



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



TESIS

**CONCIENCIA TURÍSTICA DEL POBLADOR DEL CENTRO
HISTÓRICO DE PISAQ PARA LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA**

2017

PRESENTADO POR:

Bach. RODIA CORE VERA QUISPE

Bach. LIZ MILAGROS SUMALAVE GONZALES

**PARA OPTAR AL TÍTULO
DE LICENCIADOS EN TURISMO**

ASESOR:

MGT. FRINE VALDERRAMA VIZCARRA

CUSCO - PERÚ

2019



PRESENTACIÓN

SEÑORA DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES DE LA
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO DRA. HERMINIA CALLO SÁNCHEZ

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

En cumplimiento de lo estipulado por el reglamento de grados y títulos de la Escuela Profesional de Turismo de la Universidad Andina del Cusco, ponemos a vuestra disposición la siguiente tesis intitulada: “Conciencia turística del poblador del Centro Histórico de Pisaq para la satisfacción del turista 2017”

El presente trabajo de investigación ha sido motivado por la necesidad de elevar el nivel de conciencia turística del poblador de Pisaq logrando la satisfacción del turista y por ende el desarrollo de la actividad turística en nuestra región.

Pisaq al ser incluido dentro del circuito del Valle Sagrado ha ganado una aceptación a través de los años por los turistas que lo visitan, pero la población necesita elevar el nivel de conciencia turística para que los turistas puedan sentirse satisfechos con la visita.

Ruego a ustedes comprender y pasar por alto los errores que involuntariamente se hayan cometido en el desarrollo del presente estudio.

Bachiller: Rodia Vera Quispe

Bachiller: Liz Milagros Sumalave Gonzales.



AGRADECIMIENTOS

Expresamos nuestro sincero agradecimiento:

A la Universidad Andina del Cusco por su contribución a nuestra formación profesional.

A los docentes de la Escuela Profesional de Turismo, quienes supieron brindarnos sus conocimientos académicos para esta meta personal.

A nuestra asesora Mgt. Frine Valderrama Vizcarra por habernos guiado y apoyado durante este proceso.

A la responsable del área de Sub-Gerencia de desarrollo y turismo de la Municipalidad de Písaq, Lic. Judith Cano, por habernos facilitado información acerca del tema de investigación.

A todas aquellas personas que colaboraron con esta investigación de manera desinteresada.

Bachiller: Rodia Vera Quispe.

Bachiller: Liz Milagros Sumalave Gonzales.



DEDICATORIA

*Dedico este trabajo a mi querida
madre, por darme todo su amor,
una excelente educación y enseñarme que
todas las cosas hay que valorarlas,
trabajarlas y luchar por alcanzar
nuestros objetivos con perseverancia
y disciplina.*

Liz Milagros Sumalave Gonzales

*El presente trabajo de investigación se lo dedico a
mis padres, ya que siempre me brindaron todo el
apoyo que pudieron a su alcance y más,
especialmente mi madre que me brindo sobretodo
su comprensión, paciencia y ternura, y lo más
importante que me enseñó que nunca es tarde para
lograr tus metas en la vida.*

Rodia Vera Quispe



RESUMEN

Pisac es el distrito más importante y visitado del circuito del valle sagrado, ya que cuenta con importantes atractivos naturales, culturales e históricos, sin embargo, la mayoría de los pobladores de Pisac no reflejan una conciencia turística ya que no valoran su patrimonio cultural e histórico, carecen de identidad cultural y no ponen en práctica la ética y los valores. Por este motivo el presente trabajo de investigación se elaboró con el objetivo de demostrar si la conciencia turística en el poblador va a generar satisfacción al turista, actualmente el distrito de Pisac no cuenta con ningún plan o proyecto de afianzamiento, fortalecimiento y formación en conciencia turística siendo un factor importante para lograr la satisfacción del turista y el desarrollo sostenible del distrito.

La metodología utilizada en la investigación es de tipo cuantitativo descriptivo-correlacional porque se utilizó el análisis numérico utilizando el análisis porcentual y análisis estadístico de corte numérico para la prueba estadística para lo cual se realizaron encuestas para determinar el nivel de conciencia del poblador y el nivel de satisfacción del turista.

