

UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE DIOS

FACULTAD DE ECOTURISMO

ESCUELA PROFESIONAL DE ECOTURISMO



TÍTULO DE TESIS

**“CONOCIMIENTOS Y BENEFICIOS QUE GENERA LA
ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LOS POBLADORES
DE PUERTO MALDONADO - 2015”**

TESISTAS: BACH. ANA HUAMANI CONDORI

**BACH. YVONE DANCY HUAMAN
CONDORI**

PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ECOTURISMO

ASESOR: LIC. HENRY RAMÍREZ CORONADO

CO-ASESOR: LIC. HÉCTOR QUISPE SOLÍS

PUERTO MALDONADO – 2015

DEDICATORIA

A Dios por permitirme disfrutar de lo maravilloso de la vida, mis padres por denotar todos los esfuerzos por ser mejor cada día, a Neil y demás hermanos que me motivaron en este trayecto, y a los colaboradores del proyecto.

Ana Huamani Condori

A mis Padres, Hermano y Familiares

A todos aquellos que estén seguros que la actividad turística constituye una fuente de desarrollo de nuestra Región.

Yvone Dancy Huaman Condori

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradecemos a Dios por darnos salud, sabiduría y por permitirnos tener tan buena experiencia dentro de nuestra universidad.

A los formadores de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios (UNAMAD), Facultad de Ecoturismo por brindarnos los medios para poder alcanzar nuestras metas.

A nuestros Asesores por orientarnos en el desarrollo de nuestra investigación.

PRESENTACIÓN

La Región Madre de Dios posee una gran variedad de escenarios paisajísticos, que le ha permitido ser declarada “**Capital de la Biodiversidad del Perú**”.

En relación con la investigación en el capítulo I: menciona que la actividad turística viene incrementándose anualmente en un 8%, por ello es de vital importancia que el turismo se desarrolle de manera correcta y sustentable en Madre de Dios. Según Ap (1992), [refiere que para lograr el desarrollo sostenible a largo plazo, la percepción de los residentes de la comunidad receptora debe ser considerado en la toma de decisiones, al momento de la planeación y para la gestión integral del turismo.](#) Por ello el objetivo del proyecto es identificar el grado de conocimiento y beneficios que genera la actividad turística en los pobladores. Dentro del capítulo II: Métodos y materiales, se utilizó como herramienta de medición encuestas, aplicadas en lugares estratégicos de la ciudad, el diseño de investigación es de tipo descriptivo correlacional de corte transversal. En el capítulo III: Resultados y discusión, según el instrumento utilizado muestra que la población encuestada comprende los conceptos básicos del turismo, considerando turista a todo aquel que viaja fuera de su residencia, gran parte de los encuestados considera que la región cuenta con atractivos turísticos, además discurren que los eventos sociales le dan realce a la ciudad, sin embargo se observa un bajo conocimiento con respecto a establecimientos que brindan servicios turísticos lo mismo sucede con las instituciones que promueven la actividad turística, los encuestados califican al turismo de manera regular, con respecto a la perspectiva económica se concluye que la actividad turística no genera beneficios económicos directamente a los residentes, considerando que los albergues son los únicos beneficiados. Desde el enfoque social los encuestados refieren que la actividad turística promueve la cultura local con la venta de artesanías y gastronomía, empero desconocen en su mayor parte que alguna comunidad nativa esté involucrada con la actividad, mencionan que la actividad turística no genera pérdida de cultura e identidad. Desde la

perspectiva ambiental la población describe que la actividad turística contribuye a la conservación del medio ambiente y desconocen que podría causar efectos negativos, además mencionan estar predispuestos a participar de un programa de cultura turística por medio de talleres y ferias informativas.

Así, el principal objetivo de esta tesis ha sido evaluar el grado de conocimientos y beneficios que genera la actividad turística en los residentes, el cual, en un tema de mucho interés para las autoridades locales, prestadoras de servicio y/o profesionales involucrados en la actividad turística.

En definitiva, a través de esta investigación pretendemos contribuir con el desarrollo de la actividad turística en la ciudad.

Por otro lado, durante el proceso del desarrollo de la investigación se presentaron limitantes, como el acceso a la información textual e informática para la obtención de datos relacionados a la investigación.

RESUMEN

OBJETIVO: Identificar el grado de conocimientos y beneficios de la actividad turística en los pobladores de Puerto Maldonado.

MATERIALES Y METODOS: Como herramienta de medición, se aplicó 382 encuestas en lugares estratégicos de la ciudad, el diseño de investigación es de tipo descriptivo correlacional de corte transversal.

RESULTADO Y DISCUSION: La investigación muestra que los encuestados comprenden los conceptos básicos del turismo calificando al desarrollo de la actividad turística de manera regular, desde la perspectiva económica se determina que la actividad turística no genera beneficios económicos directamente a los residentes, considerando a los operadores como únicos beneficiados. Desde la perspectiva social los encuestados refieren que la actividad no genera pérdida de cultura e identidad y que esta se refuerza con la venta de artesanías y gastronomía, desde la perspectiva ambiental la población describe que la actividad turística contribuye a la conservación del medio, además mencionan estar predispuestos a participar de un programa de cultura turística por medio de talleres y ferias informativas.

CONCLUSIONES: Se determina que los encuestados tienen conocimientos favorables del turismo y que éste contribuye a la conservación del medio ambiente además no ocasiona pérdida de cultura e identidad sin embargo señalan que no genera beneficios directos a los residentes. Al respecto se recomienda a las instituciones competentes el adecuado desarrollo, promoción y difusión de los atractivos turísticos, incentivar viajes de recreación, que se perciva a la actividad como una alternativa económicamente rentable, finalmente a la implementación de un programa de cultura turística que logre generar cambios en la actitud de los residentes.

SUMMARY

OBJECTIVE: To identify the degree of knowledge and benefits of tourism activity in the residents of Puerto Maldonado.

MATERIALS AND METHODS: The measurement support tool, 382 surveys were applied in strategic place of the city; the research design is descriptive correlational cross-sectional type.

RESULT AND DISCUSSION: The research shows that participants understand the basic concepts of tourism qualifying the development of tourism activity on a regular basis, from the economic perspective determines that the tourism activity doesn't generate economic benefits directly to residents, considering the operators as unique benefited. From the social perspective participants say that the activity doesn't generate loss of culture and identity and that this is reinforced with the sale of crafts and gastronomy, from the environmental perspective the population describes that tourism contributes to the conservation of the environment, they also mention be predisposed to participate in a program of tourism culture through workshops and information fairs.

CONCLUSIONS: It is determined that the participants have favorable knowledge of tourism that contributes to the conservation of the environment also doesn't loss of culture and identity, however, it doesn't generate direct benefits for residents. In this regard, it's recommended that the competent institutions develop, promote and disseminate the tourist attractions, encourage leisure trips, that perceive the activity as an economically viable alternative, and finally to implement a tourism culture program that can generate changes in the attitude of the residents.

ÍNDICE	
PRESENTACIÓN.....	6
RESUMEN	8
SUMMARY	9
INTRODUCCIÓN	12
A. GENERALIDADES	14
1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	14
A. OBJETIVOS.....	14
B. Hipótesis.....	15
C. VARIABLE DE ESTUDIO	15
D. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	16
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	19
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	19
1.2. ANTECEDENTES TEÓRICOS.....	20
1.3. MARCO TEÓRICO	27
1.3.1 Desarrollo turístico	27
1.3.2 Gestión Turística	27
1.3.3 Plan de Desarrollo Turístico	27
1.3.4 La participación de la comunidad	28
1.4. CONCEPTOS FUNDAMENTALES	29
1.4.1 Áreas Naturales Protegidas	29
1.4.2 Actores del Turismo:	29
1.4.3 Conciencia Turística.....	30
1.4.4 Actividad Turística	30
1.4.5 Destino Turístico	32
1.4.6 Desarrollo Sostenible	33
1.4.7 Ecoturismo	33
1.4.8 Impacto que genera el Turismo en el Medio	33
1.4.9 Mercado Turístico.....	36
1.4.10 El Paquete Turístico.....	44
1.4.11 Turismo	45
CAPITULO II: MÉTODOS Y MATERIALES.....	46
2.1 DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA	46
2.1.1 Diseño de la Investigación	46
2.1.2 Instrumentos.....	46

2.2	MATERIALES, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS	46
CAPITULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....		48
3.1	PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	48
I.	GENERALIDADES	48
II.	CONOCIMIENTOS SOBRE EL TURISMO	56
III.	MEDICIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS DEL TURISMO DESDE LA PERSPECTIVA ECONÓMICA.....	74
IV.	MEDICIÓN DE CONOCIMIENTOS DEL TURISMO DESDE LA PERSPECTIVA SOCIAL.....	82
CAPITULO IV: CUMPLIMIENTO DE HIPÓTESIS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		92
4.1.	CUMPLIMIENTO DE HIPÓTESIS	92
4.3.	RECOMENDACIONES.....	96
BIBLIOGRAFÍA.....		99
ANEXOS.....		100

INTRODUCCIÓN

La actividad Turística en los últimos años se ha convertido en uno de los sectores de mayor dinamismo en la economía mundial, según OMT 2009. A nivel nacional el turismo es una de las actividades que tiene ingresos rentables, debido a estos beneficios económicos se desarrollan diversas modalidades de turismo en diferentes sectores, teniendo en cuenta que el turismo trae beneficios a largo, mediano y corto plazo como ejemplo: generar empleo, es una actividad que da oportunidades a zonas de menor desarrollo, genera ingresos económicos, fomenta un interés cultural de los pobladores por su localidad. (Bongiorno, 2013).

Señalamos también que el departamento de Madre de Dios cuenta con un gran potencial turístico y ofrece una gran diversidad de flora y fauna en las diferentes Áreas Naturales Protegidas, actualmente la actividad turística se viene desarrollando con mayor afluencia en la región, la Reserva Nacional Tambopata es considerada como el primer destino amazónico de turismo de naturaleza, incrementándose anualmente la actividad turística en un 8% (Plan de Marketing Turístico, Rain Forest Alliance 2014), teniendo esto como antecedentes, es de vital importancia el desarrollo del turismo de manera correcta y sustentable en Madre de Dios.

Teniendo en cuenta que, el desarrollo de la actividad turística en un área determinada sea de manera correcta necesita un adecuado involucramiento y participación de todos los actores que pertenecen al sistema turístico, es importante mencionar que el desconocer los atractivos turísticos y los beneficios que genera la actividad turística induce a subestimar el potencial turístico que tiene una localidad, provocando dificultades para el desarrollo turístico de esta.

Así, el principal objetivo de esta tesis ha sido evaluar el grado de conocimientos y beneficios que genera la actividad turística en los pobladores de Puerto Maldonado, el cual es un tema de mucho interés

para las autoridades locales, prestadoras de servicio y/o profesionales involucrados en la actividad turística.

En definitiva, a través de esta investigación pretendemos contribuir con el desarrollo de la actividad turística en la ciudad.

Por otro lado, durante el proceso del desarrollo de la investigación se presentaron limitantes, como el acceso a la información textual e informática para la obtención de datos relacionados a la investigación.

A. GENERALIDADES

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son los grados de conocimientos y beneficios que genera la actividad turística en los pobladores de Puerto Maldonado?

A. OBJETIVOS

Objetivo General:

- Identificar el grado de conocimientos y beneficios de la actividad turística en los pobladores de puerto Maldonado.

Objetivos Específicos:

- Determinar el grado de conocimiento que tienen los pobladores de Puerto Maldonado sobre la actividad turística.
- Identificar los beneficios que genera la actividad turística en los pobladores de Puerto Maldonado.
- Proponer la implementación de un programa de cultura turística a través de herramientas de sensibilización.

B. Hipótesis

Hipótesis General:

- El grado de conocimientos de los pobladores de la actividad turística y los beneficios que se generan en la ciudad son significativos.

Hipótesis específicas:

- Los pobladores de Puerto Maldonado tienen conocimiento favorable sobre el desarrollo de la actividad turística.
- Los pobladores de Puerto Maldonado perciben que los beneficios generados por la actividad turística son significativos.
- La implementación de un programa de cultura turística permitirá entender los beneficios que genera la actividad turística a través de programas de sensibilización.

C. VARIABLE DE ESTUDIO

Variable dependiente:

- Grado de conocimiento de la actividad turística y beneficios económico, social y ambiental.

Variable independiente:

- Actividad turística

VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES
Variable Dependiente: Grado de conocimiento de la actividad turística y beneficios económico, social y ambiental.	Conocimientos.	Bueno, Regular, Malo, Muy Malo
	Sociales	Directo e indirecto
	Económicos	Directo, Indirecto e Inducido
	Ambientales	Positivo y Negativo
Variable Independiente: Actividad turística	Modalidad de turismo	Ecoturismo
		Turismo Rural Comunitario
		Turismo de Naturaleza, Turismo de aventura

Fuente: Elaboración propia

D. POBLACIÓN Y MUESTRA

Universo

- El universo es el Departamento de Madre de Dios.

Población

- La población es la ciudad de Puerto Maldonado que cuenta con 76,168 habitantes siendo la población al 2014, INEI - Instituto Nacional de Estadística e Informática.

Muestra

- Para calcular el tamaño de la muestra suele utilizarse la siguiente fórmula:

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

Donde:

- n = el tamaño de la muestra.
- N = tamaño de la población.
- σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.
- Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96.
- e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

Reemplazando valores de la fórmula se tiene:

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

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

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

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

$$N = 382$$

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La actividad Turística en los últimos años se ha convertido en uno de los sectores de mayor dinamismo en la economía mundial, según OMT 2009. A nivel nacional el turismo es una de las actividades que tiene ingresos rentables, debido a estos beneficios económicos se desarrollan diversas modalidades de turismo en diferentes sectores.

Madre de Dios cuenta con un gran potencial turístico y ofrece una gran diversidad de flora y fauna, actualmente la actividad turística se viene desarrollando en las diferentes Áreas Naturales Protegidas con mayor afluencia, una de ellas es la Reserva Nacional Tambopata considerada como el primer destino amazónico de turismo de naturaleza, incrementándose anualmente la actividad turística en un 8% (Plan de Marketing Turístico, Rain Forest Alliance 2014), teniendo esto como antecedente, es de vital importancia el desarrollo del turismo de manera correcta y sustentable en Madre de Dios siendo Puerto Maldonado el centro de soporte más cercano a los atractivos turísticos en Madre de Dios.

Por otra parte, Según Ap (1992) en el marco internacional, experto en al área del turismo ha concluido, a través de más de tres décadas de investigación, que, con el objetivo de lograr un desarrollo turístico sustentable a largo plazo, las percepciones de las comunidades receptoras deben ser consideradas en la toma de decisiones, tanto para efectos de planeación como para la gestión integral del turismo (Ap, 1992).

Además, es de interés conocer como la población local percibe los impactos del turismo tanto, los positivos como los negativos a fin de desarrollar políticas de desarrollo sostenible, lo que se revertirá en calidad en la experiencia turística y en la capacidad en el destino turístico. Por lo que es necesario e importante medir cómo percibe los residentes la práctica del turismo en su localidad. Vega (2011),

En este contexto es de suma importancia medir los conocimientos, beneficios económicos, sociales y ambientales, sobre el desarrollo de la actividad turística en los residentes de Puerto Maldonado motivo por el cual nos planteamos la siguiente interrogante.

¿Cuáles son los grados de conocimientos y beneficios que genera la actividad turística en los pobladores de Puerto Maldonado?

1.2. ANTECEDENTES TEÓRICOS

A. Antecedentes de Estudios

Gutiérrez (2009), **LAS CUALIDADES DE LOS RESIDENTES ANTE EL TURISMO.**

El sector turístico constituye uno de los principales motores del crecimiento mundial y todas las previsiones apuntan a que seguirá creciendo en los próximos años (OMT, 2010). Los organismos internacionales (OMT: www.unwto.org) estiman que más del 10% del Producto Interior Bruto y del empleo son generados por este sector y que, junto con las telecomunicaciones, será uno de los sectores claves en las próximas décadas en la economía mundial.

En este contexto, el marco competencial y de mercado ha variado enormemente y se encuentra influenciado por grandes cambios que afectan a la posición competitiva de los distintos destinos turísticos, especialmente por los relacionados con la creciente rivalidad entre destinos, extremada variedad de viajeros más informados y exigentes y los cambios del entorno.

Por consiguiente, se observa como el sector turístico cada vez más merece mayor atención por las administraciones y gestores de los destinos por su papel en la generación de renta, empleo y bienestar.

Por tanto, si el turismo tiene esta gran importancia como actividad económica generadora de riqueza, es de suma importancia conocer las razones que hacen que, en un determinado momento.

La actitud positiva de los residentes hacia el turismo, generara existo en los proyectos de turismo, y estos recursos generan mayor movimiento económico para los residentes y así aprovechar todo los recursos endógenos que da el lugar, dar un valor agregado aquellos lugares que y se incrementará el movimiento económico en todos los residentes.

La actitud de los residentes es un factor importante para la satisfacción de los turistas y, por tanto, es de vital importante la acción del residente al turismo.

A este respecto, la contribución de esta tesis ha sido determinar la incidencia que ejercen los beneficios y costos económicos, sociales, culturales y medioambientales, así como la situación de la economía local, en la actitud del residente hacia el turismo. Igualmente, es objetivo de este trabajo, conocer el impacto que tiene sobre los costes y los beneficios los factores socioeconómicos intrínsecos personales y extrínsecos de la comunidad considerados en el modelo.

En el presente trabajo se ha contrastado un modelo Ser Qual de la actitud de los residentes de un destino turístico hacia la actividad turística. Se ha aplicado este tipo de destino turístico en masivo, en playas, y en sol concentrando gran cantidad de turistas y incremento económico al residente.

Gursoy (2002) explicar que para aplicar un modelo similar preliminarmente, se consiguieron obtener un 44% de la varianza, eso nos indica que la segregación de los impactos ayudan a tener resultados significativos entre las variables estudiadas, con la finalidad de sanear la base teórica.

Vega (2010), NIVEL DE DISCERNIMIENTO DE LA POBLACIÓN LOCAL DE VARADERO (CUBA), RESPECTO A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.

Es un actividad que busca el desarrollo económico de un país, en área de turismo influye en las áreas de residencia donde abunda recursos naturales y culturales, este dar lugar al crecimiento económico en el lugar donde se desarrolla el turismo, y el este factor para el desarrollo es la interrelación entre el turista y el residente. Asimismo, esta interrelación otorga dimensiones de desarrollo sostenible entre la ecología, economía y socio culturales. Es necesario brindar reuniones entre los factores que influyen el desarrollo en las áreas de impacto.

La influencia de turismo a una comunidad, se divide en dos factores;

- La transformación económica, social, cultural y ambiental.
- Que afecta a través de mecanismo de interacción social.- Esto genera los cambios de hábito del residente de la comunidad, en cual muestran el rechazo a los turistas que visitan a esos lugares.

Por lo que es necesario estudiar los niveles de aceptación de los residentes, al turista que visita a un pueblo determinado, es

necesario que las autoridades y la entidades que protegen al turismo y no se ha como un problema entre los residentes que habitan el un sector de mayor concurrencia de turismo.

También es obligatorio conocer los costumbres de los residente o la aceptación del turista que visita a determinado lugar, donde los residente se relaciona con el turista esto cambios influyen en el sistema de vida de los residente como en lo económico, empleo, patrones de conducta, las expresiones de creatividad, los sistemas de valores que relaciona con el turismo sostenible, una de los factores negativos de los residente es la no sostenible del turismo por le mismo hecho de que los residentes no se interactúan con el turista que visita a determinado lugar.

De los resultados obtenidos en la encuesta es el siguiente;

1. Un ciento por ciento de las personas encuestadas aceptan la llegada del turista a determinado lugar.
2. Asimismo, el cincuenta por ciento de las persona perciben un benéfico económico es sus hogares al desarrollar la actividad de turismo residencia.
3. Para la Comunidad de Varadero la llegada del turismo genera movimiento económico de 45%,

Es necesario resaltar que el turismo residencia genera grandes ganancias económicas en la comunidad de Varadero, esta actividad se debe desarrollar a largo plazo en busca del beneficio tanto de la población y del turista que llega a la comunidad de varadero, este servicio desarrolla la influencia económica de 70% de la población de Varedero, además esta actividad genera empleos estable y duradero.

Es necesario que la comunidad de varadero, mejore el nivel aceptación al turista y promueva el desarrollo de las tradiciones culturales, artesanales, etc.

Monterrubio (2011), **TURISMO Y CAMBIOS SOCIALES. ESTUDIO CUALITATIVO SOBRE PERCEPCIONES COMUNITARIAS EN BAHÍAS DE HUATULCO, MÉXICO.**

El resultado obtenido en la presente investigación al residente de Bahías de Huatulco, México se ha desarrollado en dos áreas uno cualitativo y cuantitativo, a continuación desarrollaremos lo siguiente;

- Una técnicas de encuesta es basado en la investigación de cualitativa en forma de pregunta directa a los residente de Bahías de Huatulco, este estudio revela el incremento económico de la población y un empleo estable como aspecto positivo, pero el otro lado negativo el área desordena con calles lleno de basura playa contaminas con agua servidas.
- Otro factor en los residentes de Bahias de Huatulco, es la poca participación en el área del turismo.

