

MADRE DE DIOS CAPITAL DE LA BIODIVERSIDAD DEL PERU

“AÑO DEL BUEN SERVICIO AL CIUDADANO”

FACULTAD DE ECOTURISMO

ESCUELA ACADEMICA PROFESIONAL DE ECOTURISMO



TITULO DE LA TESIS

**“CULTURA TURÍSTICA Y SU CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO TURÍSTICO
EN LA CIUDAD DE PUERTO MALDONADO 2015”**

TESISTAS

**Bach. ANALI ANTITUPA YARIHUAMAN
Bach. LILIANA VARGAS GRANILLA**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ECOTURISMO**

**MADRE DE DIOS – PERÚ
2017**

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado primeramente a Dios por darnos la oportunidad de lograr nuestras metas y a nuestros padres quienes en todo momento de nuestras vidas nos apoyaron y orientaron para llegar a ser buenos profesionales.

A nuestros hijos Ricardo y Almendra que son nuestros motores para encaminar nuestra vida.

AGRADECIMIENTO

Primeramente agradecer a Dios por guiarnos todo este tiempo por el buen camino hasta donde hemos querido llegar.

A la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios y a la facultad de ecoturismo por acogernos en sus aulas formando y orientándonos para así llegar a ser profesionales.

A mi asesora Dra. Roza Luz Mirella Gavidia Canaquiri por su apoyo y orientación constante para el desarrollo del presente trabajo.

A nuestros padres que siempre han venido motivándonos para ser mejores ciudadanos.

PRESENTACION

El presente trabajo de investigación titulada **“Cultura Turística y Su Contribución Al Desarrollo Turístico En La Ciudad De Puerto Maldonado 2015”**, nos da a conocer el grado de cultura turística que poseen los involucrados en la actividad turística así como pobladores en general, operadores turísticos e instituciones que desarrollan esta actividad.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal Determinar el nivel de cultura turística y su grado de contribución al desarrollo del turismo en la ciudad de Puerto Maldonado, para ello se realizo 382 encuestas en la ciudad de puerto Maldonado en los diferentes puntos de interés, puesto que la ciudad de Puerto Maldonado es un destino con mucho potencial turístico que puede ofrecer a sus visitantes así como visita a las collpas, lagos, a través de diferentes paquetes turísticos, para ello la población necesita capacitarse constantemente en temas turísticos, para así poder brindar información clara y oportuna al momento de tener contacto con el turista.

La población relaciona el turismo con mayor frecuencia a Conocer el lugar, junto con ingreso económico, empleo y beneficios; Actualmente la población que no está involucrada en la actividad turística tiene la intención de de capacitarse para así poder dar a conocer las riquezas que posee la ciudad de Puerto Maldonado el cual favorece en el crecimiento económico y desarrollo de la ciudad.

INDICE

INTRODUCCION	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:.....	2
JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.....	4
OBJETIVOS.....	5
OBJETIVOS GENERAL:.....	5
Determinar el nivel de cultura turística y su grado de contribución al desarrollo del turismo en la ciudad de Puerto Maldonado	5
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
HIPOTESIS.....	5
Hipótesis general: El nivel de cultura turística que poseen los pobladores contribuirá significativamente al desarrollo turístico en la ciudad de Puerto Maldonado.	5
Hipótesis Específicos:.....	5
VARIABLES E INDICADORES	6
VARIABLE INDEPENDIENTE:	6
VARIABLE DEPENDIENTE:.....	6
INDICADORES Y DEFINICIONES OPERACIONALES	7
POBLACION Y MUESTRA	9
UNIVERSO: Departamento de MADRE DE DIOS	9
POBLACIÓN: Está conformada por 76168 habitantes de la ciudad de puerto	9
MUESTRA DE PUERTO MALDONADO: Para calcular el tamaño de la muestra suele utilizarse la siguiente fórmula:	9
CAPITULO I.....	10
MARCO TEORICO	10
1.1 ANTECEDENTES A NIVEL INTERNACIONAL.....	10
1.2 ANTECEDENTES A NIVEL NACIONAL	15
Conclusión.....	20
1.3 ANTECEDENTES A NIVEL LOCAL.....	22
MARCO CONCEPTUAL	28

CAPÍTULO II	35
MATERIALES Y METODOS	35
2.1. MATERIALES	35
2.2 METODOLOGÍA	36
Descripción de la metodología	36
2.3 INSTRUMENTOS TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	36
2.4 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	36
2.5 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y PRESUPUESTALES.....	37
2.6 RECURSOS MATERIALES- FINANCIAMIENTO.....	37
2.7 GASTOS ADMINISTRATIVOS	37
2. 8 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES 2015	39
CAPITULO III	41
RESULTADOS	41
CONCLUSIONES	86
RECOMENDACIONES	87
ANEXO	90

RESUMEN

La presente investigación “**Cultura Turística y Su Contribución Al Desarrollo Turístico En La Ciudad De Puerto Maldonado 2015**”, pretende explicar la parte de la cultura íntegra de una sociedad orientada al conocimiento y valoración del fenómeno turístico, que busca la satisfacción de los turistas y los mayores beneficios para la población anfitriona, dependiendo de su participación en el sector turístico, no cabe duda que la participación debería ser de parte de los diferentes actores turísticos para alcanzar grandes metas que contribuyan al desarrollo turístico de cada localidad y de esta forma resulten todos beneficiados.

Existen una serie de principios básicos que contribuyen al desarrollo turístico y esto se da a través de la buena cultura turística, ya que debemos ser excelentes anfitriones tomando en cuenta lo siguiente: recibir al visitante con calidez amabilidad, tratarlo como a uno le gustaría ser tratado, ofrecer un servicio acorde a las necesidades de los visitantes, así mismo es importante capacitarse, estudiar y conocer la ciudad para poder brindar una orientación oportuna y confiable, pues únicamente se detectan escasos conocimientos y amabilidad enfocada a intereses económicos. Este estado de cosas encuentra su origen en la falta de identidad de los pobladores, es de suma importancia que los residentes, las familias locales conozcan ampliamente sobre su origen, sus bondades, sus atractivos turísticos, y esta responsabilidad de la cultura turística recae directamente en los pobladores de la ciudad anfitriona.

Es por ello, que la presente investigación tiene como objetivo principal Determinar el nivel de cultura turística y su grado de contribución al desarrollo del turismo en la ciudad de Puerto Maldonado, para ello se realizó 382 encuestas en la ciudad de Puerto Maldonado en los diferentes puntos de interés.

La presente investigación es de corte transversal porque la toma de muestra se realizó en un tiempo determinado (marzo - abril) y El Tipo y nivel de la investigación es cualitativa y cuantitativa.

A fin de lograr alcanzar lo propuesto en el presente trabajo de investigación se procedió a analizar las hipótesis específicas y contrastar con los resultados antes mencionados: que el 20% de los pobladores que están relacionados directa e indirectamente con la actividad turística consideran que el cobro deshonesto por

los productos o servicios prestados al turista lo ven como algo justo denominándole precio gringo

La mayor cantidad de pobladores desconocen las siglas de la institución involucrada directamente a la actividad turística (DIRCETUR).

El 57.5% de la población indican que existen impedimentos para que la ciudad crezca turísticamente debido al desinterés de las autoridades, delincuencia, infraestructura turística (carreteras puentes, puertos).

Los pobladores en su mayoría identifican como atractivos turísticos el obelisco, el serpentario, el jaguar desconociendo los atractivos focales por lo que el turista se desplaza por los atractivos como lago Sandoval, lago valencia, colpa chuncho, colpa guacamayo.

La mayoría de los pobladores no se sienten involucrados, ni beneficiados pero están cocientes que la actividad turística si contribuye al desarrollo de la ciudad turística de puerto Maldonado, así mismo son acogedores y amables con los turistas y tienen toda predisposición de recibir cursos de capacitación relacionados al turismo.

ABSTRAC

The present research "Tourism Culture and Its Contribution to Tourism Development in the City of Puerto Maldonado 2015", aims to explain part of the integral culture of a society oriented to the knowledge and valuation of the tourist phenomenon, which seeks the satisfaction of tourists and the elderly Benefits for the host population, depending on their participation in the tourism sector. There is no doubt that the participation should be on the part of the different tourist actors to reach great goals that contribute to the tourist development of each locality and in this way all benefit.

There are a number of basic principles that contribute to tourism development and this is given through good tourist culture, since we must be excellent hosts taking into account the following: welcome the visitor with warmth kindness, treat it as one would like to be treated , To offer a service according to the needs of the visitors, it is also important to train, study and know the city in order to provide a timely and reliable orientation, since only limited knowledge and friendliness focused on economic interests are detected. This state of affairs finds its origin in the lack of identity of the inhabitants. It is of the utmost importance that residents, local families know widely about its origin, its benefits, its tourist attractions, but it really happens is that foreigners first know Tourist activity, the responsibility of the tourist culture falls directly on the inhabitants of the host city.

Therefore, the main objective of this research is to determine the level of tourist culture and its contribution to the development of tourism in the city of Puerto Maldonado. For this purpose, 382 surveys were carried out in the city of Puerto Maldonado at different points of interest.

The present investigation is cross - sectional because the sampling was carried out in a certain time (March - April) and the Type and level of the research is qualitative and quantitative.

In order to achieve what was proposed in this research, we proceeded to analyze the specific hypotheses and contrast with the aforementioned results: that 20% of the inhabitants that are directly and indirectly related to the tourist activity consider that the dishonest collection For the products or services rendered to the tourist

they see it as something fair denominating gringo price the largest number of people are unaware of the acronyms of the institution directly involved in the Tourist activity (DIRCETUR).

57.5% of the population indicates that there are impediments for the city to grow touristy due to the lack of interest of the authorities, delinquency, tourist infrastructure (roads bridges, ports).

Most people identify as tourist attractions the obelisk, the serpent, the jaguar ignoring the focal attractions so the tourist moves through the attractions such as Sandoval Lake, Lake Valencia, collpa chuncho, collpa macaw.

The majority of the residents do not feel involved or benefited but they are quotient that the tourist activity if it contributes to the development of the tourist city of Puerto Maldonado, also they are welcoming and friendly with the tourists and they have all predispositions to receive training courses related to tourism.

INTRODUCCION

La ciudad de Puerto Maldonado en los últimos años viene experimentando un crecimiento significativo en la actividad turística, es por ello que hoy en día se han incrementado los negocios turísticos, (Hospedaje, restaurant, centros de esparcimiento, etc.),es el turismo una actividad multisectorial que requiere la unión y fuerza de trabajo de diversos actores turísticos y uno de ello es el poblador local , ya que todo ciudadano deben ser promotores del turismo, no sólo quienes trabajan en ese sector pues ésta va más allá. La cultura turística requiere capacitación turística constante a los diversos actores turísticos, que es la preparación entre turistas y anfitriones (poblador).

El presente estudio se realizó dentro de la ciudad de puerto de Maldonado realizando encuestas a los diferentes actores de turismo y público en general para así saber. ¿Cuál es el nivel de cultura turística que poseen los pobladores y su contribución al desarrollo del turismo en la ciudad de Puerto Maldonado 2015?, esta investigación es importante, Porque con esta interrogante llegamos a saber la cultura turística que poseen los pobladores en la ciudad de Puerto Maldonado para que de esta manera puedan brindar una información clara acerca de nuestros atractivos turísticos que ofrece nuestra ciudad de Puerto Maldonado.

En este trabajo de investigación se consigna los resultados de la tesis titulada **“Cultura Turística y Su Contribución Al Desarrollo Turístico En La Ciudad De Puerto Maldonado 2015”**, para lograr los objetivos propuestos se desarrollaron encuestas a la población general, así mismo a las diferentes instituciones públicas y privadas relacionados al sector turismo para así saber el grado de cultura turística que poseen los pobladores de la ciudad de puerto Maldonado al momento de recibir a los turistas.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:

La actividad turística es un instrumento poderoso que sirve para contribuir a la construcción de una nueva sociedad, que dedique ésta, sus recursos a generar riquezas, a avanzar en la equidad social y a brindar mayor seguridad a sus ciudadanos. Una vez que el turismo se consolida en una región o en una localidad las actividades económicas se modifican, cambia la actitud frente al manejo de los recursos naturales, se transforma la visión de las actuaciones culturales, se modifican las actitudes frente a otras culturas y a otras formas de ver el mundo. En la gestión de esta actividad están involucrados todos los protagonistas de la vida cotidiana pública y privada que se preparan para atender adecuadamente a sus visitantes. (Castaño, 2007).

Ahora la mejora de la infraestructura, los procesos de capacitación para obtener una buena calidad de los servicios, los procesos de planificación, de diseño de producto, las labores promocionales son constantes que debe abordar cualquier lugar turístico. No cabe duda que la participación debería ser de parte de los diferentes actores turísticos para alcanzar grandes metas que contribuyan al desarrollo turístico de cada localidad y de esta forma resulten todos beneficiados.

El desplazamiento de grandes masas de población es una de las principales características del turismo, dichos turistas llegan a la ciudad de Puerto Maldonado en los meses de mayo a octubre y en los meses noviembre a abril en menor cantidad para visitar los principales atractivos turísticos que cuenta la reserva nacional de Tambopata, sin embargo existe un gran número de turistas nacionales que permanecen en la ciudad la cual, está encaminada principalmente al negocio y al consumo ayudando a atraer mayor beneficios social, cultural y económico a través de turismo, por lo que no hay más que ser excelentes anfitriones y así atraer mayor cantidad de visitantes; sin embargo se debe estar sumamente preparado para recibir turistas extranjeros y nacionales y así lograr ofrecer servicios de buena calidad con mucha calidez y amabilidad.

Existen una serie de principios básicos que contribuyen al desarrollo turístico y esto se da a través de la buena cultura turística, ya que debemos ser excelentes anfitriones tomando en cuenta lo siguiente: recibir al visitante con calidez

amabilidad, tratarlo como a uno le gustaría ser tratado, ofrecer un servicio acorde a las necesidades de los visitantes, así mismo es importante se, estudiary conocer la ciudad para poder brindar una orientación oportuna y confiable.

Es de suma importancia que los residentes, las familias locales conozcan ampliamente sobre su lugar origen, sus bondades, sus atractivos turísticos, pero realmente sucede es que primero conocen los extranjeros generando inadecuadamente la actividad turística, la responsabilidad de la cultura turística recae directamente en los pobladores de la ciudad anfitriona es por ello que nos planteamos la siguiente pregunta.

¿Cuál es el nivel de cultura turística que poseen los pobladores y su contribución al desarrollo del turismo en la ciudad de Puerto Maldonado 2015?

JUSTIFICACIÓN IMPORTANCIA

La importancia de la investigación es identificar y contrastar las diferentes acciones que se han realizado en torno a la actividad turística y que han permitido el fomento de la conciencia turística en la sociedad y principalmente en los prestadores de servicios turísticos y que han desembocado en la implementación, fomento y desarrollo de actividades que coadyuven a la conservación del patrimonio natural y cultural nacional y en especial de Puerto Maldonado.

La importancia social reside primeramente en detectar cual es el grado de conciencia turística que poseen los pobladores, así como darles a conocer los resultados obtenidos en la presente investigación sobre todo porque constituyen una pieza clave para el desarrollo del turismo futuro, a través del cambio de mentalidad de los pobladores ya que juega un papel importante, para que se convierta en ente promotor en su lugar de origen y así se incremente el número de turistas que nos visiten.

El desconocer lo que se posee, induce a subestimar el potencial turístico que tiene un pueblo, ocasionando mala información y por ende mal trato al turista.

La presente investigación pretende realizar un análisis e interpretación que tienen los diferentes actores turísticos sobre su conducta frente al turista y, su contribución al desarrollo turístico en la ciudad de Puerto Maldonado que nos induzca a afirmar que, la calidad del servicio está relacionada con la Conciencia Turística.

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERAL:

- Determinar el nivel de culturaturística y su grado de contribución al desarrollo del turismo en la ciudad de Puerto Maldonado

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Evaluar el grado de conciencia turística que posee los pobladores y su relación con el desarrollo de turismo en PEM.
- Evaluar los valores culturales que poseen los pobladores y su nivel de influencia frente al desarrollo del turismo.
- Analizar las actitudes de las personas y cómo influyen en el Desarrollo del turismo en la ciudad de Puerto Maldonado.

HIPOTESIS

Hipótesis general: El nivel de cultura turística que poseen los pobladores contribuirá significativamente al desarrollo turístico en la ciudad de Puerto Maldonado.

Hipótesis Específicos:

- ❖ El grado de conciencia que poseen los pobladores contribuirá significativamente en el desarrollo del turismo en Puerto Maldonado.
- ❖ Los valores de la Cultura turística que poseen los pobladores influyen en el desarrollo del turismo.
- ❖ Las actitudes de los pobladores favorecen, así mismo influyen en el desarrollo del turismo en la ciudad de Puerto Maldonado.

VARIABLES E INDICADORES

VARIABLE INDEPENDIENTE:

- ❖ Cultura turística.

VARIABLE DEPENDIENTE:

- ❖ Contribución al desarrollo turístico.

INDICADORES Y DEFINICIONES OPERACIONALES

Variables	Dimensión	Indicadores	Sub indicadores
Cultura turística (v-independiente)	Conciencia	Conocimiento	Conocimientos de los atractivos turísticos Conocimiento de la ciudad de PuertoMaldonado Conocimiento de la actividad turística en Puerto Maldonado
	Cultura	Valores	Orgullo Compromiso Honradez Amabilidad
	Sensibilización	Actitudes	Trato al turista profesionalismo Vocación de servicio

Contribución al desarrollo turístico (v-dependiente)	Atractivos turísticos	Jaguar Lago Sandoval colpas Serpentario Corredor turístico	
	Servicios turísticos	Hoteles Restaurantes Agencias de viajes Puertos Terminales Aeropuertos	
	Sociedad	Población en general	

POBLACION Y MUESTRA

UNIVERSO: Departamento de MADRE DE DIOS

POBLACIÓN: Está conformada por 76168 habitantes de la ciudad de puerto Maldonado 2014 INEI.

MUESTRA DE PUERTO MALDONADO: Para calcular el tamaño de la muestra suele utilizarse la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{e^2(N-1) + \sigma^2Z^2}$$

Dónde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población que tiene un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Equivale a 1,96.

e = Límite aceptable de error muestral que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09),

Reemplazando valores de la fórmula se tiene:

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{e^2(N-1) + \sigma^2Z^2}$$

$$n = \frac{76168 * 0,5^2 * 1.96^2}{0,05^2(76168 - 1) + 0,5^2 * 1.96^2}$$

$$n = \frac{76168 * 0.25 * 3.8416}{0.0025(76167) + 0.25 * 3.8416}$$

$$n = \frac{73151.7472}{190.4175} = 382.237$$

N = 382 pobladores

El tamaño de la muestra está conformado por 382 encuestas en la ciudad de puerto Maldonado en los diferentes puntos de interés.

CAPITULO I

MARCO TEORICO

1.1 ANTECEDENTES A NIVEL INTERNACIONAL

Cultura turística en el puerto de Veracruz - María Cristina Soto - Ibáñez, Gustavo Vergara-Ruiz y Arturo García-Santillán México – 2009.