Resultados: se consideraron 186 encuestas de las cuales los 90 pobladores encuestados en su mayoría se dedican al rubro del turismo demostrando una dependencia por dicha actividad, donde el 61% no tiene conocimiento del término conciencia turística notándose un descuido por parte de las autoridades competentes así mismo de los 96 turistas encuestados el 75% se encuentran medianamente satisfechos con los servicios y productos obtenidos en el Centro Histórico de Pisac debido a la falta de ética y calidad en sus servicios y productos.

El análisis e interpretación de resultados ayudó a diseñar propuestas y técnicas para la formación y fortalecimiento de conciencia turística del poblador tales como charlas para la sensibilización y concientización y la creación del Centro de Enseñanza Artesanal las cuales son necesarias para



elevar el nivel de conciencia turística del poblador del Centro Histórico de Písaq e incrementar la satisfacción del turista, todo esto se lograra mediante las entidades públicas como la municipalidad distrital de Písaq, Dircetur y entidades privadas y otras empresas que tengan que ver con el rubro turístico.

En conclusión, se logró identificar que el nivel de conciencia turística del poblador del Centro Histórico de Písaq es regular debido a la falta de ética al momento de ofrecer sus servicios y productos, así como una necesidad de fortalecer sus valores e identidad cultural, por ende, el grado o nivel de satisfacción del turista es regular.

Palabras Clave:

- Conciencia turística
- Satisfacción
- Identidad Cultural
- Ética.



ABSTRACT

Pisac is the most important and visited district on the circuit of the sacred valley, because it has important natural and cultural attractions, nevertheless the majority in the population of Pisac do not reflect a touristic conscience because they do not appreciate their cultural and historical patrimony, lack of cultural identity and do not put on practice the ethic and values. For that reason the present research work was elaborated with the purpose of demonstrating if the tourist conscience in the villager will generate satisfaction to the tourist, currently the district of Pisac does not count on any plan or project of consolidation, strengthening and formation in conscience tourism being an important factor to achieve the satisfaction of the tourist and the sustainable development of the district.

The methodology used in the research is descriptive – correlative using a quantitative focus because the numerical analysis was applied using the percentage analysis and numerical statistical analysis for the statistical test for which surveys were conducted to determine the level of villager's touristic conscience and the satisfaction level of the tourist.

Results: 186 surveys of the people were considered, the 90 villagers surveyed were mostly dedicated to tourism showing their dependence for this activity, where 61% did not have knowledge of the term conscience where the authorities are being careless about the situation of the people who work in tourism, as well of the 96 tourists surveyed, 75% were something satisfied with the services and products obtained in the historic center of Pisac because the commoner of Pisac need to be more ethic offering their services and products.

The analysis and interpretation of the results helped to design proposals and techniques for the formation and strengthening of tourism conscience in the historic center of Pisac like the Sensitization and Conscientiousness and the creation of the Handicraft Teaching Center all those



proposal will be possible through public entities such as the district municipality and Dircetur, aslo private entities and other companies that have to see with tourism.

In conclusion, we can identify that the level of the villager in the Historical Center of Písaq is regular because they need to be ethic offering their services and products and also the degree of satisfaction of the tourist who visit the Historical Center of Písaq is regular because they see the disorder, and the necessity of improving the cultural identity of the villager who lives in the Historical Center of Písaq

Key Words :

- Tourist Conscience
- Satisfaction
- Cultural Identity
- Ethic



Índice

Presentación II

Agradecimientos III

Dedicatoria IV

Resumen V

Abstract VII

Indice IX

Relación de tablas XI

Relación de graficos XII

Introducción XIII

CAPITULO I

1.1 Planteamiento del problema..... 1

1.2 Formulación de problemas..... 4

1.2.1 Problema general 4

1.2.2 Problemas específicos 4

1.3 Justificación de la investigación 4

1.3.1 Conveniencia..... 5

1.3.2 Relevancia social 5

1.3.3 Implicancias prácticas..... 6

1.3.4 Valor teórico 6

1.3.5 Utilidad metodológica..... 6

1.4 Limitaciones de la investigacion..... 6

1.5 Objetivos de la investigación 7

1.5.1 Objetivo general..... 7

1.5.2 Objetivos especificos 7

1.6 Delimitación de la investigación..... 7

1.6.1 Delimitación espacial..... 7

1.6.2 Delimitación temporal 7

CAPITULO II

Marco Teorico.