Sánchez (2009), **TURISMO Y COMUNIDAD RECEPTORA UN ESTUDIO EN LA COSTA VENEZOLANA**

Los resultados obtenidos en esta parte de la investigación en la comunidad de Choroní del país de Venezuela, donde se ha estudiado a tienes hoteles o zonas atractivas de turismo, a la misma población originarios de la comunidad de Choroní, se obtenido que un 90% de la población de turista que visitan a esta comunidad, un 95% de las posadas que funcionan en Choroní se agotan en la temporada alta; llegando a conclusión de que los jóvenes con el impacto de turismo no se dedican a otras actividades solo se dedica al turismo descuidando en otro área de la pesca y la agricultura.

Los pobladores autóctonos declaran que están influenciados por el turismo, que genera la pérdida de los valores culturales de los jóvenes, asimismo, el agotamiento de servicios públicos y el aumento de basura en las playas, el aumento de consumo de alcohol y transmisión de enfermedades de transmisión sexual genera la pérdida de valores de los jóvenes de Choriní de Venezuela.

Esta actividad de turismo en la comunidad de Choriní de Venezuela, se desarrolla sin el apoyo de las autoridades regionales ni nacional y la poca preparación de los jóvenes hacen esta actividad como una estacional, baja remuneración y mayor explotación de los empresarios, muy a pesar de estos hechos los jóvenes no desarrollan otras actividades como la pesca o la agricultura debido a poca remuneración de esta actividad.

La dirección de turismo de Venezuela, maneja poca información muy escasa de la comunidad de Choriní, debido a que la comunicación no es directa, esto debilita que el turista se concentre en mayor cantidad, asimismo las instituciones públicas manejan poca información de los inicios de turismo en esa comunidad, los empresarios que se dedican al turismo lo hacen como pueden y está considerando como un turismo no sostenible.

No se están creando proyectos de turismo a mediano y largo plazo debido a la poca importancia de las autoridades ni se elaboran presupuestos para mejorar los servicios al solo se sostiene con ingresos y egresos que genera el turista que visita la comunidad de Choriní de Venezuela.

Una de las objetivos de esta comunidad es solo brindar el servicio de hospedaje al turista que llega y satisfacer todas las necesidades al turista, pero no tiene una estructura

organizacional solo se desarrolla con un organizacional simple donde cada posada desarrolla el servicio de acuerdo a los medios que tiene y sus informaciones solo pueden difundir por internet, panel de publicitario y otros medios que ellos consideren.

Muy a pesar de tener una organizacional simple los empresarios cuenta con poca personal que la labora en las posadas, los trabajadores tiene que cubrir alguna tareas porque su remuneración es muy baja, la poca presencia del gobierno nacional hacen que los dueños exploten a los más jóvenes de la comunidad de Choriní, muy a pesar de estos hecho las posadas son conducidos por el dueño, jefe o encargado.

Se puede rescatar de este turismo en el puerto de Colombia, los jóvenes de sexo femenino tiene un empleo estable pero con una remuneración baja, debido a la no presencia de las autoridades nacional, los dueños de las posadas no contratan personal con contrato debido que el pago es diario de cuanto han producido es decir un porcentaje mínimo, asimismo los dueños de la posadas para incorporar a un empleado a contrato indeterminado los realizan después de haber laborado mas 5 años de servicio, en gran parte esta posada cambia de nombre y no tiene trabajadores permanentes.

Los nativos de la comunidad o los jóvenes no está preparados para atender al turista que llega, debido a poca capacitación de los jóvenes, gran parte de estos jóvenes de dedican a la pesca y agricultura pero no es tan rentable en lo económico.

Los trabajos que realizan los jóvenes no so de gran capacitación debido al labor que realizan como limpieza, camareros, cocineros, ayudante de cocina, y otros es por eso

que tiene un remuneración muy baja y las tareas administrativas los desarrollan los dueños, encargado, Jefe o el supervisor.

1.3. MARCO TEÓRICO

1.3.1 Desarrollo turístico

E.g. Pearce (1991), menciona que el desarrollo turístico simboliza un incremento en los nuevos empleos, ingresos y divisas, un avance en la infraestructura de la comunidad receptora, además que contribuye al desarrollo de otras fuentes económicas, sin embargo, donde la concentración turística sea mas frecuente, los cambios y modificaciones del territorio también lo serán. Algunos autores refieren que existen varios impactos negativos para el medio ambiente y que están asociados al desarrollo turístico, en efecto, estos impactos medioambientales se producen en zonas que son muy vulnerables a los cambios del medio ambiente.

1.3.2 Gestión Turística

Almeida (2008), considera a la gestión turística como la base del desarrollo turístico por que abarca desde la forma en que se desarrolla el turismo y las pautas que se deben manejar para el avance del turismo en un sector,

Asimismo, considera que la Gestión Turística es la base para un desarrollo desde el punto de vista de como debe iniciarse el turismo como debe elaborar el plan desarrollo con la población en relación con el turismo, en la cual los municipios están en la obligación de elaborar un proyecto de turismo que mejoren la vida de los ciudadanos ya sean en el ámbito de educación, capacitación y rescatar los valores culturales de cada ciudadano.

1.3.3 Plan de Desarrollo Turístico

Almeida (2008), Define como un plan para cumplir las metas de gestión en la cual esta interrelacionado con las estratégicas, políticas y actividades para mejorar la actividad turística, lo cual debe ser cumplido por los gobierno nacional, regional, provinciales, jefe de hogar.

Mercado (2003), Toda actividad de turismo tiene que estar relacionado con la población local y ver la actividad real que producen para insertar una actividad de turismo, las autoridades locales debe elaborar un plan de manejo de planificación en el desarrollo del turismo antes que la economía se encuentre en un nivel desigualdades donde los empresarios tengan mayores ganancias y la población tenga ingreso económico muy bajo.

Andriotis y Vaughan, (2003). El discernimiento de los residentes sobre el desarrollo de turismo puede ayudar en el desarrollo del turismo en la planificación y identificar los brechas de desarrollo con esta ayuda se podría lograr un turismo sostenible en armonía con al naturaleza y los residentes.

Vega (2011), Es muy necesario conocer el interés de los residente antes de insertar una actividad de turismo, porque ellos van ha percibir los aspectos negativo y positivos de la actividad de turismo.

1.3.4 La participación de la comunidad

Almeida (2008), El mejor recursos de un pueblo para ser insertando con la actividad turístico es su identidad cultural, valores y creencias en la estructura económica basándose en la productividad económica en un proceso de turismo planificado

Asimismo, otras actividades como la agricultura , ganadería, pesca artesanal, y la transformación de agroalimentaria alimenta el desarrollo de turismo, con la llegada de actividad de turismo a una comunidad no va cambiar los costumbres, hábitos de vida y los valores en una comunidad, sino a lo contrario esta actividad de turismo debe desarrollarse en forma de equilibrio entre actividad de

turismo y la actividad propia de la comunidad, con el objetivo de mejorar el ingreso económico de la población y tener una mejor calidad de vida.

1.4. CONCEPTOS FUNDAMENTALES

1.4.1 Áreas Naturales Protegidas

Son espacios continentales y/o marinos del territorio nacional reconocidos, por el estado, debido a la variedad biológicos, asimismo, de sus paisajes y estudios de la flora y fauna de los investigadores.

1.4.2 Actores del Turismo:

Existen tres características de forjadores en el turismo;

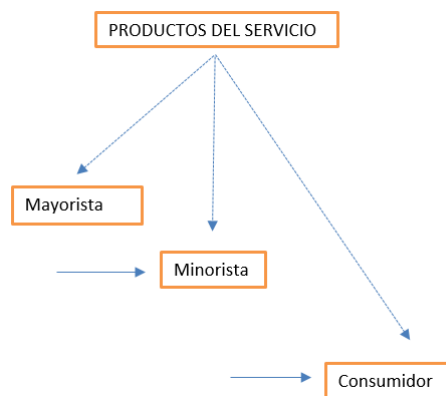
1. los turistas.
2. las empresas de la industria del turismo,
3. entidades públicas y privadas que contribuyen a su desarrollo.

- **Turistas**

Es aquella persona que se dedica a visitar a distintos partes de mundo con el objetivo de conocer sus costumbres, tradiciones hasta forma de vida de cada pueblo o país.

- **Empresas de turismo**

Son institución privadas que dedican en el sector de turismo, con el objetivo de mejorar los servicios al consumidor, generando confianza de acuerdo a la estructura y organizacional de cada empresa.



- **Otras instituciones**

Las instituciones del estado tienen que estar relacionadas con la actividad de turismo y fomentar que el turismo genere grandes ganancias en un sector determinado.

1.4.3 Conciencia Turística.

Valencia (2006), son las actitudes de los residentes de una comunidad frente a sus atractivos y recursos y como lo reciben al visitante o turista.

Torrejon (2005), "Son las costumbres de una población que está enmarcado con la organización cultural, a través de recepción al turista a través de su cobijo en la comunidad.

1.4.4 Actividad Turística

Se clasifican en los siguientes;

Según el tipo de desplazamiento

Al lugar donde el turista va a visitar o el residente que va a visitar a una determinada población.

a) **Turismo receptivo o receptor:** Es aquella persona que viaja a distintas partes del mundo, por lo que su visita genera

movimiento económico, tanto en el empleo y divisas en el lugar que visita.

- b) **Turismo interno o doméstico:** Denominado persona del mismo país que visita a distintas comunidades o provincias.
- c) **Turismo egresivo o emisor:** Son las personas que visitan a un país determinado conforme a sus posibilidades económicas.

A) Según la modalidad

Se divide en dos grupos;

- 1) **Turismo convencional:** Es una actividad organizada en el área de turismo que los agentes ofrecen al turista como viajes, alojamiento y paseos.
- 2) **Turismo no convencional:** Se desarrolla como práctica no tradicional y están conformados por especialidad en los servicios, como canotaje, caminatas y observación de la Fauna y flora, se clasifica de la siguiente manera;

a) **Turismo de aventura:** Que abarca, a su vez, las siguientes clases:

- **Turismo de aventura suave o soft:** Son actividades básicas que comprenden actividades que no conocen esta actividad como son;
 - Caminata
 - Canotaje en aguas de corrientes suaves.
 - Canotaje en aguas de corrientes fuertes.
 - Montañas.
 - Cabalgatas.
- **Turismo de aventura fuerte o hard:** Son actividades que desarrollan aquellas personas que conocen, como las siguientes actividades;
 - Puenting.

- Ala delta.
- Espeleología.
- Canotaje
- Kayac.
- Montañismo en lugares de alto riesgo.
- **Turismo de naturaleza.** Es una actividad de estudio de flora y fauna.
- **El ecoturismo:** Es una de las actividades más importante del turista cuando realiza los siguientes acciones;
 - En lo entorno de la naturaleza.
 - El estudio de Flora y fauna.
 - La biodiversidad.
 - Interés científico en el aspecto biológico y físico de la naturaleza.
- **Turismo rural:** Es una actividad que el turista realiza con relación al campo y al paisaje, donde el turista se aleja de la ciudad para buscar una armonía con la naturaleza.
- **Turismo místico o religioso.** Son actividades que realizar en lo entorno a las fiestas patronales.

B) Según la forma de viaje

Se refiere al turista que viajan solo, o en grupal, así en grupos familiares o amigos de labores.

1.4.5 Destino Turístico

la Organización Mundial del Turismo - OMT (1982), A desinado un plan de “concentración de instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas”. La cantidad de visitas del turista va a depender de la calidad y cantidad de

recursos que exista en un determinado lugar, asimismo cada lugar debe impresionar el imagen de cada pueblo al turista que visita, esta relación debe estar relacionado sostenibilidad de los recursos turísticos que ofrecen.

- Es necesario mantener una imagen positiva, fuerte e impresionar al turista que visita conforme a los elementos que tengamos con el alcance de la naturaleza que ofrece.

1.4.6 Desarrollo Sostenible

El Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente PNUMA (2002), sostiene que al usar los recursos que satisfacen a las necesidades actuales también estos mismos recursos debe satisfacer a las futuras generaciones.

1.4.7 Ecoturismo

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR (2004), define que el turista busca viajar distintas parte del mundo, con la finalidad de apreciar, estudiar los atractivos paisajes y arqueológicos, visitan a zonas naturales, expresiones de cada pueblo, su cultura organizacional, asimismo está destinado a la protección y conservación de la flora y fauna.

The Nature Conservancy.- Define como un área donde se puede disfrutar y apreciar la naturaleza así como las costumbres y tradiciones de cada pueblo.

1.4.8 Impacto que genera el Turismo en el Medio

A) Impacto económico

La industria de turismo es muy compleja debido a misma actividad que se desarrolla y esto incluye a los sectores económicos, porque beneficia al país receptor generando empleos, divisas, el aumento de los ingresos públicos y el fomento de la actividad empresarial.

Esta actividad de turismo genera ganancias exorbitantes al país receptor como el producto Bruto Interno.

Muy a pesar de generar movimiento económico y genera puestos laborales estables con una remuneración bastante aceptable, también motiva que los residente o el país receptor actué como un efecto multiplicador con el objetivo de captar más cantidad de ingreso de turistas y estos sectores tengan una economía estable por lo que se aumentaría la demanda de los servicios y bienes para los mismos pobladores.

- **Tipos de Impacto del desarrollo Económico**

Price water house Coopers S.L (2012) Técnicas de guías cuantificable que están basados en datos estándares, en el cual valoraremos los siguiente;

- 1. Impacto directo:** Se relaciona con la producción y el empleo generados en los países receptores de turismo, asimismo, afecta una organización de eventos o la creación de nueva infraestructura, así como la creación de nuevas normativa que regulen al turismo.
- 2. Impacto indirecto:** Se puede decir aquellas actividades que se benefician con el turismo en forma inversa con los gastos y servicios que ofrecen es necesario que esta actividad genere empleo en los países receptores.
- 3. Impacto inducido:** Se relaciona con los ingresos y servicios que producen los empleados en cada sector ya en forma directa o indirectamente con la inversión y el gasto.

Para medir estos impactos es necesario conocer los aspectos económicos, sociales, ambientales, normativa, y la biodiversidad para que puedan tenerse en cuenta esta variable de estudio.

B) Impacto sociocultural

MINCETUR (2004), Una calidad de servicio al turista es ofrecerles todas las atracciones (arqueología, costumbres, tradiciones) sino también debe implementarse en la infraestructura y los servicios adecuados. Cada turista que llega a un país receptor o una comunidad tiene la prioridad en el aspecto sanitario porque está relacionado con la salud si es que existe una adecuada atención tendrá la oportunidad de actuar como fenómeno de efecto multiplicador, para eso cada autoridad debe mejorar su cultura organizacional cumpliendo con los servicios de recojo de basura, las calles limpias, todas las organizaciones ordenadas, entidades financieras al alcance y la comunicación.

Asimismo el turista le suele interesar conocer su (cultura, costumbres y tradiciones) de los residentes, al interactuar el visitante con el residente favorecen los impactos positivos de intercambio cultural en la cual ambos quedan satisfechos.

C) Impacto medioambiental

MINCETUR (2004), La contaminación ambiental es uno de los problemas que los residentes deben superar con la depredación, reforestación, el turista que visita debe revalorizar la fauna y flora que ofrecen los residentes. Por consiguiente, las autoridades Nacional, Provincial y Local deben desarrollarse programas de recuperación de bosques perdidos con la finalidad de dinamizar la economía local y nacional.

Los residentes al tener visitas o turistas deben tener una responsabilidad de cuidar los parques naturales conservando su flora, fauna, zonas arqueológicas, los paisajes, que ofrecen la

misma naturaleza, incluso debe crear programas de conservación de animales de extinción con la finalidad salvaguardar la especie de animales y los insectos que existen en distintas partes del mundo.

Una que afecta al turismo es el crecimiento de la industrial en el cual proporciona la contaminación ambiental, como son (refinerías, relaves de los mineros, etc.) asimismo, el crecimiento de adquisición de parque automotor y la contaminación acústico que rompe el equilibrio con la naturaleza.

Por eso a través del turismo se debe buscar programas de conservación y protección del medio ambiente para no tener impactos negativos con la actividad turística.

1.4.9 Mercado Turístico

MINCETUR, Es una institución que regula los servicios turísticos ofreciendo ofertas y demandas de los servicios.

El mercado turístico se encuentra conformado por:

1. La oferta turística.
2. La demanda turística.
3. Los operadores turísticos.

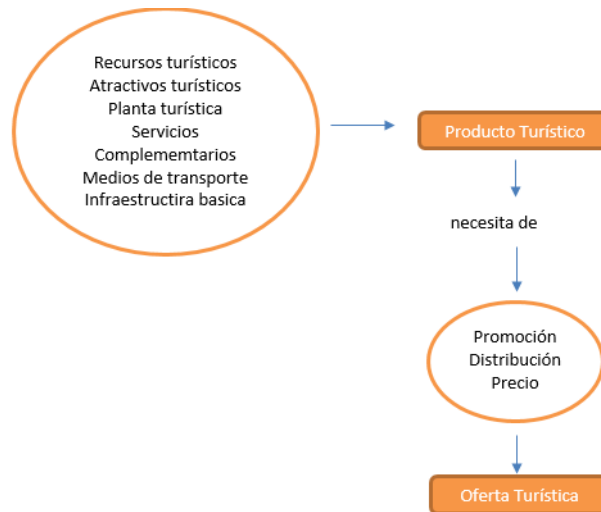
1. La oferta turística

Son ofertas que se ofrecen a los consumidores creando programas de producto turístico conforme al entorno o lugar que ofrecen en los paquetes turísticos, estos programas lo realizan los operadores turístico de acuerdo a la oferta y demanda.

Cada paquete turístico tiene sus propias características de acuerdo al servicio que ofrecen los operadores turísticos.

La oferta está direccionado al sector privado a los visitantes que diariamente llegan con los operadores turísticos ofrecen

infraestructura, los recursos naturales y el entorno que los rodean que están protegidos por normativas dentro de un país.



1.1. Producto Turístico

Viene a ser los bienes y servicios que ofrecen al consumidor para un destino fijo o localidad.

Éste está compuesto por:

- a) Los recursos turísticos.
- b) Los atractivos turísticos.
- c) La planta turística.
- d) Los servicios complementarios.
- e) Los medios de transporte.
- f) La infraestructura básica.

a) Los recursos turísticos

Son los que se ofrece al consumidor (zonas arqueológicas, culturales, costumbres) de acuerdo a la decisión de destino determinado. Por lo general estas categorías esta organizados de la siguiente manera;

Sitios naturales; Son aquellos que no ha intervenido la mano del hombre son lugares de forma natural por lo que constituye un atractivo turístico entre los cuales se clasifican en;

- **Manifestaciones culturales;** Son aquellos atractivos dejados por antepasados en una región, país, o pueblo como son (arqueológicos, lugares históricos, atractivos netamente naturales, lagunas, montañas, etc.) con desarrollo del tiempo se van quedándose como atractivos turísticos donde el Estado debe preocuparse en conservar esa riqueza dejados por ancestrales.

- **Folclore;** son instrumentos únicos que ofrecen los residentes al turismo entre los cuales están (tradiciones, costumbres, leyendas, mitos, bailes, gastronomía) que son propios de cada país ofertante.

- **Realizaciones técnicas científicas y artísticas contemporáneas;** Son herramientas o obras teatrales que ofrecen al turista (cultura, tecnología, y civilización) que son propios de cada país por lo que es muy importante ofrecer al turismo.

- **Acontecimientos programados;** Denominado programas o eventos organizados por los propios residentes con la finalidad de atraer turistas y tener un movimiento económico entre el turismo y los residentes.

b) Los atractivos turísticos

Son haciendas turísticas que están expeditas para visitar y disfrutar por el turista, a través de los medios de transporte llegan a los lugares turísticos atractivos.

c) La planta turística

Es el conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan servicio al turismo y fueron creados para este fin. Estos se clasifican en:

- **Alojamiento.** Se fraccionan en hoteles, extrahoteles y son los siguientes;
 - **Hoteles;** Estos establecimiento se clasifica de uno a cinco estrellas de acuerdo a la ubicación de país, en el cual ofrecen alojamiento, alimentación, congresos o eventos de acuerdo al pedido del consumidor, en nuestro Perú los hoteles de cinco estrellas son las ofrecen mejores servicios al turista nacional e internacional.
 - **Hoteles-apartamento;** Por sus características ofrecen todo tipo de servicios incluido y esta equipados con instalaciones, equipamiento para la consumo de alimentos fríos y calientes. Y esta clasificados de uno a tres estrellas.
 - **Moteles;** Este servicios se encuentran en la carreteras consta con alojamiento y garaje propio. En el Perú no existe moteles de clasificación.
 - **Hostal o pensión;** Son servicios que cumple funciones de alojamiento pero no alcanzan las condiciones de hoteles.
 - **Ecolodge;** Son servicio ofrecidos en espacios naturales y esta relacionado con la naturaleza y el medio ambiente.
 - **Albergue;** Son hospedaje pequeños que ofrecen servicio de alojamiento a turista nacionales e internacionales.