En las dos últimas décadas, la globalización mundial ha sido detonante del desarrollo de algunos países y regiones del mundo, siendo el turismo una de sus expresiones más palpables y es precisamente en este periodo cuando se ha tomado mayor conciencia de la necesidad de planear y llevar a cabo las actividades turísticas de manera responsable, favoreciendo su sustentabilidad y desarrollo en la economía a nivel mundial. Es por esto que el turismo hoy en día ha modificado la geografía económica mundial, sin embargo su expansión es de tal magnitud que en ocasiones representa, además de un detonante del desarrollo económico regional, como una verdadera intromisión a la cultura de algunos países y regiones.

Nuestro país México, cuenta con vocación eminentemente turística, sus hermosas playas, espesos bosques, ancestrales zonas arqueológicas, maravillosos museos y extensa gastronomía lo coloca en una posición privilegiada, proveyéndolo naturalmente de una serie de atractivos que ya sea como turistas o como anfitriones no se pueden dejar de admirar; en concordancia con lo señalado, en nuestro país, se han realizado esfuerzos a lo largo de su historia para involucrar a la sociedad en el conocimiento de las implicaciones del turismo.

La preocupación, en torno al tema de la formación de una conciencia turística en niños, no es privativa de nuestro país, baste con mencionar los esfuerzos realizados por países como Argentina, en donde Guzmán y Fernández (2002) y en Chile Moltedo Perfetti (2007), han abordado investigaciones sobre el medio ambiente y la Conciencia Turística; además Rojas Villagran (2003), abordó la formación turística en la educación básica chilena. En tanto que, en Perú, tres organizaciones: Paseos Amazónicos, Turinet Perú Internacional y BS Soluciones

(2007, s/f.) han desarrollado portales en los que los niños pueden conocer más de cerca su patrimonio natural y cultural.

Las principales conclusiones de este trabajo son las siguientes:

- La información relativa al patrimonio natural y cultural de su localidad. Se conoció la proporción de alumnos que conocen el concepto de cultura turística que se encuentran estudiando el cuarto, quinto y sexto grado de educación primaria en la ciudad y puerto de Veracruz.
- Se logró identificar, los conocimientos que tienen los alumnos de cuarto, quinto y sexto grado de nivel primario de la ciudad y puerto de Veracruz en lo referente al Patrimonio Natural y Cultural de la localidad. Así también, se logró conocer como adquirieron los alumnos los conocimientos sobre Cultura Turística.
- Se identificó que los padres, abuelos, profesores, vecinos, amigos, escuela y medios de comunicación, son los factores sociales que han influido en la formación de una conciencia turística, se conoció que la manera en que se les da a conocer el patrimonio natural y cultural de su localidad no fue del agrado de los alumnos de cuarto, quinto y sexto grado de educación primaria del puerto de Veracruz.
- Por lo anterior, se puede concluir que efectivamente se alcanzó el objetivo del presente trabajo de investigación, se analizó la situación actual en cuanto al conocimiento de la cultura turística en alumnos de cuarto, quinto y sexto grados de nivel primario en la ciudad y puerto de Veracruz durante el ciclo escolar agosto 2007- junio 2008.

Se probaron estadísticamente 4 de las hipótesis destacándose los siguientes resultados:

- La proporción de niños de nivel primaria que dicen saber que es el patrimonio natural de su comunidad es del 64% y del 67% en el caso del patrimonio cultural.
- Cuando se les pidió que identificaran manifestaciones del patrimonio cultural, tales como el Carnaval, este fue reconocido en el 100% de los casos, no así los monumentos y sitios históricos como la aduana marítima la cual solo identificaron el 60% de los niños.

- Cuando se les pidió que identificaran el patrimonio natural de su localidad, solo el 79% de los niños identificó a los Manglares y el 85% a la Isla de Sacrificios.
- Solo el 44% de los niños encuestados conocía que la ciudad de Veracruz había estado amurallada en la antigüedad, sin embargo el 85% contestó que si conocen que existen dos baluartes en el puerto y solo el 52% saben cómo eran utilizadas estas construcciones en la antigüedad.
- Los niños de nivel primario del Puerto de Veracruz categorizan, de acuerdo a su importancia, la información que reciben de su entorno con relación al patrimonio natural y cultural de su localidad. Se corrobora que la sociedad (los padres, abuelos, profesores, vecinos, amigos, escuela y medios de comunicación) han influido de manera positiva en la formación de una conciencia turística en los niños de nivel primaria del Puerto de Veracruz.
- La influencia del Estado (entendido como Gobierno) en la promoción y difusión del patrimonio cultural y natural de la localidad no es determinante para la formación de una conciencia turística en niños de nivel primaria en la Ciudad y Puerto de Veracruz.
- Los niños del 4to. 5to y 6to, de primaria del puerto de Veracruz, consideran que conocer más acerca del patrimonio natural y cultural de su localidad los hace sentirse más identificados con la sociedad de la que forman parte, manifestaron que les gusta participar en celebraciones tales como el carnaval, la rama, el viejo y la candelaria. Sin embargo, comentaron que no les gusta cómo les han dado a conocer.

Aspectos de cultura turística en Tulum, Quintana Roo - Wendy Marilú Sánchez Casanova-2006

Este trabajo consigna algunos resultados de la tesis titulada "Alcances de la cultura turística en Tulum, Solidaridad, Quintana Roo", concluida por la autora de este artículo en septiembre de 2006. La tesis de referencia tuvo como objetivo la identificación y explicación de los alcances de la cultura turística en la localidad de Tulum, municipio de Solidaridad, estado de Quintana Roo, en vista de que el turismo tiene el carácter de actividad económica preponderante.

Partiendo del carácter sociocultural del turismo, se integró un marco teórico y referencial sobre la cultura turística, debido a que las menciones sobre el tema son escasas y aisladas. Una vez en posesión del marco teórico, se realizó la investigación de campo en la localidad de Tulum, Quintana Roo. Esta fase incluyó la observación participante y no participante, las historias de vida de habitantes originarios y las entrevistas a habitantes a vecindados y a turistas.

A continuación, se exponen los aspectos más relevantes derivados del acercamiento a la comunidad local, es decir, el conglomerado de hombres y mujeres residentes en el destino turístico de estudio, por nacimiento o por vecindamiento, que presentan un grado mínimo o nulo de cultura turística, dependiendo de su participación en el sector y la calidad de vida que esa participación implica.

Cultura Turística

Todo ciudadano debe ser promotor de turismo (Alemán-Valdés 1983). Por ello, no sólo quienes trabajan específicamente en ese sector tienen la obligación de poseer una cultura turística, pues estaba más allá de la simple capacitación turística, que es la preparación técnica para un empleo en el ramo.

La cultura turística es la parte de la cultura íntegra de una sociedad orientada al conocimiento y valoración del fenómeno turístico, que busca la satisfacción de los turistas y los mayores beneficios cualitativos y cuantitativos para las comunidades anfitrionas.

La cultura turística encuentra su sustento en la toma de conciencia por parte de la comunidad anfitriona sobre la importancia del turismo como actividad socioeconómica primordial, y en la actuación en consecuencia, es decir, la adquisición de conocimientos, valores y actitudes a manifestarse en su proceder ante la diaria recepción de turistas, por lo que esa situación, más que atención interesada y calculada, o afectación y servilismo, signifique una ocasión de contacto con la otredad, lo que facilita el conocimiento y aprecio intercultural.

Conclusión

- En Tulum, la cultura turística es un proceso instructivo motivado por la competencia entre destinos turísticos. Ese proceso tiene su mayor alcance, aunque de manera superficial, en los trabajadores del sector y no en la comunidad anfitriona, por lo que bien podría denominarse capacitación turística.
- Es así que lo que se desarrolla, aunque de modo escueto, es la capacitación turística, es decir, la habilitación para la competitividad, y no la cultura turística, la cual implica mucho más. Lo anterior se origina en la falta de identidad y arraigo de los habitantes, agravándose con una situación económica que es adversa, resultado de una administración capitalista del turismo.
- La comunidad receptora se ha adaptado al modelo impuesto, situación que ha impedido la configuración de una auténtica cultura turística. Sin embargo, esa cuestión podría enmendarse mediante el incremento del turismo comunitario, es decir, la intervención de los locales en la planeación y administración de la actividad turística, es decir, apoyando al gobierno y/o constituyéndose en empresaria del turismo.
- De esa manera, tal y como apunta el ya citado Cohen, el valor del turismo crecerá en, relación con el grado de inserción y participación de la comunidad anfitriona. No se trata de excluir lo económico, pero fundamental incluir lo humano. Ese es el llamado que hacen documentos internacionales como el Código Ético Mundial para el Turismo (Anónimo 1999), el cual propugna por el turismo como actividad favorable para los países y comunidades de destino en mérito de la participación equitativa en los beneficios económicos, sociales y culturales que reporte.

1.2 ANTECEDENTES A NIVEL NACIONAL

Análisis de conciencia turística en los agentes turísticos del centro monumental histórico de la ciudad de Chiclayo- Pimentel- Lic. Christie Yherine Malca Roque - Julio Del 2012

La ciudad de Chiclayo ha venido creciendo y desarrollándose de manera comercial, entre sus principales actividades las turísticas, por lo que se han aperturado un sin número de agentes turísticos, los cuales son los responsables del servicio brindado a los turistas en el destino Turístico Lambayeque.

La seguridad, los recursos naturales, el trato amable y cordial de la gente son los factores que atraen al turista, porque nadie sale de su país hacia un sitio donde va a ser maltratado o donde no va a estar seguro; en donde su vida va a estar en peligro no solo por la delincuencia sino también por razones ambientales, estos son solo algunos factores que la población en vías de desarrollo en turismo debe combatir y plantear estrategias que contrarresten estos actos negativos de la sociedad. Para un desarrollo eficiente de la actividad turística, es necesaria la participación de los pobladores, ya que tienen un papel muy importante, porque son las actitudes de los mismos quienes van a cimentar una imagen en las personas que nos visitan. Por este motivo, es necesario cambiar de actitudes o comportamientos negativos frente a los visitantes, a los mismos pobladores y hacia nuestro entorno natural para crear una buena imagen de nuestro pueblo, dicho sea de paso se contribuirá calidad de los servicios turísticos que engloba, la puntualidad, la responsabilidad, la amabilidad, el respeto hacia el turista, el cobro de precios justos, el mantener nuestra ciudad limpia y ordenada, conservar los recursos naturales, el conocimiento de los recursos que poseemos para brindar una información veraz y oportuna "El cambio de mentalidad juega un papel importante, no miremos al turista como una víctima al que explotar, si no como el amigo como al hermano al que se debe estimular y tratar bien para que se convierta en ente promotor en su lugar de origen y así se incremente el número de turistas que nos visiten". De esta forma acrecentaremos la posibilidad de la creación de nuevos puestos de trabajo.

Es importante mencionar que el turismo también nos ayuda a acrecentar nuestros conocimientos, haciendo prevalecer los valores hacia los demás y el respeto al medio ambiente, y seguir trabajando en el buen estado de la ciudad con un correcto orden, sin olvidar la limpieza. Es necesario que la población esté consciente de que el turismo trae muchos beneficios así como la generación de puestos de trabajo y por ende la generación de divisas.

La Conciencia Turística no es una mera actitud contemplativa fundada en buenos propósitos, en propuestas declarativas, en intenciones a cumplir a futuro: se trata más bien de tareas efectivas destinadas a la actividad turística, no se limita a iniciativas y logros a través de autoridades responsables, si no, en actitudes participativas del ciudadano frente a la protección de nuestros atractivos en defensa y hospitalidad que se debe brindar en todo momento al turista. (Cebrián, 2008) el reconocimiento de la importancia de la sostenibilidad en el turismo por parte de los agentes turísticos se plasmó en la Agenda 21 para la Industria de Viajes y Turismo: Hacia un Desarrollo Ecológicamente Sostenible (1996), un plan de acción en el que se señalan las áreas prioritarias por la acción y las medidas a adoptar por parte de instituciones y agentes implicados en la actividad, relativas a la introducción de criterios de sostenibilidad en la toma de decisiones y procesos de producción. Más tarde, en octubre de 1990, la asamblea general de la OMT, reunida en Santiago de Chile, aprobó el código de ética mundial para el turismo, que ofrece un marco de referencia para los destinos, los gobiernos, los tours operadores, las agencias de viajes y los propios turistas respecto al desarrollo responsable y sostenible del turismo. Este código ha recibido el respaldo de la ONU y en setiembre de 2001, la OMT aprobó la creación del comité mundial de ética del turismo, encargado de supervisar la observancia del código y de reunir información sobre su aplicación.

Según la Organización Mundial del Turismo (1998) afirma. "la actividad turística hoy en día desde la perspectiva económica, es considerada uno de los sectores de más rápido crecimiento de la economía mundial; para algunos países es la primera generadora de ingresos por encima de la industria y el petróleo. En 1995 ya ocupaba a más de 120 millones de personas trabajando directamente en el ramo. La importancia del turismo como entrada de moneda extranjera se ve con

claridad en países como España, la India y Tailandia, donde el turismo es la primera fuente de ingresos de divisas". Es de esta forma que muchos países que compiten en la extracción de materia prima han visto conveniente cambiar de dirección, debido a que el turismo trae muchos beneficios.

En reunión sostenida por la organización Mundial del Turismo (2006) las autoridades de los países de América Latina aseguraron que, "el turismo a nivel mundial continuará con su tendencia creciente y se prevé que para el año 2020 la actividad movilice más de 2.300 millones de personas, por lo que se requiere una política de desarrollo sostenible". El turismo debe mantener el desarrollo armónico en lo económico, social y el medio ambiente para asegurar la permanencia en el tiempo y el desarrollo permanente que cada país requiere.

No cabe duda de que el turismo, y toda la amplia gama de actividades que genera la satisfacción en los países desarrollados, constituye la mayor fuente de actividad económica del mercado y si no es ya, lo será en breve plazo. Es por ello que todos los países y sus distintas administraciones (local, provincial y regional, etc.). " En países como Chile y Colombia, el turismo constituye la mayor fuente de actividad económica del mundo, por eso buscan en el turismo la panacea para sus males económicos y la palanca que los catapulte al desarrollo y al bienestar", por este motivo han preparado un plan de concientización ante la urgencia de captar corrientes turísticas con la intención de transformarla en un destino turístico de primer nivel, a través de los cuales se transmita a la población en general conocimientos básicos sobre la actividad turística y las posibilidades que puede brindar a la comunidad receptora a partir de una conciencia turística; teniendo en cuenta que el turista de hoy es cada vez más exigente no sólo en relación a las actividades que se ofrecen en el destino sino también en cuanto a la calidad de servicios que recibe. (Mieres, 2002) Define a la conciencia turística "como un estado mental que presupone la buena disposición de los individuos para fomentar y acrecentar la conservación de los bienes y servicios turísticos que posee un pueblo". Sostiene (Sosa, 2004) que es importante las actitudes y comportamiento de su población con el turista, por cuanto "la conciencia turística tiene implicancias sobre el conocimiento del potencial turístico, sobre las actitudes y compromisos morales y éticos, sobre el trato al turista en cuanto a bienvenida,

hospitalidad y sobre el aprovechamiento de los recursos para que aporten beneficios al país. El desarrollo de una conciencia turística debe estar orientada a lograr que el turismo forme parte de la cultura de todos nosotros, para lo cual básicamente se requiere incluir turismo, artesanía y gestión empresarial como temáticas de los currículos educacionales en todos los niveles, así como promover campañas intensivas de conciencia turística a nivel nacional, estas temáticas deberán incluir en 3 sectores de la población para su eficaz rendimiento.

Por tal motivo no debemos olvidar que "El turismo es un vehículo de orgullo nacional, como referente de sentimiento de admiración, respeto y salvaguarda del riquísimo acervo cultural y así comprender que el turismo es un instrumento importante para elevar la calidad de vida del hombre, mejorando su relación con la naturaleza, que el turismo toma en cuenta los valores humanos y morales, es también poseer un conocimiento certero y reflexivo de la importancia de una actividad que engrandece al país, como también reconocer que es tarea de todos y de cada uno de nosotros trabajar para que ello se logre", pues si todos los ciudadanos conocen la importancia del turismo, se dispondrá de una fuerza decisiva para atraer al forastero, ya que estos disculparán si se encuentran deficiencias materiales si encuentran agradable recibimiento, pero en cambio regirán la estancia en los países donde aunque los servicios funcionen a la perfección, el trato de los ciudadanos resulte descortés. Para tener conciencia turística hay algo que no debemos olvidar: "nadie es consciente de lo que no sabe, tampoco se puede amar lo que no se conoce. Por ello es muy importante que tengamos la actitud de interés para conocer nuestras riquezas, nuestra historia, nuestra música". Claro está, que el origen del turismo busca interiorizarnos en nuestras raíces, para identificarnos con nuestro pueblo que busca mostrar al mundo las bondades que poseemos, con esta expresión podemos mostrar al mundo lo que tenemos y de esta forma poder transformarlos en divisas que nos conduzcan al bienestar.

Tales el caso del proyecto Fortalecimiento Integral del Turismo (FIT Perú) que viene realizando en el Perú un material educativo e informativo, elaborado por el proyecto durante el 2004, para reforzar y reconocer el valor del patrimonio cultural,

agregando actitudes y valores que va a garantizar sostenibilidad y perdurabilidad de los recursos naturales de cada una de las regiones.

El turismo contribuye al desarrollo del país no sólo generando empleo productivo y atrayendo inversiones, sino también poniendo al alcance de cualquier peruano la posibilidad de conocer o redescubrir su propia nación.

El turismo desempeña, a través de los viajes, un papel decisivo en la gestación del orgullo nacional. Crea un escenario emocional favorable al desarrollo y un espíritu de solidaridad respecto al destino del país. Cuando esto se traduce en una preocupación por el cuidado del ambiente y del patrimonio nacional, por el apoyo a toda mejora de la oferta turística local y por fomentar una actitud fraterna, desprejuiciada y hospitalaria hacia los visitantes, estamos ante lo que se llama el desarrollo de la conciencia turística.

"La conciencia turística no consiste solamente en una actitud positiva hacia los fines del sector Turismo. Trasciende este marco para convertirse en una actitud dinamizadora de un conjunto de valores indispensables para el proceso de desarrollo (entre ellos: cuidado ambiental, desarrollo sostenible, tolerancia, solidaridad y preocupación por los valores culturales propios). La conciencia turística es, por consiguiente, agente promotor de peruanidad".

Uno de los objetivos principales del turismo es el desarrollo que busca no solo alcanzar el desarrollo económico, sino también humano, político, social y cultural esta percepción nos ayudara a pasar cualquier barrera, que nos ayude a visualizar una armonía con la naturaleza.

Es por eso que es impostergable la conciencia turística ya que ayuda no solo a valorar lo que poseemos sino también a cuidarlo; también nos ayuda a respetar a los visitantes, por tanto si la conciencia turística se consolidase en la provincia de Chiclayo tendríamos un desarrollo del turismo sostenible.