2.1 Antecedentes de estudio..... 8

2.1.1 Antecedentes internacionales..... 8



2.1.2	Antecedentes nacionales	9
2.1.3	Antecedentes locales	10
2.2	Bases teoricas	11
2.3	Marco teorico	15
2.4	Diagnostico situacional del distrito de pisaq	22
2.5	Hipótesis	47
2.5.	Hipótesis general.....	47
2.5.2	Hipótesis especificas.....	47
2.6	Variables de estudio.....	47
CAPITULO III		
	Método	49
3.1	Alcance de estudio	49
3.2	Diseño de investigación	49
3.3	Población.....	49
3.4	Muestra	50
3.5	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	52
3.5.1	Técnicas para el procesamiento de datos	52
CAPITULO IV		
Analisis e interpretacion de los resultados		
4.1.1	Encuestas realizadas a los habitantes del Centro Historico de Pisaq con respecto a la conciencia turistica.....	53
4.1.2	Encuestas realizadas a los turistas en el Centro Historico de Pisaq.....	65
4.1.3	Entrevista aplicada a la autoridad Pisaq.....	74
CAPITULO V		
5.1	Discusion.....	77
5.2	Propuestas	82
	Conclusiones	92
	Recomendaciones	93
	Bibliografia	94
	Anexos	97



RELACIÓN DE TABLAS

Tabla 1	Comunidades, caserios del distrito de Písaq.....	26
Tabla 2	Nivel educativo de Písaq.....	29
Tabla 3	Unidades económicas y población económicamente activa ocupada.....	31
Tabla 4	PEA de 15 años o mas, por ramas de actividad.....	32
Tabla 5	Relación de establecimiento de hospedaje en Písaq.....	37
Tabla 6	Tabla de establecimientos de restaurantes , cafetería y hornos en Písaq.....	38
Tabla 7	Tabla de calendario de festividades en Písaq.....	45
Tabla 8	Operacionalización de variables.....	48
Tabla 9	Técnicas e instrumentos.....	52
Tabla 10	Genero del poblador del Distrito de Písaq.....	53
Tabla 11	Edad de los pobladores.....	54
Tabla 12	Grado de instrucción.....	55
Tabla 13	Ocupación del poblador.....	56
Tabla 14	El turismo lo beneficia económicamente.....	57
Tabla 15	Conoces lo suficiente.....	58
Tabla 16	Conoce usted el significado.....	59
Tabla 17	Usted cree que una actitud amable.....	60
Tabla 18	Usted recibe capacitación.....	61
Tabla 19	Le gustaría recibir capacitación.....	62
Tabla 20	Mediante qué medios.....	63
Tabla 21	Usted cumpliría con normas o reglas que establezca la autoridad.....	64
Tabla 22	Genero del turista.....	65
Tabla 23	Edad de los turistas.....	66
Tabla 24	Grado de instrucción del turista.....	67
Tabla 25	Ocupación del turista que visita el centro histórico de Písaq.....	68
Tabla 26	Cuál es su motivo de visita al centro histórico de Písaq.....	69
Tabla 27	Sabe usted que es conciencia turística.....	70
Tabla 28	Usted está satisfecho con los servicios y/o productos brindados.....	71
Tabla 29	Como califica la conciencia turística del poblador.....	72
Tabla 30	Al momento de recibir un servicio o adquirir un producto turístico.....	73