Los extra hoteleros se clasifican en;

- **Campamentos;** Son inclusivamente para usos privado que cuentan con los servicios de (sanitarios, lavado de ropa, y zonas recreativas)
 - **Casa de alojamiento;** se ofrecen cuando existe demanda de turismo, solo existe en temporadas altas de demanda de turistas nacionales y internacionales que visita a distinta partes del mundo.
 - **Casas rurales;** Son casas inclusivamente creadas en las comunidades alto andinas para recepcionar al turista que visita.
- **Restaurantes.** Son aquellos residencias que vende alimentos y bebidas al publico presente. En el Perú se clasifican en categorías de uno a cinco tenedor estos restaurantes cuentan con instalaciones, equipamientos para la conservación de los alimentos conforme a la normativa de restaurantes en el Perú.

Categoría genética	Categorización específica
Primera categoría	5 tenedores
	4 tenedores
Segunda categoría	3 tenedores
	2 tenedores
Tercera categoría	1 tenedor

Los servicios de comidas y bebidas brindadas en los comedores de los establecimientos de hospedaje

tanto a sus huéspedes como al público en general, ostentan la misma categoría que tiene asignada el establecimiento de hospedaje.

d) Servicios complementarios

Son los servicios requeridos o empleados por los turistas que no dependen del sector turismo, tales como:

- Sistema bancario.
- Servicios de transporte diversos.
- Servicios de salud.
- Cabinas de internet.
- Comercio en general.
- Otros (policía, bomberos, etc.).

e) Los medios de transporte

Son medios de transporte que se ofrece al viajero al destino que ha decidido. Se clasifican en:

- Transporte terrestre.
- Transporte acuático.
- Transporte aéreo.

f) La infraestructura básica

Son aquellos servicios y obras que generan el desarrollo de un país, por lo que es necesario impulsar este servicio de turismo.

- **Rutas de acceso.** Se puede realizar por terrestre, aérea, lacustre, marítima, redes viales, aeropuertos, terminales, etc.
- **Comunicaciones.** Son los servicios de teléfono, correo, telégrafo, internet, correo electrónico, etc.

Equipamiento urbano. Los servicios agua, desagüe, alcantarillado y energía eléctrica.

2. Demanda Turística

constituyen los visitantes que desean acceder a los diversos servicios que conforman la actividad turística.

La demanda turística, como en todo mercado, se divide en:

- Demanda turística potencial: Es aquel grupo de personas que tiene todas las características necesarias para consumir o comprar un servicio o producto turístico, pero aún no lo han consumido o comprado.
- Demanda turística actual o real: Es aquel grupo de personas que consumen o compran un servicio o producto turístico.

2.1. Tipología de la demanda

a) Los viajeros

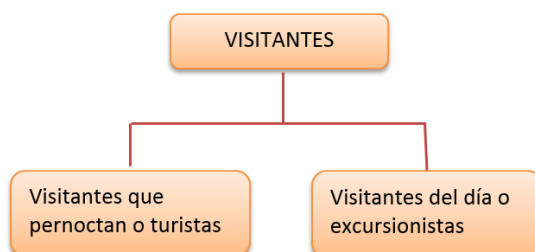
Son aquellas personas que se trasladan de un lugar a otro con el objetivo de conocer, fuera de su residencia, pero algunas personas no se trasladan de su residencia por lo que no son considerados en datos estadísticos de turismo, a estas personas que no viajan se clasifican en lo siguiente;

- Trabajadores fronterizos.
- Inmigrantes temporales.
- Inmigrantes permanentes.
- Nómadas.
- Pasajeros en tránsito (que no abandonan el área de tránsito del aeropuerto o puerto, incluido el traslado entre aeropuertos o puertos).
- Emigrantes.
- Miembros de las fuerzas armadas.
- Diplomáticos.

- Representantes consulares (cuando se desplazan de sus países de origen hacia los países donde realizarán sus funciones).

b) Los visitantes

Son aquellas personas que se dedican a viajar y se dividen en dos partes;



- **Visitante que pernocta o turista:** Son los consumidores o visitante que pernoctan por lo menos una noche en distintas partes del país. Dentro de este tipo de visitantes tenemos:
 - No residentes.
 - Visitantes extranjeros que radican en un determinado lugar.
- **Visitante del día o excursionista:** Son inclusivamente para las personas no duermen en un hospedaje, tienen su propio buque, o carros en forma de casa, estos turistas solo de día visitan a distintas partes recreativas, o arqueológicas que ofrecen el residente y luego del término del día retornan a pernoctar a crucero o buque: Este tipo de visitantes se clasifica en:
 - Pasajeros.
 - Tripulación no residente en el país visitado y que permanece en él durante el día.
 - Viajero del día.

Las razones para visitar a distintas partes del mundo son;

- Recreo, distracción y festividades.
- Entrevistas.
- Servicios y asuntos profesionales (periodista).
- Tratamientos médicos.
- Asuntos religiosos.

3. Operadores Turísticos

Son instituciones que ofrecen viajes a los turistas por distintos medios como son (internet, correo, Facebook, Instagram y otros) asimismo, ofrecen todo tipo de asesoramiento al turista entre los cuales están (venta de boletas, información del lugares de visita, así como la forma de viajar ya sea en ferroviaria, aéreos, terrestre y otros) todo esta organizacional lo denominaremos paquetes turísticos.

1.4.10 El Paquete Turístico

- a) El itinerario.** Son información o mapeos de lugares a visitar durante la permanencia del turista que están programas las horas de la llegada y salida a distintas partes o destino elegido por turista, esta información se da antes de partir para que el turista tenga el conocimiento del lugar que va a visitar esta información se ilustra gráficamente o través de mapas.
- b) El circuito turístico.** Son las rutas que se ofrecen al turista desde el punto de vista atractivo, cultural, arqueológico, ecoturismo y otros.
- c) Programa turístico.** Son las que se ofrecen al turista en forma detalla para que realiza sus actividades el horario de salida y retorno y alguna parte que visita existe relatos o actividades que desarrollan los residentes este servicio incluye en los precios, asimismo, este programa es estricto cumplimiento por el

consumidor tiene el derecho de reclamar por el incumplimiento del contrato, son servicio turístico específicos y de calidad donde el visitante se sienta satisfecho con el servicio que se ofreció.

1.4.11 Turismo

MINCETUR (2004), Es considerado como la acción de viajar por placer, pero no todas las personas perciben este concepto sino que cada visitante tiene los objetivos (estudios, negocios, conocer, culturas y otros)

La Organización Mundial del Turismo (OMT).- Define como una actividad que desarrolla el visitante a distintas partes del país o fuera de su residencia estos viajes lo realizan durante una vez al año, esta actividad lo realiza el turista en forma particular de empleo o buscar recreación.

Gastón.- Define al turismo como una actividad de traslado o viajar en forma temporal a distintas partes de mundo fuera de su residencia habitual sin unir al mercado laboral que visite los recursos gastados son adquiridos del lugar donde proviene el turista.

Gurría (2001), "Define como un fenómeno de trasladarse en forma libre y voluntario fuera de su residencia ya sea en grupos o individuales con el objeto de descanso, ocio, divisas, conocer otras culturas que no se encuentra en su residencia habitual.

Este desplazamiento no genera ningún tipo de actividad ni remunerada solo se busca la interrelación entre el viajero y los residentes generando movimiento económico y cultura.

CAPITULO II: MÉTODOS Y MATERIALES

2.1 DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA

2.1.1 Diseño de la Investigación

El presente estudio es de tipo descriptivo correlacional de corte transversal

2.1.2 Instrumentos

Como herramienta de medición se aplicó 382 encuestas, los puntos donde se tomaron las muestras fueron en lugares estratégicos de la ciudad como: Mercados (Mercado Modelo, Mercado José Aldamiz), Puertos (Puerto Capitanía, Puerto Tambopata), y otros puntos como el Boulevard, Plaza de armas e Iglesias.

2.2 MATERIALES, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS

2.2.1 Materiales

- Lapicero
- Lápices
- Libreta de apuntes
- Papel bond
- Tajadores
- Borrador
- Cartuchos para impresora
- Mochilas
- Gorras
- Tableros

2.2.2 Equipos

- Laptop de edición Sony Vaio VGN – AW120J
- Impresora
- Cámara fotográfica profesional equipada (lentes gran angular, macro y zoom, rebotadores de luz, reflector, flash profesional, filtros varios, baterías, cargador, pilas AA, disparador Nikon, memorias Flash Card, etc.)
- Adobe Reader 2009, Nero.

CAPITULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

La investigación tuvo por finalidad identificar el grado de conocimientos y beneficios que genera la actividad turística en los pobladores de Puerto Maldonado – Madre de Dios.

Ámbito de Estudio	Puntos de Encuestas	Población Muestra
Ciudad de Puerto Maldonado	Plaza de Armas Mercados (Mercado Modelo, Mercado Aldamiz, Mercado 3 de mayo). Boulevard – Plaza de Armas	382
TOTAL		382

Fuente: elaboración propia

3.2 RESULTADO DE ENCUESTAS APLICADAS

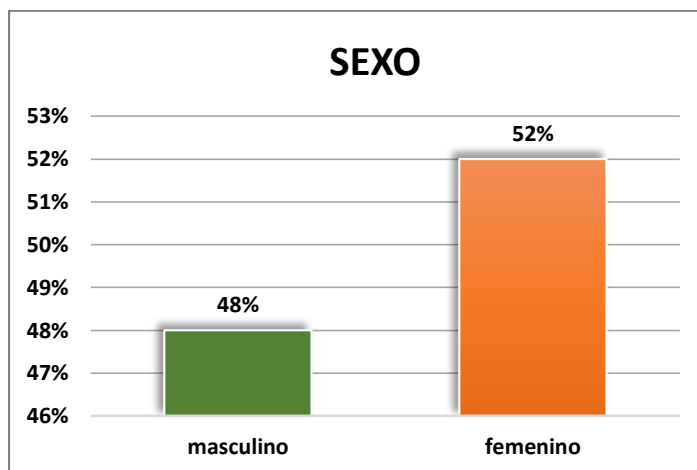
I. GENERALIDADES

a) Género

Sexo		
Variables	Sub total	Porcentaje
Masculino	183	48%
Femenino	199	52%
TOTAL	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica.



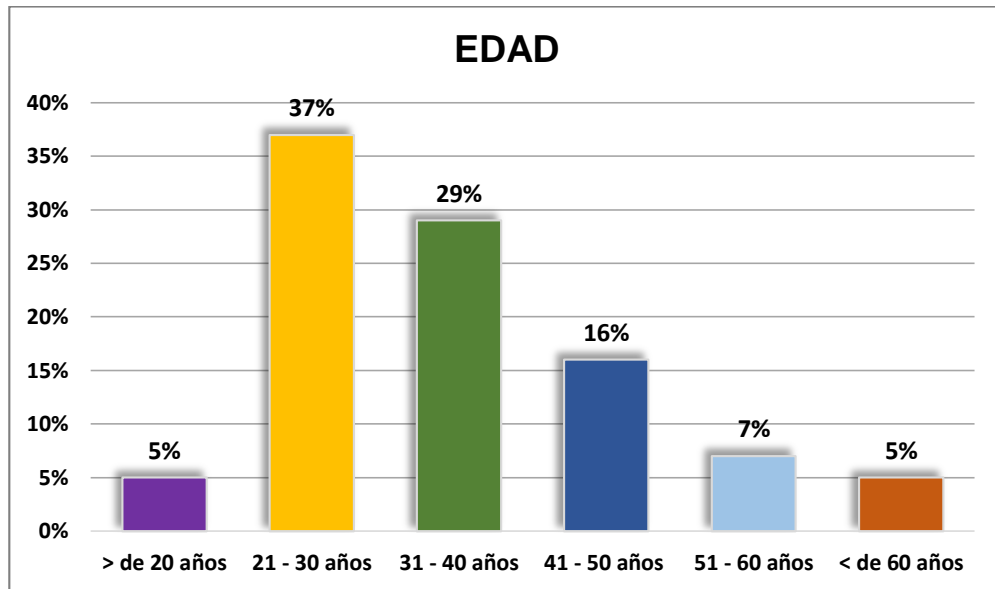
Según la tabla de valores se aprecia que la mayor población encuestada es de género femenino representado por el 52% ante el 48% de género masculino.

b) Edad

Edad		
Rango de edad	Promedio	Porcentaje
> de 20 años	18	5%
21 - 30 años	143	37%
31 - 40 años	110	29%
41 - 50 años	62	16%
51 - 60 años	28	7%
< de 60 años	21	5%
Total	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica.



Según la tabla se observa que el rango de edad predominante es de 21 a 31 años con el 37%, otro de los valores abarca entre 31 a 40 años con un 29%, mientras que un 5% agrupa a menores de 20 años y mayores a 60 años.

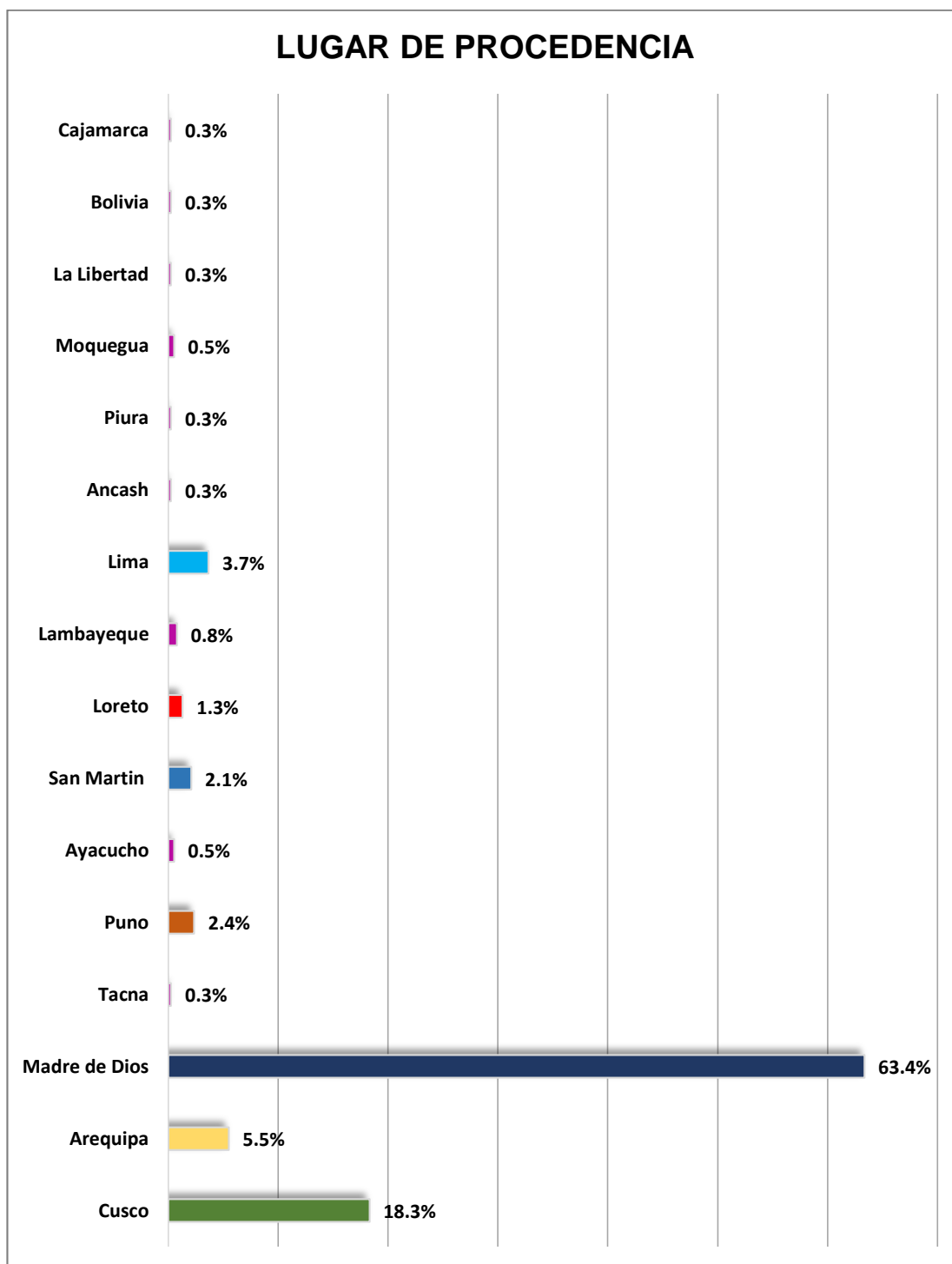
c) Lugar de Procedencia

LUGAR DE PROCEDENCIA		
Procedencia	Promedio	Porcentaje
Cusco	70	18.3%
Arequipa	21	5.5%
Madre de Dios	242	63.4%
Tacna	1	0.3%
Puno	9	2.4%
Ayacucho	2	0.5%
San Martín	8	2.1%
Loreto	5	1.3%
Lambayeque	3	0.8%

Lima	14	3.7%
Ancash	1	0.3%
Piura	1	0.3%
Moquegua	2	0.5%
La Libertad	1	0.3%
Bolivia	1	0.3%
Cajamarca	1	0.3%
Total	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica.



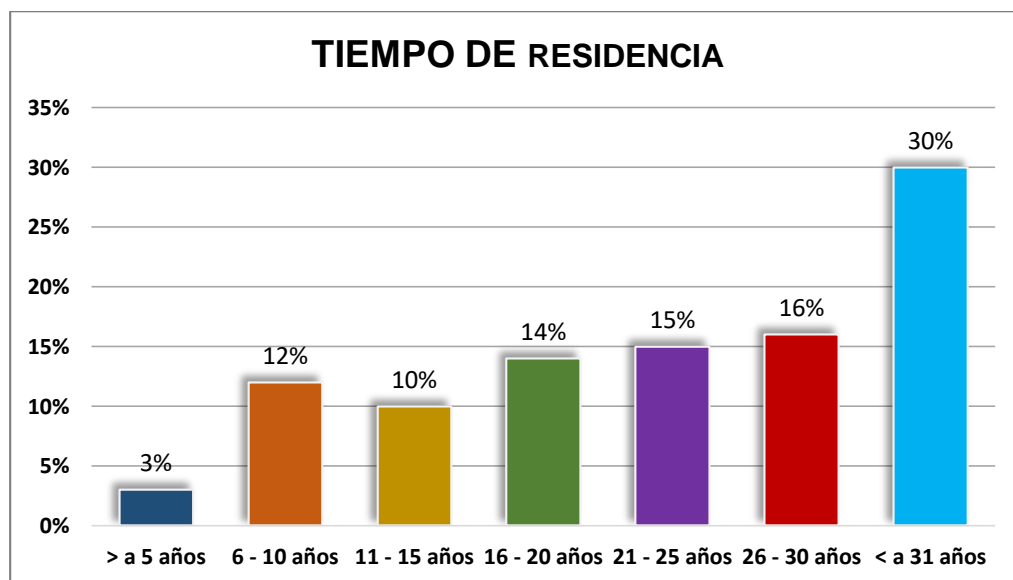
Se observa que la mayor población encuestada es natural de los distritos y provincias de **Madre de Dios** con el 63%, seguido por los procedentes de la región **Cusco** con el 18%, el restante e inferiores al 4% provienen de la parte norte y sur del país.

d) Tiempo de Residencia

Tiempo de residencia		
Variabes	Promedio	Porcentaje
> a 5 años	12	3%
6 - 10 años	46	12%
11 - 15 años	37	10%
16 - 20 años	54	14%
21 - 25 años	59	15%
26 - 30 años	61	16%
< a 31 años	113	30%
Total	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica.