Conciencia turística y su contribución al desarrollo del turismo en la provincia de San Martín - Javier E. Bermúdez García–2005

En la Región San Martín, la Provincia de San Martín, es considerada un lugar prodigioso por sus innumerables atractivos turísticos que existen dentro de su ámbito geográfico, así como también por sus recursos y atractivos turísticos naturales interesantes". Es por estos motivos, que muchos lugareños han visto un futuro promisorio del turismo en esta provincia con sus 14 distritos que son: Tarapoto, Morales, Banda de Shilcayo, San Antonio de Cumbaza, Sauce, Chazuta, Cabo Alberto Leveau, Shapaja, Papaplaya, Cacatachi, Chipurana, el Porvenir, Huimbayoc, Juan Guerra.

Tarapoto es la ciudad capital de la provincia de San Martín, ubicado en la selva Nororiental Peruana a 06° 31' 30" de latitud Sur, 76° 21' 50" de longitud Oeste, se asienta en la ladera occidental del Cerro Escalera, en la cordillera Azul último contrafuerte de la Cordillera de los Andes en el Perú, es una ciudad privilegiada por su ubicación y por poseer a sus alrededores hermosos espacios naturales que motivan a cualquier persona a visitarla, esto le hace perfecta para desarrollar el turismo, de aventura, ecoturismo, rural y cultural. Teniendo como consecuencia la aparición de muchos inversionistas no solo de turismo sino también del comercio que viene incrementándose debido a la demanda de la población que va creciendo aceleradamente.

Esta ciudad no solo cuenta con infraestructura de hoteles, restaurantes, tours operadores, agencias de viajes, cuenta además con un aeropuerto que hace posible la llegada y salida de los visitantes a diario, el hecho de contar con estos elementos ha permitido la instalación de grandes empresas así como la posibilidad de incrementar el gran flujo turístico que existe en la región.

Conclusión

- La Conciencia Turística contribuye en el desarrollo del turismo en la Provincia de San Martín ya que es una de las bases fundamentales para el desarrollo responsable y sostenible y por qué consiste en actitudes y/o comportamientos positivos hacia el turista, el cuidado ambiental, así como por la recuperación de los valores culturales y naturales propios, de esta

manera los turistas se llevaran una buena impresión de nosotros, llegando a la posibilidad de que vuelvan a visitarnos o recomendar a otras personas a que nos visiten.

- El turismo es una de las actividades de vital importancia para la provincia de San Martín, ya que genera muchos puestos de trabajo que se transforman en divisas para nuestra provincia de San Martín.
- Existen fundamentos teóricos científicos que aseguran que el desarrollo del turismo positivo no se da si es que no existe una formación de Conciencia Turística en la población.
- Los pobladores de la provincia de San Martín se caracterizan por ser amables lo cual influyen en la satisfacción del turista sin embargo conoce poco sobre los atractivos turísticos
- Se ha observado el crecimiento y la aparición de nuevas empresas turísticas, lo cual quiere decir que el turismo viene creciendo en la provincia de San Martín, esto contribuirá a que exista mayor preocupación por los servicios que brindan, ya que la misma competencia exigirá mayor compromiso con los turistas.
- Que a pesar de que el turismo viene creciendo vertiginosamente durante los últimos años, aún no ha sido valorada como una actividad principal.
- partir de la difusión de conocimientos y valores, se generan actitudes que se manifiestan en una mejor comprensión del turismo y sus implicaciones, y a la valoración y adecuada administración del patrimonio turístico.
- los turistas acusan a los moto taxistas en promover una mala imagen a la Provincia por excederse en el cobro de los pasajes.

1.3 ANTECEDENTES ANIVEL LOCAL

Contribución de la conciencia turística para el desarrollo sostenible del turismo en la Comunidad Nativa Infierno-Madre de Dios Bach. Eder Nicanor Chulla Pfuro– 2011.

El Turismo es el sector de negocios más grande de la economía mundial en más de 150 países siendo una de las cinco fuentes de ingreso económico, además se proyecta para el 2020 un volumen de 1.56 billones de llegadas internacionales. En el año 2010 se tiene una cifra registrada de 935 millones de llegadas internacionales (Reserva Nacional Tambopata, 2011).

La Organización Mundial del Turismo (OMT) indica que el Turismo de Naturaleza es la mayor modalidad a nivel global con una tasa de crecimiento que oscila entre 15-20% y se estima que el número de turistas en esta motivación sobrepasa la cifra de 70 millones. El Programa Medioambiental de la Naciones Unidas (UNEP) y Conservación Internacional han indicado que la mayor expansión del turismo está ocurriendo en áreas naturales, así como también cerca del mismo. Es por ello que el sector turismo se ha convertido en una de las más prominentes en los próximos años. En el año 2010 llegaron a nuestro país 2 948 230 turistas provenientes de las diferentes regiones del mundo.

El Perú tiene en el turismo un sector con enorme potencial de desarrollo, no sólo cuenta con importantes recursos naturales, sino también con una gran cultura diversa para atender todos los segmentos del mercado, porque su cultura tradicional y heterogénea ofrece una amplia gama de posibilidades a los turistas que lo visitan (Flores e Ishuiza, 2007)

El Perú es megadiverso, se conoce así al grupo de países en cuyos territorios se encuentra más del 70% de la biodiversidad que existe a nivel mundial. Los doce países megadiversos son: Brasil, Colombia, Ecuador, Perú, México, Zaire, Madagascar, Australia, China, India, Indonesia y Malasia (Rainforest Expeditions, 2009).

Por otro lado el Perú es uno de los 4 países con mayor diversidad biológica, cuenta con 1 285 215 km², es el tercer país de mayor extensión en América del Sur, después de Brasil y Argentina, situándose así entre los 20 países más extensos del planeta. Cuenta con 84 de las 117 zonas de vida reconocidas en el

mundo y la región amazónica posee 34 zonas de vida. Asimismo a nivel mundial ocupa el primer lugar en peces y mariposas, el segundo en aves, el tercero en mamíferos y el cuarto en anfibios. Además cuenta con un total de 72 unidades de conservación, las que abarcan aproximadamente 14.55% del territorio nacional, por esto nuestro país tiene un gran potencial pero sería mejor el manejo de los recursos naturales con la contribución de la conciencia turística en todo el territorio que debería impartirse desde el gobierno central, pero no solo para los operadores y aquellos inmersos en esta actividad, sino también a las personas ajenas con charlas, capacitaciones y talleres sobre concientización turística (Rainforest Expeditions, 2009).

El turismo es una poderosa herramienta de transformación social, las experiencias internacionales y algunos ensayos regionales en Colombia así lo corroboran. Es un instrumento poderoso que sirve para contribuir a la construcción de una nueva sociedad, que dedique ésta, sus recursos a generar riquezas, a avanzar en la equidad social y a brindar mayor seguridad a sus ciudadanos. Una vez que el turismo se consolida en una región o en una localidad, las actividades económicas se modifican, cambia la actitud frente al manejo de los recursos naturales, se transforma la visión de las actuaciones culturales, se modifican las actitudes frente a otras culturas y a otras formas de ver el mundo. En la gestión de esta actividad están involucrados todos los protagonistas de la vida cotidiana pública y privada que se preparan para atender adecuadamente a sus visitantes. (Castaño, 2007).

Para un desarrollo eficiente de la actividad turística, es necesaria la participación de los pobladores, ya que tienen un papel muy importante, porque son las actitudes de los mismos quienes van a cimentar una imagen en las personas que nos visitan. Desde este punto de vista es importante la conciencia turística y su contribución es fundamental para el crecimiento del turismo (Flores e Ishuiza, 2007).

En la Amazonía peruana existen innumerables comunidades nativas los cuales representan también nuestra riqueza cultural, y que pueden ser orientados a trabajar en la actividad turística, refiriéndonos específicamente al departamento de Madre de Dios, en el sur peruano tenemos 32 comunidades nativas, del cual la

Comunidad Nativa Infierno es la más cercana ubicada a 19 kilómetros desde la ciudad de Puerto Maldonado a ambos márgenes del río Tambopata. Esta comunidad en la actualidad está poblada por un grupo de familias mixtas, siendo el más numeroso y representa casi la mitad de la población (45.5%), el grupo ribereño constituye el 24%, el grupo Ese'ejá alcanza el 20.2% de la población (pertenecen al grupo étnico Ese'ejá y a la familia lingüística Tacana) y los colonos de zonas andinas constituyen el 10.1%(Rainforest Expeditions, 2009).

Esta Comunidad Nativa Infierno posee en su territorio un albergue eco turístico creado mediante un convenio con la empresa Rainforest Expeditions en 1996, además cuenta con otros atractivos turísticos de interés cultural y faunístico (Rainforest Expeditions, 2009).

Durante el tiempo de desarrollo de la actividad turística en el albergue Posada Amazonas, la comunidad recibe beneficios económicos cada año, lo que hace que mejoren en su calidad de vida y en el desarrollo de proyectos dentro de la comunidad. Los comuneros continuamente reciben cursos de capacitación referente al turismo para mejorar su desempeño. En la actualidad el albergue Posada Amazonas recibe turistas en una escala alta, lo que convierte al turismo en una actividad económica para los comuneros (Rainforest Expeditions, 2009).

Cabe señalar que la investigación se enfoca en la ausencia de conciencia turística de los pobladores de la Comunidad Nativa Infierno, debido a que las ganancias del albergue está destinado a un solo grupo (147 personas), quienes estuvieron interesados y apoyaron la iniciativa de este proyecto turístico, es decir no todos reciben este beneficio, sin embargo con una parte de las utilidades generada por el albergue se han realizado importantes proyectos dentro de la comunidad y otros que están en ejecución son proyectos comunales o bienes comunes que benefician a todos los comuneros. En este sentido se puede confirmar que esta diferencia influye en el comportamiento de los pobladores frente al turismo.

Por otro lado esta investigación ha revisado literatura internacional, encontrando temas relevantes sobre la importancia que tiene el turismo y cómo influyen las actitudes de las personas locales frente a los turistas.

A nivel nacional existe investigación concerniente a identidad Cultural que se realizó en el departamento Lambayeque en el 2003 a cargo de Chanáne. Otra

investigación importante fue de Flores e Ishaiza en el año 2007 sobre conciencia turística en el departamento de San Martín. A nivel regional la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo ha elaborado un plan de sensibilización y capacitación.

De acuerdo a la información mencionada el presente estudio tuvo por finalidad determinar la importancia del turismo como una actividad económica, teniendo en cuenta las actitudes de las personas y cómo influyen en el desarrollo del turismo, de esta manera contribuirá en la búsqueda de alternativas para la conservación del ambiente y a futuras investigaciones relacionados al tema.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones:

- La conciencia turística contribuye en el desarrollo del turismo del albergue Posada Amazonas y la comunidad nativa que es una de las bases fundamentales para el desarrollo responsable y sostenible y porque consisten actitudes y/o comportamientos positivos hacia el turista, el cuidado ambiental, así como por la recuperación de los valores culturales y naturales propios, de esta manera los turistas se llevarán una buena impresión de ellos llegando a la posibilidad de que vuelvan a visitarlos o recomendar a otras personas.
- El turismo es una de las actividades de vital importancia para los comuneros de Infierno, ya que genera muchos puestos de trabajo, beneficios directos económicos y beneficios indirectos como proyectos comunes.
- Existen fundamentos teóricos científicos que aseguran que el desarrollo del turismo positivo no se da si no existe una formación de Conciencia turística en la población.
- Los comuneros de Infierno en general están aprendiendo a ser personas amables con los visitantes, brindando un buen servicio en el albergue obteniendo como resultado la satisfacción del turista y en la comunidad brindando cierta información a los visitantes como una guía local.

- En la provincia de Tambopata se está observando el crecimiento de Turismo y también la creación de nuevas empresas turísticas, esto contribuirá a que exista mayor preocupación por los servicios que brindan, ya que la misma competencia exigirá mayor compromiso con los turistas.
- Los turistas que visitan el albergue Posada Amazonas gustan interactuar con la gente de la comunidad por ejemplo en un juego de futbol.
- El ecoturismo ha hecho sostenible algunas actividades productivas como buen manejo de chacras con policultivo.
- La inversión en un albergue comunal y el trabajo en actividad turística desacelero la dispersión de familias.
- El ecoturismo es una actividad complementaria, no llega a reemplazar las actividades tradicionales.
- El Ecoturismo contribuye al cuidado del bosque, genera ganancias aunque exista una parte de la población que no está contenta y que se dedica íntegramente a sus actividades tradicionales esperando la mejora de la comunidad con proyectos comunales.
- Esta actividad es nueva y complementaria para los comuneros, eso hace que entre quienes reciben el beneficio de las utilidades del albergue y quienes no, se genere conflictos y descontento y en otros casos podría hasta generar dependencia porque solo algunos esperan estas utilidades y entonces no están muy interesados en trabajar.
- Hay gente en la comunidad que está participando en proyectos de creación de albergues como negocio propio ayudados por ISUR (Iniciativa Interoceánica Sur) son ayudados por esta institución para desarrollar la actividad eco turística en su territorio, a través de la construcción y el marketing de los mismos, de esta forma se está generando más proyectos similares Posada Amazonas

Recomendaciones

- Diseñar un manual de conciencia turística que permita a la UGEL, utilizar el material para ser insertadas en las currículas escolares.
- Hacer campañas publicitarias motivaciones y facilidades para fomentar el turismo interno en todo el departamento de Madre de Dios.
- Establecer un convenio entre la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios con la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo para realizar campañas de concientización y sensibilización turística a la población.
- La gran tarea es la de relacionar a los diferentes actores de la sociedad, gobierno nacional, regional, municipal, organismos no gubernamentales, sector académico e iniciativa privada para que se involucren como promotores de la conciencia turística.

MARCO CONCEPTUAL

- **Cultura:** (en latín: cultura, 'cultivo') es un término que tiene muchos significados interrelacionados. Conjuntos de saberes, creencias y pautas de conducta de un grupo social, incluyendo los medios materiales que usan sus miembros para comunicarse entre sí y resolver sus necesidades de todo tipo.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura>

- **Cultura – Unesco:** Para la Unesco, la cultura permite al ser humano la capacidad de reflexión sobre sí mismo: a través de ella, el hombre discierne valores y busca nuevas significaciones.

<http://www.unesco.org/new/es/>

- **Cultura Turística:** El cual se refiere que dentro de la cultura íntegra de la sociedad, existe una parte orientada al conocimiento y valoración de la actividad turística, que busca la satisfacción del visitante y la obtención del mayor beneficio para las comunidades receptoras.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura>.

- **Cultura Turística - Mincetur**

- Reconocer al turismo como un mecanismo para el desarrollo del país.
- Recibir al turista con amabilidad y cordialidad.
- Valorar, querer y proteger nuestro patrimonio cultura, natural e histórico.

- **Conciencia Turística:** Conjunto de actitudes positivas de los prestadores de servicios, comportamiento de los habitantes de un lugar turístico, que humanizan la recepción a través de la hospitalidad y comprensión. Que favorecen el desarrollo del Turismo en la localidad, región y/o país en la cual habitan. <http://www.monografias.com/termino/>

- **Sensibilización:** Aumento de la respuesta ante un estímulo como consecuencia de la presentación repetida y constante de ese estímulo, **Diferencia entre sensibilización y tomade Conciencia:** el concepto de sensibilización se entiende en aspectos fisiológicos y cognitivos, mientras que la definición de toma de conciencia abarca aspectos afectivo-emocionales y espirituales.

www.wordreference.com/definicion/sensibilización

- **Servicio:** Organización y personal destinados a cuidar intereses y satisfacer necesidades del público o de alguna entidad oficial o privada. Es el conjunto de acciones establecidas para incrementar la satisfacción del cliente unido a los beneficios del producto.

<http://www.monografias.com/trabajos66/glosario-terminos-turisticos>

- **Aptitud:** Predisposición y acción psíquica y nerviosa organizada por la experiencia, que ejerce una influencia orientadora o dinámica sobre las reacciones del turista frente a otras personas, objetos o situaciones con los que se relaciona. Es la suma de inclinaciones. La actitud puede ser real o imaginaria. Por ejemplo, la actitud que puede tener un prestador de servicios o un turista, con las personas que atiende o el turista, para quienes lo reciben.

<http://www.region.com.ar>

- **Estacionalidad:** Tendencia de la demanda turística a concentrarse en determinadas épocas del año o en determinadas zonas geográficas. Es la época del año donde se concentran las masas, consecuencia de la acumulación de los flujos turísticos o demanda turística, provocándose así las temporadas altas y bajas.

<http://alexjturismo./terminos-utilizados-turismo.html>

- **Estacionalidad Turística:** Característica de este fenómeno, ocasionada por la concentración de la afluencia de viajeros en ciertos meses del año coincidente por lo común con las épocas de vacaciones estudiantiles imperantes en el país, generando lo que se ha llamado saturación y sobre demanda en alta estación. Es uno de los mayores inconvenientes que sufren los Centros Turísticos del mundo. Hoy se considera inviable las comarcas que no puedan captar clientes, un mínimo de 100 días al año, ya que el incremento de los costos fijos y las exigencias y necesidades sociales del personal obligan estar activos con especial demanda, gran parte del año. Romper la estacionalidad, es el desafío actual y futuro de los destinos turísticos.

<http://www.monografias.com/>

- **Hospitalidad:** Industria que comprende establecimientos de hospedaje, y restaurantes que sirven a los huéspedes con cortesía y calidez.

<http://eduturismo.tripod.com/glosario.htm>

- **Cultura De Calidad:** Es el sistema de valores, principios, creencias, normas y costumbres que determinan una forma de vida en la que todos los miembros que conforman el sector turístico y aquellos que se relacionan directamente con él, se ocupen de hacer las cosas bien a la primera, con la satisfacción de ser útiles a sus semejantes y considera que para que la calidad sea total, ésta debe estar presente en todos los procesos dentro de la empresa y en todas sus áreas y en todos los organismos públicos y sociales que participan en la actividad, pues todos ellos son a final de cuentas, elementos que están vinculados en una secuencia continua de proveedores y consumidores de servicios y satisfactores turísticos y recreativos.

