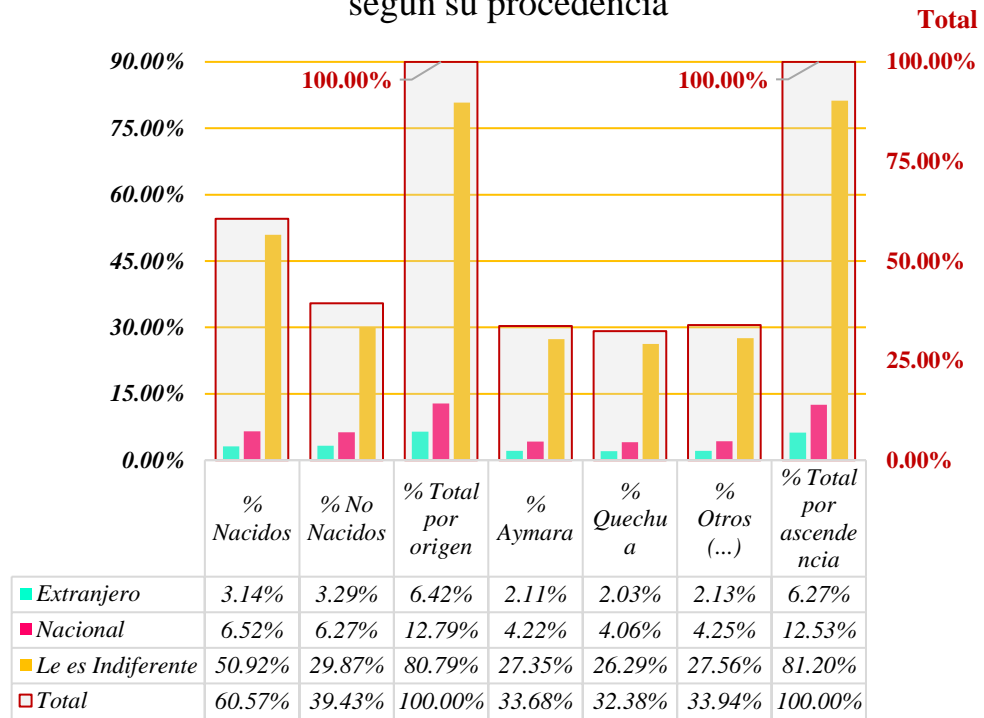


Figura 31. Nivel de tolerancia a presencia de turistas en la ciudad según su procedencia.
Fuente: Elaboración propia.

En referencia al tipo de turistas que la población No desearía que visite nuestra ciudad; a un 81.20% le es indiferente el que podría ser el origen de los visitantes. En cuanto a la ascendencia de la población por este tema la población es indiferente ante este deseo teniendo el mayor porcentaje de la muestra el grupo con antepasados Aymaras 27.94%, (véase figura N°31).

4.7. MASIFICACIÓN DE LOS MEDIOS Y DIMENSIÓN AFECTIVA.

4.7.1. Masificación de los Medios

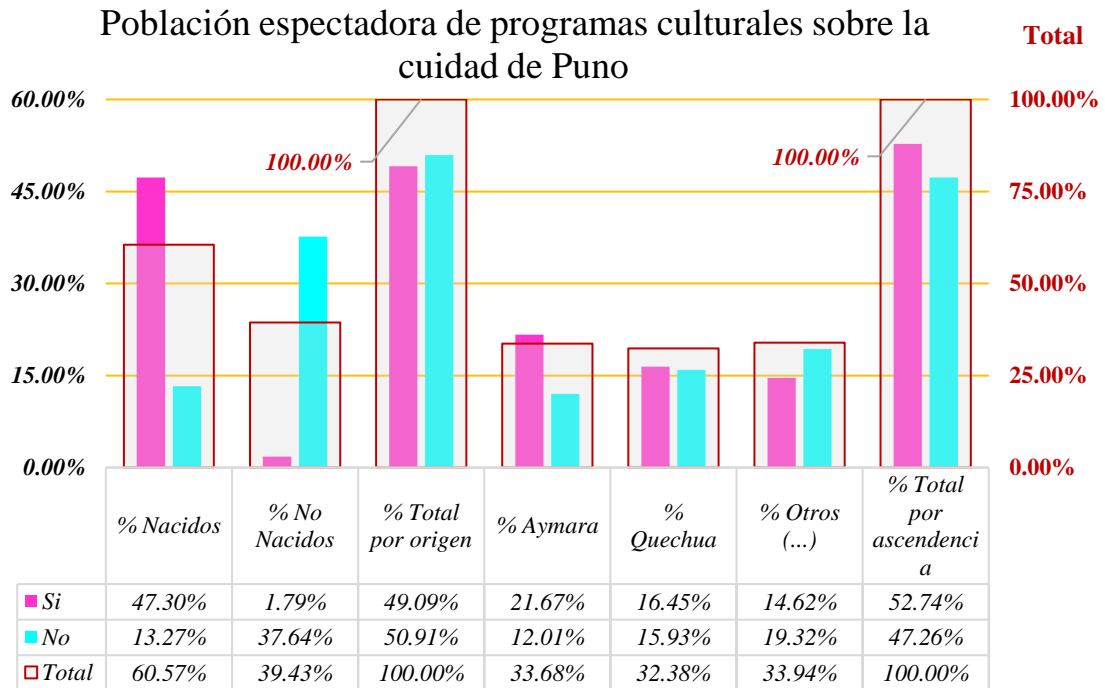


Figura 32. Total, población espectadora de programas culturales sobre la ciudad de Puno.
Fuente: Elaboración propia.

Con relación a los medios masivos de comunicación el 52.74% del total de la población, no contempla programas de índole cultural sobre la ciudad de Puno, siendo el 47.30% perteneciente a la ciudadanía que es oriunda de la ciudad. En cuanto a la ascendencia de la población que presencia este tipo de programas, la ciudadanía con ascendencia Aymara con 21.67% la más asidua a presenciar estos programas, (véase figura N°32).

Medios usados por la población espectadora de programas culturales sobre la ciudad de Puno

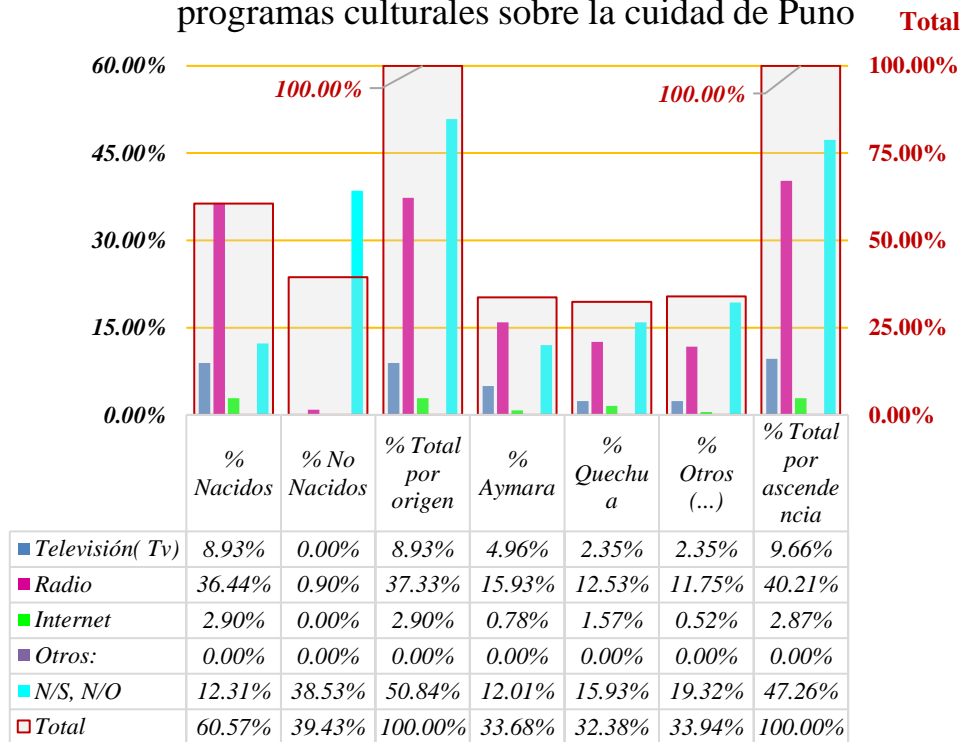


Figura 33. Total, de medios usados por la población espectadora de programas culturales sobre la ciudad de Puno.

Fuente: Elaboración propia.

El medio más usado se encuentra en las ondas radiales con 40.21%, de la muestra representativa de la población en la ciudad de Puno, con el 36.44% perteneciente a la muestra de la población oriunda de la ciudad, que más usa este medio: Con referencia a la ascendencia de la población por este tema el 15.93% de la población citadina, es la población con antepasados Aymaras, aquella que mayor preferencia por la radio, (véase figura N°33).

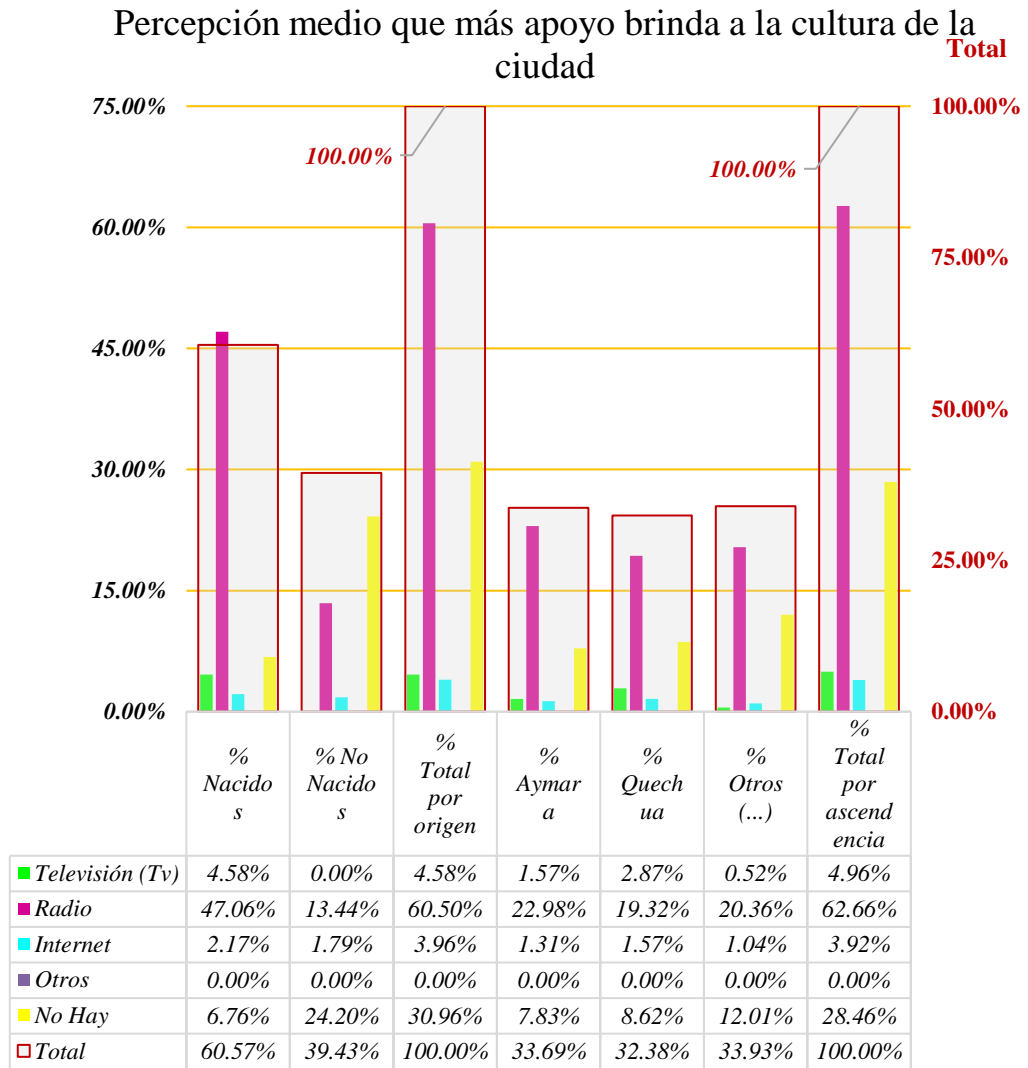


Figura 34. Total, población percepción medio que más apoyo brinda a la cultura de la ciudad.

Fuente: Elaboración propia.

La población oriunda de la ciudad 47.06%, es la que piensa que el mayor apoyo a la cultura de la ciudad lo emiten los medios radiales; de un total de 62.66%. El mayor porcentaje en la población con antepasados Aymaras 22.98% creen que las ondas radiales son las que más apoyo dan a la cultura de la ciudad, (véase figura N°34).

Percepción, apoyo a la cultura de la ciudad por parte de los medios

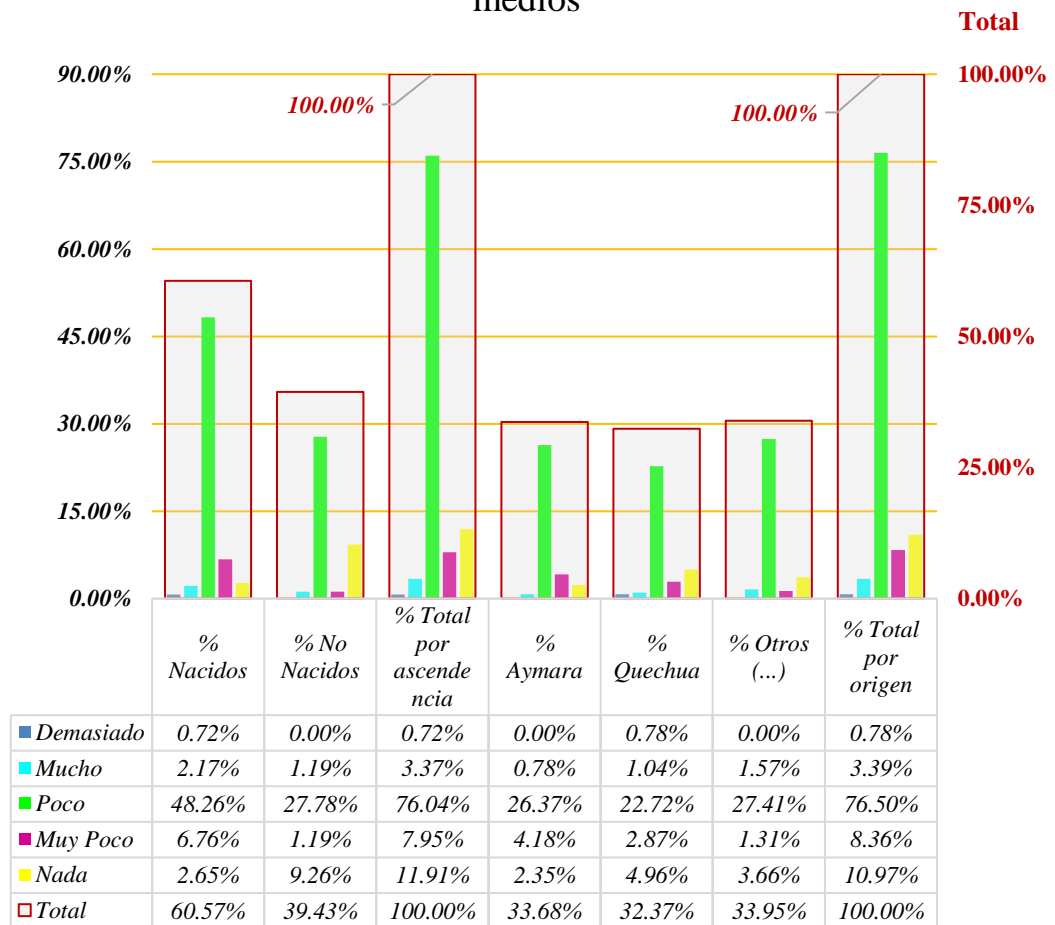


Figura 35. Total, población que perciben apoyo a la cultura de la ciudad por parte de los medios.