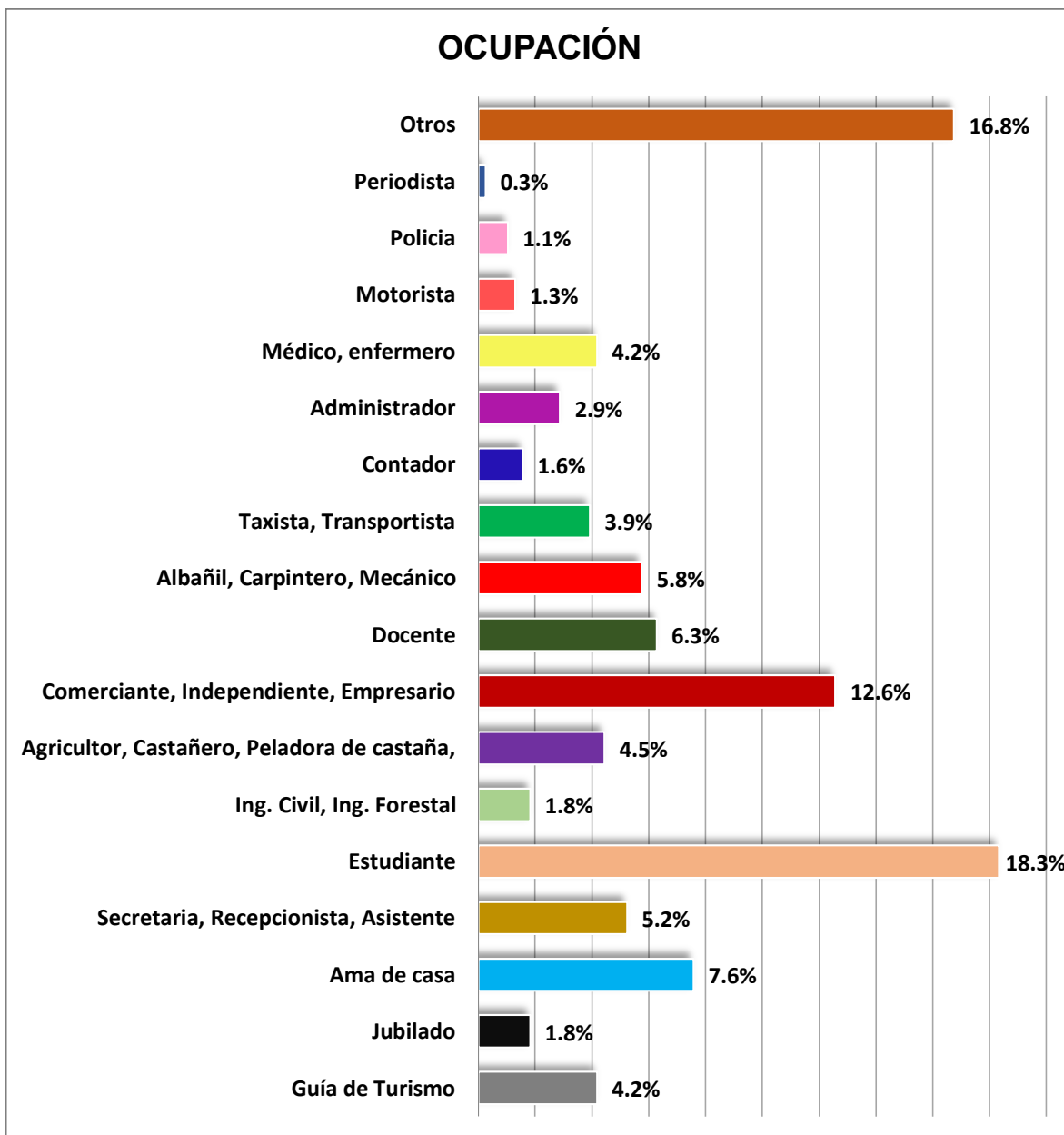
Según las variables proporcionadas se concluye que el tiempo de residencia en Madre de Dios **supera los 31 años**, representado por el 30% de la población encuestada, es importante mencionar que los encuestados superan los 6 años de residencia en el departamento.

e) Ocupación

Ocupación		
Variables	Promedio	Porcentaje
Guía de Turismo	16	4.2%
Jubilado	7	1.8%
Ama de casa	29	7.6%
Secretaria, Recepcionista, Asistente	20	5.2%
Estudiante	70	18.3%
Ing. Civil, Ing. Forestal	7	1.8%
Agricultor, Castañoero, Peladora de castaña,	17	4.5%
Comerciante, Independiente, Empresario	48	12.6%
Docente	24	6.3%
Albañil, Carpintero, Mecánico	22	5.8%
Taxista, Transportista	15	3.9%
Contador	6	1.6%
Administrador	11	2.9%
Médico, enfermero	16	4.2%
Motorista	5	1.3%
Policía	4	1.1%
Periodista	1	0.3%
Otros	64	16.8%
Total	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica.



En el cuadro se observar que la mayoría de la población encuestada son **profesionales**, también existe un 18% que están en preparación profesional.

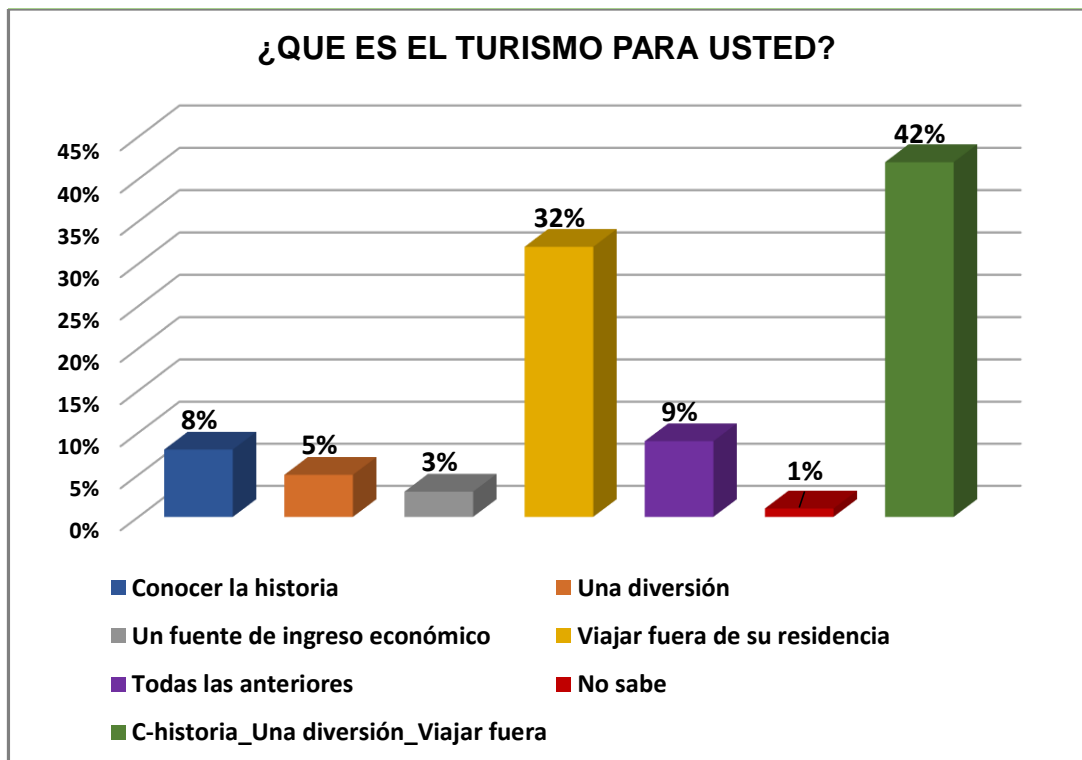
II. CONOCIMIENTOS SOBRE EL TURISMO

Pregunta N° 01

¿Qué es el turismo para Usted?		
Variables	Promedio	Porcentaje
Conocer la historia	29	8%
Una diversión	20	5%
Un fuente de ingreso económico	10	3%
Viajar fuera de su residencia	121	32%
Todas las anteriores	35	9%
No sabe	5	1%
Conocer la historia_Una diversión_Viajar fuera de su residencia	162	42%
TOTAL	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica de pregunta N° 01



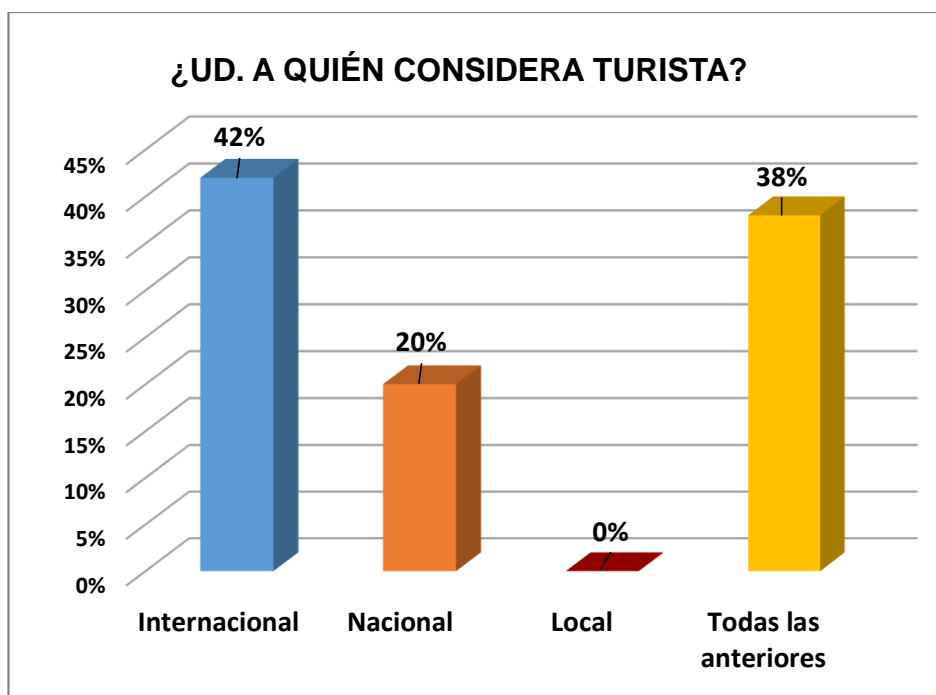
Según el gráfico se observa que el 58% de los encuestados consideran que el turismo es **conocer la historia, una diversión y/o pasatiempo y viajar fuera de su residencia**, sin embargo un 32% de encuestados indican que solo es **viajar fuera de su residencia**, así como un 1% que señalan **no saber** que es turismo.

Pregunta N° 02

¿Usted a quién considera turista?		
Variables	Promedio	Porcentaje
Internacional	161	42%
Nacional	5	1%
Local	0	0%
Todas las anteriores	145	38%
Internacional_ Nacional	71	19%
TOTAL	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica de pregunta N° 02



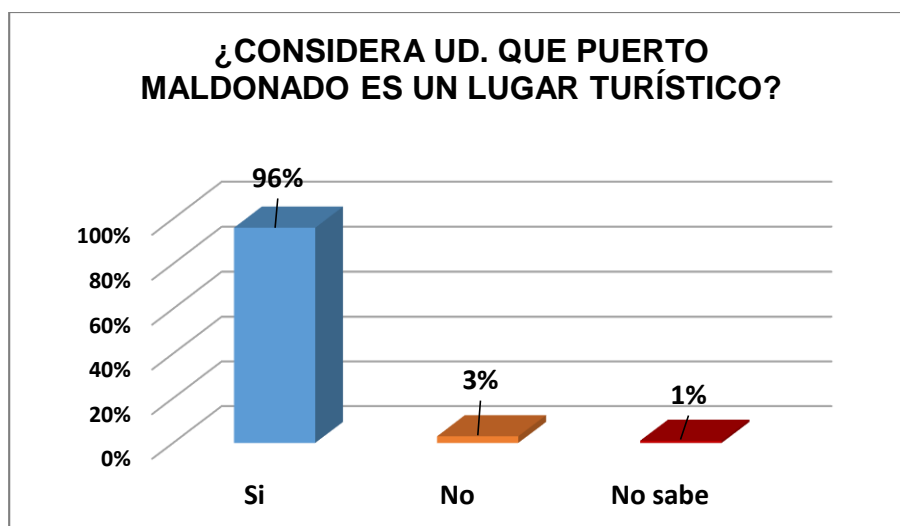
De la población encuestada el 42% considera turista al **extranjero**, así como un 38% considera turista al **extranjero, nacional y local**, tal como se puede observar en el gráfico.

Pregunta N° 03

¿Considera Usted que Puerto Maldonado es un lugar turístico?		
Variables	Promedio	Porcentaje
Si	367	96%
No	10	3%
No sabe	5	1%
TOTAL	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica de pregunta N° 03



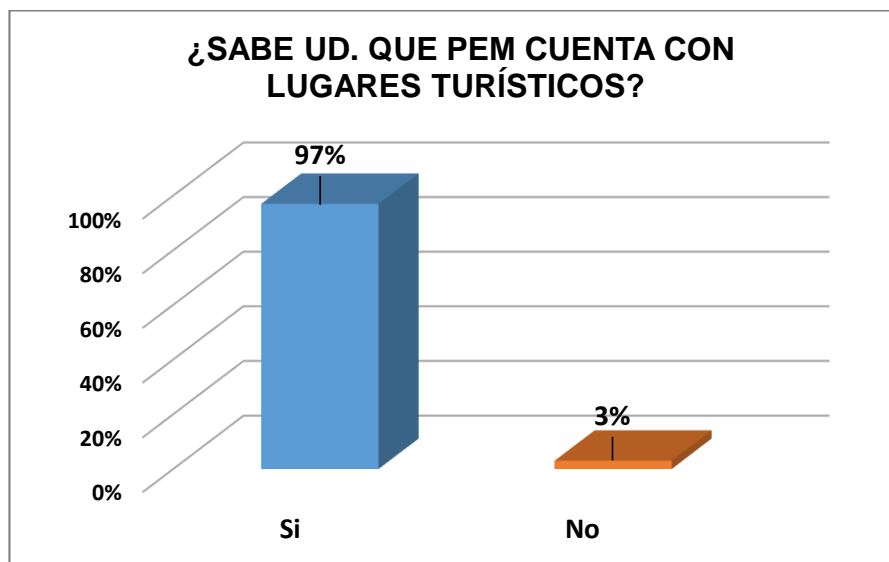
El gráfico representa que el 96 % de la población encuestada consideran que **SI** es una ciudad turística, en comparación con un 3% que manifiestan que **NO** es una ciudad turística.

Pregunta N° 04

¿Sabe Usted que Puerto Maldonado cuenta con lugares turísticos?		
Variables	Promedio	Porcentaje
Si	370	97%
No	12	3%
TOTAL	382	100%

Fuente: Elaboración Propia

Representación gráfica de pregunta N° 04



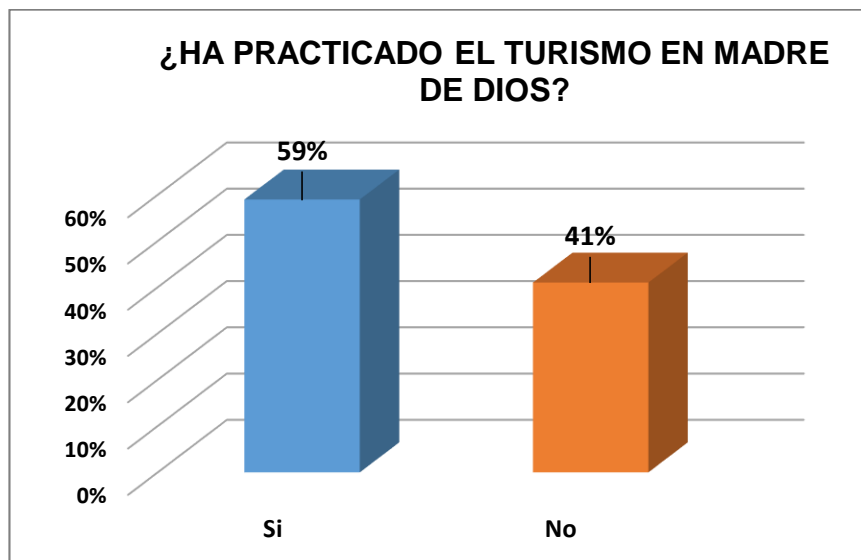
El gráfico representa que el 97% de los encuestados **tienen conocimientos** que en Puerto Maldonado existen lugares turísticos, y el 3% **desconoce** de lugares turísticos en la ciudad.

Pregunta N° 05

¿Ha practicado el turismo en Madre de Dios?		
Variables	Promedio	Porcentaje
Si	225	59%
No	157	41%
TOTAL	382	100%

Fuente: Elaboración Propia

Representación gráfica de pregunta N° 05



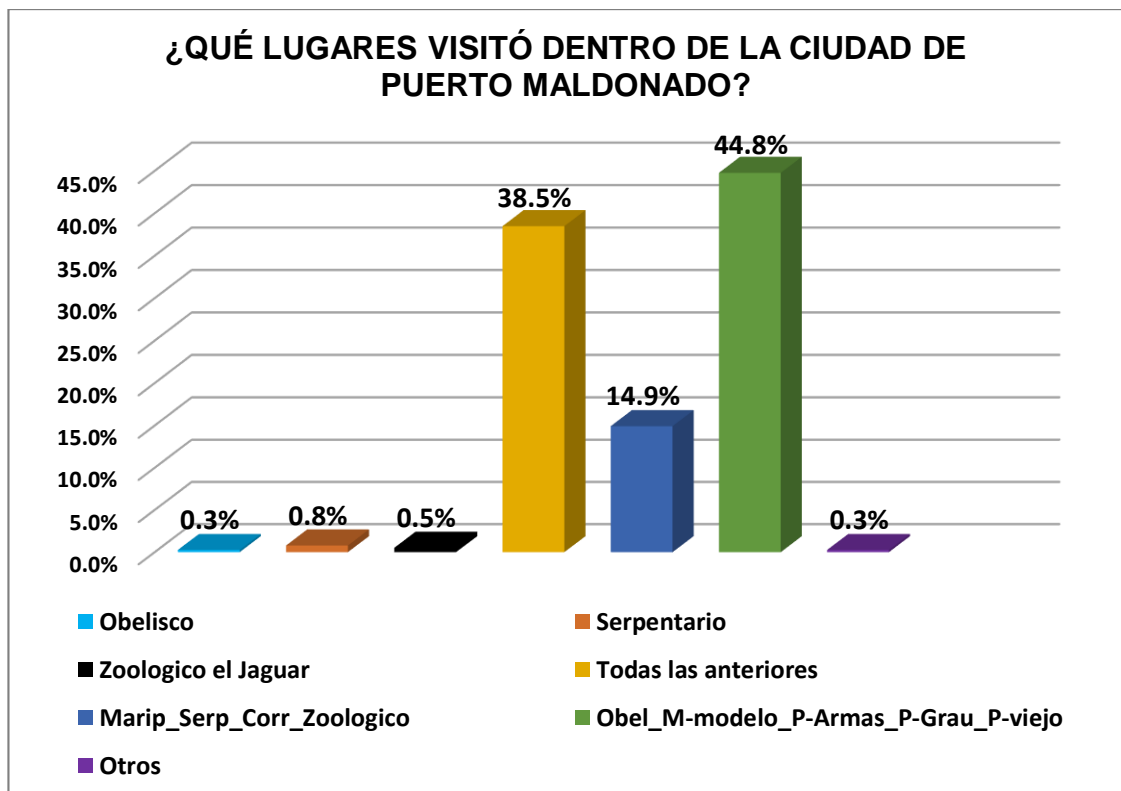
Según el gráfico se observa que el 59% **SI** ha practicado el turismo, mientras que el 41% señala **NO** haber practicado el turismo en la ciudad.

Pregunta N° 06

¿Qué lugares visitó dentro de la ciudad de Puerto Maldonado?		
Variables	Promedio	Porcentaje
Obelisco	1	0.3%
Serpentario	3	0.8%
Zoológico el Jaguar	2	0.5%
Otros	1	0.3%
Todas las anteriores	147	38.5%
Obelisco_M-modelo_P-Armas_P-Grau_P-viejo	171	44.8%
Mariposario_Serpentario_Corredor Ttico_Zoologico	57	14.9%
TOTAL	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica de pregunta N° 06



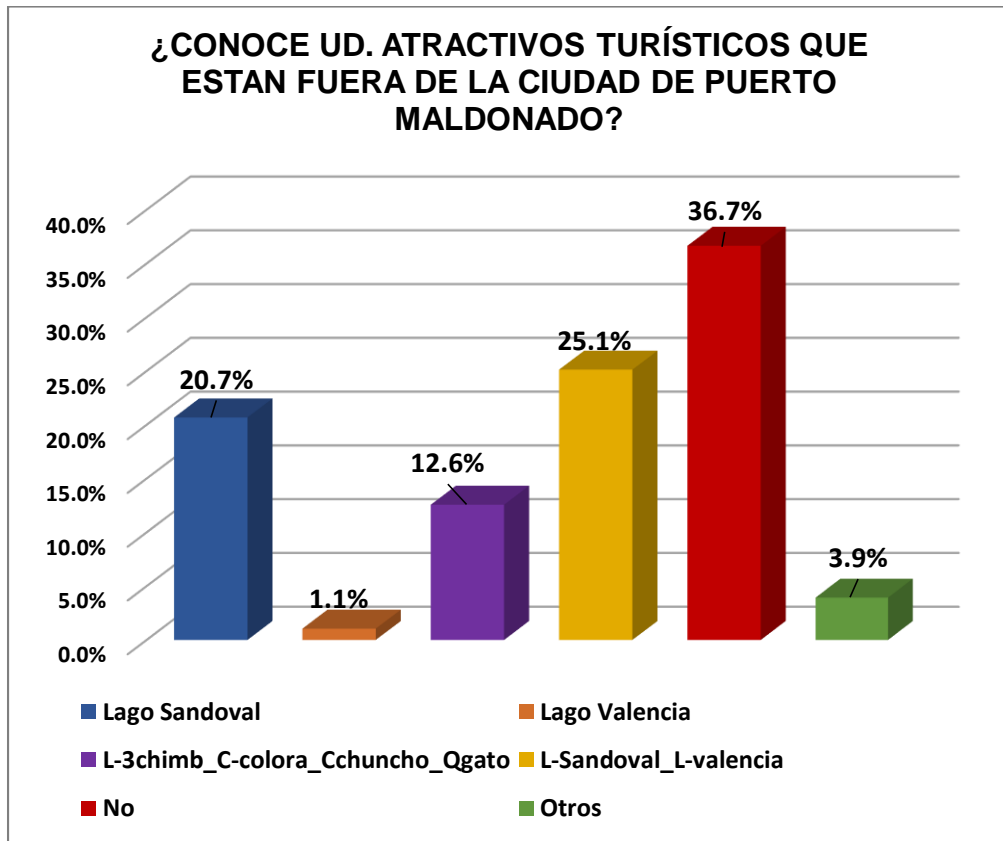
Según el gráfico la población encuestada menciona conocer lugares turísticos, resaltando al **Obelisco, Plaza de Armas, Plaza Grau y Pueblo Viejo** con un 45%, y por último un 16.2% indican conocer el **Mariposario, Serpentario, Corredor Turístico y Zoológico el Jaguar**.