<http://www.monografias.com/>

- **Visitante:** Toda persona que viaja por un período no superior a doce meses a un lugar distinto a aquel en el que tiene su residencia habitual, pero fuera de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado. Se dividen a su vez en Turistas y visitantes de día.
<http://alexjturismo.blogspot.com/>
- **Sociedad:** La sociedad es el conjunto de personas que interaccionan entre sí y comparten ciertos rasgos culturales esenciales (entre ellos la comunicación), cooperando para alcanzar metas comunes.
<http://es.wikipedia.org/wiki/Sociedad>
- **Turismo:** Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.
<http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>
- **Turismo:** Actividad o el hecho de viajar por placer, el término turista como la persona que hace turismo, diferenciándolo de los conceptos de viajar y viajeros, que son definidos respectivamente como el hecho de trasladarse de un lugar a otro, generalmente distante por cualquier medio de locomoción y se podría concluir que están estrechamente relacionadas las dos palabras si bien su contenido es distinto, pues mientras las dos palabras si bien su contenido es distinto.
[\(Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua\).](#)
- **Ecoturismo:** Aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestre) de dichas áreas, así como cualquier manifestación

cultural(del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto NEGATIVO ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómico benéfico de las poblaciones locales.(ceballos-Lascuarin,1993)

- **Restaurante:**El término francés restaurant llegó a nuestro idioma como restorán o Restaurante. Se trata del comercio que ofrece diversas comidas y bebidas para su consumo en el establecimiento. Dicho consumo debe ser Pagado por el cliente, que suele ser conocido como comensal. El concepto de restaurante comenzó a popularizarse en la segunda mitad del siglo XVIII, aunque antes ya existían establecimientos de este tipo. Se cree que la palabra está vinculada a que estos locales permiten “restaurar” el estómago de quien asiste.
<http://definicion.de/restaurante>
- **Hospedaje:** Lugar donde alojarse. Alojamiento y asistencia que se presta a una persona en un establecimiento hotelero. (Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua).
- **Hotel:** Establecimiento mercantil que facilita alojamiento con o sin servicios complementarios.
Su tradicional calificación, va de una a cinco estrellas (Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua).
- **Puerto:**El término, que halla su origen en el latín portus, suele hacer mención a la infraestructura y a las prestaciones que se proporcionan en un espacio de agua calmas para la estancia segura de las embarcaciones mientras se realizan las mencionadas operaciones.
Sitio ubicado sobre la costa o en la orilla de algún río donde los barcos llevan a cabo operaciones de embarque y desembarco de carga y

descargade las embarcaciones mientras se realizan las mencionadas operaciones. Esto es posible gracias a las características naturales o artificiales del área en cuestión.

Los puertos pueden brindar servicios para la actividad comercial. (Aquéllos que cargan y descargan mercadería para su transporte hacia otras regiones), la industria pesquera, la defensa nacional y el turismo.

<http://definicion.de/puerto/>

- **Mercado:** Lugar o área geográfica en que se encuentran y operan los compradores y vendedores, se ofrecen mercaderías o servicios y en donde se transfiere la propiedad de un título. Un mercado puede definirse también, como el conjunto de la demanda por parte de clientes potenciales de un producto o servicio, o simplemente como la confluencia de la oferta y la demanda. (Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua).
- **Mercado Turístico:** Lugar donde existe capacidad de gasto, donde se intercambia el producto turístico entre compradores (turistas, empresas) y vendedores (empresas). (Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua).
- **Artesanía:** Arte u obra realizada manualmente por artesanos, que resulta por originalidad e identificación con lo local o regional, de interés en la composición del "producto turístico. (Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua).
- **Comunicación Turística:** Transmisión de mensajes publicitarios, informativos, y educativos que emite un emisor (empresa, institución u organización turística) a un receptor (cliente, turista, usuario), a través de los medios de comunicación de masas (prensa, radio, televisión, cine, vallas publicitarias, etc.) y a través de la publicidad directa, directa y relaciones públicas (folletos y catálogos, correo, buzoneo, entrevistas, conferencias telefónicas, autopistas de la información, etc.). La comunicación turística es

la base en la que se apoya el marketing para dar a conocer y promocionar los productos y servicios turísticos.

- **Competitividad:** Asegurar las condiciones necesarias para el desarrollo de la actividad a través de productos turísticos competitivos desde los órdenes locales, a los internacionales.

CAPÍTULO II

MATERIALES Y METODOS

2.1 MATERIALES

Materiales de escritorio

- Resaltadores
- Borrador
- Hojas Bond A4
- Lapiceros
- lápiz
- Saca punta
- Folder manila
- Grapador
- Cajitas de Grapas
- Perforadores
- Corrector
- CD
- Regla

Materiales de campo:

- Fichas para encuestas
- Libreta de Campo
- Lápiz
- tableros

Equipos de Cómputo:

- Laptop HP
- Software de procesamiento de datos
- Impresora
- Memoria USB
- Cámara Fotográfica

2.2 METODOLOGÍA

Descripción de la metodología

Tipo y nivel de la investigación: cualitativa y cuantitativa.

Alcance de la investigación

El tema de investigación es de carácter: social

- **Exploratorio:** Porque el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado del cual se tiene muchas dudas o no se ha abordado antes.
- **Descriptivo:** Porque se describirá las características de la población.
- **Correlacional:** Porque tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación entre las variables.
- **Explicativo:** Porque pretende establecer las causas de los eventos, sucesos o fenómenos que se estudian.

2.3 INSTRUMENTOS TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

- Encuestas el cual es un proceso sistemático para medir el nivel de Conciencia turística que comprende:
Entrevistas estructuradas

2.4 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación es de corte transversal porque la toma de muestra será realizada en un tiempo determinado (setiembre - octubre).

2.5 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y PRESUPUESTALES

POTENCIAL HUMANO

Bachiller: Liliana Vargas granilla

Bachiller: Anali Antitupa Yarihuaman

2.6 RECURSOS MATERIALES- FINANCIAMIENTO

Los gastos realizados para el desarrollo de la investigación serán autofinanciados por las autoras de dicha investigación

2.7 GASTOS ADMINISTRATIVOS

ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MATERIALES DE DESCRITORIO				
Adquisición de tinta a color	1	Unidad	90.00	90.00
Adquisición de tinta negro	5	Unidad	80.00	400.00
Papel bond A4	5	Millar	20.00	100.00
Grapador	1	Unidad	30.00	30.00
Perforador	1	Unidad	15.00	15.00
Tableros	2	Unidad	5.00	10.00
Folder manila	10	Unidades	1.00	10.00
Cuaderno de campo	2	Unidad	3.00	6.00
Resaltador	2	Unidades	3.00	6.00
Corrector	2	Unidades	2.50	5.00
Caja de grapas	1	Caja	3.00	3.00
Lápiz	10	Unidad	1.00	10.00
Lapicero	30	Unidad	1.00	10.00
Regla	2	Unidades	1.00	2.00

Borrador	2	Unidades	1.00	2.00
CD	5	Unidades	1.00	5.00
Sub- total				704.00
SERVICIOSEIMPRESIONES				
Internet	200	Propio	1.50	300.00
Fotocopias	2000	Unidad	0.10	300.00
Transporte	Varias veces	Moto taxi	3.00	400.00
Anillado	3 juegos	Unidades	10.00	30.00
Impresión	3 juegos	Unidades	15.00	45.00
sub- total				1075.00
EQUIPOSDE INVESTIGACION				
Laptop HP	1	Unidad		2000.00
Memoria USB	2	Unidad		100.00
Cámara digital	1	Unidad	Propia	1200.00
Pilas duracel4	4	Unidades	5.00	20.00
Sub- total				3320.00
ALIMENTACION				
Alimentos	Varios			500.00
Sub- total				500.00
EN TOTAL				5599.00

2. 8 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES 2015

CRONOGRAMA DE TRABAJO	Mayo			Junio			Julio				Agosto				setiembre				Octubre				N0viembre				Diciembre				
	II	II	I	I	II	II	I	I	II	III	I	I	II	III	I	I	II	III	I	I	II	III	I	I	II	III	I	I	II	III	I
1.Levantamiento de información	X	X	X																												
2.Elaboración y presentación de perfil del proyecto de tesis			X			X																									
3.Levantamiento de observaciones										X																					
Presentación del perfil de tesis										X																					
4 Validación de Instrumentos														X																	
5 Aplicación de Instrumentos																		X													

CAPITULO III

RESULTADOS

Aplicamos las encuestas durante un periodo de dos meses por diferentes partes de la ciudad a fin de que nuestra muestra sea representativa, también hicimos una subdivisión por actividades teniendo en cuenta las más relevantes como son personas dedicadas a la agricultura, personas que viven de la actividad minera, personas que se dedican al comercio, personas que laboran como taxistas, trabajadores del estado, agencias de viajes y trabajadores involucrados en el turismo y otros en las que podemos encontrar amas de casa, estudiantes, castañeros, etc., siendo las cantidades tomadas de acuerdo a la información obtenida en INEI, sindicatos y municipalidad; las cantidades por actividades son las que se detalla en el siguiente Cuadro:

CLASIFICACIÓN DE LA MUESTRA

CUADRO N° 01

ACTIVIDAD	CANTIDAD PORCENTUAL	N° ENCUESTADOS
Agricultores	8.16%	31
Comerciantes	10.54%	43
Taxistas	15.65%	59
Mineros	2.72%	10
Empleados del Estado	2.38%	9
Involucrados en Turismo	5.44%	20
Estudiantes	12.24%	47
Otros	42.85%	163
TAMAÑO MUESTRAL	100%	382

Fuente: Municipalidad, INEI, Sindicatos de taxistas

Elaboración: Propia

Según la sistematización de las encuestas se logró obtener información importante que aporta al conocimiento para futuras investigaciones con respecto a

temas relacionados al presente trabajo, información que procedemos a detallar a continuación:

RESULTADO N° 01

Palabras que definan, según su criterio, al turismo

Con esta pregunta buscamos conocer las palabras con las que los pobladores relacionan al turismo en la ciudad de Puerto Maldonado, el resultado lo mostramos en el siguiente cuadro y para diferenciarlo adecuamos un grafico donde se visualiza quela palabra más grande es la que con mayor frecuencia es relacionada por los ciudadanos.

CUADRO N° 02

Palabras con las que los pobladores relacionan al turismo.

Actividad	Conocer	Diversión	Egresos		Pasatiempo	Empleo	Ingresos	
			Econ.	No beneficio			Econ.	Beneficio
Agricultores	0.7	2.4	1.4	0.7	1.7	2.7	3.1	2.7
Comerciantes	4.8	1.7	1.4	1.4	1.7	3.7	4.1	4.4
Taxistas	9.2	3.4	1.0	1.0	3.1	4.4	5.4	4.8
Mineros	1.4	1.0	0.0	0.0	0.3	1.4	1.7	1.7
Empleados del Estado	1.7	0.3	0.3	0.0	0.0	0.7	1.7	0.3
Involucrados en Turismo	4.1	2.0	0.7	0.3	1.0	2.7	3.1	1.7
Estudiantes	7.1	3.7	0.7	0.3	1.4	5.1	7.5	4.1
Otros	29.6	9.2	1.7	2.0	7.1	15.3	20.7	20.1
Total	58.5	23.8	7.1	5.8	16.3	36.1	47.3	39.8

Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 01

Palabras con la que la población relaciona al turismo



Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

Como se podrá apreciar la palabra que con mayor frecuencia es mencionada fue Conocer junto con ingreso económico, empleo y beneficio; la menos mencionada fue "No beneficia" con esta información podemos tener una idea de que la población ve con buenos ojos al Turismo pues esto nos muestra que gran parte de la población tiene buenas referencias.

Para profundizar esta información procederemos a desglosar estas opiniones por actividades es se menciona en el siguiente cuadro.

CUADRO N° 03

Cuadro comparativo relación de palabras con el turismo por actividad

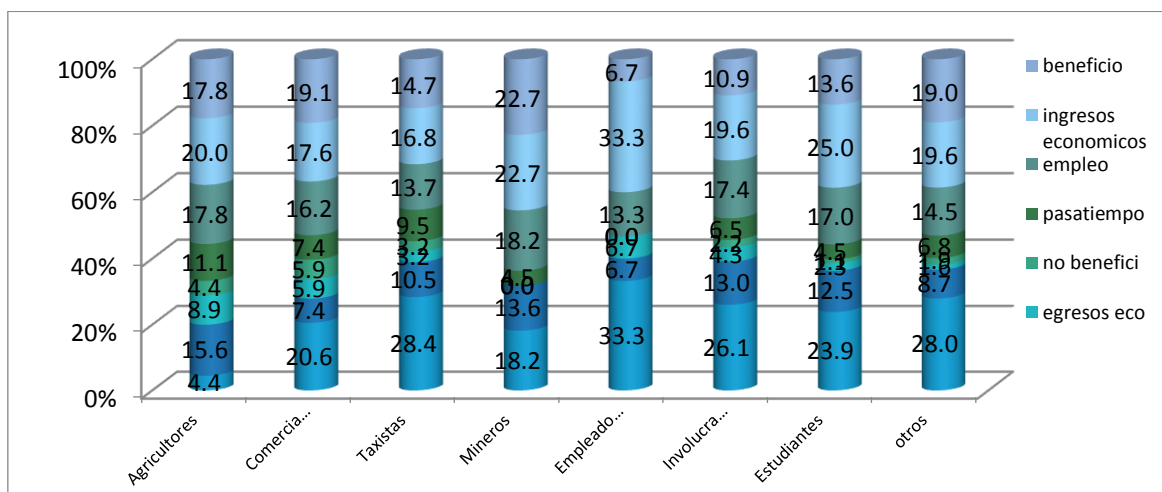
Actividad	Conocer	diversión	egresos eco	no beneficio	Pasa tiempo	empleo	ingresos económicos	Beneficio
Agricultores	4.4	15.6	8.9	4.4	11.1	17.8	20.0	17.8
Comerciantes	20.6	7.4	5.9	5.9	7.4	16.2	17.6	19.1
Taxistas	28.4	10.5	3.2	3.2	9.5	13.7	16.8	14.7
Mineros	18.2	13.6	0.0	0.0	4.5	18.2	22.7	22.7
Empleados del Estado	33.3	6.7	6.7	0.0	0.0	13.3	33.3	6.7
Involucrados en Turismo	26.1	13.0	4.3	2.2	6.5	17.4	19.6	10.9
Estudiantes	23.9	12.5	2.3	1.1	4.5	17.0	25.0	13.6
Otros	28.0	8.7	1.6	1.9	6.8	14.5	19.6	19.0

Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 02

Grafico comparativo relación de palabras con el turismo por actividad



Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

En el gráfico 02 identificamos que las personas que se dedican a la actividad minera son los que en mayor cantidad relacionaron al turismo con la palabra

beneficio teniendo un 22.7% seguidos por los comerciantes con 19.1% en relación a las otras actividades mientras que también los comerciantes tienen la mayor cantidad de personas que identificaron al turismo como no beneficioso con 5.9% de los encuestados que se dedican a esta actividad seguidos por los agricultores, es sorprendente ver que las personas que se dedican a una actividad poco compatible con el turismo, como es la minería, nadie identificó al turismo como no beneficioso y también fueron los que tuvieron mayor porcentaje en la palabra empleo que las otras actividades con un 18.2% seguido por los agricultores con 17.8%, los empleados del estado en mayor proporción que las demás actividades creen que el turismo está relacionado con la palabra ingreso económico. Las personas involucradas en la actividad turística en su mayoría agencias de viaje tienen una opinión un tanto equilibrada con respecto a la relación de las palabras con la actividad. Por último, muy pocos encuestados piensan que el turismo es un gasto de dinero (egreso económico).

RESULTADO N°02

¿Cree que el turismo contribuye con a economía de Puerto Maldonado?

Con esta interrogante buscamos saber si los ciudadanos sienten un dinamismo económico por esta actividad.

CUADRO N° 04

Contribuye el turismo con la economía de Puerto Maldonado

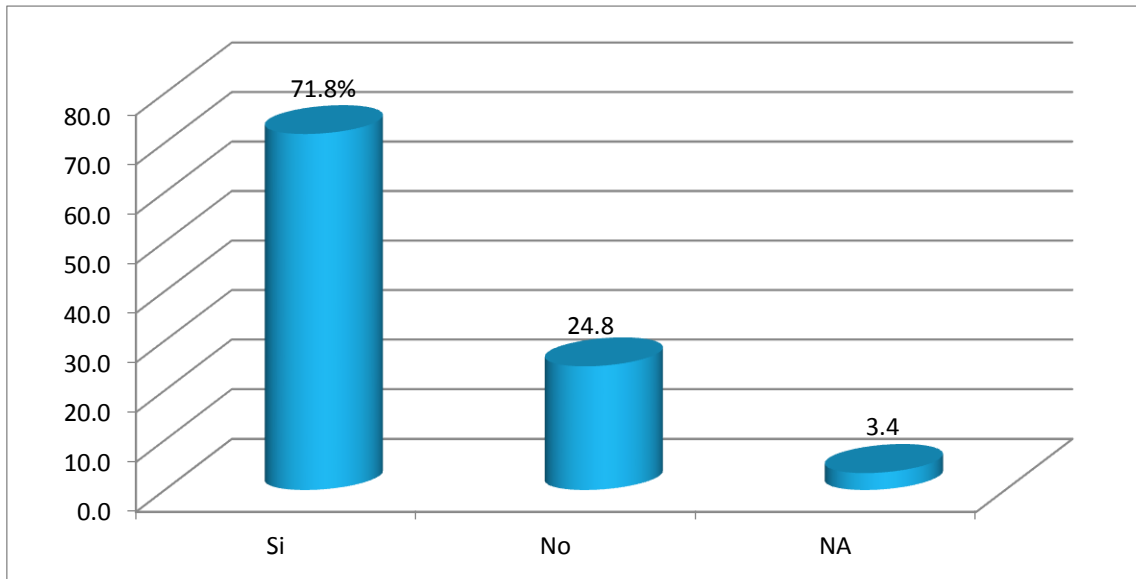
Actividad	Si	No	NA
Agricultores	5.1	3.4	0.7
Comerciantes	7.5	3.1	0.0
Taxistas	9.5	5.8	0.3
Mineros	2.0	0.7	0.0
Empleados del Estado	2.0	0.3	0.0
Involucrados en Turismo	4.8	0.7	0.0
Estudiantes	9.5	2.4	0.3
Otros	31.3	8.5	2.0
Total	71.8	24.8	3.4

Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 03

Contribuye el turismo con la economía de Puerto Maldonado



Fuente: Población de Puerto Maldonado
Elaboración: Propia

Identificamos que un 71.8% menciona que la población está siendo beneficiada y que el dinero que trae el turismo está dinamizando nuestra economía. Solo un 24% indica que el turismo no aporta economía a la ciudad de Puerto Maldonado y un 3.4% dijo no saberlo.