RELACIÓN DE GRAFICOS

Grafico 1 Líneas de producción..... 34

Grafico 2 Genero del poblador del Distrito de Písaq..... 53

Grafico 3 Edad que poseen los pobladores del centro histórico de Písaq..... 54

Grafico 4 Grado de instrucción del poblador del centro histórico de Písaq 55

Grafico 5 Ocupación del poblador del centro histórico de Písaq..... 56

Grafico 6 El turismo lo beneficia económicamente a usted o a su familia..... 57

Grafico 7 Conoces lo suficiente de tu distrito para asesorar y ayudar al turista 58

Grafico 8 Conoce usted el significado de los terminos conciencia turística..... 59

Grafico 9 Una actitud amable y atención cortés influye en la satisfacción del turista 60

Grafico 10 Reciben algún tipo de capacitación o charlas informativas por parte de alguna entidad pública o privada que estimulen a elevar su nivel de conciencia turística..... 61

Grafico 11 Le gustaría recibir una preparación y capacitación en conciencia turista 62

Grafico 12 Mediante qué medios le gustaría recibir capacitación 63

Grafico 13 Usted 64

Grafico 14 Genero de turista..... 65

Grafico 15 Edad de los turistas 66

Grafico 16 Grado de instrucción del turista..... 67

Grafico 17 Ocupación del turista que visita el centro histórico de Písaq 68

Grafico 18 Cuál es su motivo de visita al centro histórico de Písaq..... 69

Grafico 19 Sabe usted que es conciencia turística 70

Grafico 20 Usted está satisfecho con los servicios y/o productos brindados 71

Grafico 21 Como califica usted la conciencia turística del poblador 72

Grafico 22 Al momento de recibir un servicio o adquirir un producto turístico este 73

Grafico 23 Flyer Publicitario para los talleres para la concientización turística al poblador del centro histórico..... 107

Grafico 24 Tríptico informativo conciencia turística 108

Grafico 25 Polo y Gorro Publicitario para el fortalecimiento de la conciencia turística brindadas al poblador en la concientización..... 110



INTRODUCCIÓN

El turismo ha llevado a colocarse entre las primeras actividades del mundo en cuanto a inversiones, movimientos financieros y el empleo generado. Esta actividad en los últimos años es considerada uno de los sectores de más rápido crecimiento en la economía, retribuyendo el desarrollo social de Cusco y el resto del país.

Pisac cuenta con un patrimonio cultural, paisajístico y arqueológico importante y digno de ser catalogado, está ubicado a 35 km. en la carretera Cusco - Calca, además cuenta con 12 comunidades campesinas que aún algunos de ellos conservan sus tradiciones y costumbres, lo que ha concitado la atención del turista es por estos factores que la población del centro histórico de Pisac se encuentra en la obligación de poseer un adecuado nivel de conciencia turística y demostrarla al recibir al turista.

Se ha concebido que el turismo en Pisac se enfrenta a una problemática cada vez más complicada como la pérdida de conciencia turística, identidad cultural, la ausencia de calidad de servicios y/o productos, la ética profesional entre otros. El abordaje del tema de investigación se orienta a conocer el perfil de los pobladores del centro histórico, así como el nivel de satisfacción del turista frente a la adopción de productos y servicios según sus propias necesidades. Asimismo, permitió identificar deficiencias y debilidades en la zona de estudio, para así brindar una serie de propuestas y aprovechar al máximo las oportunidades detectadas en el mercado. El presente trabajo de investigación se ha dividido en 5 capítulos:

En el Capítulo I, aborda el planteamiento del problema el cual consta de la descripción del problema donde se desarrolla el diagnóstico de la actividad turística en el centro histórico de Pisac y su situación actual proponiendo soluciones para fortalecer la conciencia turística del poblador y



elevar el nivel de satisfacción del turista así mismo lograr un desarrollo sostenible en el distrito de Písaq.

En el Capítulo II, contiene el marco teórico que aborda las cuestiones teóricas que sustentan el planteamiento en desarrollar los antecedentes de la investigación, bases teóricas, marco conceptual así mismo se identifica el ámbito de estudio y sus principales características.

En el Capítulo III, se plasma la metodología donde se describe los tipos de método que se han desarrollado en el presente estudio así mismo los diferentes tipos de técnicas e instrumentos de recolección de datos como encuestas y entrevistas para validar la hipótesis.