Pregunta 07

¿Conoce Usted atractivos turísticos que están fuera de la ciudad de Puerto Maldonado?		
Variables	Promedio	Porcentaje
Lago Sandoval	79	21%
Lago Valencia	4	1%
Otros	15	4%
No	140	37%
L-Sandoval_L-valencia	96	25%
Lago tres chimbadas_Collpa colorado_Collpa chuncho_Q. gato	48	13%
TOTAL	382	100%

Fuente: Elaboración Propia

Representación gráfica de pregunta N° 07



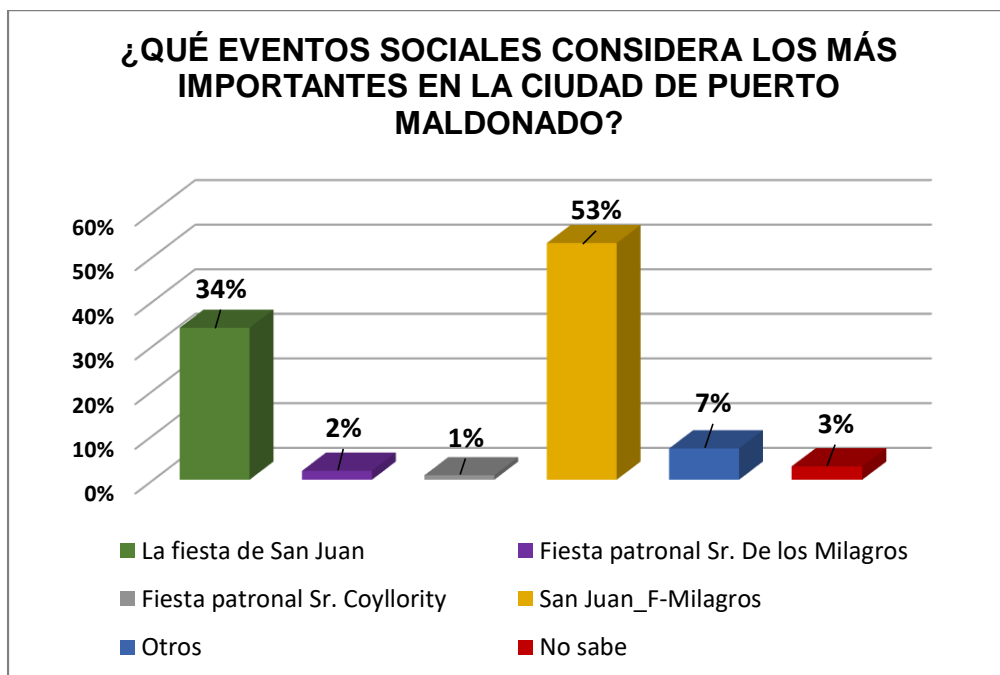
En el cuadro se observa que un 47% de encuestados conoce y visitó el **Lago Sandoval**, también observamos que un 13% conoce **Lago tres Chimbadas, Quebrada el Gato, Collpa Chuncho, Collpa Colorado**; por ultimo un 37% indica **NO** conocer ningún atractivo fuera de la Ciudad de Puerto Maldonado.

Pregunta N° 08

¿Qué eventos sociales considera los más importantes en la ciudad de Puerto Maldonado?		
VARIABLES	PROMEDIO	PORCENTAJE
La fiesta de San Juan	130	34%
Fiesta patronal Sr. De los Milagros	7	2%
Fiesta patronal Sr. Coyllority	5	1%
Otros	25	7%
No sabe	12	3%
San Juan_F-Milagros	203	53%
TOTAL	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica de pregunta N° 08



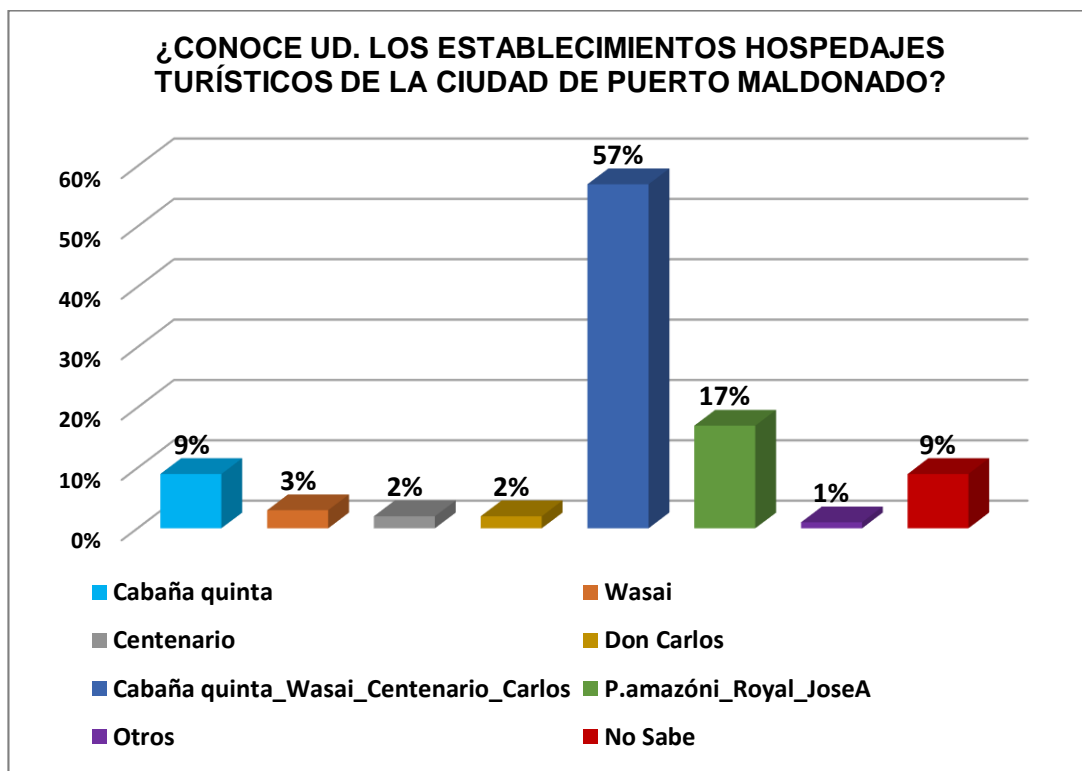
En el cuadro se puede observar que un 53% de la población encuestada considera importante a la **Fiesta de San Juan y la Fiesta del Sr. De los milagros**, así mismo un 34% de encuestados consideran importante solo a la fiesta de San Juan, un 7% de población considera a los carnavales y aniversario de la Ciudad de Puerto Maldonado como eventos resaltantes en la ciudad y por ultimo un 3% de pobladores **NO** considera importante a ningún evento.

Pregunta N° 09

¿Conoce Usted los establecimientos de hospedajes turísticos de la ciudad de Puerto Maldonado?		
Variables	Promedio	Porcentaje
Cabaña quinta	36	9%
Wasai	12	3%
Centenario	6	2%
Don Carlos	6	2%
No Sabe	33	9%
Otros	4	1%
Cabaña quinta_Wasai_Centenario_Carlos	219	57%
P.amazóni_Royal_JoseA	66	17%
TOTAL	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica de pregunta N° 09



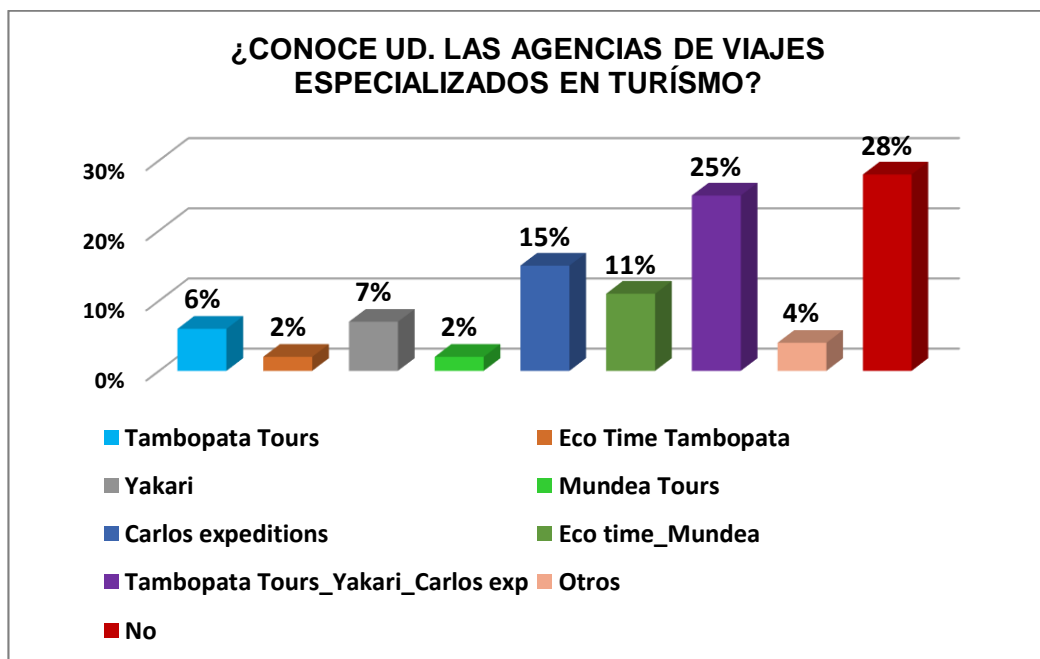
En el cuadro se observa que el 57% de encuestados mencionan como establecimiento de hospedaje a **Cabaña quinta, Wasai, Centenario, Don Carlos**, el 9% de encuestados menciona solo a **cabaña quinta** como establecimiento de hospedaje turístico, así mismo un 17% de encuestados menciona como establecimiento de hospedaje a **Puerto Amazónico, Royal Inn, Jose Antonio Inn**; y por último un 9% de encuestados menciona **NO** conocer establecimientos de hospedajes turísticos.

Pregunta N° 10

¿Conoce Usted las agencias de viajes especializados en turismo?		
Variables	Promedio	Porcentaje
Tambopata Tours	24	6%
Eco Time Tambopata	6	2%
Yakari	27	7%
Mundea Tours	8	2%
Carlos expeditions	59	15%
Otros	15	4%
No	106	28%
Tambopata Tours_Yakari_Carlos exp	94	25%
Eco time_Mundea	43	11%
TOTAL	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica de pregunta N° 10



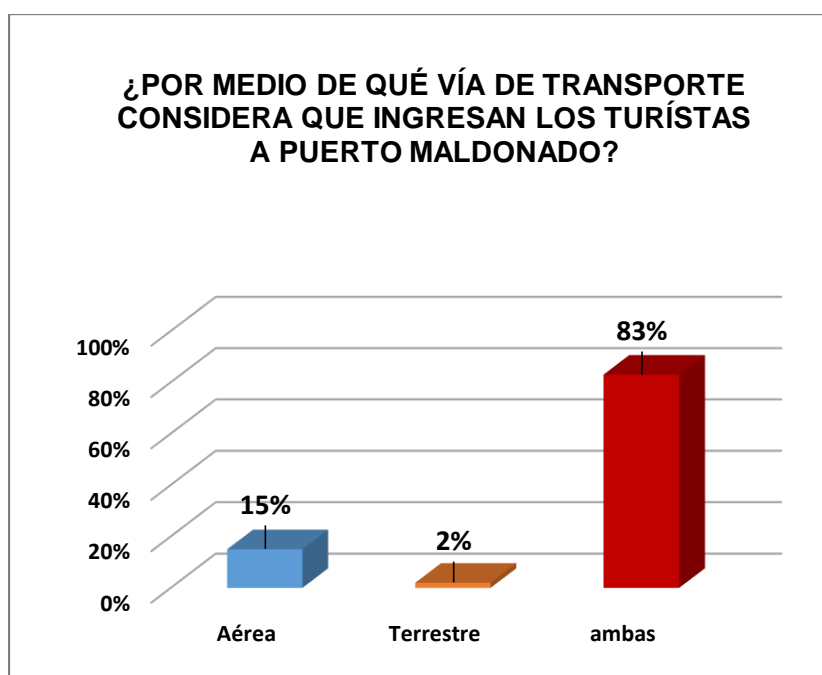
En el cuadro se puede observar que un 25% de encuestados menciona como agencia de viajes a **Tambopata Tours, Yakari, Carlos Expeditions**, así mismo un 15% resalta solo como agencia de viaje a **Carlos Expeditions**, y el 11% menciona a **Eco-time Tambopata y Mundeia Tours**, por ultimo un 28% de encuestados dice **NO** conocer.

Pregunta N° 11

¿Por medio de qué vía de transporte considera que ingresan los turistas a Puerto Maldonado?		
Variables	Promedio	Porcentaje
Aérea	58	15%
Terrestre	7	2%
Ambas	317	83%
TOTAL	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica de pregunta N° 11



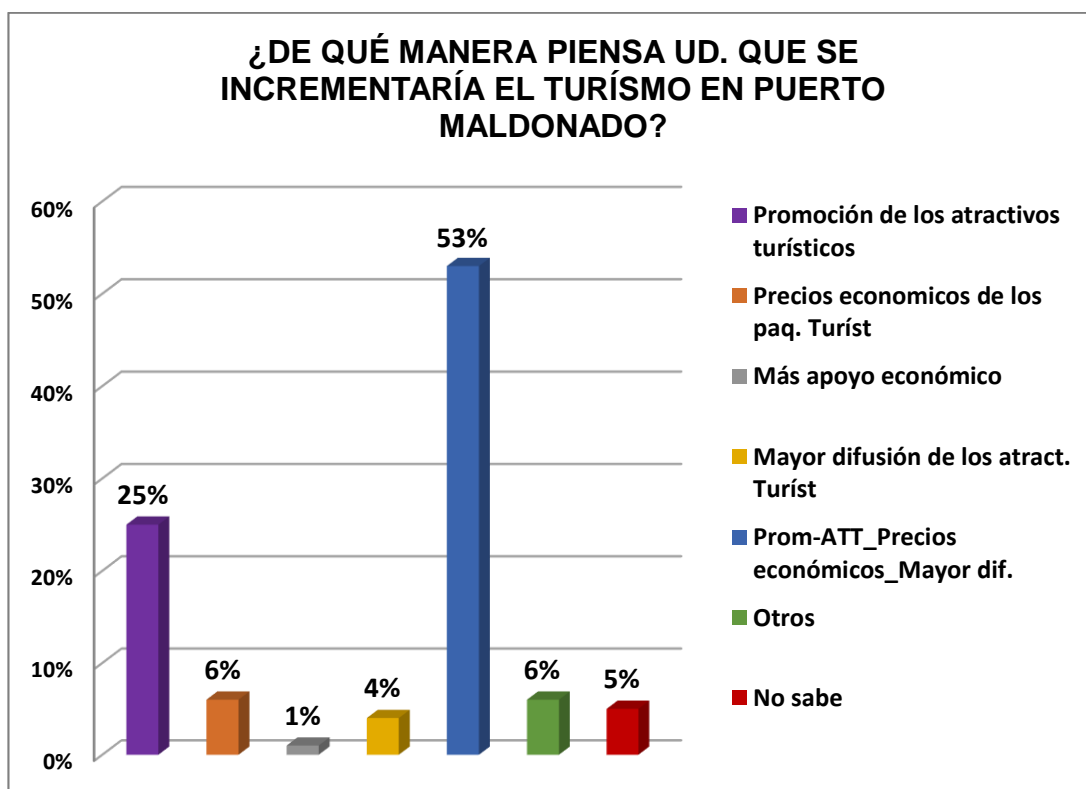
Podemos observar en el cuadro que la población encuestada considera que los turistas ingresan a la ciudad por vía **terrestre y aérea** con un 83%, el 15% de encuestados señalan que los turistas ingresan **solo por vía aérea**.

Pregunta N° 12

¿De qué manera piensa Usted que se incrementaría el turismo en Puerto Maldonado?		
VARIABLES	PROMEDIOS	PORCENTAJE
Promoción de los atractivos turísticos	94	25%
Precios económicos de los paquetes Turísticos	24	6%
Más apoyo económico	5	1%
Mayor difusión de los atractivos Turísticos	14	4%
Otros	22	6%
No sabe	19	5%
Promocion-ATT_Precios económicos_Mayor difusión.	204	53%
TOTAL	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica de pregunta N° 12



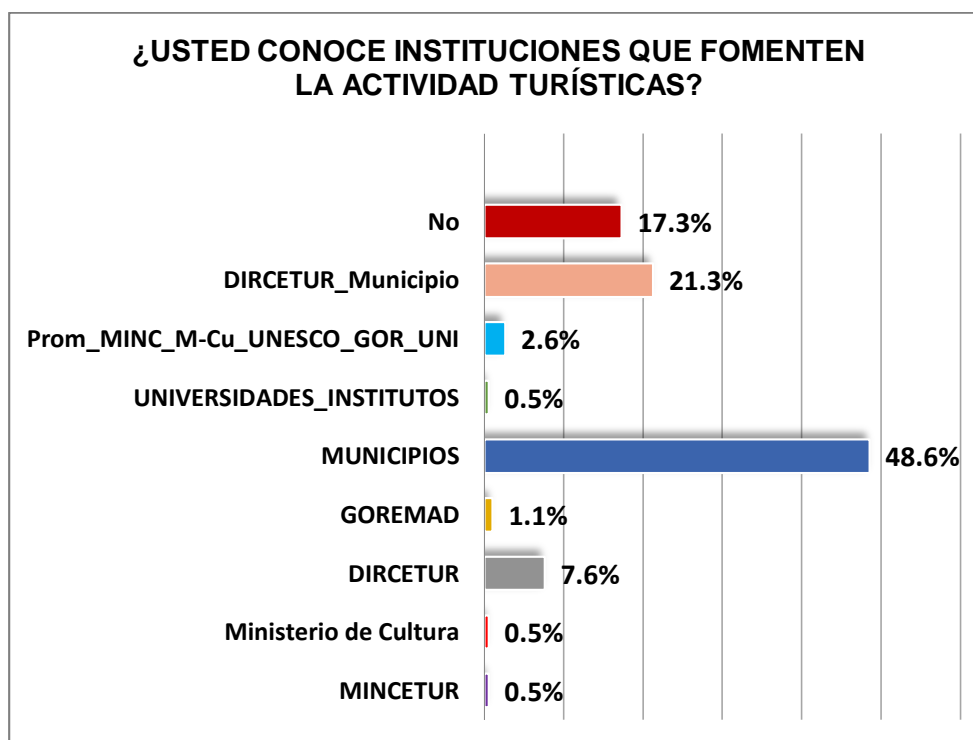
En el cuadro se puede observar que un 53% de población encuestada indica que el turismo se incrementaría con la **promoción de los atractivos turísticos, precios más económicos de paquetes turísticos y mayor difusión de los atractivos turísticos**; sin embargo un 25% de encuestados señalan que solo se necesita hacer más **promoción de los atractivos turísticos** y por ultimo un 5% de encuestados señalan **NO** saber cómo se podría incrementar el turismo en Puerto Maldonado.

Pregunta N° 13

¿Usted conoce instituciones que fomenten la actividad turística?		
Variables	Promedio	Porcentaje
MINCETUR	2	1%
Ministerio de Cultura	2	1%
DIRCETUR	29	8%
GOREMAD	4	1%
MUNICIPIOS	185	48%
UNIVERSIDADES_INSTITUTOS	2	1%
No	67	18%
DIRCETUR_Municipio	81	21%
Prom_MINC_M-Cu_UNESCO_GOR_UNI	10	3%
TOTAL	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica de pregunta N° 13



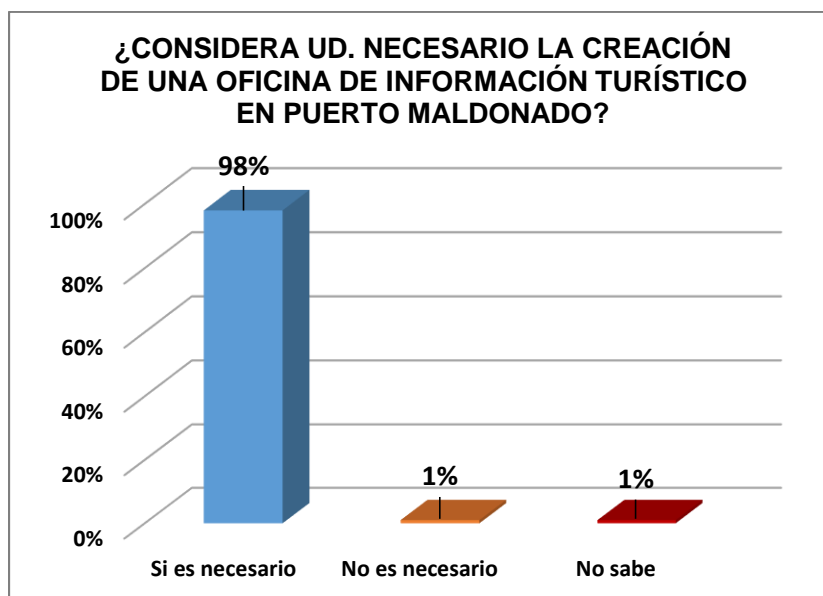
En el cuadro se observa que el 48.6% de encuestados señalan que solo la **Municipalidad Provincial de Tambopata** fomenta la actividad turística, el 7.6% de encuestados indican que la **DIRCETUR** fomenta la actividad y por ultimo un 17.3% de encuestados señalan **NO** conocer a ninguna institución que fomente la actividad turística.