CUADRO N° 05

Contribuye el turismo con la economía de Puerto Maldonado, según actividades

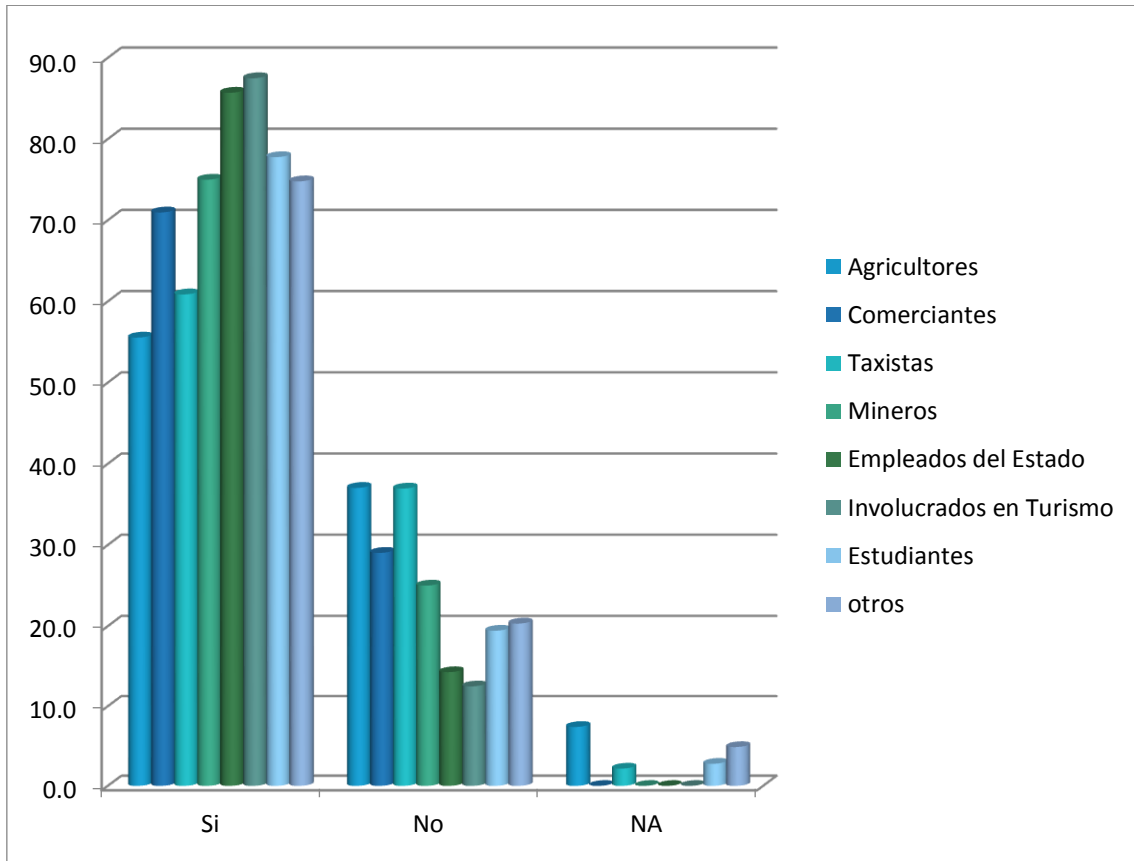
Actividad	Si	No	NA
Agricultores	55.6	37.0	7.4
Comerciantes	71.0	29.0	0.0
Taxistas	60.9	37.0	2.2
Mineros	75.0	25.0	0.0
Empleados del Estado	85.7	14.3	0.0
Involucrados en Turismo	87.5	12.5	0.0
Estudiantes	77.8	19.4	2.8
Otros	74.8	20.3	4.9

Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 04

Contribuye el turismo con la economía de Puerto Maldonado, según actividades



En el grafico 4 podemos notar que el 71.8% que afirman que la economía está siendo beneficiada por el turismo, los trabajadores involucrados en el turismo y los empleados del estado en mayor porcentaje que otras actividades está convencida de que tenemos contribución económica gracias a esta actividad, mientras queda el 24.8% que cree que el turismo no contribuye a la economía de Puerto Maldonado los agricultores y los taxistas son los que en mayor porcentaje opinaron de esta forma seguidos por los comerciantes.

RESULTADO N° 03

¿Considera que Puerto Maldonado es una ciudad con potencial turístico?

CUADRO N° 06

Valoración turística de nuestra ciudad por parte de la ciudadanía

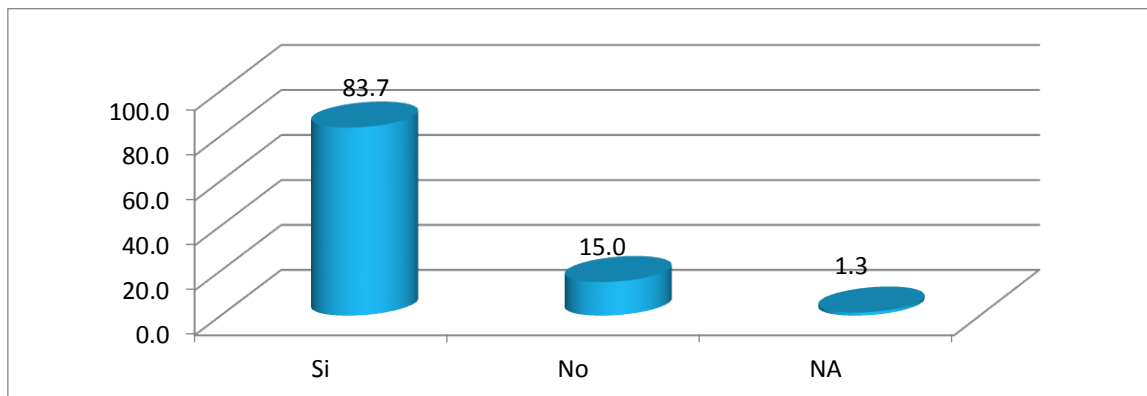
Actividad	Si	No	NA
Agricultores	7.5	1.7	0.0
Comerciantes	8.5	2.0	0.0
Taxistas	11.6	3.7	0.3
Mineros	2.7	0.0	0.0
Empleados del Estado	1.7	0.7	0.0
Involucrados en Turismo	4.8	0.7	0.0
Estudiantes	10.5	1.4	0.3
Otros	36.4	4.8	0.7
Total	83.7	15.0	1.3

Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 05

Valoración turística de nuestra ciudad por parte de la ciudadanía



Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

Mediante esta pregunta podemos ver que la población identifica a su ciudad como un potencial turístico, sin considerarlas desventajas y las falencias de Puerto

Maldonado que a simple vista se pueden identificar, la población está convencida que podríamos llamar la atención del turismo, Esto se debe que la mayor parte de la población desconoce cómo funciona el sistema turístico por ello tienen una opinión favorable y la convicción en los nuestros es una virtud que contribuye a la cultura turística materia de este trabajo de investigación y que a su vez contribuye a demostrar nuestra hipótesis. Solo el 15% no está convencido de que nuestra ciudad no puede atraer la atención de los turistas.

CUADRO N° 07

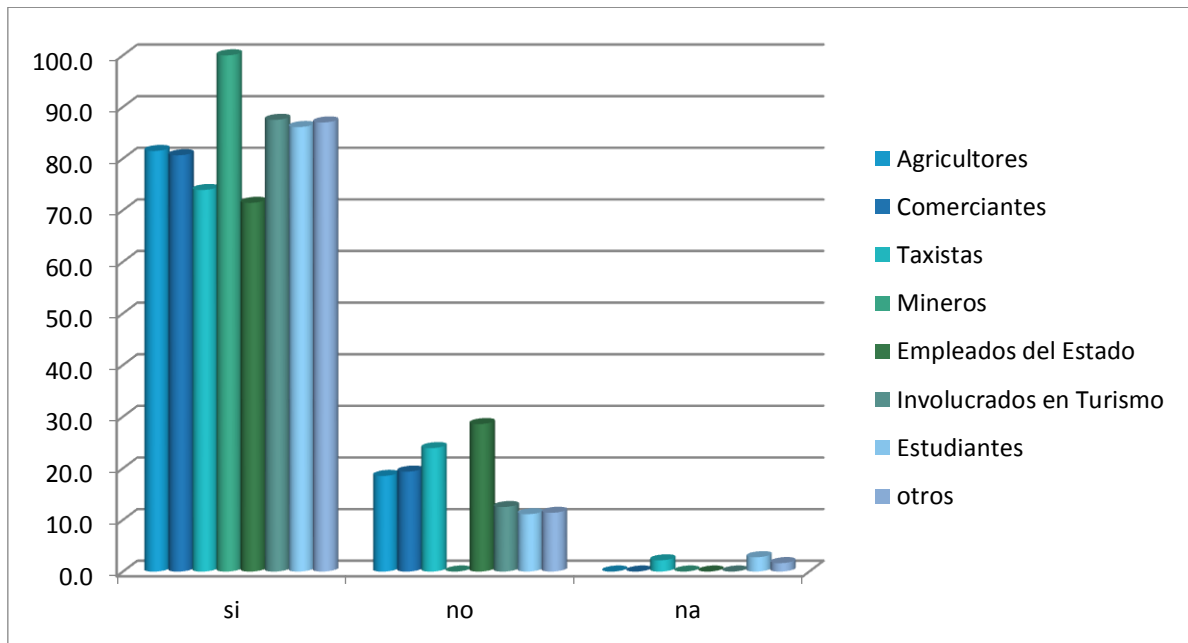
Valoración turística de nuestra ciudad por parte de la ciudadanía por actividades

Actividad	Si	No	NA
Agricultores	81.5	18.5	0.0
Comerciantes	80.6	19.4	0.0
Taxistas	73.9	23.9	2.2
Mineros	100.0	0.0	0.0
Empleados del Estado	71.4	28.6	0.0
Involucrados en Turismo	87.5	12.5	0.0
Estudiantes	86.1	11.1	2.8
Otros	87.0	11.4	1.6

Fuente: Población de Puerto Maldonado
Elaboración: Propia

GRAFICO N° 06

Valoración turística de nuestra ciudad por parte de la ciudadanía por actividades



Fuente: Población de Puerto Maldonado
Elaboración: Propia

Una vez más las personas dedicadas a la minería que residen en nuestra ciudad están convencidas pues el 100% de los encuestados en este segmento indican que si tenemos potencial turístico, lejos de ser personas que no están conscientes de lo que el turista viene a buscar a nuestra ciudad su convicción aumenta las posibilidades de comprobar nuestra hipótesis.

Los empleados del estado resaltaron en el grupo que indicó que no teníamos potencial turístico seguido de los taxistas en menor proporción.

RESULTADO N° 04

¿Se siente involucrado en los beneficios del turismo?

CUADRO N° 08

La población se siente involucrada en los beneficios del turismo

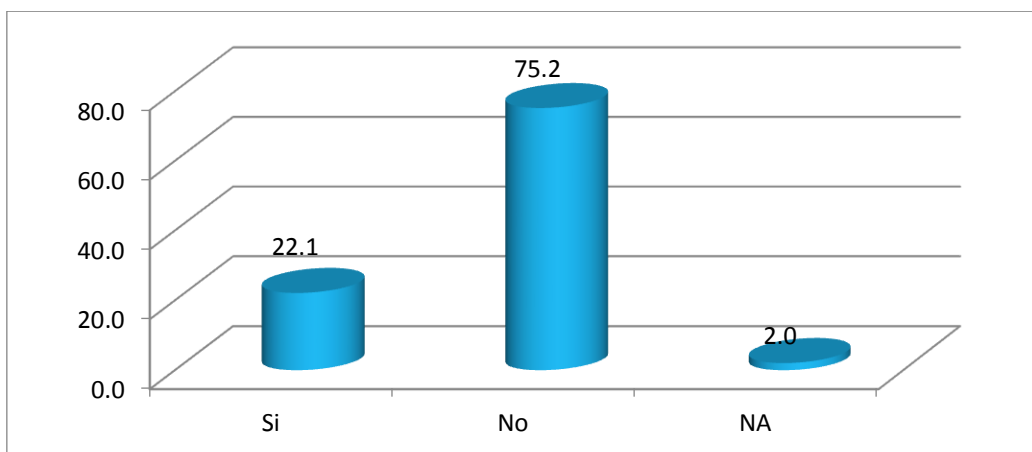
Actividad	Si	No	NA
Agricultores	1.0	8.2	0.0
Comerciantes	1.7	8.8	0.0
Taxistas	1.0	13.6	0.3
Mineros	0.0	2.7	0.0
Empleados del Estado	0.7	1.7	0.0
Involucrados en Turismo	5.1	0.0	0.3
Estudiantes	5.1	6.8	0.3
Otros	7.5	33.3	1.0
Total	22.8	75.2	2.0

Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 07

La población se siente involucrada en los beneficios del turismo



Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

En el gráfico podemos apreciar que el 75.2% piensa que no, esto nos indica que la población piensa que el turismo aporta a la economía en gran manera como lo indica en el cuadro 4 (71.8% lo pensó así) aun que esos beneficios no les haya

llegado directamente, podemos demostrar con esto que la población acepta al turismo de manera desinteresada esperando en esta actividad el desarrollo de nuestra ciudad, y que el 22.1 % de la población se ve involucrada en los beneficios del turismo.

CUADRO N° 09

La población se siente involucrada en los beneficios del turismo, por actividades

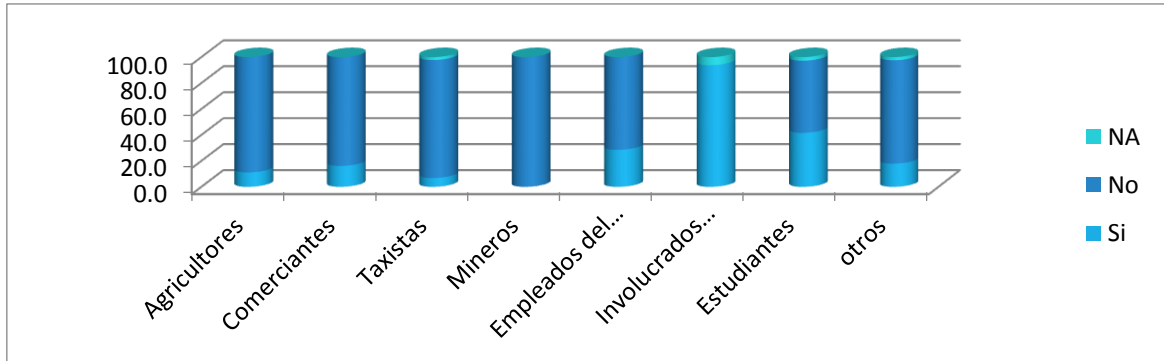
Actividad	Si	No	NA
Agricultores	11.1	88.9	0.0
Comerciantes	16.1	83.9	0.0
Taxistas	6.8	90.9	2.3
Mineros	0.0	100.0	0.0
Empleados del Estado	28.6	71.4	0.0
Involucrados en Turismo	93.8	0.0	6.3
Estudiantes	41.7	55.6	2.8
Otros	17.9	79.7	2.4

Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 08

La población se siente involucrada en los beneficios del turismo, por actividades



Según este cuadro vemos que las personas dedicadas a la actividad minera en un 100% no se sienten beneficiados por esta actividad, recordemos que este grupo de encuestados está convencido de que el turismo trae beneficios aunque no se sientan involucrados, y también vemos que tanto los involucrados en turismo como los empleados del estado consideran ser beneficiados en la actividad turística, juntamente con los estudiantes pero es extraño ver que un 6.3% de las personas involucradas en la actividad turística se rehusaron o decidieron darnos una respuesta neutral.

RESULTADO N° 05

Según sus vivencias usted cree que si un turista consume productos o servicios en la ciudad el proveedor: cobra lo justo o aumenta su precio.

CUADRO N° 10

Honestidad durante la venta de productos o servicios según la experiencia de los ciudadanos

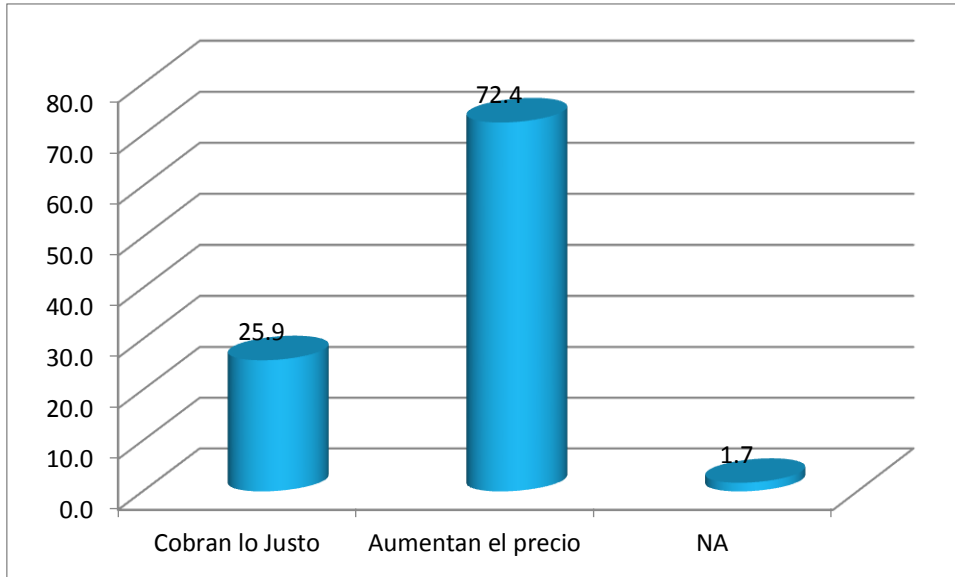
Actividad	Cobran lo Justo	Aumentan el precio	NA
Agricultores	2.4	6.5	0.3
Comerciantes	3.7	6.8	0.0
Taxistas	3.7	11.9	0.0
Mineros	0.3	2.4	0.0
Empleados del Estado	0.3	2.0	0.0
Involucrados en Turismo	2.0	3.4	0.0
Estudiantes	3.7	8.5	0.0
Otros	9.5	31.0	1.4
Total	25.9	72.4	1.7

Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 09

Honestidad durante la venta de productos o servicios según la experiencia de los ciudadanos



Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

Es un tanto preocupante que el 72% haya sido testigo o le hayan contado sobre un cobro deshonesto en el consumo de productos o servicios por parte de un turista, a esto es importante indicar que al precio que se le da a los turistas por su consumo de servicios o productos según los comentarios frecuentes, se les denomina "Precio Gringo". Esto no sorprende a muchos ya que en muchos destinos del país se realiza esta práctica. Esto se debe a que faltan desarrollar programas de cultura turística para que brinden un servicio de calidad y honesto.

CUADRO N° 11

Honestidad durante la venta de productos o servicios según la experiencia de los ciudadanos por actividades

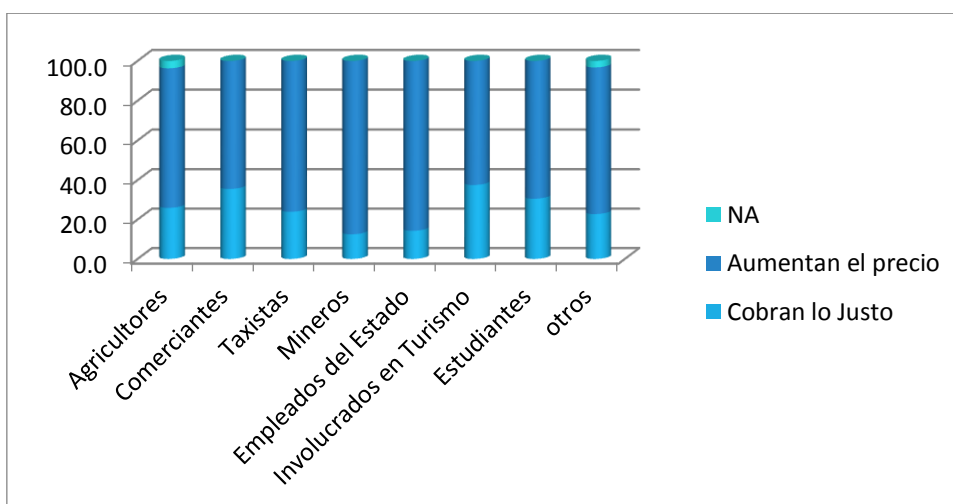
Actividad	Cobran lo Justo	Aumentan el precio	NA
Agricultores	25.9	70.4	3.7
Comerciantes	35.5	64.5	0.0
Taxistas	23.9	76.1	0.0
Mineros	12.5	87.5	0.0
Empleados del Estado	14.3	85.7	0.0
Involucrados en Turismo	37.5	62.5	0.0
Estudiantes	30.6	69.4	0.0
Otros	22.8	74.0	3.3

Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 10

Honestidad durante la venta de productos o servicios según la experiencia de los ciudadanos por actividades



Elaboración: Propia

En este grafico podemos ver que del grupo que indico que se cobra lo justo los más resaltantes fueron las personas involucradas en turismo y los comerciantes, tenemos la teoría de que los primeros, involucrados en turismo, resaltan en la respuesta cobran lo justa ya que los precios que ofrecen en sus establecimientos tiene el llamado criollamente “Precio Gringo”, nadie que haya visitado un Lodge puede negar que los precios de los productos están en dólares y muchas veces su costo es el doble de lo normal.