Fuente: Elaboración propia.

El 76.50% del total de las observaciones (383), el 48.26% de la población nata en la ciudad, percibe que el apoyo de los medios hacia este tipo de programas es poco; observando desde el origen étnico, la población denominada “Otros” con 27.41% aquella más asume que el apoyo de los medios es poco, (véase figura N°35).

4.7.2. Dimensión afectiva:

Percepción de deseo de lugar de preferencia para nacer



Figura 36. Total, población percepción de deseo de lugar de preferencia para nacer.
Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la dimensión afectiva por su nacimiento el 48.02% de la población oriunda de la ciudad, reafirma su deseo de volver a nacer en la ciudad de Puno, concerniente a la ascendencia de la población es la población con antepasados Aymaras la que posee un alto porcentaje afirmando su elección de nacimiento a la ciudad de Puno, (véase figura N°36).

Preferencia de asistencia a eventos culturales

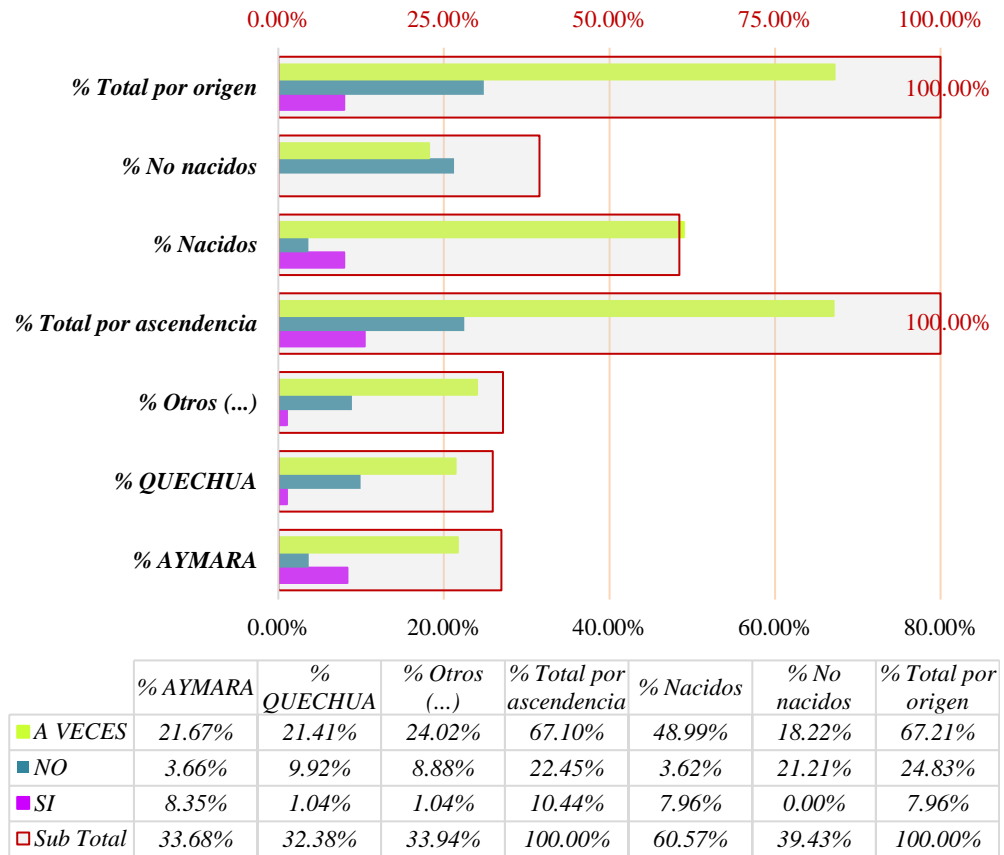


Figura 37. Total, población Preferencia de Asistencia a Eventos Culturales.
Fuente: Elaboración propia.

En la figura N°37 se observa que la población de la ciudad de Puno asume un interés medio por la asistencia a eventos culturales ya que una gran mayoría de esta concurriría solo (A veces), a dichos acontecimientos con un 67.10%, con una mayoría correspondiente a la ciudadanía oriunda de la ciudad 48.99. La población del grupo denominado Otros es el que posee el mayor porcentaje 24.02% por ascendencia.

Asistencia a eventos culturales según género

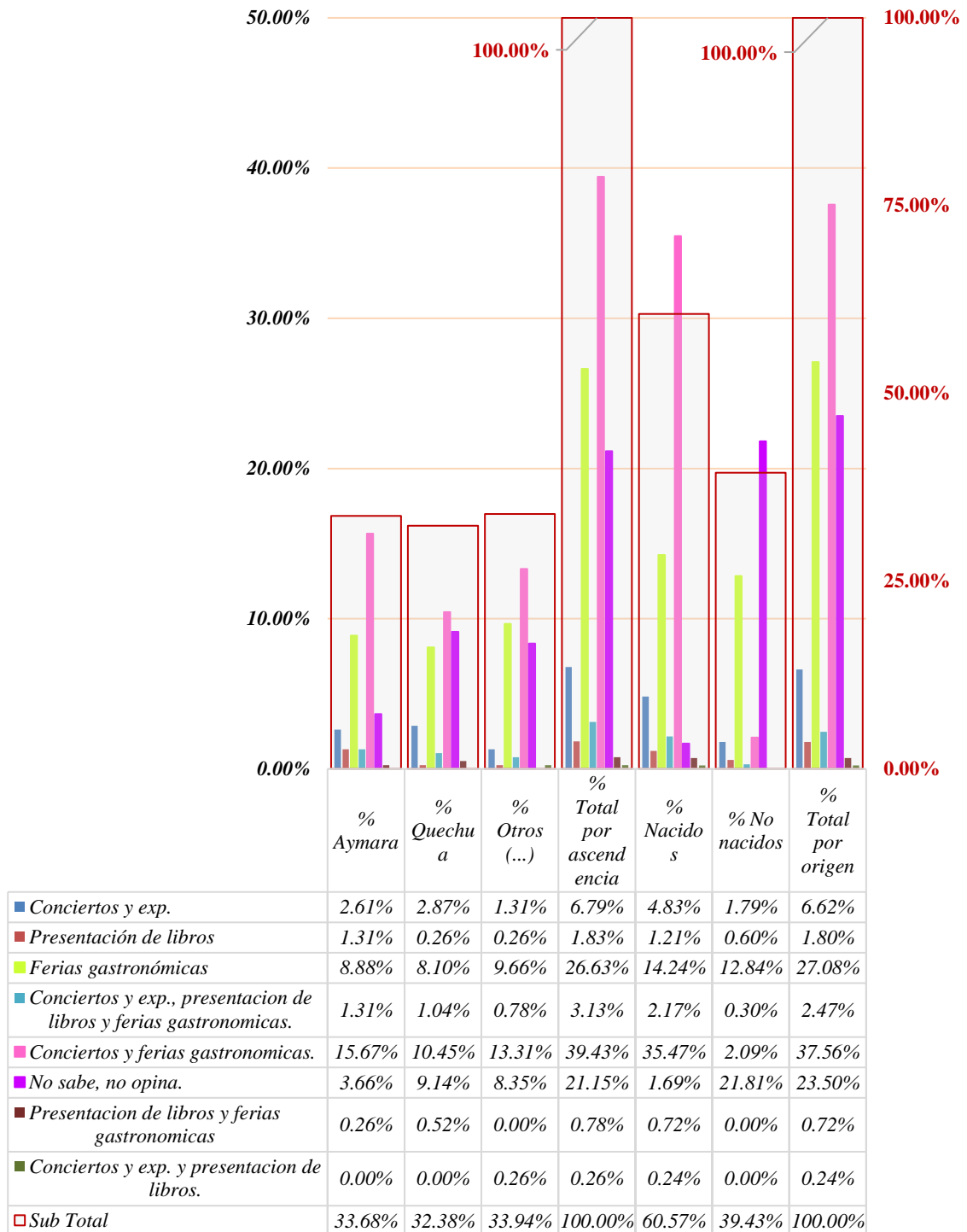


Figura 38. Total, población, Asistencia a Eventos Culturales según Género

Fuente: Elaboración propia

La población de la ciudad de Puno muestra una preferencia ocasional mayoritaria hacia conciertos y las ferias gastronómicas con un 39.43%, teniendo en su mayor porcentaje al 35.47% de población que nació en la ciudad. La población con antepasados Aymaras son los que más preferencia denotan hacia los conciertos y las ferias gastronómicas 15.67%, (véase figura N°38).

4.7.3. Transformación de la cultura

Percepción de Influencia de la Actividad Turística sobre actividades culturales de la ciudad

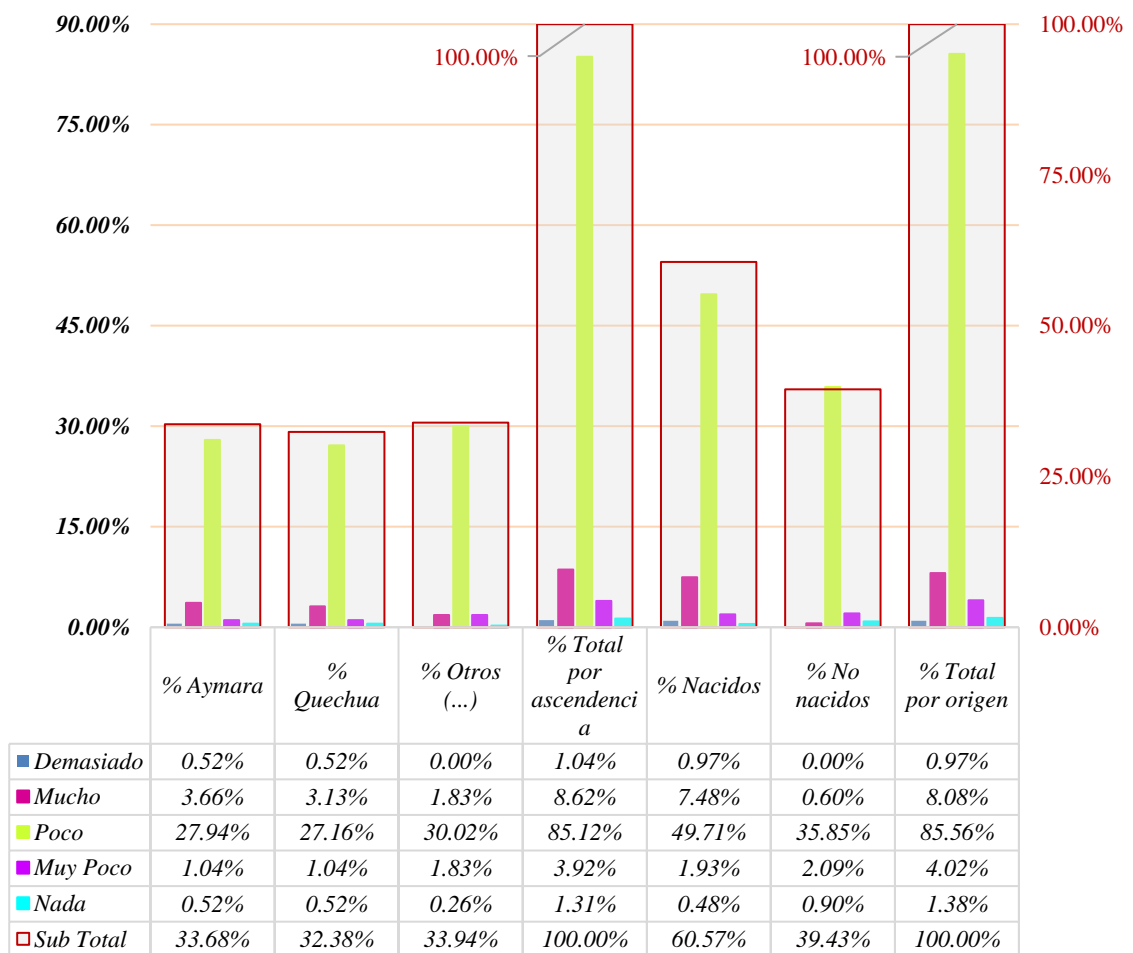


Figura 39. Total, población, Percepción de Influencia de la Actividad Turística sobre actividades culturales de la ciudad.

Fuente: Elaboración propia

Respecto a la transformación cultural de las actividades de la ciudad, el 85.12%, piensa que influencia de dicha actividad es Poca, estando el 49.71% de la población oriunda de Puno, la que mayor porcentaje tiene, para asumir esto; tomando esta información desde la posición del linaje, el segmento de la población denominada Otros 30.02% es el mayor grupo que piensa que la actividad turística, representa poca influencia en dichas actividades culturales, como se puede observar en la figura N°39.

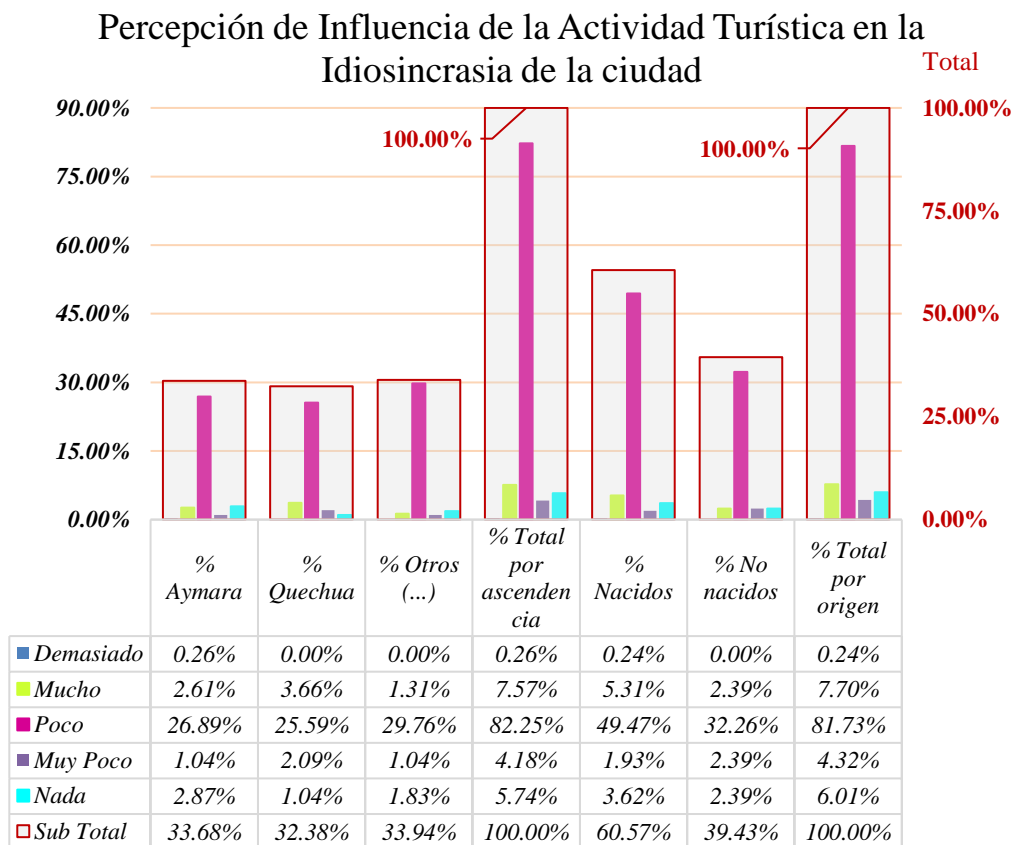


Figura 40. Total, población, Percepción de Influencia de la Actividad Turística en la Idiosincrasia de la ciudad.