Pregunta N° 14

¿Considera Usted necesario la creación de una oficina de información turística en Puerto Maldonado?		
Variables	Promedio	Porcentaje
Si es necesario	376	98%
No es necesario	3	1%
No sabe	3	1%
TOTAL	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica de pregunta N° 14



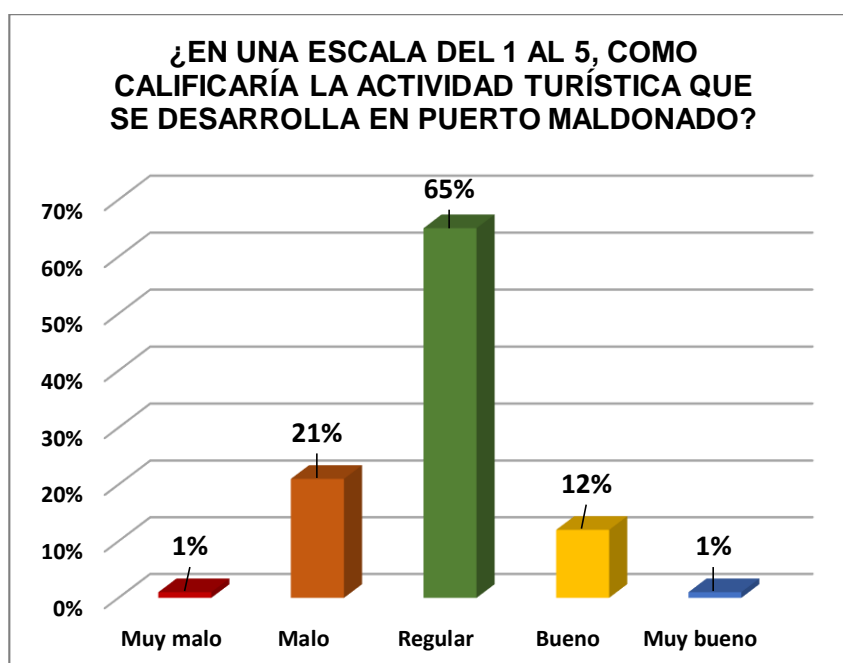
El grafico representa que el 98% de los encuestados consideran que **SI** es necesaria la implementación de un centro de información turística en la ciudad y el 2% de los encuestados indican que **NO** es necesario y/o que no saben si sería necesaria la implementación de una oficina de información turística.

Pregunta N° 15

¿En una escala del 1 al 5, cómo calificaría la actividad turística que se desarrolla en Puerto Maldonado?		
Variables	Promedio	Porcentaje
Muy malo	3	1%
Malo	80	21%
Regular	250	65%
Bueno	45	12%
Muy bueno	4	1%
TOTAL	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica de pregunta N° 15



El Grafico nos indica que el 65% de los encuestados califican a la actividad turística como **regular**, el 22% califica que la actividad turística es **mala** y solo el 13% de encuestados manifiesta que la actividad turística es **buena**.

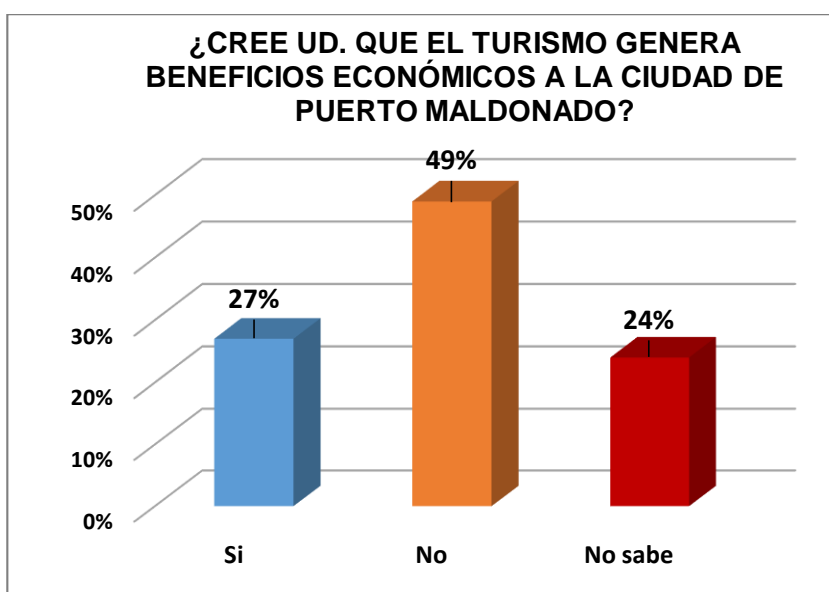
III. MEDICIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS DEL TURISMO DESDE LA PERSPECTIVA ECONÓMICA

Pregunta N° 16

¿Cree Ud. Que el turismo genera beneficios económicos a la ciudad de Puerto Maldonado?		
Variables	Promedio	Porcentaje
Si	105	27%
No	187	49%
No sabe	90	24%
TOTAL	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica de pregunta N° 16



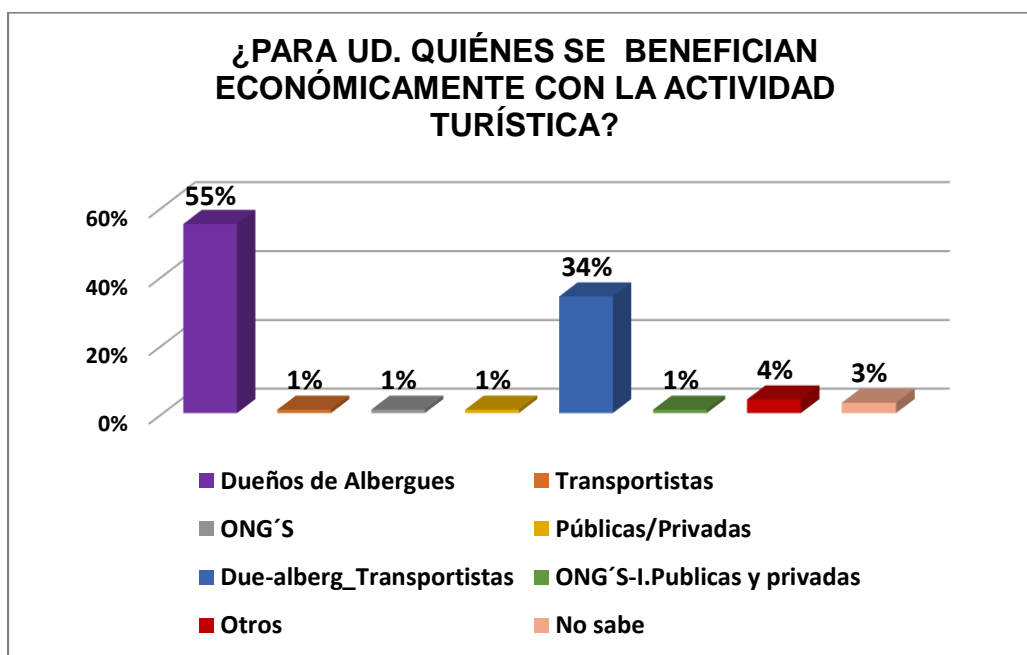
El grafico nos representa que el 49% de los encuestados manifiestan que la actividad turística **NO** genera beneficios económicos para la ciudad, el 27% manifiestan que **SI** genera beneficios económicos, así mismo el 24% desconocen sobre los beneficios que genera la actividad turística.

Pregunta N° 17

¿Para Ud. Quiénes se benefician económicamente con la actividad turística?		
variables	Promedio	Porcentaje
Dueños de Albergues	210	55%
Transportistas	4	1%
ONG´S	4	1%
Públicas/Privadas	5	1%
Otros	14	4%
No sabe	13	3%
D-alberg_		
Transportistas	128	34%
ONG´s_I-Publicas y Privadas	4	1%
TOTAL	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica de pregunta N° 17



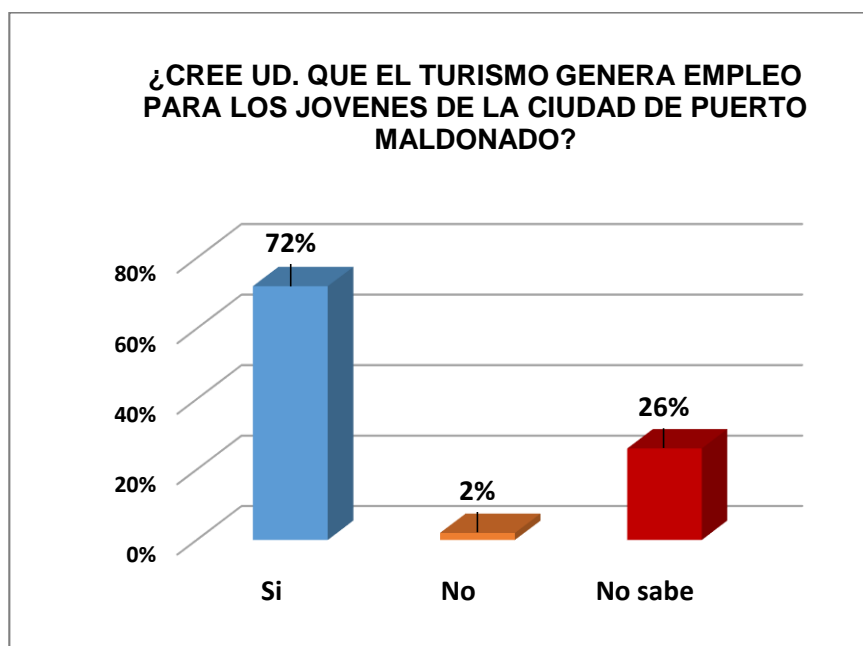
El 55% de los encuestados indica que los **dueños de albergues** son los principales beneficiados con la actividad turística, así mismo el 34% considera que los **transportistas y dueños de albergues** estarían siendo beneficiados con la actividad turística, un 6% manifiesta que los que se benefician son la instituciones públicas y/o privadas, como también los artesanos, agricultores y guías de turismo, por ultimo un 3% de encuestados sostienen que no saben.

Pregunta N° 18

¿Cree Ud. Que el turismo genera empleo para los jóvenes de la ciudad de Puerto Maldonado?		
Variables	Promedio	Porcentaje
Si	276	72%
No	7	2%
No sabe	99	26%
TOTAL	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica de pregunta N° 18



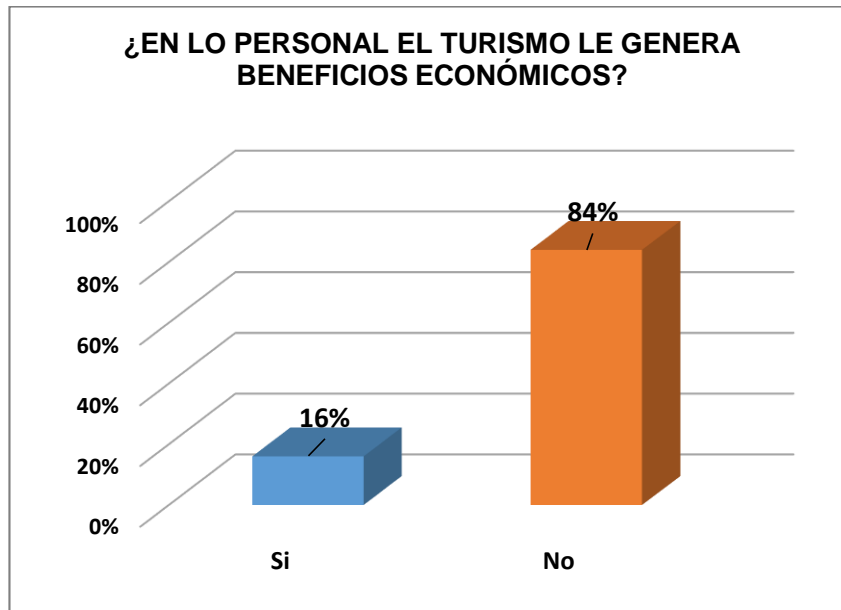
El Grafico representa que el 72% de encuestados indican que la actividad turística **SI** genera empleo para los jóvenes de la ciudad de puerto Maldonado, y el 26% indican desconocer que el turismo genere empleo para los jóvenes mientras que el 2% indican que NO genera empleo.

Pregunta N° 19

¿En lo personal, el turismo le genera beneficios económicos?		
Variables	Promedio	Porcentaje
Si	60	16%
No	322	84%
TOTAL	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica de pregunta N° 19



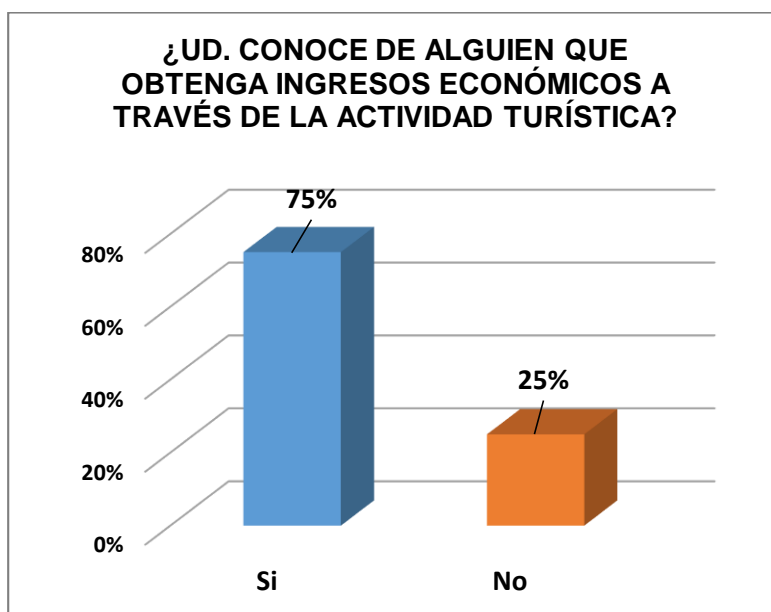
El gráfico representa que el 84% de los encuestados indican que la actividad turística **NO** les genera beneficios económicos, el 16% señalan que **SI** perciben beneficios económicos con la actividad turística.

Pregunta N° 20

¿Ud. Conoce de alguien que obtenga ingresos económicos a través de la actividad turística?		
Variables	Promedio	Porcentaje
Si	287	75%
No	95	25%
TOTAL	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica de pregunta N° 20



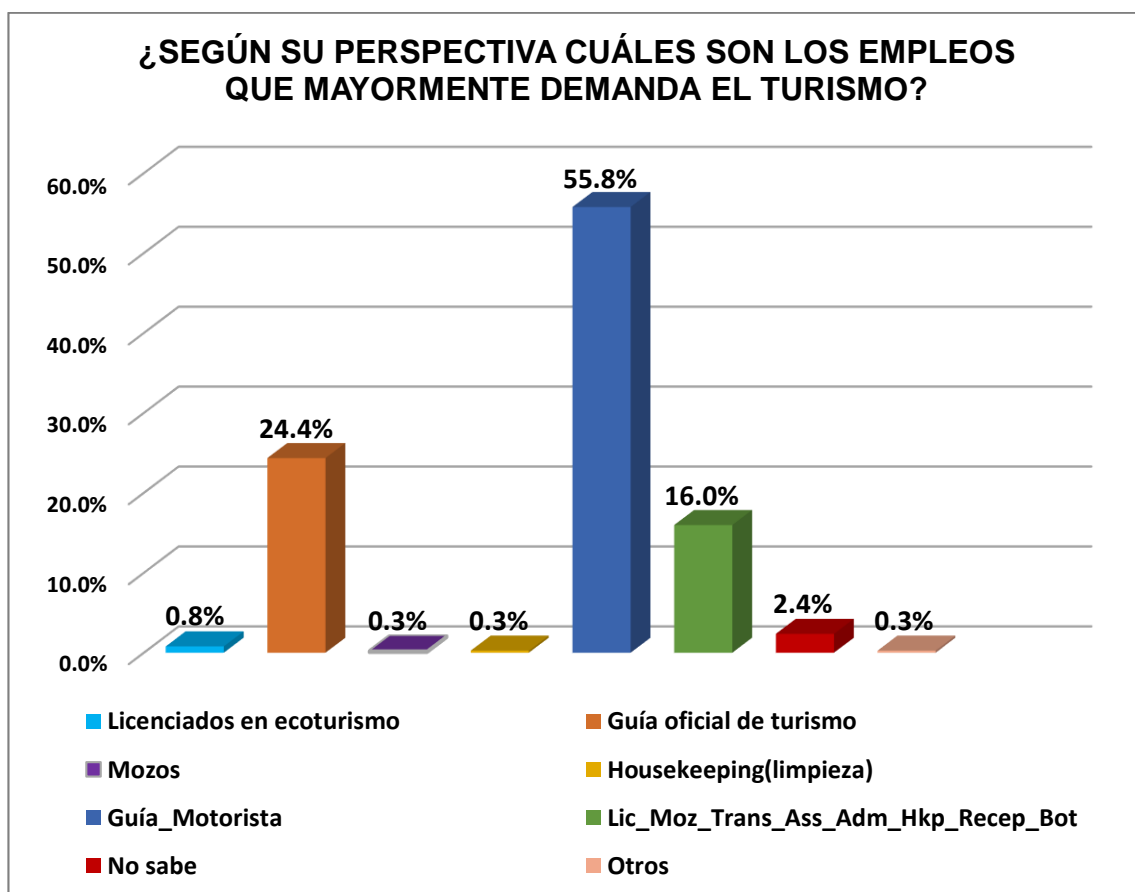
El 75% de encuestados señalan que **si conocen** a personas que obtienen ingresos económicos a través de la actividad turística y el 25% indican que **desconocen** de personas que obtengan ingresos económicos a través de la actividad turística.

Pregunta N° 21

¿Según su perspectiva, cuáles son los empleos que mayormente demanda el turismo?		
Variables	Promedio	Porcentaje
Licenciados en ecoturismo	3	0.8%
Guía oficial de turismo	93	24.4%
Mozos	1	0.3%
Housekeeping(limpieza)	1	0.3%
Guía_Motorista	213	55.8%
Lic_Moz_Trans_Ass_Adm_Hkp_Recep_Bot	61	16.0%
No sabe	9	2.4%
Otros	1	0.3%
TOTAL	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica de pregunta N° 21



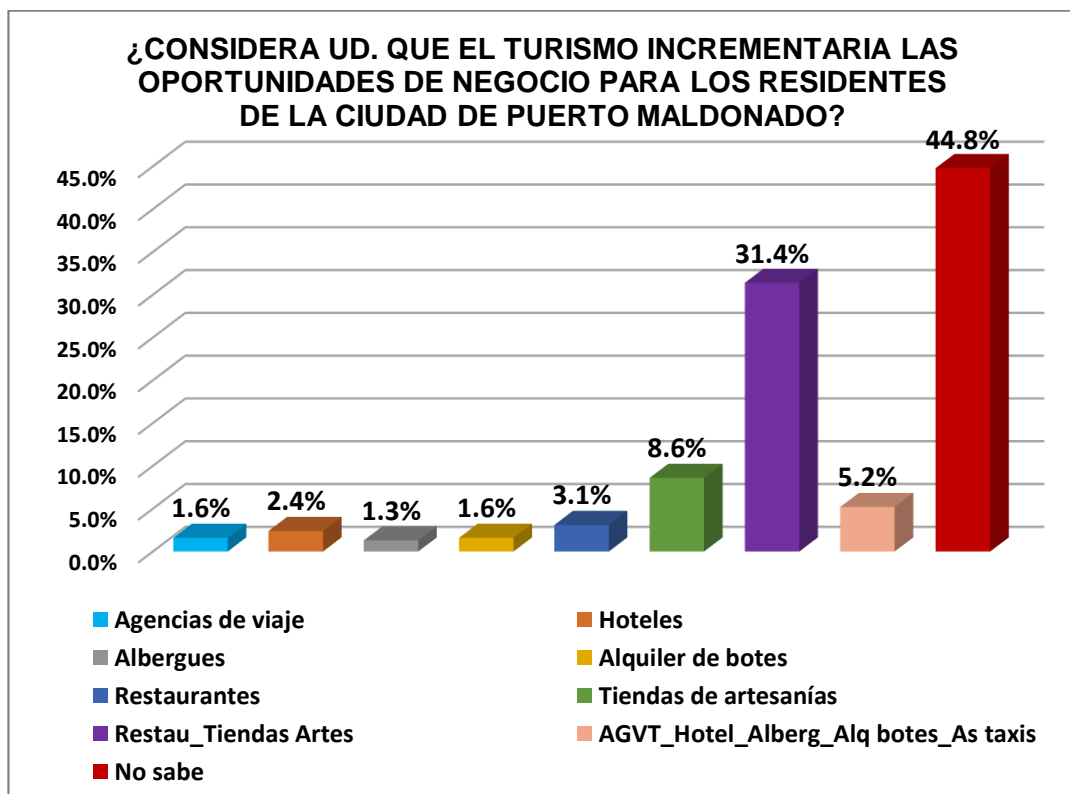
Según la perspectiva de los encuestados el 55.8% asocian la actividad turística con empleos como **Guías de Turismo y motorista**, un 24.4% de encuestados sostienen que la actividad solo genera empleo a los **guías de turismo**, el 16% piensa que los otros empleos demandados son los **asesores de venta, mozo, transportista, Lic. Ecoturismo** y por ultimo 2,4% de los encuestados mencionan **NO** saber que empleos demanda el turismo.