RESULTADO N° 06

¿Ha recibido alguna capacitación?

CUADRO N° 12

Capacitación en temas turísticos

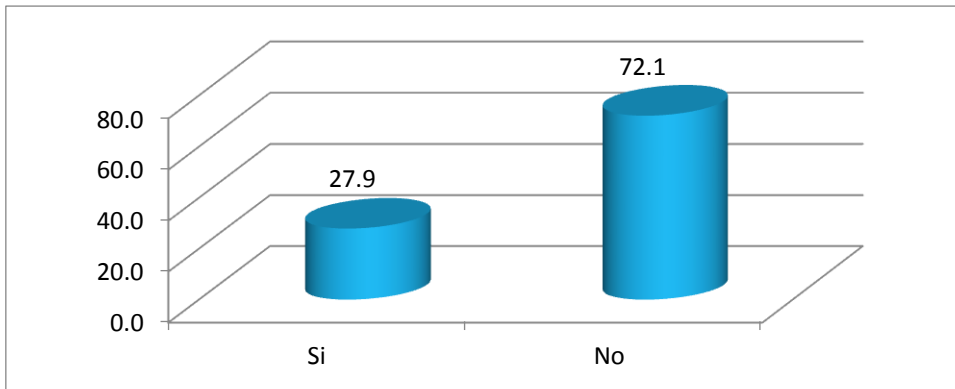
Actividad	Si	No
Agricultores	0.7	8.5
Comerciantes	0.3	10.2
Taxistas	3.7	11.9
Mineros	0.0	2.7
Empleados del Estado	1.0	1.4
Involucrados en Turismo	4.8	0.7
Estudiantes	4.1	8.2
Otros	13.3	30.3
Total	27.9	72.1

Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 11

Capacitación en temas turísticos



Fuente: Población de Puerto Maldonado
Elaboración: Propia

Según el cuadro podemos decir que el 27.9% de la población ha recibido algún curso o capacitación en la actividad turística, y el 72.1% dijo que no lo recibió pero veremos que hay una gran disposición por recibirlo según el gráfico sub siguiente.

CUADRO N° 13

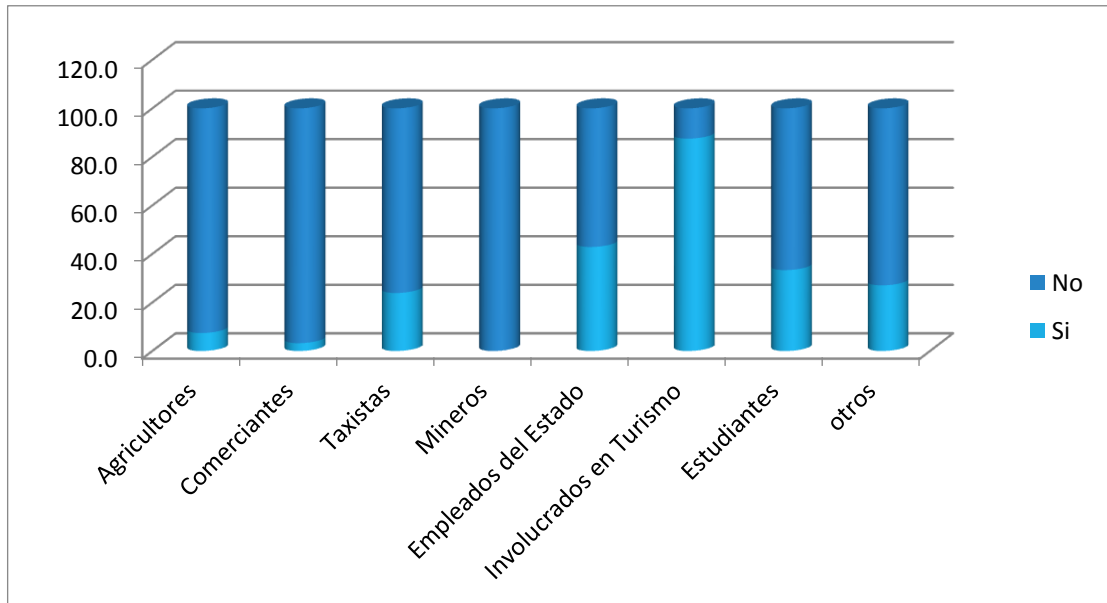
Capacitación en temas turísticos por actividad

Actividad	Si	No
Agricultores	7.4	92.6
Comerciantes	3.2	96.8
Taxistas	23.9	76.1
Mineros	0.0	100.0
Empleados del Estado	42.9	57.1
Involucrados en Turismo	87.5	12.5
Estudiantes	33.3	66.7
Otros	27.0	73.0

Fuente: Población de Puerto Maldonado
Elaboración: Propia

GRAFICO N° 12

Capacitación en temas turísticos por actividad



Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

En este cuadro vemos que de las actividades quienes más porcentaje de capacitaciones o cursos en temas turísticos obviamente fueron las personas que se dedican a este tema pero se tiene que resaltar que hay un 12.5% de personas que están siendo beneficiados con el turismo nunca recibieron un curso o capacitación en temas turísticos dentro de este porcentaje podemos encontrar empleados de agencias de viajes, restaurantes turísticos y hoteles, podemos sacar la conclusión que esto es debido a la búsqueda de abaratar gastos operativos en bien de obtener mayor rentabilidad.

RESULTADO N°07

¿Quisiera recibir alguna capacitación?

CUADRO N° 14

Disponibilidad para recibir capacitaciones en temas turísticos

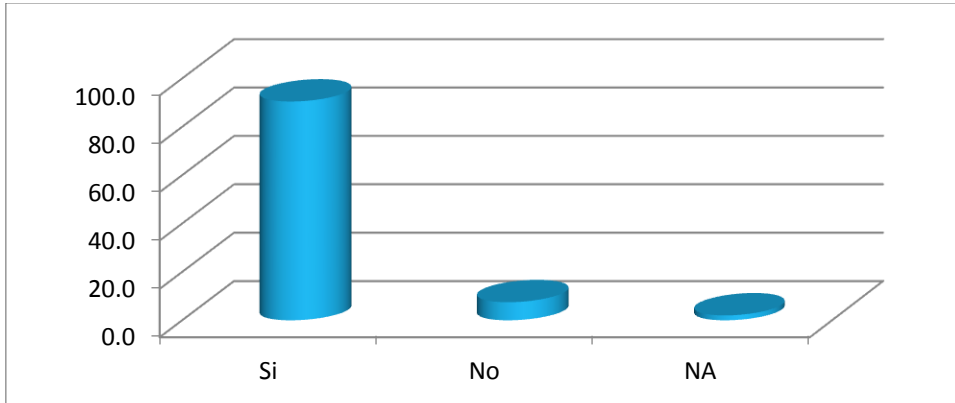
Actividad	Si	No	NA
Agricultores	7.5	1.4	0.3
Comerciantes	9.9	0.7	0.0
Taxistas	13.3	1.4	1.0
Mineros	2.0	0.7	0.0
Empleados del Estado	2.4	0.0	0.0
Involucrados en Turismo	5.4	0.0	0.0
Estudiantes	11.6	0.7	0.0
Otros	38.4	2.7	0.7
Total	90.5	7.5	2.0

Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 13

Disponibilidad para recibir capacitaciones en temas turísticos



Fuente: Población de Puerto Maldonado
Elaboración: Propia

Observemos que en nuestra investigación que un gran número de personas relacionan al con beneficios directos e indirectos, por ello muchos de los encuestados manifiestas que le gustaría estar preparado para poder recibir parte de los benéficos que genera la actividad y esto se ve reflejado en este grafico donde puede ser percibido que el 90.50% quisiera recibircapacitación en actividades relacionadas a la prestación de servicios turísticos.

CUADRO N° 15

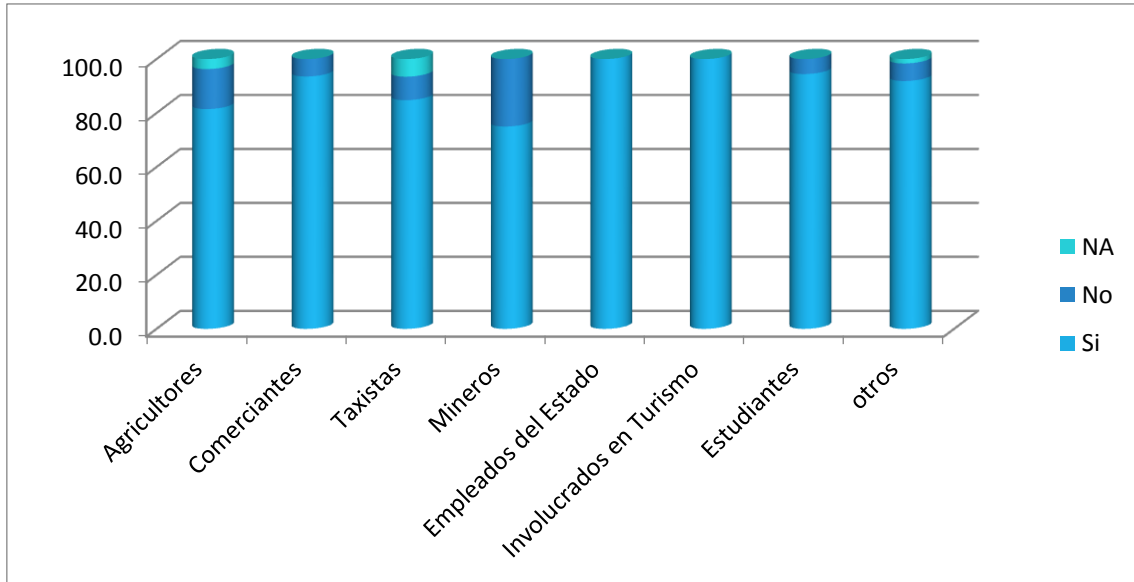
Disponibilidad para recibir capacitaciones en temas turísticos por actividades

Actividad	Si	No	NA
Agricultores	81.5	14.8	3.7
Comerciantes	93.5	6.5	0.0
Taxistas	84.8	8.7	6.5
Mineros	75.0	25.0	0.0
Empleados del Estado	100.0	0.0	0.0
Involucrados en Turismo	100.0	0.0	0.0
Estudiantes	94.4	5.6	0.0
Otros	91.9	6.5	1.6

Fuente: Población de Puerto Maldonado

GRAFICO N° 14

Disponibilidad para recibir capacitaciones en temas turísticos por actividades



Fuente: Población de Puerto Maldonado
Elaboración: Propia

En el Cuadro 7 se vio que las actividades que en mayor porcentaje se sentían beneficiados con la actividad turística son los empleados del estado y los involucrados en turismo y en este grafico vemos que son los mismo que si quisieran seguir preparándose para mejorar su atención a los turistas, también los comerciantes y estudiantes y de todos estos grupos los que en mayor porcentaje respondieron que no, fueron las personas dedicadas a la actividad minera.

RESULTADOS N° 08

Nuestros valores según la percepción del poblador de Puerto Maldonado

CUADRO N° 16

Valores de los pobladores

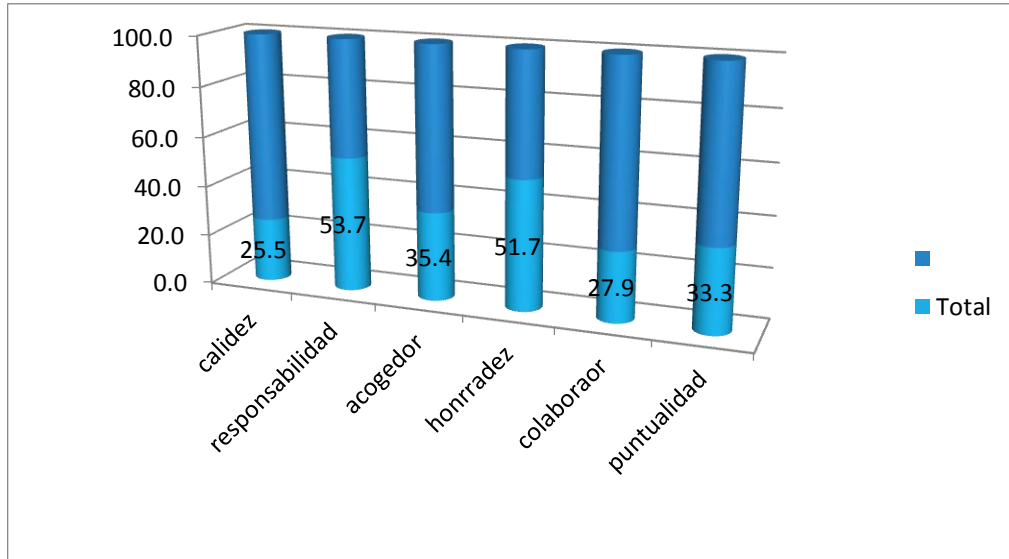
Actividad	Calidez	responsabilidad	acogedor	honradez	colaborador	puntualidad
Agricultores	1.4	4.8	2.7	4.4	2.4	2.7
Comerciantes	1.4	5.8	2.0	6.8	3.1	3.4
Taxistas	4.8	9.2	5.1	7.1	4.4	4.4
Mineros	0.7	1.4	0.3	1.7	0.3	1.0
Empleados del Estado	0.7	1.0	0.7	1.4	1.4	0.3
Involucrados en Turismo	1.4	3.4	2.0	3.1	1.7	2.4
Estudiantes	2.4	6.1	5.1	5.1	1.7	4.1
Otros	12.9	22.1	17.3	22.1	12.9	15.0
Total	25.5	53.7	35.4	51.7	27.9	33.3

Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 15

Valores de los pobladores



En este cuadro podemos notar que 51.7 % indicaron que nuestros valores son Responsabilidad, esto es incongruente con la respuesta en el Cuadro 9, donde indican que el 72.4% opina que si tienen la oportunidad de vender un producto o servicios a un turista el precio cobrado no es la que una persona honrada cobraría, existe cerca de un 20% que opina que el subirle el precio a un turista no se considera deshonesto probablemente porque se aprendió a vivir con esto viéndolo como algo normal ya que esta costumbre se practica en muchos lugares del Perú.

RESULTADO N° 09

¿Le parece importante el crecimiento de la actividad turística en la ciudad de Puerto Maldonado?

CUADRO N° 17

Es importante el crecimiento del turismo en la ciudad de Puerto Maldonado

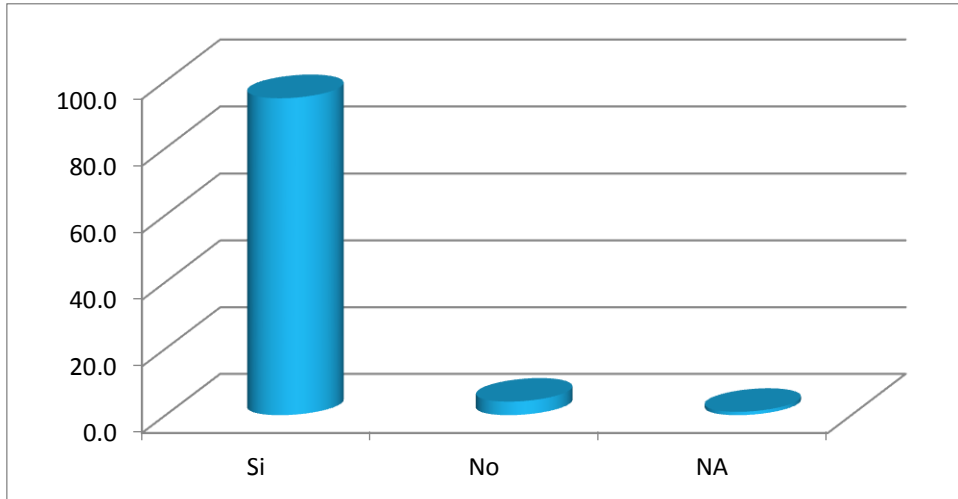
Actividad	Si	No	NA
Agricultores	8.5	0.7	0.0
Comerciantes	10.2	0.3	0.0
Taxistas	14.6	0.7	0.3
Mineros	2.4	0.3	0.0
Empleados del Estado	2.4	0.0	0.0
Involucrados en Turismo	5.4	0.0	0.0
Estudiantes	11.6	0.7	0.0
Otros	39.8	1.4	0.7
Total	94.9	4.1	1.0

Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 16

Es importante el crecimiento del turismo en la ciudad de Puerto Maldonado



Fuente: Población de Puerto Maldonado
Elaboración: Propia.

Según el 94.9% de la población cree que es importante el crecimiento turístico en nuestra ciudad, a pesar de esa gran cantidad aún existen personas que no le parece importante y personas a quienes le da igual pero estos no son representativos (5.1%), el turismo está siendo observado con buenos ojos por lo que la predisposición de la mayoría de la población sugiere que la cultura turística en nuestra ciudad está a los niveles adecuados sin tener una gran campaña por parte de las instituciones del estado.