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la influencia que pueda tener la actividad turística en la idiosincrasia de la población de la ciudad es la percepción que tiene el ciudadano

82.25% del total que piensa que dicha influencia es Poca, estando la población oriunda de la ciudad 49.47% la más segura de esa afirmación, en mención a la ascendencia de la población es la población perteneciente al denominado grupo Otros 29.76% aquella que cree que el dominio de la actividad turística sobre la peculiaridad del poblador de la ciudad es Poca, como señala la figura N°40.

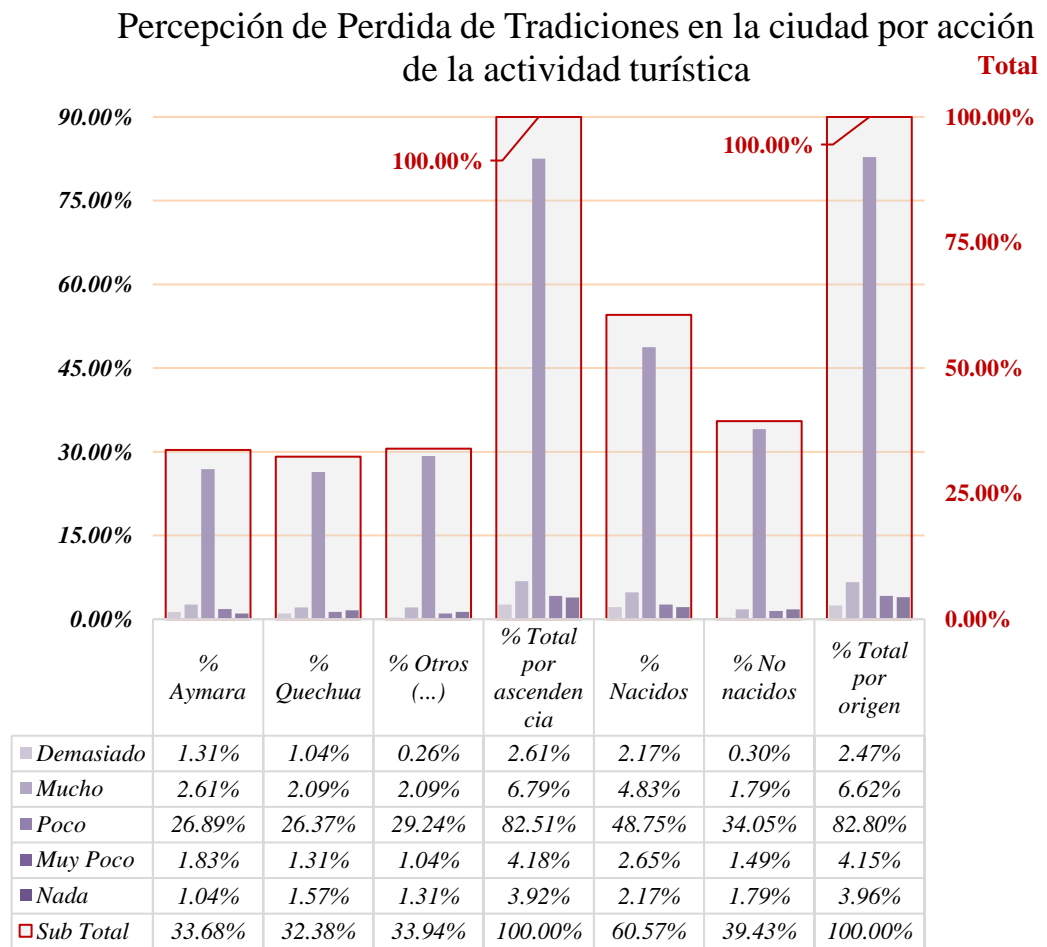


Figura 41. Total, población, Percepción de Perdida de Tradiciones en la ciudad por acción de la actividad turística.

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la perdida de tradiciones por acción del turismo el 82.51% de la población está de acuerdo que esta es muy poca, notándose un 48.75% de población nata en la ciudad, aquella que más afirma esto, referente a la ascendencia de esta

misma el 29.24% de la población perteneciente al denominado grupo Otros cree que la pérdida es Poca, como muestra la figura N°41.

Tabla 10
Total, población, por género. Percepción de Perdida de Cultura en la ciudad, por acción de la actividad turística.

Respuestas	% Aymara	% Quechua	% Otros (...)	% Total por ascendencia	% Nacidos	% No nacidos	% Total por origen
Danza	0.00%	1.32%	0.00%	1.32%	0.48%	0.90%	1.38%
Poesía	11.58%	10.00%	13.58%	35.16%	16.41%	19.72%	36.12%
Música Puneña	1.32%	1.32%	0.52%	3.15%	2.41%	0.60%	3.01%
Pintura	0.26%	1.58%	0.26%	2.10%	0.72%	1.49%	2.22%
Cocina	0.26%	0.79%	0.26%	1.31%	0.97%	0.30%	1.26%
Otros (No Sabe, No Opina)	2.11%	3.95%	5.48%	11.54%	1.21%	11.65%	12.86%
Otros:							
Poesía y Música	6.05%	4.48%	2.87%	13.40%	10.86%	1.79%	12.65%
Poesía y pintura	9.74%	6.58%	8.62%	24.93%	21.24%	2.09%	23.33%
Poesía música y Pintura.	0.79%	0.53%	1.04%	2.36%	1.93%	0.30%	2.23%
Danza Música y Cocina	0.53%	0.53%	0.52%	1.57%	1.45%	0.30%	1.75%
Danza poesía música	0.26%	0.79%	0.00%	1.05%	0.72%	0.00%	0.72%
Danza y cocina	0.26%	0.00%	0.26%	0.52%	0.48%	0.00%	0.48%
Danza poesía pintura	0.00%	0.26%	0.26%	0.52%	0.48%	0.00%	0.48%
Danza Poesía	0.26%	0.00%	0.00%	0.26%	0.00%	0.30%	0.30%
Danza, poesía y cocina	0.26%	0.26%	0.00%	0.53%	0.48%	0.00%	0.48%
Pintura y música	0.26%	0.26%	0.26%	0.79%	0.72%	0.00%	0.72%
Sub Total	33.68%	32.38%	33.94%	100.00%	60.57%	39.43%	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Es un segmento de la población que piensa que el rubro de la Poesía, 34.99%, es el más perjudicado con la pérdida o pensamos decayó en su difusión, teniendo el mayor porcentaje la población nata de la ciudad 16.41%, observando desde el lado de la ascendencia de la población el 13.58% de la población perteneciente al denominado grupo Otros asume que el género que más se está perdiendo dentro de la cultura de la ciudad de Puno es la Poesía. (Rojas, 2015).

Percepción de Distorsión de Tradiciones en la ciudad por acción de la actividad turística

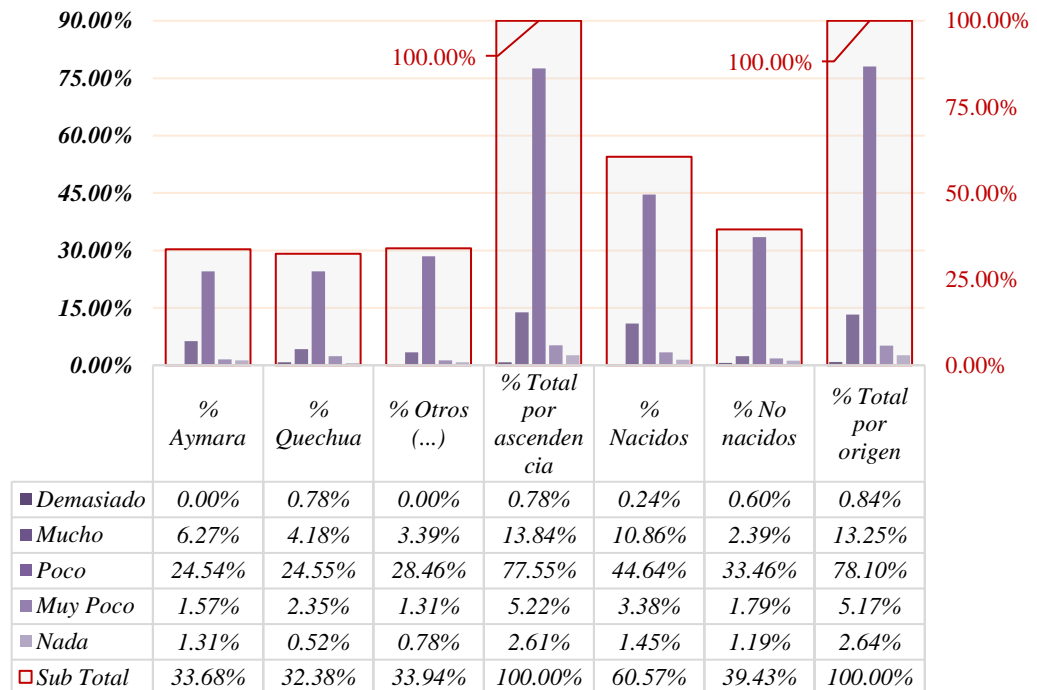


Figura 42. Total, población, Percepción de Distorsión de Tradiciones en la ciudad por acción de la actividad turística.

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la tergiversación o distorsión de tradiciones por acción del turismo el 77.55% de la población está de acuerdo que esta es muy poca, notándose un 44.64% de población nata en la ciudad, referente a la ascendencia de esta misma

el 28.46% de la población perteneciente al denominado grupo otros, creen que la distorsión también es poca, como se puede apreciar en la figura N°42.

Tabla 11
Total, población, Percepción por género de Distorsión de Cultura en la ciudad por acción de la actividad turística.

Respuestas	% Aymara	% Quechua	% Otros (...)	% Total por ascendencia	% Nacidos	% No nacidos	% Total por origen
Danza	3.92%	2.61%	3.66%	10.18%	3.38%	7.47%	10.85%
Poesía	0.00%	0.00%	0.26%	0.26%	0.00%	0.30%	0.30%
Música Puneña	0.78%	2.61%	0.52%	3.92%	2.17%	1.79%	3.96%
Pintura	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Cocina	0.52%	1.04%	1.31%	2.87%	0.97%	2.09%	3.06%
Otros (No Sabe, No Opina)	1.31%	5.48%	5.48%	12.27%	1.69%	11.95%	13.64%
Otros:							
Danza y Música.	7.31%	5.48%	6.27%	19.06%	11.34%	8.36%	19.71%
Danza Música y Cocina	16.19%	10.71%	11.75%	38.64%	33.30%	2.99%	36.29%
Danza y Cocina	2.87%	2.35%	2.09%	7.31%	4.58%	2.09%	6.68%
Danza poesía música.	0.26%	0.52%	0.78%	1.57%	0.97%	0.60%	1.56%
Danza pintura	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Danza cocina Poesía	0.26%	0.78%	0.78%	1.83%	1.45%	0.30%	1.75%
Música y Cocina.	0.00%	0.26%	0.78%	1.04%	0.24%	0.90%	1.14%
Música y Poesía.	0.26%	0.00%	0.26%	0.52%	0.48%	0.00%	0.48%
Cocina y Poesía.	0.00%	0.26%	0.00%	0.26%	0.00%	0.30%	0.30%
Poesía y Pintura	0.00%	0.26%	0.00%	0.26%	0.00%	0.30%	0.30%
Pintura y Música	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Sub Total	33.68%	32.38%	33.94%	100.00%	60.57%	39.43%	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Es un segmento de la población que piensa que los géneros Danza, Música, Cocina conjuntamente, con el 38.64%, tendría el mayor porcentaje de distorsión, la población nata de la ciudad con un 33.30% es la mayor en proporción que piensa ello, observando desde el lado de la ascendencia del poblador; es aquella con antepasados Aymaras 16.19%, la que indica que hay distorsión en los rubros mencionados antes. (Rojas, 2015).

4.8. FUNCIONALIDAD DEL GRUPO ÉTNICO Y DIMENSIÓN COGNITIVA.

4.8.1. Dimensión cognitiva:

a. Danzas

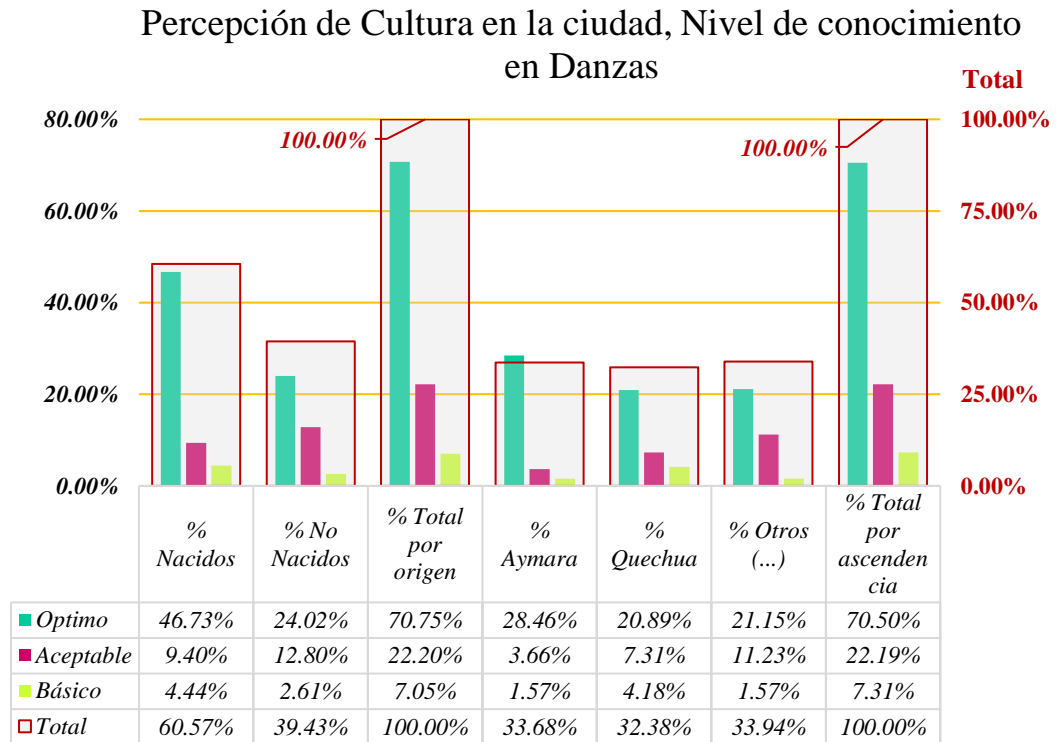


Figura 43. Total, población, Percepción de Cultura en la ciudad, Nivel de conocimiento en Danzas.