Pregunta N° 22

¿Considera Ud. Que el turismo incrementa las oportunidades de Negocio para los residentes de la ciudad de Puerto Maldonado?		
Variables	Promedio	Porcentaje
Agencias de viaje	6	1.6%
Hoteles	9	2.4%
Albergues	5	1.3%
Alquiler de botes	6	1.6%
Restaurantes	12	3.1%
Tiendas de artesanías	33	8.6%
No sabe	171	44.8%
Restau_Tiendas Artes	120	31.4%
AGVT_Hotel_Alberg_Alq botes_As taxis	20	5.2%
TOTAL	382	100%

Fuente: elaboracion propia

Representacion gráfica de pregunta N° 22



Según el cuadro el 44.8 % de los encuestados **desconocen** que el turismo genere oportunidades de negocio, el 31.4% de la población encuestada manifiesta que las oportunidades de negocio están relacionados a los **restaurantes y tiendas de artesanía**, así mismo el 5.2% piensan que el turismo genera oportunidades de negocio para las **agencias de viajes, hoteles, albergues, alquiler de botes y asociación de taxis**.

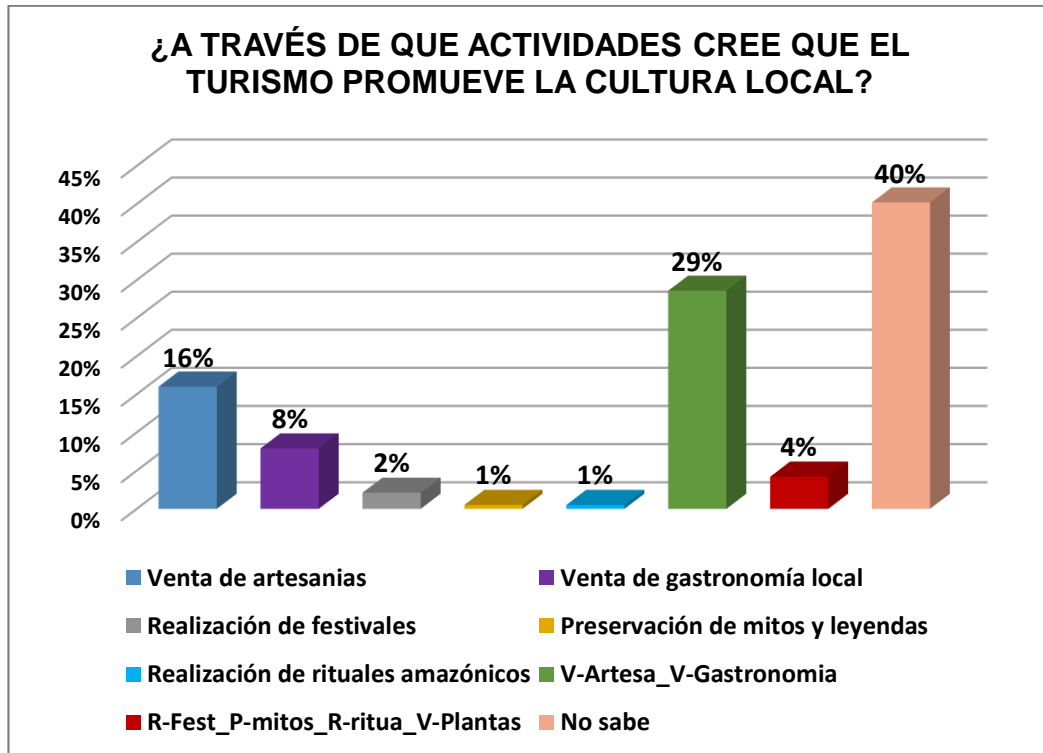
IV. MEDICIÓN DE CONOCIMIENTOS DEL TURISMO DESDE LA PERSPECTIVA SOCIAL

Pregunta N° 23

¿A través de qué actividades cree que el turismo promueve la cultura local?		
Variables	Promedio	Porcentaje
Venta de artesanías	61	16%
Venta de gastronomía local	30	8%
Realización de festivales	8	2%
Preservación de mitos y leyendas	2	1%
Realización de rituales amazónicos	2	1%
No sabe	154	40%
V-Artesania_V-Gastronomia	109	29%
R-Fest_P-mitos_R-ritua_V-Plantas	16	4%
TOTAL	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica de pregunta N° 23



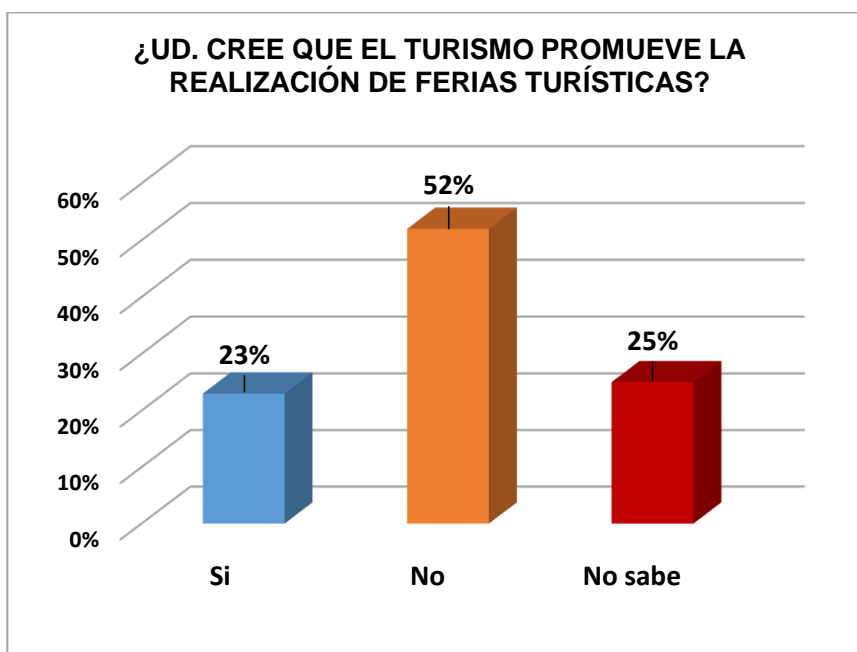
El 53% de los encuestados sostienen que las actividades que promueven la cultura local están relacionadas con la **venta de artesanías y la venta de gastronomía local**, así mismo un 40% de los encuestados **no saben** que la actividad turística promueve la cultura local en la ciudad de Puerto Maldonado, vale mencionar que 8% de la población encuestada indican que las actividades como la realización de festivales, preservación de mitos y leyendas, realización de rituales y venta de plantas medicinales promueven la cultura local.

Pregunta N° 24

¿Ud. Cree que el turismo promueve la realización de ferias turísticas?		
Variables	Promedio	Porcentaje
Si	89	23%
No	198	52%
No sabe	95	25%
TOTAL	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica de pregunta N° 24



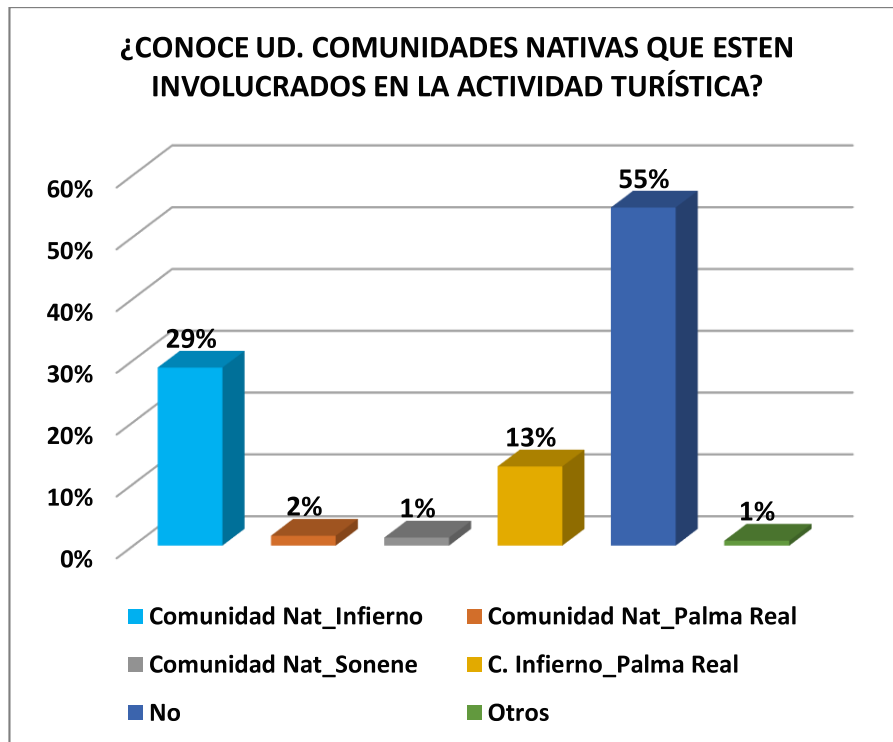
El gráfico representa que el 52% de encuestados mencionan que el turismo **NO** promueve la realización de ferias turísticas en la ciudad de puerto Maldonado, el 25% de encuestados señalan que tal vez la actividad turística promueva la realización de ferias turísticas y por último el 22 % de encuestados señalan que el turismo **SI** promueve la realización de Ferias turísticas.

Pregunta N° 25

¿Conoce Ud. Comunidades Nativas que estén involucrados en la actividad turística?		
VARIABLES	PROMEDIO	PORCENTAJE
Comunidad Nat_Infierno	110	29%
Comunidad Nat_Palma Real	6	2%
Comunidad Infierno_Sonene	5	1%
Otros	3	1%
No	209	55%
C. Infierno_Palma Real	49	13%
TOTAL	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica de pregunta N° 25



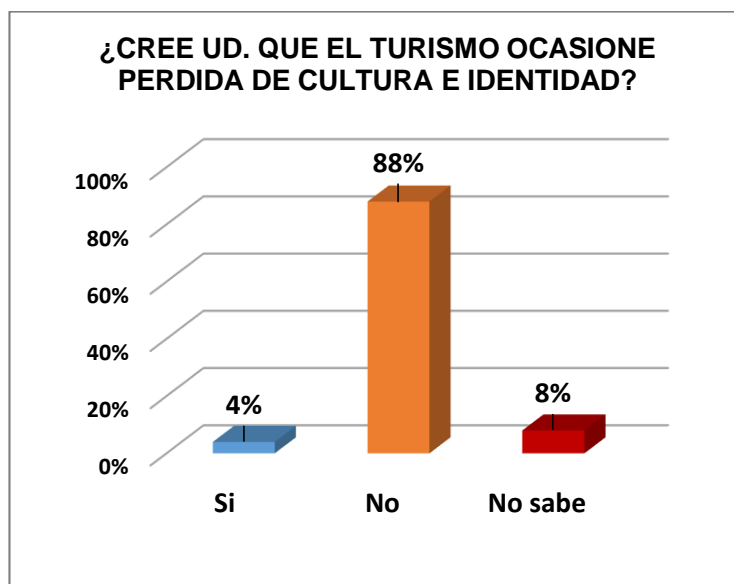
El 55% de los encuestados sostienen que **desconocen** de alguna comunidad nativa que está involucrada con el desarrollo de la actividad turística, así mismo el 29% de los encuestados señalan que la **Comunidad Nativa de Infierno** está involucrada con la actividad turística y por último el 17% de los encuestados sostienen que las comunidades nativas involucradas con el turismo son la **Comunidad Nativa de Palma Real, Comunidad Nativa Sonene, Puerto Arturo, Cachuela** entre otros.

Pregunta N° 26

¿Cree Ud. Que el turismo ocasione perdida de cultura e identidad?		
Variables	Promedio	Porcentajes
Si	15	4%
No	336	88%
No sabe	31	8%
TOTAL	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica de pregunta N° 26



El grafico representa que el 88% de encuestados señalan que la actividad turística **NO** ocasiona la perdida de cultura e identidad, y el 8% de encuestados mencionan que **desconocen** que la actividad turística ocasione perdida de cultura e identidad, así mismo el 4% de encuestados señalan que la actividad turística **SI** genera la perdida de cultura e identidad.

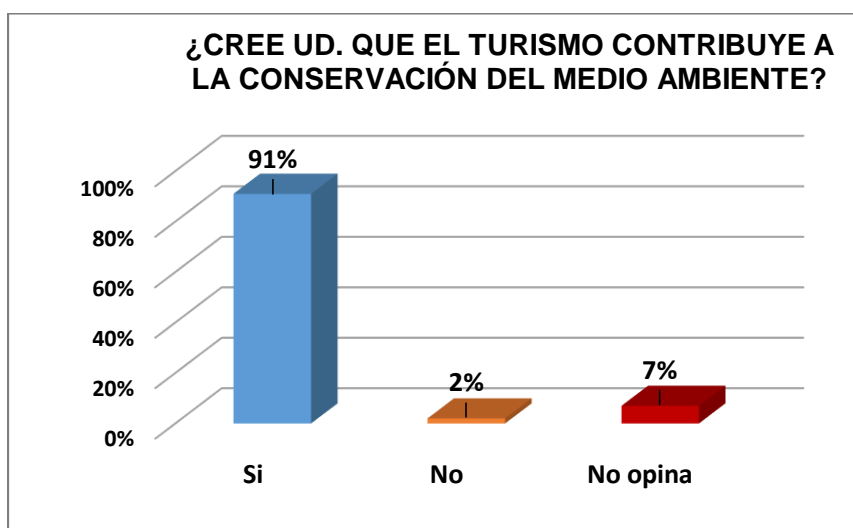
V. MEDICIÓN DE CONOCIMIENTOS DEL TURISMO DESDE LA PERSPECTIVA AMBIENTAL

Pregunta N° 27

¿Cree Ud. Que el turismo contribuye a la conservación del medio ambiente?		
Variables	Promedio	Porcentaje
Si	348	91%
No	6	2%
No opina	28	7%
TOTAL	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica de pregunta N° 27



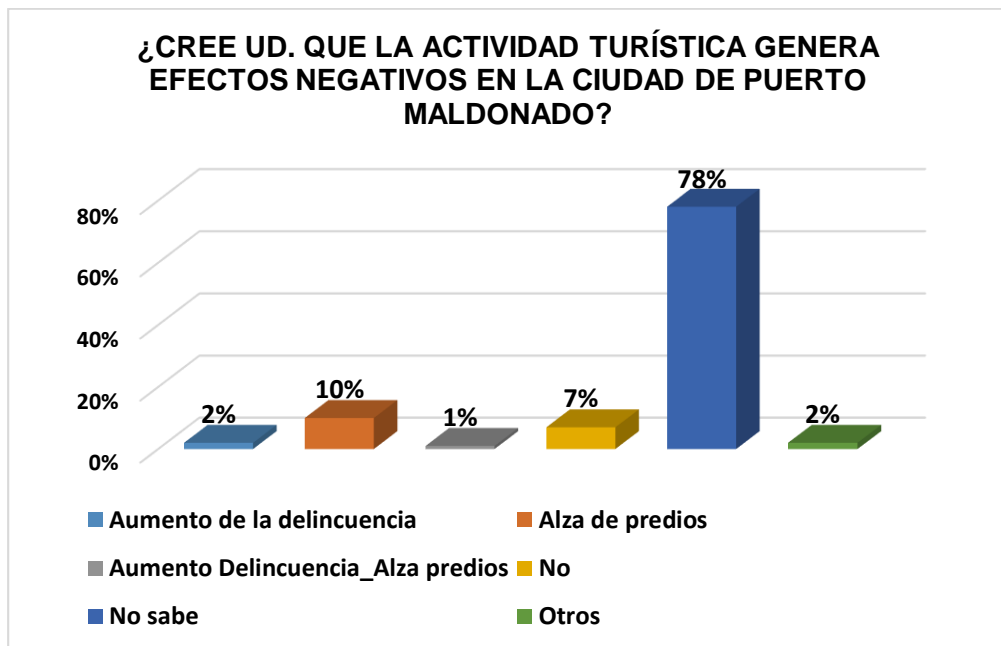
El gráfico representa que el 91% de encuestados indican que el turismo **SI** contribuye a la conservación del medio ambiente, el 9% de encuestados **desconocen** o mencionan que la actividad turística no contribuye a la conservación del medio ambiente. Los pobladores manifestaron que si debido a que consideran que la actividad turística que se realiza en la ciudad se desarrolla de una manera responsable.

Pregunta N° 28

¿Cree Ud. Que la actividad turística genera efectos negativos en la ciudad de PEM?		
VARIABLES	PROMEDIO	PORCENTAJE
Aumento de la delincuencia	7	2%
Alza de predios	37	10%
Otros	8	2%
No	27	7%
No sabe	299	78%
Aumento Delincuencia_Alza predios	4	1%
TOTAL	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica de pregunta N° 28



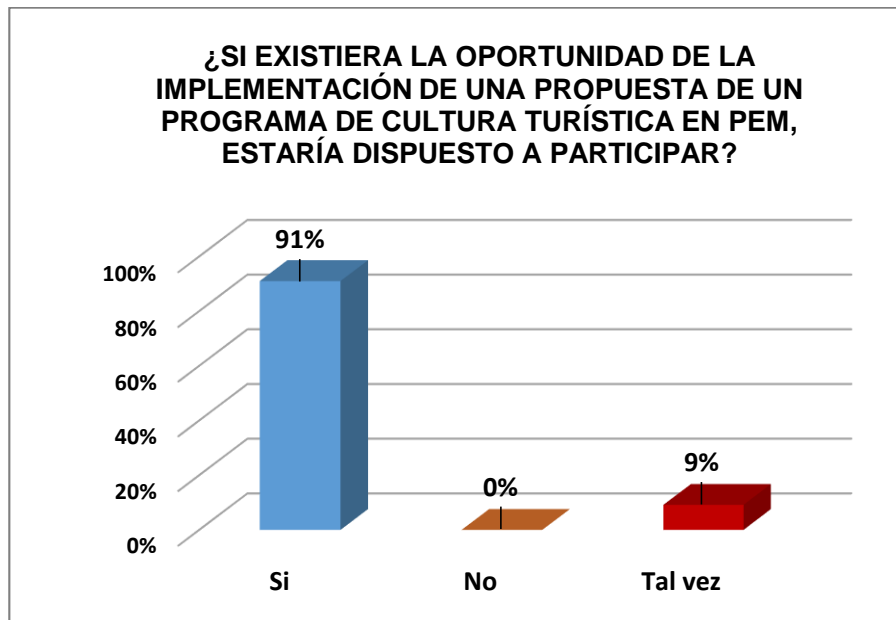
El 78% de los encuestados **desconocen** los efectos que genera la actividad turística, así mismo el 10% de los encuestados indica que el **alza de predios** es un efecto negativo de la actividad turística, un 7% considera que la actividad turística **NO** genera efectos negativos y el 2% de los encuestados manifiestan que el incremento de la delincuencia, el alza de predios son efectos negativos de la actividad turística.

Pregunta N° 29

¿Si existiera la oportunidad de la implementación de una propuesta de un programa de cultura turística en Puerto Maldonado, estaría dispuesto a participar?		
Variables	Promedio	Porcentaje
Si	347	91%
No	0	0%
Tal vez	35	9%
TOTAL	382	100%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica de pregunta N° 29



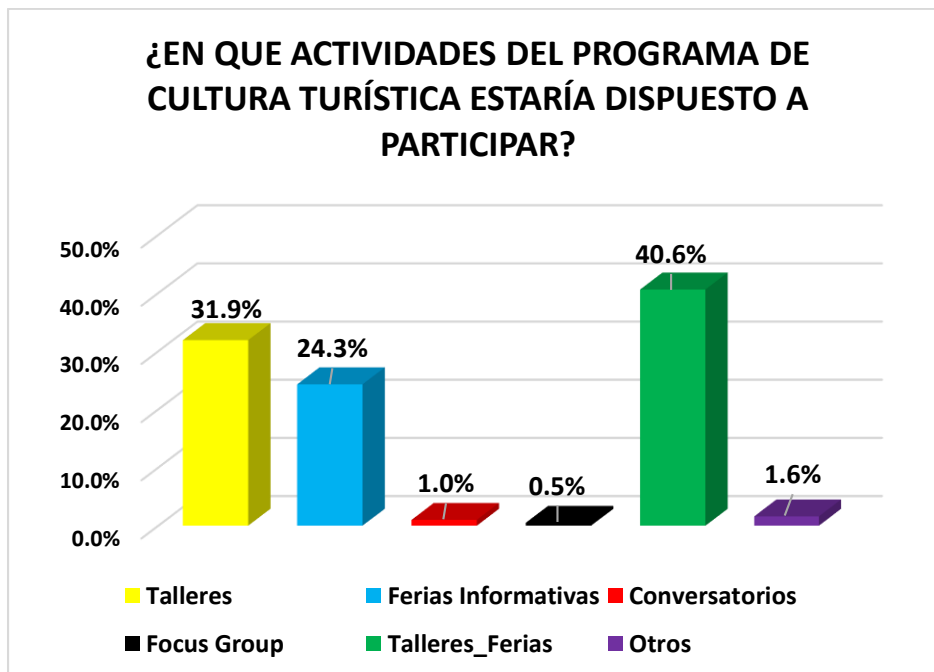
El gráfico representa que el 91% de encuestados señalan que si estarían dispuestos a participar en un programa de cultura turística, y el 9% de encuestados indican que posiblemente estarían dispuestos a participar de un programa de cultura turística, los pobladores manifiestan que hay una voluntad para participar en programa de cultura turística la cual beneficiaría para brindar una información sobre los beneficios que genera la actividad turística.