CUADRO N° 18

Es importante el crecimiento del turismo en la ciudad de Puerto Maldonado por actividad

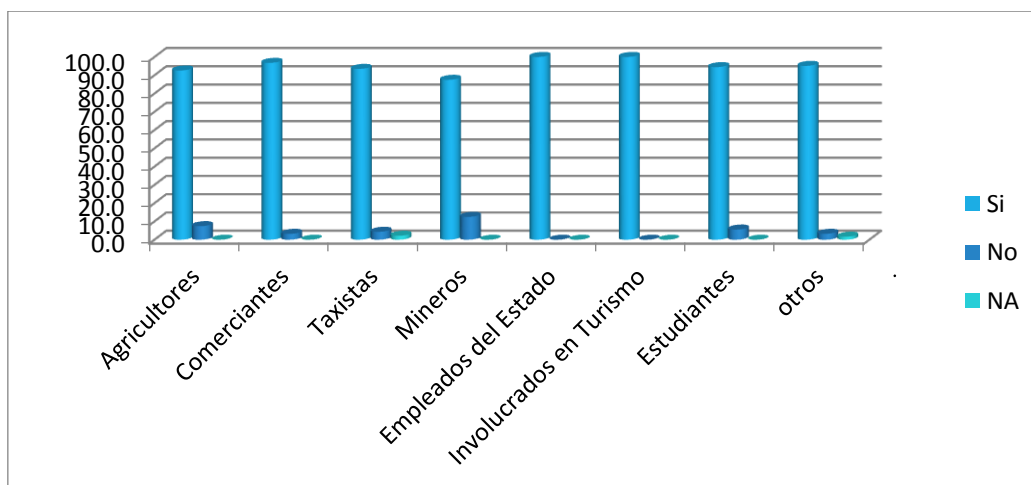
Actividad	Si	No	NA
Agricultores	92.6	7.4	0.0
Comerciantes	96.8	3.2	0.0
Taxistas	93.5	4.3	2.2
Mineros	87.5	12.5	0.0
Empleados del Estado	100.0	0.0	0.0
Involucrados en Turismo	100.0	0.0	0.0
Estudiantes	94.4	5.6	0.0
Otros	95.1	3.3	1.6

Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 17

Es importante el crecimiento del turismo en la ciudad de Puerto Maldonado por actividad



Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

En este cuadro vemos que del 4.3% que dijo que no es importante los que más resaltaron fueron las personas que se dedican a la actividad agrícola y minera,

pues a pesar de creer que la actividad turística trae beneficios y que la ciudad es un gran potencial turístico se cree que el crecimiento desplazaría su actividad hasta llegar a desaparecerla.

RESULTADO N° 10

Contribuiría con el crecimiento de la actividad turística en la ciudad de Puerto Maldonado

CUADRO N° 19

Contribuiría al crecimiento de la actividad turística

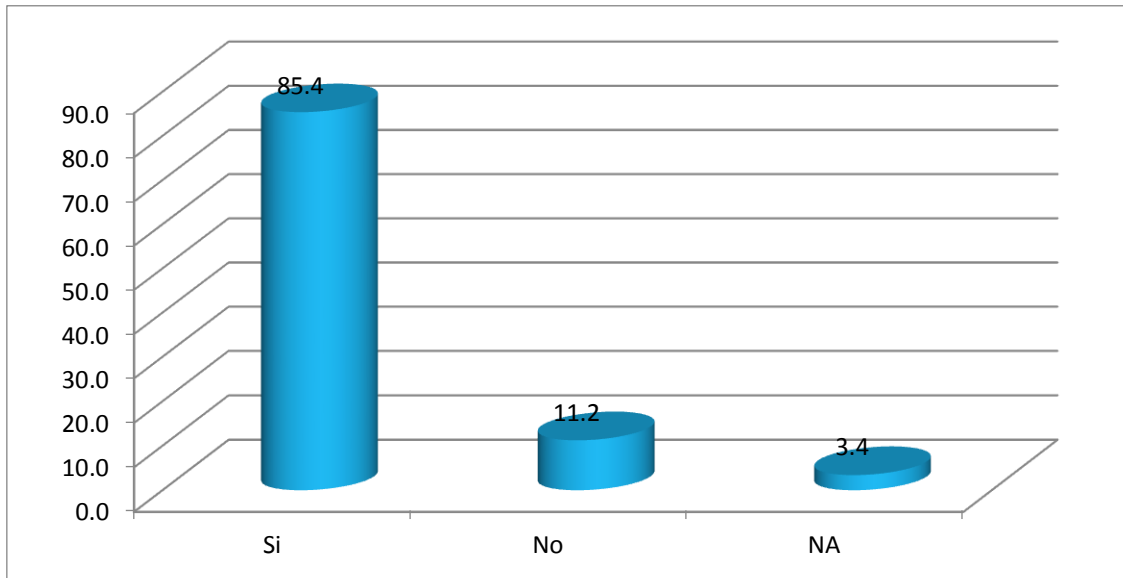
Actividad	Si	No	NA
Agricultores	5.4	3.7	0.0
Comerciantes	8.8	1.4	0.3
Taxistas	13.3	1.7	0.7
Mineros	1.7	1.0	0.0
Empleados del Estado	2.0	0.0	0.3
Involucrados en Turismo	5.1	0.3	0.0
Estudiantes	10.9	0.7	0.7
Otros	38.1	2.4	1.4
Total	85.4	11.2	3.4

Fuente: ciudadanos de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 18

Contribuiría al crecimiento de la actividad turística



Fuente: Población de Puerto Maldonado
Elaboración: Propia

El 85.4% de las personas encuestadas indicaron que si contribuirían en el crecimiento de la actividad turística y entre los comentarios se indica que la manera de contribuir sería creando servicios complementarios a la actividad, manteniendo la ciudad limpia, aprendiendo el idioma y mejorando su trato hacia el turista, este último fue más comentado debido a que la población acepta que la atención en venta de productos y/o servicios es muy malo por la apatía que percibe el cliente, pero si lo mencionaron fue para darnos a conocer que sería el cambio de esta práctica lo que están dispuestos a aportar a fin de que la ciudad tenga un mayor crecimiento turístico.

CUADRO N° 20

Contribuiría al crecimiento de la actividad turística por actividades

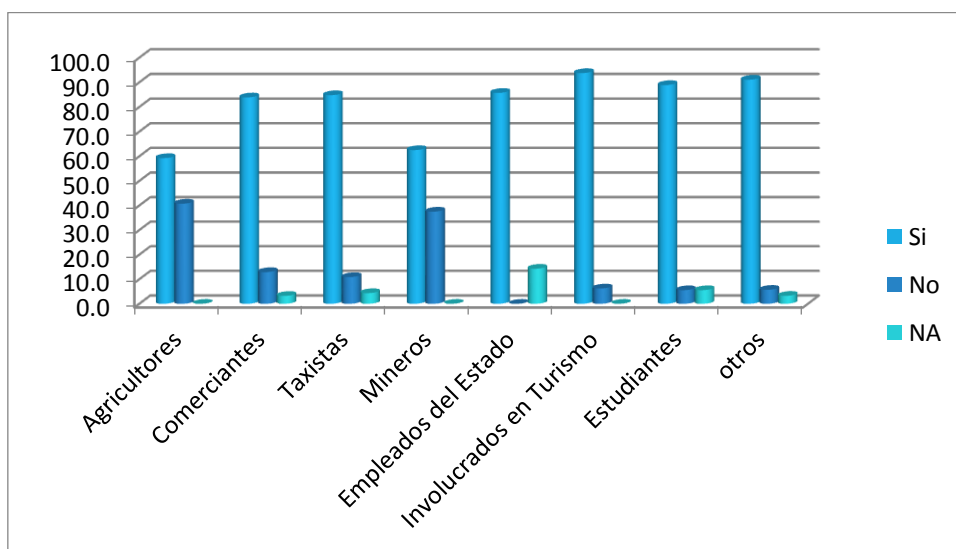
Actividad	Si	No	NA
Agricultores	59.3	40.7	0.0
Comerciantes	83.9	12.9	3.2
Taxistas	84.8	10.9	4.3
Mineros	62.5	37.5	0.0
Empleados del Estado	85.7	0.0	14.3
Involucrados en Turismo	93.8	6.3	0.0
Estudiantes	88.9	5.6	5.6
Otros	91.1	5.7	3.3

Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 19

Contribuiría al crecimiento de la actividad turística por actividades



Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

En este grafico podemos notar que a pesar que en todas las actividades se confirmó la disponibilidad de contribuir al desarrollo de la actividad turística en la

ciudad de Puerto Maldonado los que resaltan en su negatividad son los agricultores y los mineros debido a que se tiene temor a que sus actividades sean desplazadas por el Turismo.

RESULTADO N° 11

¿Considera que tenemos impedimentos para incrementar el turismo en la ciudad?

CUADRO N° 21

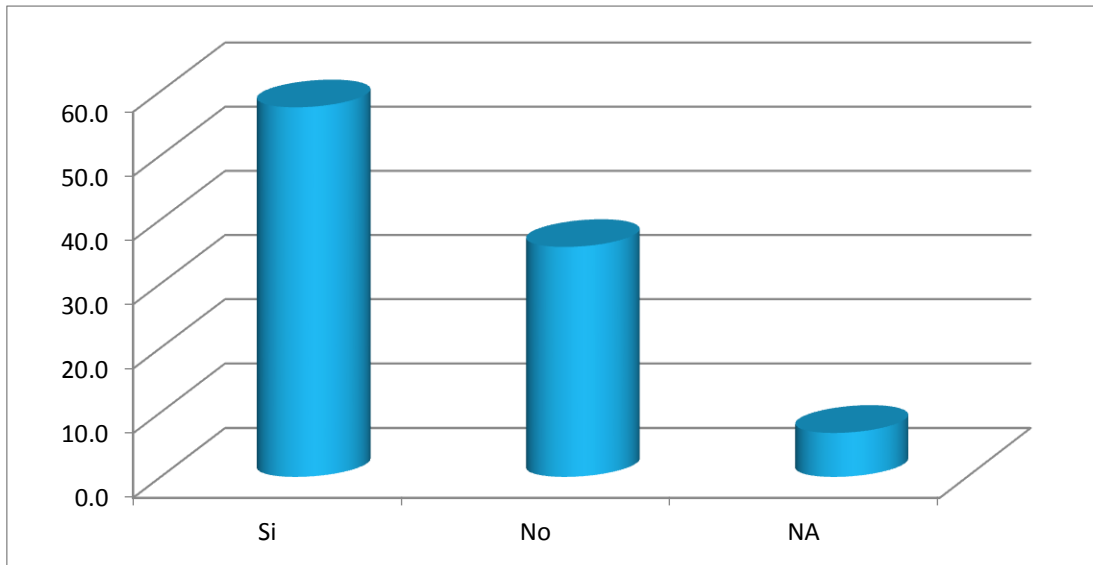
Tenemos impedimentos para incrementar el turismo

Actividad	Si	No	NA
Agricultores	4.4	4.4	0.3
Comerciantes	5.1	5.1	0.3
Taxistas	10.2	4.1	1.4
Mineros	1.4	1.4	0.0
Empleados del Estado	1.7	0.7	0.0
Involucrados en Turismo	3.4	1.7	0.3
Estudiantes	6.8	4.8	0.7
Otros	24.5	13.6	3.7
Total	57.5	35.7	6.8

Fuente: Población de Puerto Maldonado
Elaboración: Propia

GRAFICO N° 20

Tenemos impedimentos para incrementar el turismo



Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

Podemos notar que el 57.5% de la población indica que si se tiene impedimentos para que Puerto Maldonado crezca turísticamente entre los comentarios más resaltante se ve que las limitantes mencionadas casi por unanimidad fue el desinterés de las autoridades, en poca proporción pero si mencionada con frecuencia tenemos la delincuencia y aun en menor proporción pero también resaltante se menciona a la SUNAT, solo 10 personas de las 382 encuestadas menciona la falta de atractivos en la ciudad con esto percibimos que la población culpa a la raíz del problema y cree que la falta de atractivos, que a simple vista es notorio pero poco mencionado, es solo la consecuencia del desinterés de las autoridades.

CUADRO N° 22

Tenemos impedimentos para incrementar el turismo por actividad

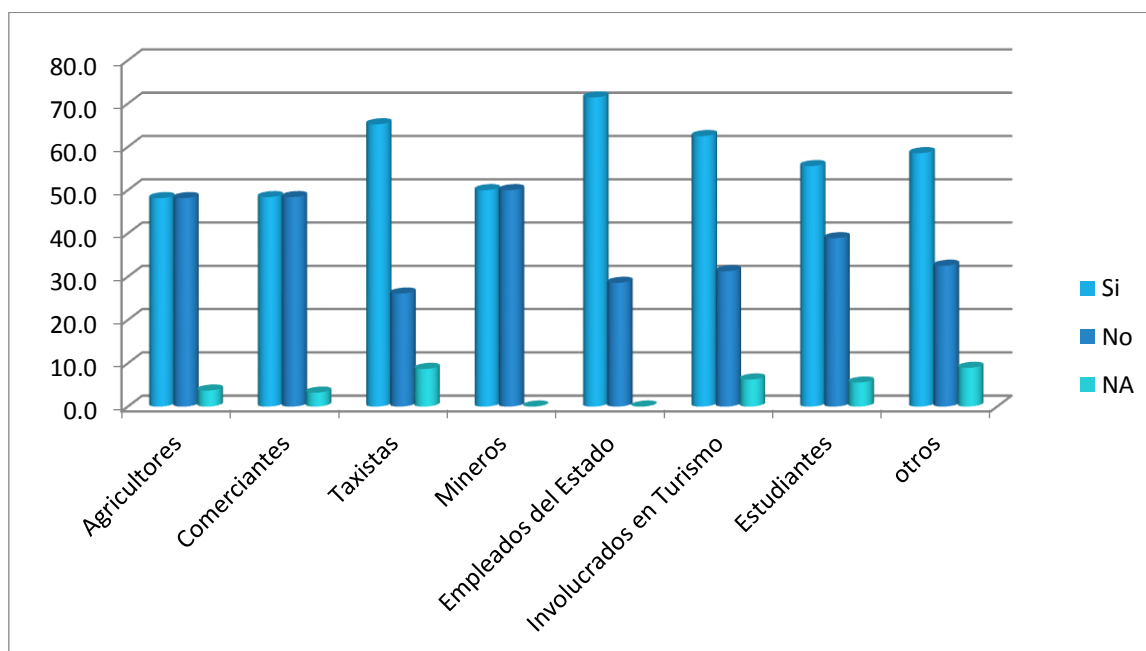
Actividad	Si	No	NA
Agricultores	48.1	48.1	3.7
Comerciantes	48.4	48.4	3.2
Taxistas	65.2	26.1	8.7
Mineros	50.0	50.0	0.0
Empleados del Estado	71.4	28.6	0.0
Involucrados en Turismo	62.5	31.3	6.3
Estudiantes	55.6	38.9	5.6
Otros	58.5	32.5	8.9

Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 21

Tenemos impedimentos para incrementar el turismo por actividad



Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

El 71.4% de los empleados del estado son conscientes que si se tiene impedimentos para el desarrollo turístico en nuestra ciudad esto confirma los

comentarios más frecuentes mencionados anteriormente que culpa el desinterés de las autoridades por generar desarrollo turístico, esto no solo es un problema en nuestra ciudad sino que también lo es en todo el Perú debido al bajo presupuesto que el estado asigna a esta actividad que genera tantos beneficios.

RESULTADO N° 12

¿Conoce estos términos y que funciones cumple?

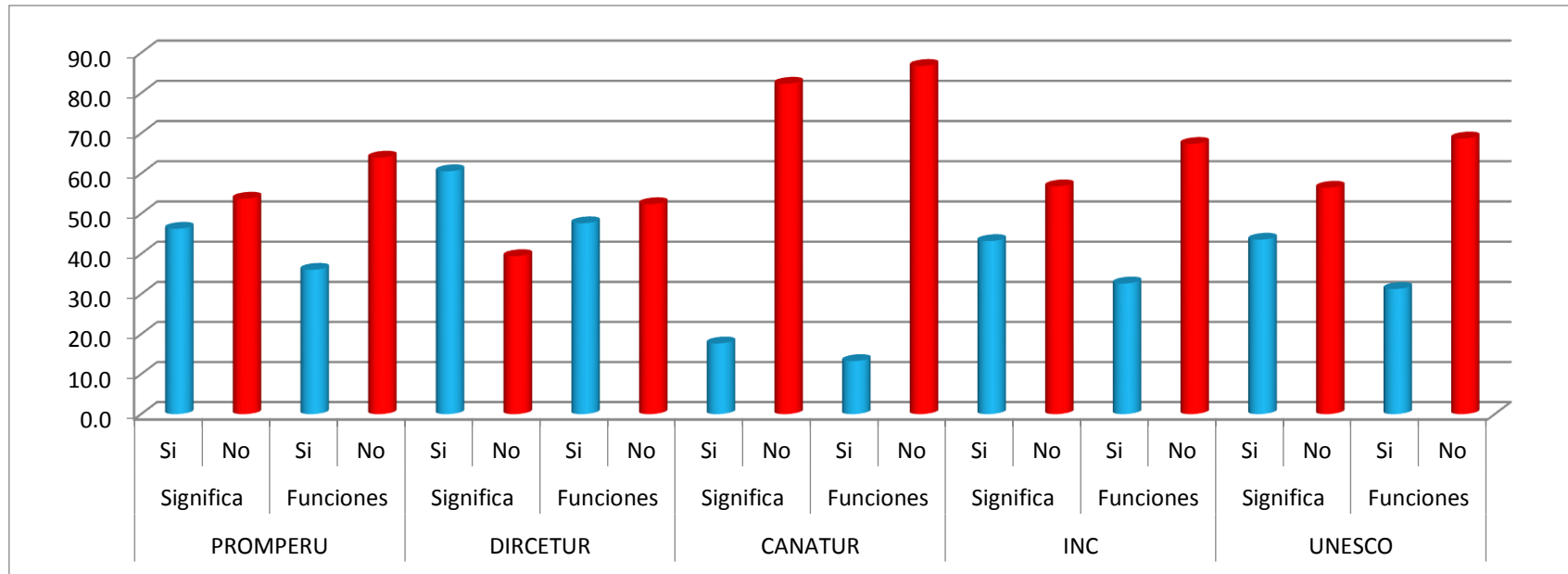
CUADRO N° 23

Actividad	PROMPERU				DIRCETUR				CANATUR				INC				UNESCO			
	Significa		Funciones		Significa		Funciones		Significa		Funciones		Significa		Funciones		Significa		Funciones	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Agricultores	1.7	7.5	1.7	7.5	3.1	6.1	3.1	6.1	0.7	8.5	0.7	8.5	2.0	7.1	2.0	7.1	1.4	7.8	1.4	7.8
Comerciantes	4.4	6.1	2.7	7.8	5.8	4.8	3.7	6.8	0.7	9.9	0.7	9.9	4.8	5.8	3.1	7.5	5.4	5.1	3.1	7.5
Taxistas	5.4	10.2	2.4	13.3	7.1	8.5	3.7	11.9	1.7	13.9	0.7	15.0	5.4	10.2	2.0	13.6	4.1	11.6	1.7	13.9
Mineros	0.3	2.4	0.3	2.4	1.4	1.4	1.4	1.4	0.3	2.4	0.3	2.4	1.7	1.0	1.0	1.7	1.7	1.0	1.0	1.7
Empleados del Estado	1.7	0.7	1.7	0.7	1.7	0.7	1.7	0.7	0.7	1.7	0.7	1.7	1.7	0.7	1.7	0.7	2.0	0.3	1.7	0.7
Involucrados en Turismo	5.1	0.3	4.4	1.0	5.1	0.3	4.4	1.0	2.7	2.7	2.0	3.4	3.4	2.0	3.1	2.4	3.7	1.7	2.7	2.7
Estudiantes	4.4	7.8	4.1	8.2	6.8	5.4	6.1	6.1	1.0	11.2	0.7	11.6	3.4	8.8	3.4	8.8	6.5	5.8	5.8	6.5
Otros	23.1	18.7	18.7	23.1	29.6	12.2	23.5	18.4	9.9	32.0	7.5	34.4	20.7	21.1	16.3	25.5	18.7	23.1	13.9	27.9
Total	46.3	53.7	36.1	63.9	60.5	39.5	47.6	52.4	17.7	82.3	13.3	86.7	43.2	56.8	32.7	67.3	43.5	56.5	31.3	68.7

Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 22



Fuente: Población de Puerto Maldonado
 Elaboración: Propia

Son muchas las personas que desconocen las siglas de las instituciones que trabajan en la actividad turística en nuestro país y en nuestra ciudad y aun mayor la cantidad de personas que conoce la razón de ser de estas instituciones pero a pesar de esto podemos mencionar que el desconocimiento no es muy grave, se resalta que Dircetur debería ser la más conocida por el trabajo que realiza en la ciudad pero no es así, por lo que podrían estar invirtiendo más tiempo en re direccionar sus objetivos un tanto más hacia la población para así aprovechar la disponibilidad que se tiene a fin de tener una población conocedora de esta actividad.