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la dimensión cognitiva dentro de la primera parte compuesta por uno de los mayores atractivos culturales que posee tanto la ciudad como la región de Puno las Danzas observamos que el 70.50% del total de la población tiene un conocimiento alto sobre estas manifestaciones culturales, estando su mayor porcentaje inmerso en la población nacida en la ciudad 46.73%; en cuanto al conocimiento por ascendencia el mayor

conocimiento sobre estas lo tiene el denominado grupo Aymara 28.46%, según la figura N°43.

b. Festividades:

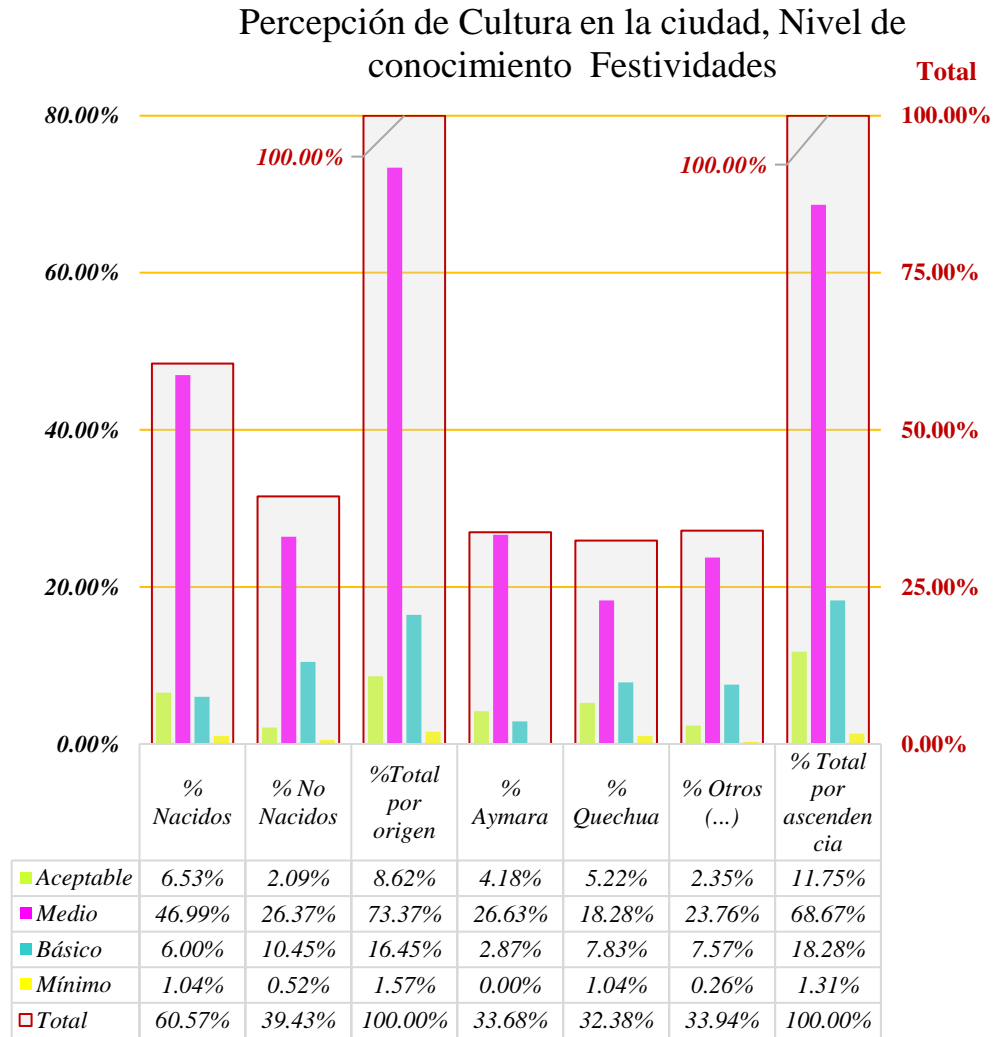


Figura 44. Total, población, Percepción de Cultura en la ciudad, Nivel de conocimiento Festividades.

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al conocimiento a festividades y lo que implica su entorno, y lo que involucra a cada una de dichas manifestaciones (Ritos, tradiciones, etc.) el 68.67% de la población perteneciente a la Urbe puneña posee un conocimiento medio sobre las festividades que se celebran en la ciudad. En

cuanto a la ascendencia de la población perteneciente al denominado grupo étnico Aymara 26.63%, la cual posee el mayor conocimiento sobre las celebraciones que se realizan en la ciudad, como se observa en la figura N°44.

4.9. FUNCIONALIDAD DEL GRUPO ÉTNICO.

4.9.1. Participación Festividades

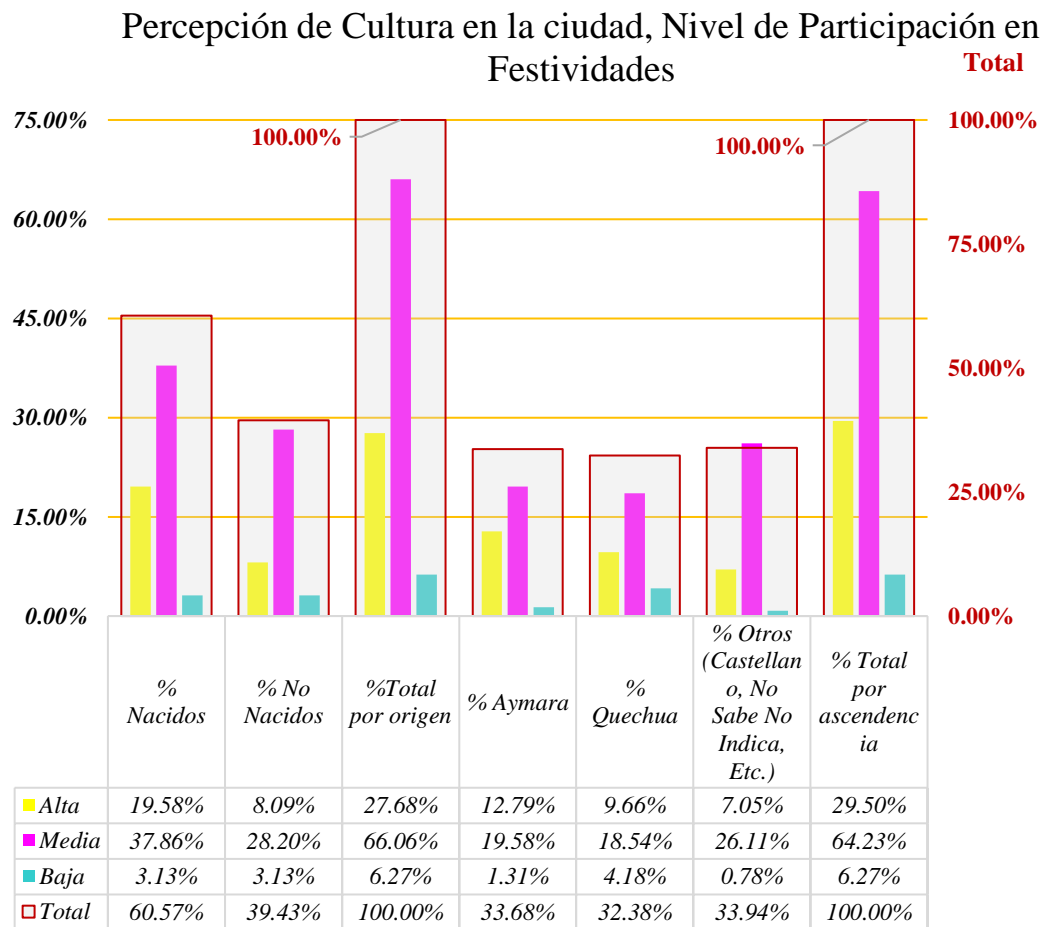


Figura 45. Total, población, Percepción de Cultura en la ciudad, Nivel de Participación en Festividades.

Fuente: Elaboración propia

La población de la ciudad de Puno, en cuanto se refiere a las festividades y todo lo que estas puedan representar, llega a ser de naturaleza Media con 64.23% del total, estando focalizada la mayoría de participantes de naturaleza media en la



población originaria con 37.86. Según la ascendencia la población con antepasados en el denominado grupo Aymara 19.58%, es la que tiene mayor porcentaje, con una participación también de naturaleza Media, en las festividades de la ciudad.

4.10. PROPUESTA DE PLAN ESTRATÉGICO DE SENSIBILIZACIÓN EDUCATIVO PARA FORTALECER LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA CIUDAD DE PUNO.

Presentación

La ciudad de Puno, cuya riqueza cultural y paisajista, enorgullece al poblador y encandila al visitante, principio para el desarrollo de la actividad turística como tal, donde se espera la colaboración cuasi simbiótica de sus actores, tanto externo como internos; un pilar fundamental para llevar a cabo este desarrollo va dirigida a la educación turística, actividad que debería de perder la exclusividad que creen poseer el gremio de empresas turísticas y demás actores directos; la ciudad de Puno al ser un punto de distribución de los diferentes sucesos referentes (punto neural), a la actividad y por sobre todo en calidad de destino turístico, hace de necesidad que el grueso de la población sea parte de este proceso, recayendo la responsabilidad en las autoridades competentes, así como, en los centros de formación de mano de obra para el desarrollo de dicha actividad, a manera de sensibilizaciones, resaltando características propias de la urbe puneña, apoyadas en su variabilidad de formación, donde las instituciones que forman profesionales para las muchas aristas que implican el desarrollo turístico de la ciudad, procedan a segmentar y designar personas idóneas que unan sus capacidades, mediante un trabajo multidisciplinario, con el fin de promocionar fomentar producir bienes y servicios turísticos en la ciudad, priorizando

la conservación y un efecto de sostenibilidad, el que deberá de contribuir a cerrar las diferentes brechas que puedan existir en el sector, sobre todo aquellas de orden cultural, de identidad, tratando de conservar la originalidad sin distorsionar el potencial atractivo, buscando mayor identificación de la población con la ciudad;

Tendencias

Según los indicadores estratégicos del PENTUR al 2025, en sus cifras proyectadas a nivel nacional hasta el año 2025, en los indicadores; (llegada de turistas internacionales, ingreso de divisas por turismo receptivo, empleo turístico, flujo de viajes por turismo interno), existe una auspiciosa tendencia a que las cifras de los indicadores vayan a aumentar, tal y como lo muestran los siguientes cuadros.

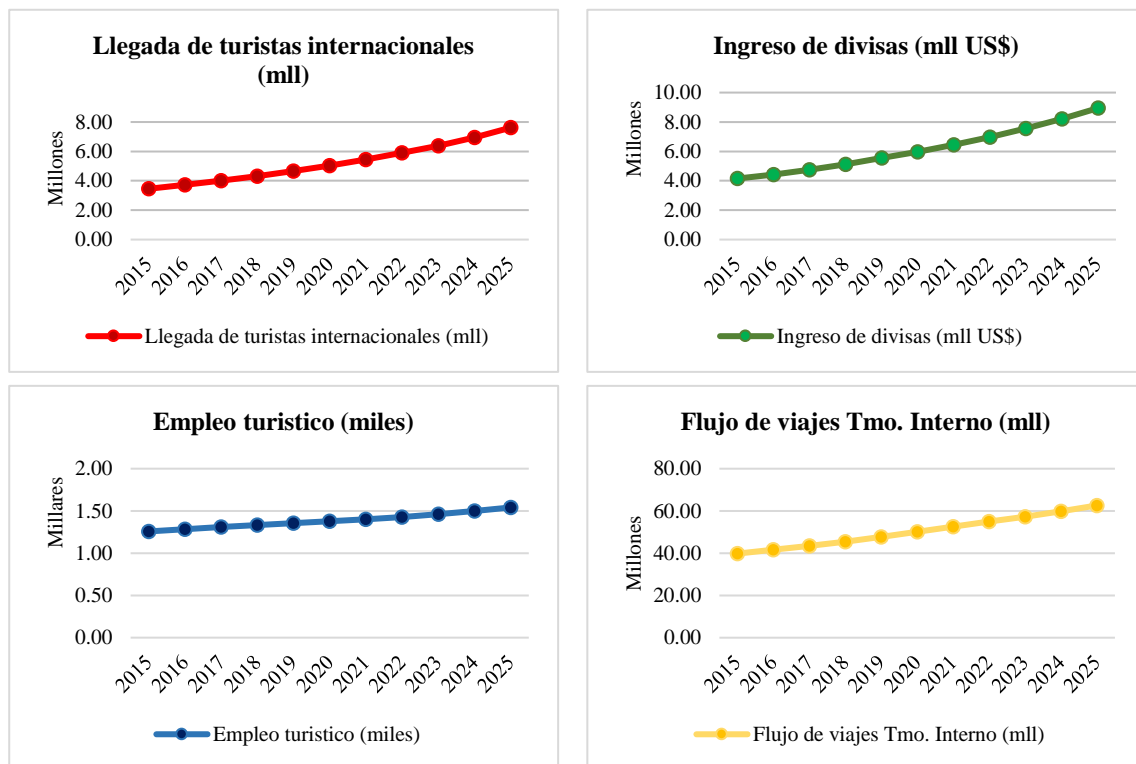


Figura 46. Cifras proyectadas por el MINCETUR, Banco Central de Reserva del Perú, Encuesta nacional de viajes de los residentes (ENVIR, 2013).

Fuente: Elaboración a partir de cifras de MINCETUR.



Cifras que deberán de ser aprovechadas, en vista que los beneficios por el desarrollo de la actividad irán en aumento, pero sin descuidar los impactos negativos que puedan conllevar este aumento de flujo turístico.

Escenarios

Pensamos en la incursión de dos escenarios en la realidad del sector turístico desarrollado en la ciudad de Puno; el primero con el indicador de educación a la población y un segundo en el que no se presente el programa.