Pregunta N° 30

¿En qué actividades del programa de cultura turística estaría dispuesto a participar?		
Variables	Promedio	Porcentaje
Talleres	122	31.9%
Ferias Informativas	93	24.3%
Conversatorios	4	1.0%
Focus Group	2	0.5%
Otros	6	1.6%
Talleres_Ferias	155	40.6%
TOTAL	382	100.0%

Fuente: elaboración propia

Representación gráfica de pregunta N° 30



El 97% de los encuestados indica que participaría en ferias informativas y talleres, así mismo y por ultimo un 3% de los encuestados manifiestan que les gustaría participar en conversatorios, focus group y entre otros.

CAPITULO IV: CUMPLIMIENTO DE HIPÓTESIS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CUMPLIMIENTO DE HIPÓTESIS

Para el desarrollo de las siguientes conclusiones se consideró el cumplimiento de las hipótesis planteadas en la presente tesis, teniendo en cuenta el análisis de los aspectos teóricos, contrastándolos con los resultados obtenidos en la realidad del área de estudio.

4.1.1. HIPÓTESIS

4.1.1.1. Hipótesis general

El grado de conocimientos de los pobladores de la actividad turística y los beneficios que se generan en la ciudad son significativos.

NO

De esta manera según al instrumento utilizado demuestra que la población encuestada comprende los conceptos básicos del turismo, considerando turista a todo aquel que viaja fuera de su residencia, es importante señalar que gran parte de la población encuestada considera que la región cuenta con atractivos turísticos, además que discurren que los eventos sociales le dan realce a la ciudad, sin embargo se observa un bajo conocimiento sobre los establecimientos que brindan servicios a la actividad turística, lo mismo sucede con las instituciones que promueven el desarrollo turístico, la población encuestada refiere que no se fomenta el turismo como debería ser, por ello califican de regular a la actividad turística de nuestra ciudad. Con respecto a la perspectiva económica se concluye que en su mayoría la actividad

turística no genera beneficios económicos considerando que las empresas privadas (albergues) son los únicos beneficiados, este último brindaría una oportunidad de generar ingresos económicos a los jóvenes como mano de obra calificada. Desde el enfoque social los encuestados refieren que la actividad turística promueve la cultura local con la venta de artesanías y gastronomía, empero desconocen en su mayor parte que alguna comunidad nativa esté involucrada con la actividad, vale mencionar que esta actividad no genera pérdida de cultura e identidad. Desde la perspectiva ambiental la población describe que la actividad turística contribuye a la conservación del medio ambiente y desconocen que este podría causar efectos negativos, es importante señalar que la población encuestada se muestra predispuesta a participar de un programa de cultura turística por medio de ferias informativas, talleres que estén promovidos por las instituciones que las representan.

4.1.1.2. Hipótesis Específicas

Pobladores de Puerto Maldonado tienen conocimiento favorable sobre el desarrollo de la actividad turística.

NO

La población encuestada tiene conocimientos básicos de turismo, sabe que la ciudad cuenta con atractivos turísticos dentro o fuera de la ciudad, pero existe un déficit en el reconocimiento de empresas relacionadas a esta actividad tales como establecimientos de hospedaje y agencias de viajes, del mismo modo sucede con instituciones que trabajan en la promoción y el fomento de la actividad turística, consideran que la actividad

turística se desarrolla de manera regular y que le falta consolidarse como una actividad económica en la ciudad.

Los pobladores de Puerto Maldonado perciben que los beneficios generados por la actividad turística son significativas.

NO

La población encuestada percibe que la actividad turística beneficia solo a grandes empresas, reconocen que el personal que directamente trabaja en la actividad turística son jóvenes que se desempeñan como Guías de Turismo, entre otros.

Los encuestados refieren que directamente el turismo no les genera beneficios económicos y casi el 50% menciona desconocer si el turismo incrementaría las oportunidades de negocio.

La implementación de un programa de cultura turística permitirá entender los beneficios que genera la actividad turística a través de programas de sensibilización.

SI

El 90 % de la población encuestada se muestra interesada en participar si es que se implementaría un programa de cultura turística, la implementación del referido programa sería adecuado ya que mencionan que la actividad turística contribuye a la conservación del medio ambiente y con ello fortalecer las posibles ideas de negocio.

4.2. CONCLUSIONES GENERALES

- El análisis de las características sociodemográficas de la población encuestada en su mayoría son del departamento de Madre de Dios y Cusco, el tiempo de residencia oscila de 6 años a más, el rango de edad oscila entre los 20 y 40 años, el sexo predominante encuestado es femenino, con respecto a su ocupación en su mayoría son profesionales.
- El análisis en cuanto al estudio del “conocimiento y beneficios que genera la actividad turística en los pobladores de Puerto Maldonado – Madre de Dios” se contempla en 4 partes, la primera en cuanto a conocimientos generales de la actividad turística, la segunda en un enfoque económico, la tercera en un enfoque social y por último el enfoque ambiental; se tiene como resultado de esta investigación que la población encuestada tiene conocimientos favorables en cuanto a conceptos básicos de turismo, por ello califican a la actividad turística de manera regular, conocen lugares turísticos dentro y fuera de la ciudad y de eventos o fiestas costumbristas, pero existe desconocimiento en cuanto a las instituciones públicas y privadas encargadas de fomentar la actividad turística y además que estén relacionadas al turismo, así como establecimiento de hospedajes o agencias de viaje, manifiestan que es necesaria la creación de una oficina de información turística.
- El análisis de beneficios generados desde un enfoque económico, el 70% de la población encuestada creen que la actividad turística NO les genera beneficios económicos directamente, más del 50% cree que las únicas beneficiadas son las empresas turísticas como albergues y agencias, y que en su mayoría brindan oportunidades de trabajo a los jóvenes, el 75% de la población encuestada

menciona conocer algún familiar o conocido que trabaja en la actividad turística.

- El análisis de beneficios generados desde un enfoque social en la población encuestada señalan que la actividad turística promueve la cultura con la venta de artesanías y la venta de gastronomía ya que aseguran que la actividad turística no ocasiona pérdida de cultura e identidad sin embargo desconocen de alguna comunidad nativa que esté involucrada con la actividad turística.
- El análisis de beneficios generados desde un enfoque ambiental en la población encuestada señala que la actividad turística contribuye a la conservación del medio ambiente y desconocen si esta actividad trae efectos negativos.
- La población encuestada con más del 90% están dispuestos a participar en un programa de cultura turística por medio de ferias informativas y talleres que estén promovidas por las instituciones pertinentes.

4.3. RECOMENDACIONES

Señalamos que el Departamento de Madre de Dios en los últimos años viene incrementándose la demanda de visitas tanto nacionales como internacionales, teniendo esto como antecedente; es importante mencionar que el desconocer los recursos turísticos y los beneficios que genera la actividad turística induce a subestimar el potencial turístico que tiene una localidad, provocando dificultades para el desarrollo turístico de esta, en este sentido evaluar el grado de conocimientos y beneficios que genera la actividad turística en los residentes se convierte en un tema necesario para las autoridades locales, prestadoras de servicio y/o profesionales involucrados en la actividad turística.

Por lo tanto la presente investigación nos permite conocer el grado de conocimiento y beneficios de la actividad turística en los pobladores de la ciudad de Puerto Maldonado que a través de los resultados obtenidos recomendamos lo siguiente:

- La investigación demuestra que la mayoría de los encuestados comprende los conceptos básicos del turismo que consiste en viajar fuera de su residencia, llamando turista a aquella persona proveniente de países extranjeros, esta mayoría manifiesta que Puerto Maldonado cuenta con atractivos turísticos fuera de la ciudad sin embargo no los conocen, los lugares representativos que se encuentran dentro de la ciudad no los considera turísticos por lo que se recomienda revalorizar el origen y creación de los espacios de interés como la plaza de armas, obelisco, plaza Bolognesi, corredor Tambopata entre otros, además de realizar viajes de recreación a los atractivos que estén fuera de la ciudad.
- Las instituciones que están encargadas en la promoción y desarrollo de la actividad turística tienen que ser más visibles y hacer más presencia institucional, la población encuestada indica desconocer instituciones o entes que estén trabajando en el desarrollo del turismo.
- La población encuestada indica desconocer empresas que trabajan en la actividad turística, es por eso que el trabajo de promoción e información de estas empresas se debe reforzar.
- Al desarrollo de la actividad turística según la muestra encuestada califican de regular por lo que se recomienda a las instituciones competentes enfocarse en el adecuado desarrollo, promoción y difusión de los atractivos turísticos de manera que la población perciba a la actividad turística como una alternativa económicamente rentable.

- Y a la implementación de un programa de cultura turística con el cual se logre generar cambios en la actitud de los pobladores, con la finalidad de conocer, involucrarse y ser participe, se estima que el 90% de los encuestados manifiestan interés de participar en dicho programa a través de talleres y/o ferias informativas.

CAPITULO V

BIBLIOGRAFÍA

1. Roberto H. Sampieri “Metodología de la Investigación 5ta edición 2010”
2. Reglamento de Establecimiento de Hospedaje DECRETO SUPREMO N° 029-2004-MINCETUR
3. Desiderio Gutierrez. “Las Actitudes de los Residentes ante el Turismo- 2009”
4. Paulina A. Almeida. “Plan de Desarrollo Turístico del Cantón de San Miguel de Urcuqui, Provincia de Imbabura”. 2008
5. Alfonso Vargas. “Desarrollo del Turismo y Percepción de la Comunidad Local: Factores determinantes de su actitud hacia un mayor desarrollo turístico”.
6. Rafael Merinero. “La colaboración entre los actores turísticos en ciudades patrimoniales. Reflexiones para el análisis de desarrollo turístico”. 2009
7. Jose G. Ribeirinho. “Turismo Fundamentos Conceptuales, Realidad y Perspectivas” 2010
8. Jose Begazo. “Competitividad y Percepción del Servicio Turístico Peruano Estudio de Investigación 2005”.
9. Juan C. Monterrubio. “Turismo y Cambios Sociales. Estudio Cualitativo sobre percepciones comunitarias en Bahía de Hatatulco, Mexico” 2011
10. Plan estratégico Nacional de Turismo- PENTUR 2012-2021
11. Panorama OMT del Turismo Internacional – OMT 2011
12. Manual de Buenas Prácticas de Gestión de Servicios para establecimientos de Hospedaje - MINCETUR 2012
13. Plan de Marketing Turístico -Tambopata, Rainforest Alliance 2014

CAPITULO XI

ANEXOS

UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE DIOS
FACULTAD ECOTURISMO Y ADMINISTRACIÓN
CARRERA PROFESIONAL ECOTURISMO

Buenos días, mi nombre es..... Soy Bachiller en Ecoturismo de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, me encuentro realizando entrevistas para el estudio de Tesis “Conocimiento y Beneficios que genera la actividad turística en los pobladores de Puerto Maldonado-MDD”. Si usted está de acuerdo, me permite unos minutos de su tiempo para hacerle unas preguntas. Muchas gracias.

I. GENERALIDADES

Genero:

Edad:

Lugar de procedencia:

Tiempo de residencia:

Ocupación:

II. CONOCIMIENTOS SOBRE EL TURISMO

1. ¿Qué es el turismo para usted?

- a. Conocer la historia
- b. Una diversión, un pasatiempo
- c. Una fuente de ingreso económico
- d. Viajar fuera de su residencia
- e. Todas las anteriores
- f. No sabe/no opina

2. ¿Usted a quién considera turista?

- a. Internacional
- b. Nacional
- c. Local
- d. Todas las anteriores

3. ¿Considera Ud. Que Puerto Maldonado es un lugar turístico?

- a. Si
- b. No
- c. No Sabe/No Opina

4. ¿Sabe Ud. Que Puerto Maldonado cuenta con lugares turísticos?

- a. Si.
- b. No

5. ¿Ha practicado el turismo en Madre de Dios?

- a. Si
- b. No

6. ¿Qué lugares visitó dentro de la ciudad de Puerto Maldonado? mencione:

- a. Obelisco
- b. Mariposario
- c. Serpentario
- d. Corredor turístico Tambopata
- e. Zoologico el Jaguar
- f. Mercado Modelo
- g. Plaza de armas
- h. Plaza Grau
- i. Pueblo Viejo

- j. Otros
- k. Ninguno

7. ¿Conoce Ud. Atractivos turísticos que estén fuera de la ciudad de Puerto Maldonado? Si es NO pasa a la pregunta N° 08

- a. Lago Sandoval
- b. Lago Tres Chimbas
- c. Collpa Colorado
- d. Collpa Chuncho
- e. Quebrada el Gato
- f. Lago Valencia
- g. Otros.....
- h. No

8. ¿Qué eventos sociales considera los más importantes en la ciudad de Puerto Maldonado?

- a. La fiesta de San Juan
- b. Fiesta patronal Sr. de los Milagros
- c. Fiesta patronal Sr. Coyllority
- d. Otros.....
- e. No sabe/no opina

9. ¿Conoce Ud. los establecimientos hospedajes turísticos de la ciudad de Puerto Maldonado?

- a. Cabaña Quinta
- b. Wasai
- c. Centenario
- d. Don Carlos
- e. Puerto Amazónico
- f. Royal Inn
- g. Jose Antonio's Inn
- h. No sabe/No conoce
- i. Otros

10. ¿Conoce Ud. las agencias de viajes especializados en turismo?

- a. Tambopata Tours

- b. Eco-time Tambopata
- c. Yakari
- d. Munde Tours
- e. Carlos Expeditions
- f. Otros.....
- g. No

11. ¿Por medio de qué vía de transporte considera que ingresan los turistas a Puerto Maldonado?

- a. Aérea
- b. Terrestre
- c. Ambas

12. ¿De qué manera piensa Ud. que se incrementaría el turismo en Puerto Maldonado?

- a. Promoción de los atractivos turísticos
- b. Precios económicos de los paq. Tticos
- c. Más apoyo económico
- d. Mayor difusión de los atractivos tticos
- e. Otros.....
- f. no sabe /no opina

13. ¿Usted conoce instituciones que fomenten la actividad turística?

- a. PROM PERU
- b. MINCETUR
- c. Ministerio de Cultura
- d. UNESCO
- e. DIRCETUR
- f. GOREMAD
- g. MUNICIPIOS
- h. UNIVERSIDADES, INSTITUTOS
- i. No

14. ¿considera Ud. necesario la creación de una oficina de información turística en Puerto Maldonado?

- a. Si es necesario
- b. No es necesario
- c. No sabe/no opina

15. ¿En una escala del 1 al 5, donde 1 es muy malo y 5 es muy bueno, cómo calificaría la actividad turística que se desarrolla en Puerto Maldonado?

- a. Muy malo
- b. Malo
- c. Regular
- d. Bueno
- e. Muy bueno

III. MEDICIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS DEL TURISMO DESDE LA PERSPECTIVA ECONÓMICA

16. ¿Cree Ud. Que el turismo genera beneficios económicos a la ciudad de Puerto Maldonado?

- a. Si
- b. No
- c. No sabe/no opina

17. ¿Para Ud. Quiénes se benefician económicamente con la actividad turística?.

- a. Los dueños de albergues
- b. Los transportistas
- c. Las ONG'S
- d. Instituciones públicas/privadas
- e. Otros
- f. No sabe/no opina

18. ¿Cree Ud. Que el turismo genera empleo para los jóvenes de la localidad?

- a. Si
- b. No
- c. No sabe/No opina

19. ¿En lo personal el turismo le genera beneficios económicos?

- a. Si
- b. No

20. ¿Usted conoce de alguien que obtenga ingresos económicos a través de la actividad turística?

- a. Si
- b. No

21. ¿Según su perspectiva ¿Cuáles son los empleos que mayormente demanda el turismo?

- a. Licenciados en Ecoturismo
- b. Guía oficial de turismo
- c. Mozos
- d. Transfer
- e. Asesores de venta en AGVT
- f. Administrador
- g. Motorista
- h. housekeeping (Limpieza)
- i. Recepcionistas
- j. Botones
- k. Otros.
- l. No sabe/no opina

22. ¿Considera Ud. Que el turismo incrementa las oportunidades de negocio para los residentes de Puerto Maldonado?

- a. Agencias de viaje
- b. Hoteles
- c. Albergues
- d. Alquiler de botes
- e. Asociaciones de taxis
- f. Restaurantes
- g. Tiendas de Artesanías
- h. No sabe/no opina

**IV. MEDICIÓN DE CONOCIMIENTOS DEL
TURISMO DESDE LA PERSPECTIVA
SOCIAL**

23. ¿A través de qué actividades cree que el turismo promueve la cultura local?

- a. Venta de artesanías
- b. Venta de gastronomía local
- c. Realización Festivales
- d. Preservación de Mitos y leyendas
- e. Realización de Rituales amazónicos (ayahuasca)
- f. Venta de plantas medicinales
- g. No sabe/no opina

24. ¿Usted cree que el turismo promueve la realización de ferias turísticas?

- a. Si
- b. No
- c. No sabe/No opina

25. ¿Conoce Ud. Comunidades Nativas que estén involucrados en la actividad turística?.

- a. Comunidad N. Infierno
- b. Comunidad N. Palma Real
- c. Comunidad N. Sonene
- d. Otros
- e. No

26. ¿Cree Ud. que el turismo ocasione pérdida de cultura e identidad?

- a. Si
- b. No
- c. No sabe/no opina

**V. MEDICIÓN DE CONOCIMIENTOS DEL
TURISMO DESDE LA PERSPECTIVA
AMBIENTAL**

27. ¿Cree Ud. Que el turismo contribuye a la conservación del Medio Ambiente?

- a. Si
- b. No
- c. No sabe/No opina

28. ¿Cree Ud. que la actividad turística genera efectos negativos en la ciudad de Puerto Maldonado?

- a. Aumento de la delincuencia
- b. Alza de predios
- c. Otros.....
- d. No
- e. No sabe/no opina

29. ¿Si existiera la oportunidad de la implementación de una propuesta de un programa de cultura turística en Puerto Maldonado, estaría dispuesto (a) a participar?

- a. Si
- b. No
- c. Tal vez

30. En qué actividades del programa de cultura turística estaría dispuesto a participar

- a. Talleres
- b. Ferias informativas
- c. Conversatorios
- d. Focus group
- e. Otros

MATRIZ DE CONSISTENCIA						
TITULO "Conocimientos y Beneficios de la Actividad Turística en los Pobladores de Puerto Maldonado, Madre de Dios-2015"						
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES	METODOLOGÍA
¿Cuáles son los grados de conocimientos y beneficios que genera la actividad turística en los pobladores de Puerto Maldonado?	Identificar el grado de conocimientos y beneficios de la actividad turística en los pobladores de Puerto Maldonado.	El grado de conocimientos de los pobladores de la actividad turística y Los beneficios que se generan en la ciudad son significativos.	Variable Dependiente: Conocimientos y beneficios.	Conocimientos.	Bueno, Regular, Malo, Muy Malo	La investigación será de tipo descriptiva correlacional de corte transversal. Para llevar a cabo la investigación, se ha procedido sobre todo al estudio de los indicadores de percepción habituales del turismo sostenible (OMT, 2005; Blázquez, Murray y Garau, 2002), como herramienta de medición se utilizara encuestas, los puntos donde se tomaran las muestras serán en puntos estratégicos de la ciudad como: Mercados (Mercado Modelo, Mercado José Aldamiz), Puertos (Puerto Capitanía, Puerto Tambopata), y otros puntos como el Boulevard y Plaza de armas.
	Objetivos Específicos:	Hipótesis Especificas		Sociales	Directo indirecto	
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Determinar el grado de conocimiento que tiene los pobladores de puerto Maldonado sobre la actividad turística. ➤ Identificar el grado de percepción de los beneficios que genera la actividad turística en los pobladores de puerto Maldonado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los pobladores de Puerto Maldonado tienen conocimiento favorable sobre el desarrollo de la actividad turística. • Los pobladores de Puerto Maldonado perciben que los beneficios generados por la actividad turística son significativas. 	Variable Independiente: Actividad turística	Económicos	Directo, Indirecto e Inducido	
				Ambientales	Positivo y Negativo	
				Modalidad de turismo	Ecoturismo	
					Turismo Rural Comunitario	

	<p>➤ Proponer la implementación de un programa de cultura turística.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La implementación de un programa de cultura turística permitirá entender los beneficios que genera la actividad turística. 			<p>Turismo Naturaleza, Turismo de aventura</p>	
--	--	--	--	--	--	--