CUADRO N° 24

Lugares recomendados

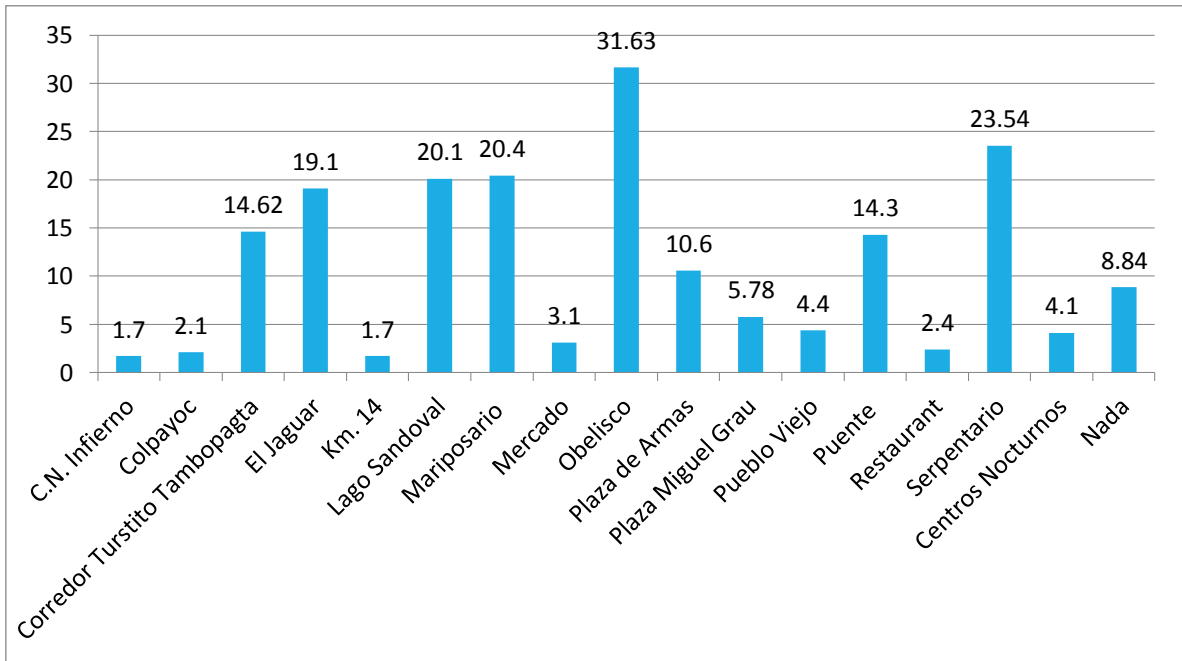
Lugares	%
C.N. Infierno	1.7
Colpayo	2.1
Corredor Turístico Tambopata	14.62
El Jaguar	19.1
Km. 14	1.7
Lago Sandoval	20.1
Mariposario	20.4
Mercado	3.1
Obelisco	31.63
Plaza de Armas	10.6
Plaza Miguel Grau	5.78
Pueblo Viejo	4.4
Puente	14.3
Restaurant	2.4
Serpentario	23.54
Centros Nocturnos	4.1
Nada	8.84

Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 23

Lugares recomendados



Fuente: Población de Puerto Maldonado

Elaboración: Propia

Según este gráfico notamos que el atractivo turístico más recomendado por la población en nuestra ciudad es el obelisco siendo el 31% seguido muy de cerca por el Serpentario y el Jaguar, se puede apreciar que hay un fuerte número de personas que cree que no hay nada que mostrar en la ciudad esto es un 8.8% de la población a comparación de los 91.2% que si encontró atractivos nuestra hipótesis viene aclarándose ya que es un gran número de personas que valora y recomendaría conocer algún tipo de atractivo en la ciudad recobrando nuestra cultura turística.

CUMPLIMIENTO DE HIPOTESIS

Hipótesis General

El Nivel De Cultura Turística Que Poseen Los Pobladores Contribuirá Significativamente Al Desarrollo Turístico En La Ciudad De Puerto Maldonado.

SI

La presente investigación muestra que el 94.9% de la población cree que es importante el crecimiento turístico en nuestra ciudad que a pesar que el 27.9% de la población ha sido capacitado en temas turísticos los pobladores poseen conocimientos de los atractivos y los beneficios que dejan la actividad así mismo resaltan la importancia del buen trato que se debe dar a los turistas determinando que la cultura turística que poseen los pobladores contribuye significativamente contribuye al desarrollo turístico en la ciudad de puerto Maldonado

Hipótesis Específicas

- ❖ El grado de conciencia que poseen los pobladores contribuirán significativamente en el desarrollo del turismo en puerto Maldonado.

SI

Según nuestros resultados el 85.4% de los pobladores de la ciudad de Puerto Maldonado están dispuestos a contribuir en el desarrollo de la actividad turística, sabiendo que el 75.2% de la población, no se siente involucrado en los beneficios de esta actividad podemos confirmar la veracidad de esta hipótesis específica, pues la conciencia turística que tienen los pobladores sobre la actividad es buena, aunque no les genera beneficios y que aun así estarían dispuestos a ser partícipes del desarrollo con el fin de hacer conocida nuestra ciudad.

Es una clara muestra de que la población es un aliado estratégico para lograr el Desarrollo Turístico en Puerto Maldonado

- ❖ **Los valores de cultura turística que poseen los pobladores influyen en el desarrollo del turismo.**

SI

Según las definiciones dadas al inicio del presente trabajo de investigación podemos asegurar que esta hipótesis es correcta pues el valor que se da a esta actividad en la ciudad de Puerto Maldonado se refleja en estos resultados. El 83.7% de la población está convencida de que la ciudad de Puerto Maldonado tiene un gran potencial turístico, el 90.5% está dispuesta a recibir capacitaciones en temas turísticos, el 94% considera importante el crecimiento de la actividad turística y a pesar de que el 25.9% de la población cree que si un turista compra un producto o servicio en nuestra ciudad la persona que le vende es honesta al cobrar se tiene que el 51% de la población piensa que somos honestos minimizando este acto debido a que es común en destinos turísticos, el 53.7% opina que somos responsables; nuestros valores con esta cultura son buenas por eso podemos tener la seguridad de que los valores que tienen los pobladores si contribuirán en el desarrollo de la actividad turística con un programa de capacitación y difusión debido a que el 72.1% de la población nunca participo en un curso o capacitación en temas turísticos.

- ❖ **Las actitudes de los pobladores favorecen, así mismo influyen en el desarrollo del turismo en la ciudad de puerto Maldonado.**

SI

Hay gran disposición de la población por ser parte del crecimiento de esta actividad, debemos resaltar que los pobladores que se dedican a la actividad minera que son quienes están de acuerdo con esta actividad esto rompe la errada idea de que los mineros no desean el desarrollo turístico pues se sabe que la gran cantidad de mineros son personas que no residen en la ciudad forman parte de alguna comunidad o simplemente en otro departamento, pero los resultados que mostramos en el presente trabajo muestra las opiniones de los mineros que si residen en Puerto Maldonado. Podemos decir que la actitud de convertir la ciudad en un destino turístico y la disponibilidad por prepararse para conocer más afirma nuestra hipótesis.

CONCLUSIONES

A fin de lograr alcanzar lo propuesto en el presente trabajo de investigación procedemos a analizar las hipótesis específicas y contrastar con los resultados antes mencionados de esa manera terminaremos con la hipótesis general dando a conocer hasta qué punto nuestra investigación demuestra que la cultura turística que poseen los pobladores contribuirá significativamente al desarrollo turístico en la ciudad de Puerto Maldonado.

El 20% de los pobladores que están relacionados directa e indirectamente con la actividad turística consideran que el cobro deshonesto por los productos o servicios prestados al turista lo ven como algo justo denominándolo precio gringo.

La mayor cantidad de pobladores desconocen las siglas de la institución involucrada directamente a la actividad turística (DIRCETUR).

El 57.5% de la población indican que existen impedimentos para que la ciudad crezca turística debido al desinterés de las autoridades, delincuencia, infraestructura turística (carreteras puentes, puertos).

Los pobladores en su mayoría identifican como atractivos turísticos el obelisco, el serpentario, el jaguar desconociendo los atractivos focales por lo que el turista se desplaza por los atractivos como lago Sandoval, lago Valencia, Colpa Chuncho, Collpa Guacamayo.

La mayoría de los pobladores no se sienten involucrados, ni beneficiados, pero afirman que la actividad turística si contribuye al desarrollo de la ciudad de Puerto Maldonado y tiene la predisposición de ser amables así mismo indican que les gustaría recibir cursos de capacitación relacionados al turismo.

Si bien los mineros y otro piensan que el turismo tiene beneficios, aunque no sean directos lo consideran restrictivo con relación a su propia actividad por lo que se relacionan con una actividad de conservación.

RECOMENDACIONES

Teniendo los resultados del presente trabajo de investigación y una ciudad cada vez más receptiva podemos hacer las siguientes recomendaciones:

Los actores (DIRCETUR, MPT), involucrados en la actividad turística deben desarrollar campañas de sensibilización en los pobladores que están involucrados directa e indirectamente con la actividad turística para que ellos ofrezcan sus productos a precio justo y así mejorando la imagen turística de la ciudad.

LA DIRECCION REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO debe tener una participación más activa en la comunidad para promover el desarrollo turístico en la ciudad y de esta manera los pobladores se involucren en dicha actividad

Las autoridades competentes a nivel local, regional y nacional deben desarrollar políticas que contribuyan al desarrollo turístico a través de la implementación de una infraestructura turística para satisfacer las necesidades de las demandas que requiere la actividad turística

La DIRCETUR debe difundir y desarrollar campaña de sensibilización y visitas a los diferentes destinos turísticos que se encuentra fuera de la ciudad de Puerto Maldonado y así incluir a la población como aliado estratégico para el desarrollo turístico en la ciudad de Puerto Maldonado

Los pobladores deben sentirse involucrados y beneficiados con el desarrollo de la actividad turística ya que esta es beneficiosa en desarrollo de la de la ciudad de Puerto Maldonado así mismo deben de recibir cursos de capacitación relacionados al turismo y así poder involucrarse dentro de esta actividad.

Difundir Spots publicitarios vía televisión regional que contengan vivencias e ideas ocurridas en otros destinos turísticos que despierte la creatividad de

los ciudadanos y que diversifiquen los servicios y productos turísticos en horarios de mayor televidencia o audiencia.

La Municipalidad Provincial de Tambopata debe realizar concursos de barrios para lograr tener barrios pintorescos, está comprobado que la población si participaría en este tipo de eventos.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- Aspectos de cultura turística en Tulum, Quintana Roo-Wendy Marilú Sánchez Casanova-2006.
- Análisis de conciencia turística en los agentes turísticos del centro monumental histórico de la ciudad de Chiclayo - 2012 -Autor Lic. Christie Yherine Malca Roque
- Conciencia Turística Y Su Contribución Al Desarrollo Del Turismo En La Provincia De San Martín -2005
- Contribución de la conciencia turística para el desarrollo sostenible del turismo en la Comunidad Nativa Infierno-Madre de Dios.Bach. Eder Nicanor Chulla Pfuro -2011
- Cultura Turística En El Puerto De Veracruz- María Cristina Soto- Ibáñez, Gustavo Vergara- Ruiz Y Arturo García- Santillán México - 2009
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura>
- <http://www.unesco.org/new/es/>
- <http://www.monografias.com/trabajos66/glosario-terminos-turisticos/><http://www.wordreference.com/definicion/sensibilización><http://www.monografias.com/trabajos66/glosario-terminos-turisticos/>
- <http://alexjiturismo.blogspot.com/2013/03/terminos-utilizados-turismo.html>
- <http://eduturismo.tripod.com/glosario.htm>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Sociedad>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>
- turismo:(Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua.)
- ecoturismo:(ceballosLascurain,1993)<http://definicion.de/restaurante/#ixzz3ZVGTLN7x>
- <http://definicion.de/puerto/>

ANEXO

MAPEO DE ACTORES

<p>Operadores Nacionales</p> <p>(Raintforest, Inkaterra, Tambopata Eco lodge, Wasai, Cayamanlodge, Corto Maltes, etc)</p>	<p>Local e internacional</p>	<p>Privado</p>	<p>SERNANP ticket de entrada , ymunicipalidad licencias y Marinatrásito en el rio</p>	<p>Buenas relaciones conla comunidad y SERNANP</p>	<p>Ingresos y conservación del ANP</p>	<p>Rainforest Stand for threes Tambopata macaw Project Tambopata REDD Project</p> <p>Inkaterra Chacra Amazónica, chacra andina, producción orgánica, pesca artesanal</p>
--	-------------------------------------	-----------------------	---	---	---	--

Operadores locales (agencias de viajes locales) Tienen sus albergues de bajo costo	Local	Privado	DIRCETUR, SERNANP, Marina, Universidades e Institutos	Buenas relaciones con la comunidad	Ingresos y conservación del área	Norealizan proyectos
SERNANP permiso para ingresar	Local/ Nacional	Público	Operadores turísticos Guías ONG (AIDER, SZF)	Guías quieren entrar sin carnet y sin permiso (supervisión por parte del SERNANP)	Conservar y proteger el ANP Plan de uso Turístico	Monitoreo de fauna y flora con AIDER
Marina otorga permiso para circular por el río	Local/ Nacional	Público	Operadores turísticos Transporte Fluvial	Sin Sarpe (registro para saber cuántas personas viajan)	Salvaguardar la vida de los Tripulantes	Solo otorga permisos de circulación de transporte fluvial

Municipalidad Distrital de Tambopata (permiso)	Local	Público	Operadores, guías (capacitación) comunidad(cultura turística) Licencia de funcionamiento operadores, agencias de viaje DIRCETUR(Pro mocionar) ONGs (capacitación) Universidades y institutos(capac itación y practicás pre profesionales)	No tiene conflicto	Generación de empleo a sus pobladores Capacitación Otorgamiento de permisos, Ordenanza de gestión territorial	Capacitaciones en conjunto CENFOTUR(restaur antes transporte y agencias de viaje)
DIRCETUR	Regional / Local	Público	Guías, municipalidad, Operadores turísticos(agenc ía mayorista, minorista y tour operadora) , ONGs,	No tiene conflicto	Gestión el desarrollo de la actividad turística	Cultura Turística , ESNNA(Explotación sexual del niño y adolescente

			universidades einstitutos, hoteles, restaurantes, comunidad			
Guías	Local	Privado	Municipalidad, DIRCETUR, SERNANP, operadores turísticos, turista	Conflicto con la DIRCETUR, demora de entrega de carnet para entrar al Área	Ingresos Conserva- ción	Guías en Inkaterra realizan proyectos de investigaciónte dan un plus económico
Comunidad	Local	Privado	ONGs, operadores turísticos a baja escala, I PERÚ	No hay conflicto	Ingresos y conserva- ción	No realizan proyectos
ONGs (AIDER, Frankfurt, ACCA,AICER, ITA) (capacitación)	Nacional/Intern acional	Privado no guberna- mental	Comunidad, Operadores turísticos, Municipalidad, DIRCETUR, Universidad e institutos	Tienen conflicto con la comunidadlim itan sus actividades tradicionales y la ONGs prioriza la conservación del área	Conserva- ción de los recursos Capacita- ción a la comunidad Monitoreo de la fauna (investiga- ciones)	Concesiones castañeraLago Valencia Proyectos educativos Comunidad Palma Real
Trabajadores	Local	Privado	Operadores turísticos,	No tienen conflicto	Ingresos y conserva-	No realizan proyectos

			hoteles y restaurantes.		ción	
Universidades / Institutos	Local	Privado/ Público	SERNANP, DIRCETUR, municipalidad, operadores turísticos, hoteles, restaurantes PERU.	No tienen conflicto	Formación profesional Investigación Conservación del área	Investigación
Transportistas Fluviales	Local	Privado	Marina, Operaciones turísticos	No tienen conflicto	Ingresos y conservación	No realizan proyectos
Hoteles y restaurantes (negocios)	Local	Privado	Turista nacional(turismo o negocios), municipalidad, DIRCETUR	No tienen conflicto	Ingresos y conservación	No realizan proyectos
I PERU	Local/ Nacional	Público	Turistas, comunidad y universidades y instituto		Información al turista del lugar	No realizan proyectos

CUESTIONARIO PARA MEDIR LA CULTURA TURISTICA Y SU CONTRIBUCION AL DESARROLLO TURISTICO EN LA CIUDAD DE PUERTO MALDONADO

Edad-----Actividad-----

1: Palabras que definan según su criterio al turismo:(solo tres)

Conocer Diversión Egreso económico No beneficia
Pasatiempo Empleo Ingreso económico Beneficio

2: ¿Cree que el turismo contribuye con la economía de Puerto Maldonado?

Si No N/A

3: ¿considera a Puerto Maldonado como una ciudad con potencial turístico?

Si No N/A

4: ¿Qué lugar recomendaría a un turista en la ciudad?

.....
.....
.....
.....

5: ¿Se siente involucrado en los beneficios del turismo?

Si No N/A

6: Según sus vivencias, ¿usted cree que si un turista consume productos o servicios en la ciudad?; El proveedor:

Cobra lo justo Aumenta su precio

7: ¿Ha recibido alguna capacitación relacionada al turismo?

Si No

8: ¿Quisiera recibir alguna capacitación relacionada al turismo?

Si No N/A

9: ¿Cuáles considera que son nuestros valores?

Calidez Responsabilidad Acogedor

Honradez Colaborador Puntualidad

10: ¿Le parece importante el crecimiento de la actividad turística en la ciudad de Puerto Maldonado?

Si No N/A

11: ¿Ud. contribuiría con el crecimiento del turismo?

Si No N/A

¿De qué forma?.....

12: ¿considera que tenemos impedimentos para incrementar el turismo en la ciudad?

Si No N/A

¿Cuáles son?.....

13: ¿Conoce estos términos?

	¿Sabe qué es?		¿Sabe qué hace?	
PROMPERU	Si	No	Si	No
DIRCETUR	Si	No	Si	No
CANATUR	Si	No	Si	No
INC	Si	No	Si	No
UNESCO	Si	No	Si	No

14: ¿Que atractivos a visitado en la ciudad de puerto Maldonado?

.....

.....

.....

.....