Mapa de actores

- Empresas
- Población
- Autoridades
- Centros de formación
- Turistas

(anexo encuesta 1 y 2)

Análisis competitivo

La competitividad de la ciudad de Puno, va decayendo a través de los años por desidia de las autoridades, consecuencia que se ve reflejada en la cada vez menos afluencia de turistas, según, Comex-Perú, (2016), hace mención sobre una medida, “Mejora de la competitividad de los destinos turísticos”, perteneciente al programa presupuestal 0127, (Mincetur-Perú, 2016), medida presupuestaria, creada para que cada destino turístico, busque resultados para resolver la “limitada competitividad de los destinos turísticos del Perú”, medida que podrá ser aplicada por los tres niveles de instituciones ligadas al gobierno (central, regional, municipal o local), propuesta para



22 destinos turísticos, incluido la región Puno dentro de ellos; basado en su análisis de competitividad, refiere al nivel de ejecución de los gobiernos regionales y locales a nivel nacional, haciendo mención que la ejecución presupuestal alcanzo el 27.4% de su PIM, de entre los gobiernos locales con mayor asignación presupuestal se encuentra la región de Amazonas, uno de los tres primeros destinos turísticos con más aceptación en el Perú, cuya ejecución fue de 17.5%, con una proyección de posible gasto de 21.8%; en cuanto a la categoría de gobiernos locales, su ejecución va más allá de del 50% de su gasto; las ciudades con mejor gasto, fueron las municipalidades de la región Cusco con un gasto de 74% en conjunto y Arequipa, con un 75.3% de gasto en conjunto, cifras reflejadas en la afluencia de turistas en un 113% y 30.2% respectivamente en sus atractivos turísticos, en contraste con la región de Puno, quien evidenció la más baja diligencia, ejecutando el 49.7% de su presupuesto institucional modificado (PIM) presupuesto asignado en conjunto, viendo reflejadas su bajo desempeño en la reducción de visitantes en sus principales atractivos como lo son las islas de Los Uros, en 23.9% y el de la isla de Amantani en 12.9%.

Se hace mención al análisis realizado por Comex-Perú, en vista que uno de los pilares del desarrollo turístico de las regiones, ciudades no solo este ligado a la calidad del atractivo, sino también en cuanto a la calidad de gobierno que tenga, ya que si este va a brindar apoyo a la comunidad en influencia los resultados se verán reflejados en el flujo de visitantes y posibles oportunidades que estas traigan con su circulación.

Visión

Población sensibilizada con el desarrollo turístico de la ciudad, recibiendo mayores beneficios de la actividad turística.



Misión

Población de la ciudad de Puno, siguiendo un proceso de sensibilización y educación multidisciplinaria, revalorando promoviendo y conservando los atractivos culturales y naturales de la región; comprometida con el desarrollo de la actividad turística de la ciudad.

Valores y principios

La educación en el turismo, proceso que será dirigido a la población a través de sensibilizaciones; deberá desarrollar; principios generales, de especialidad y un conjunto de valores institucionales profesionales.

Los principios generales deberán abarcar:

Conocimientos, normas, destrezas y actitudes, que facilitaran a la población y a los responsables de la intervención, una mejor y mayor comprensión en las diferentes aristas que propone la actividad turística en la ciudad, con el fin de aprovechar en su mayor parte los beneficios que esta pueda ofrecer.

Algunos principios que se proponen recaerían en:

La Comunicación; que deberá de realizarse de manera profesional, jerárquica, manifestando las ideas y/o aportes de forma verbal y escrita.

La tecnología; y su adecuado uso, con el fin de hacer que la comunicación y la tecnología sean más fáciles de obtener y de difundir, permitiendo un fácil análisis del proceso de globalización y una constante actualización de los conocimientos.

La promoción; se manifestará como una herramienta esencial para la difusión, conservación, de la riqueza cultural de la región, aportando a un proceso de mejora en la educación de la región.



La flexibilidad; optando por un proceso de sensibilización sin prerequisites, ya que la intransigencia limitaría la evolución del aprendizaje, siendo permisivos con los tópicos, los horarios, adecuando los soportes administrativos y de estudio, sobre la realidad de la comunidad, la ciudad de Puno.

La calidad; los entes de formación deberán garantizar la buena dirección del proceso de sensibilización, trabajo que deberá ser interdisciplinario, aportando con los recursos didácticos y tecnológicos, apoyados por las autoridades con los recursos logísticos.

Se recomienda que el proceso de sensibilización deba desarrollar en toda su comunidad valores como:

Respeto; consideración que deberá estar presente en toda la amplitud del proceso desde la forma de interactuar con el prójimo, hasta la importancia que se le pueda dar al recurso cultural.

Compromiso; el deber que cada ciudadano deberá de asumir con la ciudad, manifestándolo con la práctica constante de una vida consiente y respetable en la sociedad y para con la sociedad y la cultura que pueda representar.

Innovación; la constante búsqueda de mejorar para beneficio personal y el de la comunidad, permanente mediante procesos de autocrítica y su constante remediación.

Liderazgo; a través de un liderazgo participativo, donde el aporte al proceso de sensibilización sea de todos y para todos, teniendo en común el mismo fin a conseguir.

Solidaridad; aportar al proceso una sensación de camaradería; contribuyendo a la edificación del conocimiento cultural, integrando a la comunidad en conjunto.

Objetivos estratégicos

Tabla 12

Objetivos estratégicos de propuesta de plan estratégico de sensibilización educativo para el turismo.

PERSPECTIVA		TEMA ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESTRATÉGICO
PERSPECTIVA POSICIONAMIENTO COMPETITIVO	DE	CRECIMIENTO	Incrementar el número de visitantes
		POSICIONAMIENTO COMPETITIVO	Incrementar el aporte del Turismo al PBI regional.
			Incrementar la rentabilidad por ventas.
PERSPECTIVA USUARIOS	DE	CLIENTE/USUARIO	Escalar en el ranking del turismo en el País.
		IMAGEN	Incrementar el nivel de satisfacción del cliente.
		SOSTENIBILIDAD	Crear una imagen destino turístico sano y seguro, a la región de Puno.
PERSPECTIVA PROCESOS INTEGRADOS	DE INTERNOS	PATRIMONIO CULTURAL	Implementar políticas de certificación sustentable.
		PATRIMONIO NATURAL	Fortalecer el desarrollo de infraestructura de apoyo.
		SALUD/SEGURIDAD	Preservar la herencia cultural de la región.
PERSPECTIVA APRENDIZAJE CRECIMIENTO	DE Y	CAPACITACIÓN SERVICIOS	Preservar el ambiente natural de la región.
			Implementar la infraestructura de salud en la región.
		CALIDAD DE VIDA	Implementar la infraestructura y la seguridad en la región.
			Desarrollar un plan de capacitación continua a los prestadores de servicios.
			Desarrollar un plan de sensibilización continua, dirigida a la población, mostrando beneficios de la actividad turística.
			Concientizar a los servidores públicos de la institución con respecto a la estrategia.
			Incrementar la generación de empleo y beneficios en y por la actividad turística.

Desarrollar charlas de sensibilización y capacitación, dirigidas a los prestadores de servicios turísticos comunitarios (Turismo vivencial), informando respecto al cobro adecuado por servicios prestados.

Fuente: elaboración propia.

Incrementar actores en la actividad turística para mejorar su beneficio

Indicadores

Tabla 13

Indicadores estratégicos de propuesta de Plan estratégico de sensibilización educativo para el turismo.

<i>PERSPECTIVA</i>	<i>TEMA ESTRATÉGICO</i>	<i>OBJETIVO</i>	<i>INDICADORES</i>
PERSPECTIVA DE POSICIONAMIENTO COMPETITIVO	CRECIMIENTO	Incrementar el número de visitantes.	% de incremento de visitantes a la región al año. /% de arribos 2015. (para el inicio, referencia último año)
		Incrementar el aporte del Turismo al PBI regional.	% de aporte del turismo al PBI regional (al año). /%aporte al PBI regional último año.
		Incrementar la rentabilidad por ventas.	% de productos turísticos adquiridos. /%de productos adquiridos el anterior año.
		Desarrollo de un plan de formalización de prestadores de servicios turísticos.	% de prestadores de servicios turísticos formales el último año. /%prestadores turísticos al final de cada año.
PERSPECTIVA DE USUARIOS	POSICIONAMIENTO COMPETITIVO	Escalar en el ranking del turismo en el País.	Ranking destinos visitados MINCETUR. (reporte anual)
	CLIENTE/USUARIO	Incrementar el nivel de satisfacción del cliente.	Nivel de satisfacción de clientes (por encuestas), (reporte anual).
PERSPECTIVA DE PROCESOS INTERNOS INTEGRADOS	IMAGEN	Crear una imagen destino turístico sano y seguro, a la región de Puno.	% de incremento de visitantes a la región al año. /% de arribos 2019.
	SOSTENIBILIDAD	Implementar políticas de certificación sustentable.	Nº de negocios con certificación de sostenibilidad turística. /% de total de negocios.



PERSPECTIVA DE APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO		Fortalecer el desarrollo de infraestructura de apoyo.	N° de proyectos con perfil hacia el turismo. /N° total de proyectos.
	PATRIMONIO CULTURAL	Preservar la herencia cultural de la región.	N° de proyectos con perfil de conservación, promoción, rehabilitación y puesta en valor. /N° total de Py.
	PATRIMONIO NATURAL	Preservar el ambiente natural de la región.	N° de proyectos con perfil de conservación, promoción y puesta en valor. /N° total de Py.
	SALUD/SEGURIDAD	Implementar la infraestructura de salud en la región.	N° de proyectos con perfil de salud. /N° de Py. Con perfil de salud al anterior año.
		Implementar la infraestructura y la seguridad en la región.	Mapeo de N° de ocurrencias en zonas turísticas o potenciales turísticas. / N° total de infraestructura de seguridad.
	CAPACITACIÓN DE SERVICIOS	Desarrollar un plan de capacitación continua a los prestadores de servicios.	% de prestadores de servicios turísticos capacitados, semestralmente por especialidad. /% total de prestadores de servicios turísticos.
		Desarrollar un plan de sensibilización continua, dirigida a la población, mostrando beneficios de la actividad turística.	% de población sensibilizada, en beneficios de la actividad turística, semestralmente. /% total de población.
		Concientizar a los servidores públicos de la institución con respecto a la estrategia.	% de trabajadores capacitados, semestralmente. /% total de trabajadores de la institución.
	CALIDAD DE VIDA	Incrementar la generación de empleo y beneficios en y por la actividad turística.	% de PEA en negocios turísticos, con todos los beneficios de ley. /% PEA de la región.
		Desarrollar charlas de sensibilización y capacitación, dirigidas a los prestadores de servicios turísticos comunitarios (Turismo vivencial),	% de charlas de sensibilización y capacitación a las comunidades con servicios turísticos. /% total de comunidades potenciales.



informando respecto
al cobro adecuado
por servicios
prestados.

Fuente: elaboración propia.

Análisis externo e interno

Para realizar los análisis de factores interno y externo, tomamos como referencia las dimensiones propuestas por Isajiw, (1990), que fueron adaptadas como factores a medir en cuanto a; fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, factores de medición, como aquellos adaptados para la parte interna:

Fortalezas (13 factores o dimensiones); destacando:

- Lenguaje
- Relaciones de amistad:
- Funcionalidad del grupo étnico y dimensión cognitiva:
- Medios masivos y dimensión afectiva:
- Tolerancia. (tolerancia), dogmatismo y religión; (tolerancia), homofobia.
- Patrio centrismo:
- Seguridad
- Certificación de responsabilidad social
- Participación de las empresas turísticas. En el des. Puno
- Capacitación formación y empleo de recursos humanos.
- Promoción cultural y contribución a la actividad cultural
- Aprovechamiento de recursos
- Cooperación en desastres desarrollo seguridad y salud.



Debilidades (14 factores o dimensiones):

- Lenguaje
- Relaciones de amistad:
- Funcionalidad del grupo étnico y dimensión cognitiva:
- Medios masivos y dimensión afectiva:
- Transformación de la cultura:
- Tolerancia. (tolerancia), dogmatismo y religión; (tolerancia), homofobia.
- Patrio centrismo:
- Seguridad
- Certificación de responsabilidad social
- Participación de las empresas turísticas. En el des. Puno
- Capacitación formación y empleo de recursos humanos.
- Promoción cultural y contribución a la actividad cultural
- Aprovechamiento de recursos
- Cooperación en desastres desarrollo seguridad y salud.

Posterior a la realización de una evaluación de factores internos (EFI), obtenemos el puntaje de (2.51), cifra que se ubica en el cuadrante N°5, que nos indica en este caso, que la ciudad de Puno, posee un nivel promedio medio, indicando una “fortaleza media”, notándose que su respuesta sería aceptable a estrategias de mejoramiento para paliar las debilidades, así, como, oportunas para aprovechar sus fortalezas, dependiendo de la calidad del tratamiento y la pertinencia de las estrategias habrá, un avance en sus debilidades o retroceso en sus fortalezas.



En cuanto a la evaluación proveniente del entorno externo, se identificaron factores como:

Oportunidades (12 factores o dimensiones)

- Lenguaje.
- Relaciones de amistad.
- Funcionalidad del grupo étnico y dimensión cognitiva.
- Medios masivos y dimensión afectiva.
- (tolerancia), dogmatismo y religión.
- (tolerancia), homofobia:
- Patrio centrismo:
- Seguridad.
- Certificación de responsabilidad social.
- Capacitación formación y empleo de recursos humanos.
- Promoción cultural y contribución a la actividad cultural.
- Aprovechamiento de recursos.

Amenazas (14 factores o dimensiones)

- Lenguaje
- Relaciones de amistad:
- Funcionalidad del grupo étnico y dimensión cognitiva:
- Medios masivos y dimensión afectiva:
- Transformación de la cultura:
- (tolerancia), dogmatismo y religión:
- (tolerancia), homofobia:



- Patrio centrisimo:
- Seguridad.
- Certificación de responsabilidad social
- Capacitación formación y empleo de recursos humanos.
- Promoción cultural y contribución a la actividad cultural
- Aprovechamiento de recursos
- Cooperación en desastres desarrollo seguridad y salud.

En cuanto a la evaluación de factores externos (EFE), el puntaje obtenido fue (2.5), indicando que la respuesta a las amenazas y la respuesta a las oportunidades es de naturaleza media (promedio, medio), señala una capacidad de aprovechamiento medio de estrategias, como de amenazas, sugiriendo mejora en cuanto a la administración de la actividad turística, abriendo la necesidad de mayor inclusión a la población entre otras, para mejora y aumento del flujo turístico.

Cadena de valor

La participación activa de la población, en el desarrollo de la actividad turística de la ciudad de Puno, mejoraría el nivel social, económico de la población, satisfacer sus necesidades, aportaría en el crecimiento regional como local; al aumento del flujo de visitantes, permitiría que la ciudad de Puno, mejore su posicionamiento en el mercado mejorando la imagen como destino, permitiría que el crecimiento del mercado laboral atenúe la necesidad de trabajo, haría frente a la informalidad de la actividad con la apertura de nuevos negocios y formalizando los ya existentes, generaría mayor conciencia en la población para conservar revalorar y mejorar el atractivo cultural y turístico de la región.

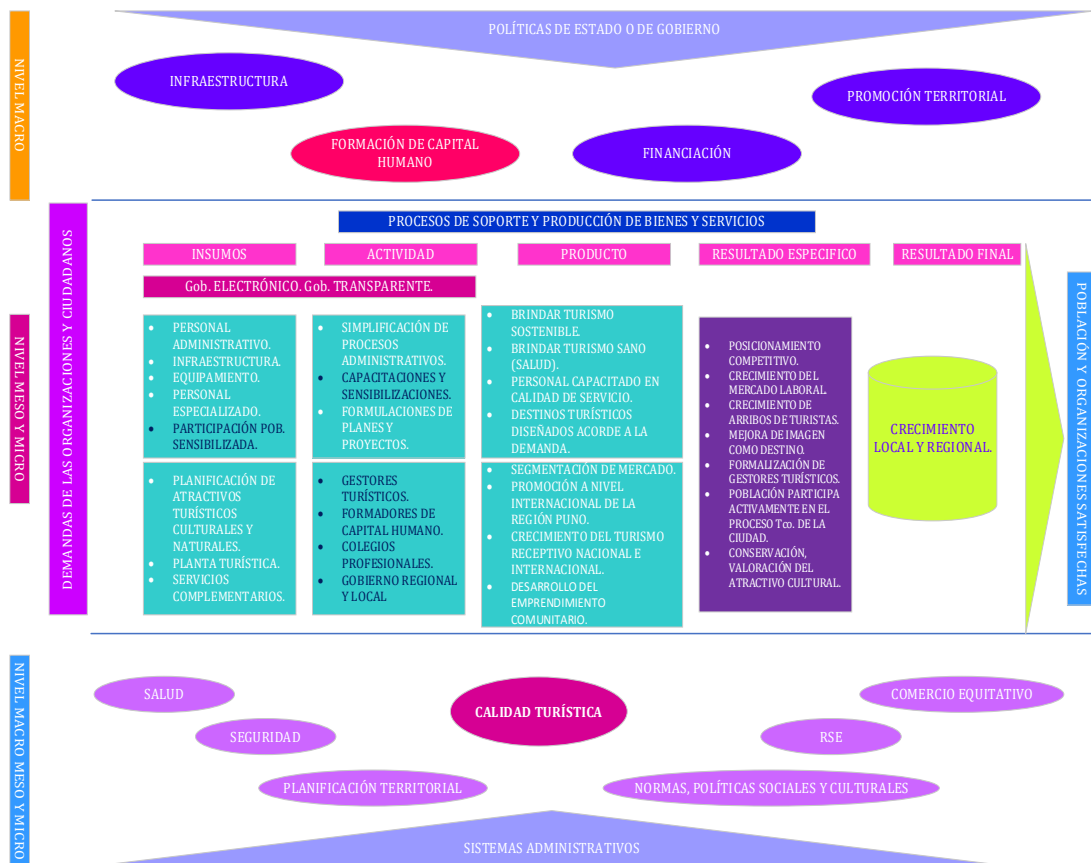
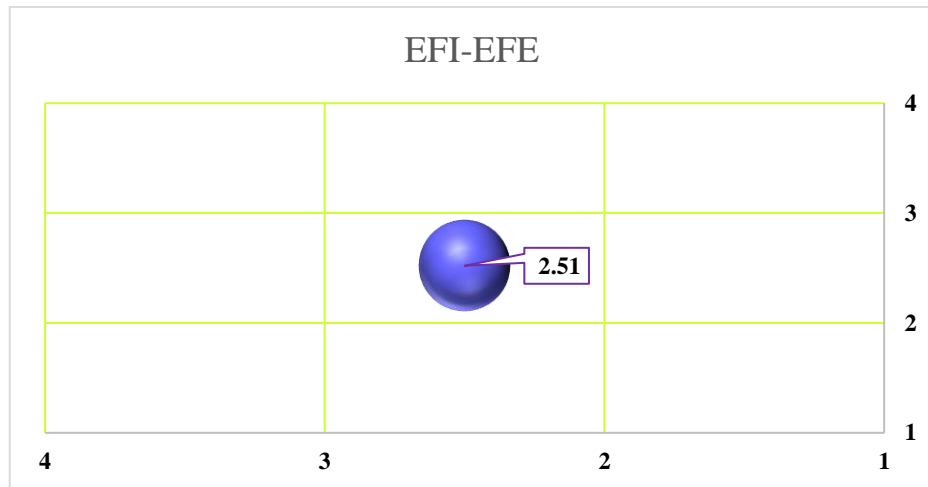


Figura 47. Propuesta de Cadena de valor del plan estratégico de sensibilización educativa para el turismo.

Fuente: elaboración propia.

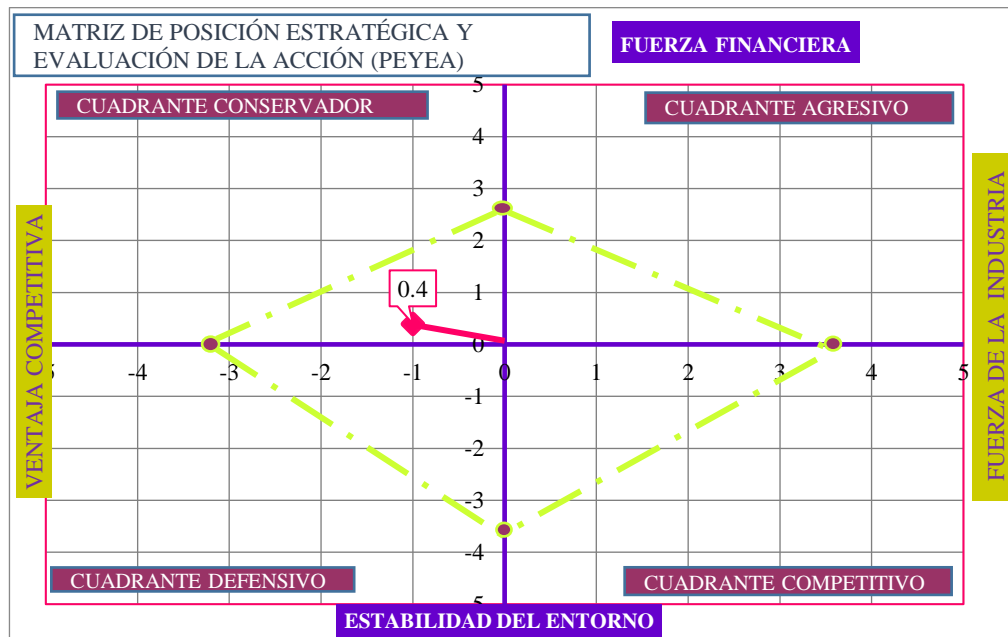
Estrategias y evaluación de estrategias

Se realizó una evaluación de matriz externa e interna, proveniente de los resultados de las evaluaciones EFI y EFE, se obtuvo un promedio de 2.51, que ubica a la ciudad de Puno en el cuadrante cinco (V), significando una postura dirigida a una “posición fuerte”, cuyas recomendaciones implicarían utilizar estrategias para mantener y conservar la posición actual, reforzando el proceso de sensibilización, en conseguir la mayor participación de los actores del proceso; población, empresas, gobierno, profesionales y demás, buscando la intervención multidisciplinaria, tratando de obtener la mejora del destino (estar en el cuadrante I).



Fuente: elaboración propia.

Posterior al desarrollo de una matriz de posición estratégica y evaluación de la acción (PEYEA); el resultado del promedio (0.4), ubica a la ciudad de Puno en el cuadrante conservador, sugiere como estrategias; buscar una mayor penetración en el mercado, podría buscarse una promoción más agresiva de los recursos turísticos, posteriormente desarrollar mejor el mercado, complementando con el desarrollo de los productos existentes, y obligadamente salir de la rutina de la promoción de los recursos tradicionales, creando nuevos productos que puedan competir con los actuales (diversificación concéntrica), siempre respetando y resaltando el potencial cultural, histórico y natural; poniendo énfasis en la fuerza financiera y en la fuerza competitiva de la ciudad.



Fuente: Elaboración propia.

Análisis de organización y liderazgo

El proceso de sensibilización va a estar dividido en dos partes o dimensiones:

La primera donde se evaluarán las variables de los “procesos”, consistentes en:

- Planeación
- Organización
- Ejecución
- Dirección
- Control
- Coordinación
- Comunicación
- Motivación

Un segundo grupo de variables donde se determinarán los “factores”, donde se pondrá en evaluación:



- Costo
- Tiempo
- Calidad
- Cantidad
- Ubicación

Adaptadas del “Modelo de evaluación para el liderazgo empresarial”, según (Mercader, 2014), para la realización de este proceso se recomienda la participación de especialistas en el tema, incluyendo a actores de carácter interno, que conozcan los procesos administrativos de las instituciones y sus líderes en evaluación, determinándose los promedios entre el máximo factible (promedio máximo que pueda conseguir) y el mínimo factible (promedio mínimo que pueda conseguir), cifras a compararse de los resultados o “promedios reales” que se consigan.

Evaluación y seguimiento

Creemos que la mejor forma de realizar una evaluación del plan de desarrollo de, “sensibilización y educación de la población de la ciudad de Puno”, con respecto a los beneficios de la actividad turística y la importancia de la valoración del patrimonio cultural y natural de la ciudad; estará centrada en el compromiso que puedan asumir los responsables y demás actores; la evaluación de metas propuestas serán monitoreadas mediante el uso de KPIs, en base a un seguimiento de los indicadores propuestos por los objetivos estratégicos, en este caso el plan propuesto tiene un horizonte de tiempo de duración “anual”, en vista que, es el periodo de tiempo en que se pueden observar algunos resultados provenientes de las estadísticas publicadas por el Mincetur (arribos de turistas por destino), con base a una correcta



interpretación, y, a medida del avance del periodo y las metas a alcanzar, que serán más altas.

Conclusiones

- Según los resultados y propuesta, presentados en el presente plan estratégico, se espera que los órganos competentes, comiencen con el desarrollo e implementación del plan, poniendo énfasis en su llegada a la población de la ciudad de Puno.
- Se deberá también implementar un proceso transparente, ya que, mediante esta herramienta administrativa, se va a sincerar el desarrollo de la gestión, dando la respectiva prioridad a los procesos, según su necesidad y a la libre participación de los implicados.
- Los actores deberán de enfocarse más hacia un desarrollo comunitario, que, a uno individual, debiéndose abrir más los canales de comunicación entre los entes privados y públicos.
- Los segmentos que más demanda puedan tener, según las tendencias deberán recibir mayor apoyo y facilidades, se deberá de poner especial atención a aquellas, cuya tendencia está decayendo, buscando resanar mejorar y evolucionar las mismas.
- La infraestructura de apoyo deberá de ser primordial para el desarrollo del proceso de sensibilización.



CONCLUSIONES

Las conclusiones aportadas por la investigación, están centradas principalmente en el sentir de la población en vista que, por su percepción se logró en parte evaluar los impactos sociales generados por la actividad turística convencional durante la temporada alta en la ciudad de Puno.

PRIMERO. Al evaluar los impactos sociales de la actividad turística convencional en la ciudad de Puno, durante la temporada alta en el periodo 2015; notamos que, en cuanto a la variable social, es la percepción de la población, aquella determinada por su origen que en un 72.54%, al igual que la opinión vertida por aquella población segmentada por ascendencia 56.25%, que señalan la baja responsabilidad que ofrecen las diferentes empresas dedicadas a la actividad turística en la ciudad, secundado por la opinión de los empleados 68.97% que sostiene lo mismo; sumado a la inexistente certificación de responsabilidad social 0.00%, contraste a ellos también es sentir de la población la cual asume que dicha actividad no tiene injerencia en problemas como el de la seguridad; en cuanto a la variable cultural, al evaluar el sentir del poblador puneño notamos que hay aceptables coincidencias aprovechables para el buen desarrollo de la actividad dentro de las dimensiones que fueron evaluadas, como las que encontramos por ejemplo en el lenguaje que un 40.47% que piensan en la contribución para la conservación de las lenguas originarias, también notamos preferencia de la población por idiomas extranjeros 50.66% que facilitarían en la interacción con los visitantes. Así también nos hace notar una baja injerencia en la transformación, distorsión, pérdida, tergiversación de los recursos culturales en su mayoría con cifras superiores al 80.00%, coincidiendo con la evaluación interna y externa que dio como resultado un estado conservador de la ciudad.



SEGUNDO. Con relación a lo expuesto, y la determinación de: Identificar los impactos sociales positivos generados por la actividad turística convencional en la ciudad de Puno.

La preferencia de la población hacia los idiomas extranjeros es mayor, aduciendo proyección en el desarrollo personal, esta percepción la observamos de manera positiva, ya que facilitaría una mejor experiencia para mejorar la calidad de servicio con los clientes del sector turismo. La indiferencia de la población a la actividad turística, nos daría un rango de tolerancia aceptable de 88.25%, así como también aquella concerniente a sus relaciones amicales, muy positivo ya que en su indiferencia crearía una estadía agradable para el visitante, haciendo que su estadía al ser menos percibida sea menos invasiva. El interés de naturaleza media por asistir a eventos culturales mostrado por los pobladores, resaltando su preferencia hacia los conciertos y ferias gastronómicas 39.43%, lo observamos de manera muy positiva, ya que colaboraría en la revaloración y conservación de ese segmento de la cultura y su posterior potenciación y presentación hacia los visitantes.

TERCERO. Teniendo en cuenta que, al identificar los impactos sociales negativos ocasionados por la actividad turística convencional en la ciudad de Puno.

La apreciación por parte de la población puneña con respecto a la actividad turística, es que la falta de políticas empresariales dirigidas a la responsabilidad social y su adquisición de algunas certificaciones, va a crear cierta brecha de convivencia entre empresa y poblador al tener una percepción baja de compromiso, la misma que por tendencia de destinos cada vez más sustentables, depreciaría la ciudad como destino, proyectando la imagen de su poco compromiso para con la ciudad de Puno, ni para con su empleados.

Por otra parte, la otra cara de la moneda en cuanto a la indiferencia de la población podría ser contraproducente ya que cortaría objetividad, y tiempo de reacción para enfrentar problemas relacionados con la actividad turística, corriendo el riesgo de una posible



normalización a ciertos cambios que puedan desembocar en problemas más serios; viendo el caso de la preferencia de la población hacia los idiomas extranjeros que es mayor, aunado también, a que gran parte de los medios no apoya la cultura de la ciudad, negativa que regularía en un bajo interés de la población por el conocimiento de la ciudad y sus tradiciones, generando procesos de pérdida, distorsión, tergiversaciones.

CUARTO. Para terminar, se hace necesario, proponer estrategias para potenciar los impactos sociales generado por la actividad turística convencional en la ciudad de Puno.

Encontramos que los impactos sociales, ocasionados por el turismo en gran parte son debido a la falta de información, de educación de los beneficios e inconvenientes que pueden llevar consigo durante el desarrollo de la actividad.



RECOMENDACIONES

PRIMERO. Se debe sensibilizar más a las empresas que operan en la ciudad con referencia al desarrollo inductivo y su aporte; sugerir mediante algún mecanismo legal, un boleto turístico o algún mecanismo similar que permita hacer que los beneficios de la actividad turística también se vean redireccionados al entorno en donde se desarrolla, así como empresas turísticas que operan en la ciudad, obtener algún tipo de certificación social; ya que beneficiaría a la población, a las empresas y por consiguiente a la ciudad de Puno.

SEGUNDO. Conviene potenciar mediante sensibilizaciones dirigidas a la población sobre el conocimiento de los beneficios de la actividad turística, ya que fomentaríamos la tolerancia hacia esta, y ayudaríamos a saber cómo mejorar y preservar los beneficios de la misma, involucrando tanto a autoridades como a centros de preparación pre profesional; establecer acuerdos con el Ministerio de Educación, para que desde la etapa escolar, se imparta cursos referentes hacia la preservación y difusión de los idiomas originarios, homologada tanto en colegios estatales como en colegios particulares incidiendo de sobremanera en estos últimos de la ciudad.

TERCERO. Los impactos negativos ocasionados por la actividad turística; se debería atenuar mediante proyectos de educación incisivo, sensibilizando a todos los participantes a investigar rescatar y potenciar los beneficios con que cuenta nuestra ciudad y lo provechoso que sería transmitirlos a los visitantes, fomentar más la difusión de los eventos en la ciudad, mediante la construcción de una adecuada infraestructura y su puesta en valor, la cual brinde las adecuadas garantías de llevar un evento de primer orden, crear incentivos tanto para la investigación como para la difusión de la cultura puneña y sus diferentes ramales que tiene la misma. Inmiscuyendo a la ciudadanía, principalmente a la población escolar, buscando la



colaboración de los organismos estatales correspondientes, como la de los privados; todos ellos con el objetivo de contar con un mejor destino turístico a presentar.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, A. (2008). El turismo y sus repercusiones sociales. *Congreso español de sociología. Sección 2da.* La Coruña, España: Grupo de trabajo 9, Turismo ocio y deporte.
- Antón, D., Galiana, C., & Honrado, Á. (2002). *Las lagunas de Ruidera situación de un espacio de interés natural económico y urbanístico.* Almería, España: Universidad de Alicante.
- Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo. (1985, 26 de septiembre). *Código carta del turismo.* Sofía: Organización de las Naciones Unidas-WTO.
- Berry, J. (1980). *Acculturation As Varieties of Adaptation.* Boulder. Boulder, Co. , USA: A. Padilha.
- Bonilla Libera, B. (2007). *Diccionario de uso del español.* Habana: ACIMED.
- Bourhis, R. Y., Moise, L. C., & Senecal, S. (1997). Towards an Interactive Acculturation Model: A Social Psychological Approach. *International Journal of Psychology*, 32(6), 369-386.
- Castro Álvarez, U. (2009). *DESARROLLO REGIONAL Y TURISMO: REVISIÓN HISTÓRICO ESTRUCTURAL DE LA RIVIERA NAYARIT, MÉXICO.* Guadalajara, México: Grupo de investigación EUMEDNET.
- Cohen, E., & Martínez, E. (2002). *Manual de formulacion, evaluacion y monitoreo de proyectos sociales.* División de Desarrollo Social CEPAL.



- Comex-Perú. (24-30 de Octubre de 2016). Competitividad turística, tarea de todos. *Semanario ComexPerú*(866), 1-8.
- Cruz Ledesma, S. S. (2006). *Turismo alternativa de desarrollo de los pueblos y regiones del Perú. Caso: Distrito de Callahuanca, Provincia de Huarochiri, Departamento de Lima*. Lima: UNMSM.
- De la Calle Vaquero, M. (2000). *Incidencias económicas y funcionales del turismo en las ciudades históricas*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid .
- Dircetur. (31 de Agosto de 2015). *Dircetur*. Obtenido de Dircetur: <http://www.dirceturpuno.gob.pe/>
- Fernández, G., & Guzmán Ramos, A. (2010). Impactos negativos del turismo convencional. *Red Andaluza de custodia del territorio*.
- Glasson, J., Rikki, T., & Chadwick, A. (1995). *Introduction to Environmental Impact Assessment*. London: Routledge.
- González Herrera, M., & Iglesias Montero, G. (1 de marzo de 2009). Impactos del turismo sobre los procesos de cohesión social: Caibarién, Cuba. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 18, 53-68.
- González, C. (2001-2003). Los bibliobuses como instrumento de fomento de la lectura. *Bibliotecas. Anales de Investigación (Cuba)*, 106-117.
- Gordon, M. M. (1964). *Assimilation in American life : the role of race, religion, and national origins*. New York: Oxford University.



- INEI. (21 de octubre de 2014). *Instituto Nacional de Estadística*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística: <https://www.inei.gob.pe/>
- Instituto nacional de estadística. (22 de diciembre de 2016). Cuenta satélite del turismo de España. Base 2010 Serie 2010-2015. *Notas de prensa*, 5.
- Isajiw W, W. (1990). *Ethnic-Identity ReTention*. Toronto: University of Toronto press.
- La República-PEISA. (2003). *Atlas departamental del Perú Puno-Tacna* (Primera ed., Vol. 3). (C. Garayar, Ed.) Lima, Perú: Ediciones PEISA S.A.C.
- Lamud-Luya, I. E. (2004). Comunidades e Impacto Social del Turismo. *I Encuentro Internacional: Lamud-Luya. Chachapoyas*.
- Lorés, C. (2000). *Las Actividades turísticas y sus repercusiones económicas, medioambientales y culturales*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia España.
- Luna Vargas, S. (2014). *Naturaleza Cultura y desarrollo endogeno: Un nuevo paradigma del desarrollo sustentable: una ex*. Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso.
- Magafia, J., De la Rocha, O., & Amsel, J. (1996). Revisiting the Dimentions of Acculturation. *Hispanic Journal of Behavioral Science*, 18(4), 444-468.
- Mamani Orcco, L. C. (2016). *Impacto Socio Económico del Turismo Rural Comunitario de Karina- Chucuito*. Puno: UNAP.
- Medina, J. A. (febrero de 2011). LOS EFECTOS SOCIO-CULTURALES DEL TURISMO. *Tur y Des*, 4(9). Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/turydes/09/jam.htm>



- Menou, M. J. (1993). *Measuring the impact of information on development*. Ottawa: International Development Research Centre.
- Mercader, V. (2014). Modelo de evaluación para el liderazgo empresarial. *XIX Congreso internacional de investigación en ciencias administrativas* (pág. 32). Durango, México: CETYS, Universidad administración y negocios.
- Mincetur-Perú. (2016). *Programa presupuestal 0127-Mejora de la competitividad de los destinos turísticos del Perú*. Diario oficial El peruano.
- Ministerio de comercio exterior y turismo. (2016). *Medición económica del Turismo*. Lima: Mincetur.
- Monje Álvarez, C. A. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa-guía didáctica*. Neiva: Universidad Surcolombiana.
- Municipalidad Provincial de Puno. (2008). *Plan de desarrollo urbano-Capitulo II-Evolución urbana*. Puno, Puno, Perú: Munipuno.
- Nunnally, J. (1978). *Psychometric Theory*. (2. ed., Ed.) New York: McGraw-Hill.
- Obando Rivera, T. E. (2009). *Breves anotaciones conceptuales sobre El Ambiente, su tipología y métodos de estudio*. Huelva, España: Universidad Internacional de Andalucía UNÍA.
- Organizacion Mundial del Turismo. (2001, 21 de diciembre). *Código Ético Mundial para el Turismo*. Santiago de Chile: Asamblea General de las Naciones Unidas.



- Orozco, L. A., & Chavarro, D. A. (2010). Robert K. Merton (1910-2003). La ciencia como institución. *Revista de Estudios Sociales*(37), 143-162.
- Pearce, D. G. (1989). *Tourist development*. (2d ed. ed.). Longman Scientific & Technical.
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2010). *Impacto*. Definición.de. Obtenido de <https://definicion.de/impacto/>
- Policía Nacional del Perú. DIREST. (2015). *Anuario estadístico*. Lima, Perú: Dirección ejecutiva de tecnologías de la información y comunicaciones. Obtenido de <https://www.policia.gob.pe/>
- Policia Nacional del Perú.Direccion de estadistica.PNP-DIREST. (2015). *Anuario Estadístico 2015*. Obtenido de Policia Nacional del Perú: <http://www.pnp.gob.pe>
- Quiroz Papa de García, R. (2003). *La infracción al derecho de autory el rol de Indecopi en su prevención*. Lima: UNMSM.
- Santana, A. (1997). *Antropología y turismo*. Barcelona, Cataluña, España: Ariel.
- Supo, J. (2012). *Seminarios de la investigación científica*. Bioestadistico.com.
- Tinoco G., O. (agosto de 2003). Los impactos del turismo en el Perú. *Industrial Data*, 6, 47-60.
- UNESCO. (27 de noviembre de 2014). *United National Education*. Obtenido de United National Education: <https://en.unesco.org/themes/education-21st-century>
- United Nations Educational Scientific Cultural Organization. (27 de noviembre de 2014). *UNESCO*. Obtenido de unesco: <https://en.unesco.org/themes/education>



Valencia Becerra, T. A. (2013). *Nuevas relaciones, viejas tradiciones en San Blas : impactos del turismo en un barrio tradicional del Cuzco*. Lima: PUCP.

Valls, J. (2005, 22 de septiembre). *Variables e indicadores de los municipios turísticos Españoles*. Madrid España.

Wikipedia. (2017, 7 de octubre). *Concepto de Aculturación*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Aculturaci%C3%B3n>



ANEXOS



ANEXO 1. ENCUESTA: ACULTURACIÓN, PÉRDIDA Y TRANSFORMACIÓN DE LA CULTURA

ANEXO 01 ENCUESTA

ACULTURACIÓN, PÉRDIDA Y TRANSFORMACIÓN DE LA CULTURA

(Dirigida a la población en general)

1. ¿Es Ud. Nacido en la ciudad de Puno?
SI NO
2. ¿Indique su edad en el grupo que corresponde?
15 a 20 años 21 a 25 años 26 a 30 años 31 a 35 años
36 a 40 años 41 a 45 años 46 a 50 años 50 a más años.
3. ¿Se siente Ud. Orgulloso de haber nacido en Puno? (solo para nacidos en la ciudad de Puno)
SI NO
4. ¿Se siente Ud. Orgullosos de pertenecer a la comunidad de esta ciudad de Puno?
SI NO (para nacidos en la ciudad de Puno).
SI NO (para los no nacidos en Puno)
5. ¿Cuál es su tiempo de residencia en la ciudad de Puno?
1-3 AÑOS 4-7 AÑOS 8-12 AÑOS 13 A MÁS AÑOS
6. ¿Indique el origen de su ascendencia?
AYMARA QUECHUA OTROS (Mixto)_____
7. ¿Cuál es su lengua materna?
Castellano Quechua AYMARA Otros_____

LENGUAJE:

8. Aparte de este idioma, habla Ud. ¿Otro u otros idiomas? ¿Cuál o cuáles?
Castellano Quechua AYMARA Ingles Francés Otros_____
9. ¿Cuál es el nivel de dominio de dicho idioma, escrito y hablado?

ESCRITO:

Básico Intermedio Avanzado



HABLADO:

Básico Intermedio Avanzado

10. ¿Con que fin aprendió este o estos idiomas?

Fin de Estudio Por Trabajo Por Diversión Por Cultura General

11. Si tuviese la oportunidad para aprender algún otro idioma o idiomas ¿por cuál idioma Ud., se inclinaría para aprender?

Originarios O Nativos Extranjeros Dejaría Pasar La
Oportunidad

Quechua, Aymara inglés, francés, Otros

12. ¿Cuál sería el motivo?

- ✓ Le atrae más este idioma.
- ✓ Siente que tendría mayor proyección con el idioma elegido.
- ✓ Las lenguas originarias no son de su agrado.
- ✓ Los idiomas extranjeros no son de su agrado.
- ✓ No le interesa aprender ningún idioma.

13. Cree Ud. ¿Qué la actividad Turística en la ciudad de Puno contribuye con la conservación y desarrollo de las Lenguas o Idiomas originarios?

RELACIONES DE AMISTAD:

14. En su vida cotidiana, Ud. Prefiere relacionarse con personas que Ud. Cree que son de su:

Mismo grupo étnico. Diferente grupo étnico. No tiene preferencia
alguna.

(Turistas)

15. Preferiría Ud. Concurrir a lugares donde:

Concurre el mismo grupo étnico. Diferente grupo étnico.
(Turistas)

No tiene preferencia alguna.



FUNCIONALIDAD DEL GRUPO ÉTNICO Y DIMENSIÓN COGNITIVA:

16. ¿Participa Ud. Y sabe el nombre de algunas de las siguientes actividades y/o celebraciones realizadas en la ciudad de Puno? (completar en el espacio subrayado la celebración y/o actividad a la que corresponde)

<i>FECHA</i>	<i>DENOMINACIÓN DE LA FIESTA</i>	<i>PARTICIPACIÓN</i>	
		<i>SI</i>	<i>NO</i>
ENERO			
<i>06 de enero</i>			
<i>21 de enero</i>			
FEBRERO			
<i>02 de febrero</i>			
<i>08 de febrero</i>			
<i>Mes Febrero (movible)</i>			
MARZO			
<i>Mes Marzo (Movable)</i>			
MAYO			
<i>03 de mayo</i>			
<i>Mes de Mayo (todo el mes; domingos)</i>			
JUNIO			
<i>21 de junio</i>			
<i>24 de junio</i>			
JULIO			
<i>1er. sábado de Julio</i>			
<i>15 de Julio</i>			
<i>28 de Julio</i>			
<i>28 de Julio</i>			
AGOSTO			



20. ¿Cuál medio considera Ud., que apoya más al desarrollo de la cultura en la ciudad de Puno?

TV Radio Internet Otros _____

21. ¿Asiste Ud., a eventos culturales en la ciudad de Puno?

SI NO A VECES

22. ¿De qué índole son los eventos culturales a los cuales asiste?

Conciertos Presentación De Libros Ferias Gastronómicas
Exposiciones.

TRANSFORMACIÓN DE LA CULTURA.

23. ¿Cree Ud., que la Actividad Turística influye en Las Actividades Culturales de la ciudad de Puno?

Demasiado Mucho Poco Muy Poco Nada

24. ¿Cree Ud., que los turistas imponen o dan la pauta para la moda (vestimenta, manera de comportarse, manera de hablar, ¿Etc.) en la ciudad de Puno?

Demasiado Mucho Poco Muy Poco Nada

25. Si le diesen a elegir su lugar de nacimiento y nacionalidad; ¿Cuál sería su elección?

Puno Otro lugar Del Perú Norte América EuropaOtros.

26. ¿Cree Ud., que las tradiciones de la ciudad de Puno se están perdiendo por la actividad turística?

Demasiado Mucho Poco Muy Poco Nada

27. ¿Cree Ud., que las tradiciones Puneñas se vienen distorsionando para agradar a los turistas que visitan la ciudad de Puno?

Demasiado Mucho Poco Muy Poco Nada

28. ¿En qué género de la cultura Puneña piensa Ud., que la misma (cultura Puneña) viene tergiversándose?

Danza Poesía Música Puneña Pintura Cocina

Otros_____.

29. ¿En qué rubro de la cultura Puneña piensa Ud., que la misma (cultura Puneña) viene perdiéndose?

Danza Poesía Música Puneña Pintura Cocina



Otros_____.

TOLERANCIA

DOGMATISMO y RELIGIÓN:

1. ¿Cuál es la creencia religiosa que profesa?

Católico Cristiano. Adventista Mormón
Otros

2. ¿Le molestan las demostraciones religiosas por parte de los visitantes foráneos?

SI NO ME ES INDIFERENTE

3. ¿Aceptaría Ud. La intromisión y/o críticas a la religión que profesa por parte de visitantes foráneos?

SI NO

HOMOFOBIA:

4. Su tolerancia hacia las relaciones homosexuales o personas provenientes de fuera (Turistas) que representen dicha condición es:

Mucha Regular Poca Ninguna.

PATRIO CENTRISMO:

5. ¿Qué tipo de turista prefiere ver Ud., que visite nuestra ciudad?

Extranjero Nacional Le es indiferente.

6. ¿Qué tipo de turista Ud. Desearía que no visite la ciudad de Puno?

Extranjero Nacional Le es indiferente.



ANEXO 3. ENCUESTA: CERTIFICACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

ANEXO 02

CERTIFICACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

(Dirigida a empresas turísticas empleador o empleados)

EMPLEADOR

EMPLEADO

1. ¿Cuál es el rubro de su empresa?

AGENCIA DE V.T. HOTEL HOSTAL RESTAURANT

ARTESANÍAS.

2. ¿La empresa utiliza persona de la localidad para cubrir más del 70% de las necesidades del personal?

SI NO

3. ¿Se imparten cursos de capacitación necesarios y dirigidos hacia las personas de la localidad, para así estas puedan ocupar efectivamente puestos de trabajo en la empresa?

SI NO

4. ¿La empresa utiliza personas del ámbito comunal o local, para trabajar en el nivel administrativo o gerencial?

SI NO

5. ¿Contribuye la empresa, con la formación de recursos humanos para actividades adicionales del Turismo?

SI NO

6. ¿Estos recursos humanos capacitados de la forma anterior, son utilizados o contratados por la empresa?

SI NO

7. ¿Se contrata personal de forma ilegal o por debajo de condiciones mínimas?

SI NO

8. ¿Se aceptan alumnos practicantes de forma ilegal o por debajo de las condiciones mínimas?

SI NO

9. ¿La oferta de trabajo en la empresa genera situaciones indeseables en la comunidad?

SI NO



10. ¿Apoya la empresa con promocionar o informar sobre actividades recreativas realizadas por organizaciones comunales o empresas locales?
SI NO
11. ¿Apoya la empresa con promocionar o informar sobre actividades benéficas realizadas por organizaciones comunales o empresas locales?
SI NO
12. ¿La empresa participa activamente contribuyendo al desarrollo de actividades deportivas, artísticas, culturales?
SI NO
13. ¿La empresa promueve y aprovecha el uso y consumo de insumos producidos a nivel local?
SI NO
14. **¿En la tienda del hotel se venden artesanías y productos característicos de la zona y fabricados por personas o empresas locales?
SI NO
15. ¿Para la decoración de la empresa se utilizaron artesanías u otro tipo de manifestaciones artísticas producidas localmente?
SI NO
16. ¿La empresa apoya o tiene alguna relación comercial o de apoyo permanente con al menos una microempresa local o regional de carácter turístico?
SI NO
17. ***¿La empresa facilita transporte terrestre o lacustre a personas de la comunidad con frecuencia o en casos de emergencia?
SI NO
18. ¿En la promoción de la empresa se utilizan elementos culturales de la localidad?
SI NO
19. ¿La empresa ha destinado un espacio donde las organizaciones comunales o locales puedan expresar, previa autorización de la empresa, sus proyectos e iniciativas de interés turístico?
SI NO



20. ¿La empresa ha destinado un espacio donde las organizaciones comunales o locales puedan expresar, previa autorización de la empresa, sus proyectos e iniciativas comunales?
- SI NO
21. ¿La empresa prohíbe el uso y promoción de actividades de comercio sexual, prostitución, expendio de drogas u otros problemas sociales?
- SI NO
22. ¿La empresa establece acciones en contra del acoso sexual y promueven la igualdad de oportunidades para ambos sexos?
- SI NO
23. ¿la señalización dedicada a la orientación y a la promoción de la empresa interfieren con el medio cultural o social?
- SI NO
24. ¿Participa la empresa como facilitador en los programas preventivos del sector salud?
- SI NO
25. ¿Realiza la empresa contribuciones económicas o en especie a la comunidad para obras específicas de infraestructura o su mantenimiento?
- SI NO
26. ¿La empresa utiliza sus influencias y conocimientos en apoyo a la solución de los problemas de infraestructura de la comunidad local?
- SI NO
27. ¿Está la empresa involucrada para integrar asociaciones o comité que trabajen en pro de mejoras dirigida a la localidad donde se encuentra?
- SI NO
28. ¿La empresa apoya o colabora con la seguridad local y turística?
- SI NO
29. ¿Dentro de las políticas de la empresa; contempla una dirigida hacia la seguridad y la moral?
- SI NO
30. ¿La empresa ejecuta acciones prácticas para garantizar la seguridad de los turistas y empleados?



SI

NO

31. ¿La empresa dentro de su plan para actuar en caso de desastres naturales o emergencias, considera a la población local dentro de este?

SI

NO

32. ¿Está dentro de los planes de la empresa tener y/o lograr una certificación de buenas conductas sociales?

SI

NO

**** Pregunta no correspondiente a Restaurantes y Agencias de Viaje y Turismo.**

***** Pregunta no correspondiente a hoteles, hostales y restaurantes.**



ANEXO 4. ENCUESTA: PARTICIPACIÓN DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS EN EL DESARROLLO DE PUNO.

ANEXO 03

PARTICIPACIÓN DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS EN EL DESARROLLO DE PUNO.

(Dirigida a la población en general)

CAPACITACIÓN FORMACIÓN Y EMPLEO DE RECURSOS HUMANOS.

1. Sabe Ud. ¿Si las empresas Turísticas imparten cursos de capacitación necesarios y dirigidos hacia las personas de la localidad, para así estas puedan ocupar efectivamente puestos de trabajo en su empresa?

SI NO

2. Cree Ud. ¿Que las empresas turísticas utilizan personas del ámbito comunal o local, para trabajar en el nivel Administrativo O Gerencial?

SI NO

3. Cree Ud. ¿Que las empresas turísticas contribuyen, con la formación de recursos humanos para actividades adicionales del Turismo?

SI NO

PROMOCIÓN CULTURAL Y CONTRIBUCIÓN A LA ACTIVIDAD CULTURAL

4. ¿Ud. Cree que las empresas turísticas apoyan con promocionar o informar sobre actividades realizadas por organizaciones comunales o empresas locales?

SI NO

5. Sabe Ud. ¿Si las empresas turísticas participan activamente contribuyendo al desarrollo de actividades deportivas, artísticas, culturales?

SI NO

6. sabe Ud. ¿Si Las empresas Turísticas promueven y aprovechan el uso y consumo de insumos producidos a nivel local?

SI NO

APROVECHAMIENTO DE RECURSOS



7. ¿Las empresas turísticas han destinado un espacio donde las organizaciones comunales o locales puedan expresar, previa autorización de la empresa, sus proyectos e iniciativas de interés turístico?

SI NO

COOPERACIÓN EN DESASTRES DESARROLLO SEGURIDAD Y SALUD.

8. Cree Ud. ¿Si las empresas turísticas facilitan transporte terrestre o lacustre a personas de la comunidad con frecuencia o en casos de emergencia?

SI NO

9. ¿Percibe Ud. si; la promoción de las empresas turísticas se utilizan elementos culturales de la localidad?

SI NO

10. Cree Ud. ¿Que si las empresas turísticas apoyan o tienen alguna relación comercial o de apoyo permanente con al menos una microempresa local o regional de carácter turístico?

SI NO

11. ¿Participan las empresas como facilitadores en los programas preventivos de las políticas de desarrollo de la ciudad de Puno?

SI NO

12. Sabe Ud. ¿Si las empresas turísticas realizan contribuciones económicas o en especies a la comunidad para obras específicas de infraestructura o su mantenimiento?

SI NO

13. Percibe Ud. ¿Si las empresas turísticas utilizan sus influencias y conocimientos en apoyo a la solución de los problemas de infraestructura de la comunidad local?

SI NO

14. Percibe Ud. ¿Si están las empresas turísticas involucradas en integrar asociaciones o comité que trabajen en pro de mejoras dirigida a la localidad donde se encuentra?

SI NO

15. Percibe Ud. ¿Si las empresas turísticas consideran dentro de su plan para actuar en caso de desastres naturales o emergencias, a la población local dentro de este?

SI NO



16. Cree Ud. ¿Que algún sector de la población tiene una conducta servil hacia el turista?

SI

NO

ANEXO 5. RESULTADO PRUEBA ESTADÍSTICA.

Resultado Estadístico:

Prueba de hipótesis:

La prueba de hipótesis es para determinar si hay o no desarrollo de la actividad turística de la ciudad de Puno mediante los impactos sociales generados por la actividad turística convencional.

Hipótesis Nula (H0) = No hay diferencia estadística significativa entre el desarrollo de la actividad turística de la ciudad de Puno mediante los impactos Socio-Culturales generados por la actividad turística convencional.

Hipótesis (H1) = Hay diferencia estadística significativa entre el desarrollo de la actividad turística de la ciudad de Puno mediante los impactos Socio-Culturales generados por la actividad turística convencional.

A continuación, el cruce de ambas variables.

El análisis comparativo de los territorios estudiados presentó algunas similitudes en los test estadísticos. La variable que presentó una notoria distinción de los resultados y merece destacarse fue la de la participación en entidades o asociaciones locales.

La gran mayoría de los usuarios señalan que un 88,7% estar muy satisfechos o satisfecho, mientras que, por lo contrario, solamente un 3,3% se consideran poco o nada satisfechos. En una posición intermedia, como regularmente satisfechos, se encuentran el 7,7% de los usuarios sobre los impactos Socio-Culturales generados por la actividad turística convencional durante la temporada alta en la ciudad de Puno hacia el desarrollo de la actividad turística.

Nivel de satisfacción	Muy satisfecho	Bastante satisfecho	Regularmente satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho	Total
Porcentaje de usuarios	33.9	51.8	7.7	2.1	1.2	100.0

El desarrollo de la actividad turística de la ciudad de Puno está asociada a los impactos sociales generados por la actividad turística.

La prueba **CHI cuadrado de Pearson** muestra la existencia de esta relación entre ambas variables.

$$\text{Chi}^2=233.72, \text{ g.l.}=24, \text{ p}<0.00).$$

ANEXO 6. MATRIZ DE CONSISTENCIA.

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN
<p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <p>¿Está la actividad turística convencional en la ciudad de Puno, generando impactos Sociales positivos; los cuales potenciarían la actividad turística en la ciudad de Puno?</p>	<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Advertir los impactos Sociales positivos de la actividad turística generados en la ciudad de Puno. 	<p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • La actividad turística convencional, estaría generando impactos sociales positivos en la ciudad de Puno. 	<p>VARIABLES</p> <p>DE PARTICIPACIÓN SOCIAL.</p> <p>Donde evaluaremos dos subindicadores:</p> <p>La participación de las empresas turísticas en la ciudad de Puno.</p>	<p>INDICADORES</p> <p>DE PARTICIPACIÓN SOCIAL.</p> <p>Donde evaluaremos dos subindicadores:</p> <p>La participación de las empresas turísticas en la ciudad de Puno.</p>	<p>METODOLOGÍA</p> <p>METODOLOGÍA</p> <p>El nivel de la investigación es de carácter descriptivo; El tipo de estudio es de carácter cualitativo, comprobación de hipótesis causales; siendo sus ejes de análisis; La parte social y la parte cultural de la ciudad de Puno</p>	<p>POBLACIÓN</p> <p>POBLACIÓN</p> <p>La presente investigación será dirigida directamente a la población de la ciudad de Puno, ya sea oriunda o aquella que haya migrado a esta ciudad en vista de que es la principal implicada en el problema y de acuerdo a el resultado del sondeo se dividirá en estratos como Nacidos, inmigrantes, de habla quechua, aymara, otros. con el tiempo de residencia respectivamente. (anexos 01, 03).</p>
<p>¿Está la actividad turística convencional en la ciudad de Puno, generando impactos Sociales negativos; los cuales atenuarían la actividad turística en la ciudad de Puno?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Advertir los impactos Sociales negativos de la actividad turística generados en la ciudad de Puno. 	<ul style="list-style-type: none"> • La actividad turística convencional, estaría generando impactos sociales negativos en la ciudad de Puno. 	<p>VARIABLE SOCIAL:</p> <p>DE CARGA SOCIAL.</p> <p>Seguridad.</p>	<p>DE CARGA SOCIAL.</p> <p>Seguridad.</p>	<p>MÉTODOS Grales. DE INVESTIGACIÓN:</p> <p>: método deductivo a inductivo.</p> <p>TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN:</p> <p>Técnica de la estadística:</p> <p>Técnica documental o bibliográfica.</p> <p>Técnica de la encuesta:</p> <p>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN:</p> <p>diseño transversal.</p>	<p>Otra muestra será tomada de los negocios de índole turística: Agencias, hoteles, hostales, restaurantes y afines; en el rubro artesanías solo consideraremos a las empresas, asociaciones debido a que estas poseen más de 05 trabajadores (anexo 02).</p> <p>MUESTRA</p> <p>La muestra de población con la fórmula para: (MAS) de la población urbana en la ciudad de Puno de 136754</p>

<ul style="list-style-type: none"> · Relaciones de Amistad, Tolerancia y Dimensión Moral. · Masificación de los medios y Dimensión afectiva. · Transformación de la Cultura. · Funcionalidad del grupo étnico y Dimensión Cognitiva. 	<p>habitantes, con un nivel de confianza de 95% (1.96); con un error de muestra del 5%, con una proporción de individuos que poseen la característica de estudio (50%=0.5) al igual que aquellos que no poseen la característica de estudio (50%=0.5); nuestro tamaño de la muestra será de 383 encuestas.</p>	<p>Todas las encuestas serán tabuladas con el software "Excel".</p>
<p>¿De qué manera se podrían potenciar los impactos Sociales que genera la actividad turística en beneficio de la ciudad de Puno?</p>	<p>Muestra obtenida de los negocios de índole turística; Agencias, hoteles, hostales, restaurantes y afines; artesanías; usaremos la fórmula para (Muestra Aleatoria Simple) para:</p> <p>Hoteles 48 encuestas Hostales 53 encuestas AVT 69 encuestas Restaurantes y afines 98 encuestas Artesanos 19</p>	<p>Realizaremos análisis varios:</p> <p>Tendencias al 2020</p> <p>EFE, EFI</p> <p>Matriz interna, Matriz externa</p> <p>Cadena de valor</p>
<p>¿De qué manera se podrían potenciar los impactos Sociales que genera la actividad turística en beneficio de la ciudad de Puno?</p>	<p>• Los impactos social-culturales de la actividad turística convencional generados en la ciudad de Puno, potenciarían el desarrollo de la actividad turística de la ciudad de Puno.</p>	<p>Propuesta de plan de desarrollo para fortalecer la educación turística a la población.</p> <p>VARIABLE ESTRATEGIA</p>

Fuente: Elaboración propia.