En el Capítulo IV, se determina los resultados de la investigación, apreciaciones y análisis de las encuestas diseñadas para estimar el nivel de Conciencia Turística de los pobladores del distrito de Písaq, así como de los turistas. De igual manera mediante encuestas se busca determinar el nivel de satisfacción de los turistas respecto a la conciencia turística del poblador del distrito de Písaq.

En el Capítulo V, en este último capítulo se plantea propuestas con alternativas de solución para los problemas, que permitirá la implementación de la política de formación de Conciencia turística en la población de Písaq que facilitará mejorar la conciencia turística del Centro histórico de Písaq.

El trabajo de investigación finaliza con las conclusiones, recomendaciones para el fortalecimiento de la conciencia turística, también se adjunta bibliografía y anexos respectivos.



CAPÍTULO I

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La actividad turística desde la perspectiva económica, es considerada uno de los sectores de más rápido crecimiento en la economía mundial, para algunos países es la primera generadora de ingresos por encima del petróleo y la industria (Organización mundial del turismo, 2017). Para la Organización Mundial de Turismo hoy en día uno de cada tres empleos es generado por el turismo, por lo que alrededor del 8% de la población mundial está empleada en este sector.

Durante las seis últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo. A los destinos favoritos tradicionales de Europa y América del Norte se han ido sumando otros muchos más. En 2015, el número de llegadas de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) aumentó un 4,6% hasta alcanzar un total de 1.186 millones en todo el mundo, lo que constituye un crecimiento de 52 millones con respecto al año previo. Fue así el sexto año consecutivo en que el turismo internacional crecía por encima de la media, desde la crisis económica mundial de 2009. (OMT, 2016, p 3)

Las llegadas internacionales a América del Sur crecieron un 6% en 2015, pero con resultados bastante dispares según los destinos. Paraguay casi dobló el número de llegadas, aunque partía de una base más modesta, mientras Chile (+22%) y Colombia (+16%) también



registraban crecimiento de dos dígitos. Perú y Uruguay registraron un incremento del 7% y del 3% respectivamente, mientras que Argentina y Brasil registraron ligeros descensos. (Organización mundial del turismo)

Cusco es la región más desarrollada turísticamente del Perú, la industria y la infraestructura se han desarrollado muy bien. Las principales atracciones incluyen el centro histórico con arquitectura colonial y la plaza principal, Sacsayhuamán, el palacio de Inca Roca, barrio de San Blas, y los sitios arqueológicos de Qenko, Pukapukara y Tambomachay. El Valle Sagrado tiene una multitud de pueblos pintorescos como Pisac, Maras, Chinchero y además una variedad de sitios arqueológicos. La atracción turística más popular del Perú es Machu Picchu este centro arqueológico es el legado más hermoso e importante de la cultura inca; además es una de las Siete Maravillas del Mundo y declarado por la UNESCO como Patrimonio de la humanidad. El distrito de Pisaq al encontrarse en el circuito del Valle Sagrado de los Incas es un importante punto de visita y este a su vez cuenta con un amplio patrimonio cultural siendo más visitado el Mercado Artesanal (el cual se puede apreciar todos los días de la semana, pero realizado los días martes, jueves y domingos con mayor amplitud ofreciendo una notable variedad de textilería y cerámica) y como patrimonio monumental (El centro arqueológico de Pisaq, la Iglesia San Pedro Apóstol). Así como también es visitada en temporadas por sus festividades andino religiosas.

Actualmente la vida cotidiana de los pobladores del centro histórico de Pisaq transcurre cada vez más con el paso del tiempo fuera de lo autóctono como el uso de la vestimenta típica y sus costumbres reflejando una carencia de identidad cultural, a su vez se observa la falta de ética al momento de ofrecer o brindar sus servicios y productos. Teniendo en cuenta que la mayoría de los pobladores del centro histórico de Pisaq están inmersos en la actividad



turística; esta observación se enfoca primeramente en los empresarios y comerciantes dedicados al rubro del turismo que conforman el centro histórico de Písaq, la mayoría de estos establecimientos (hoteles, hospedajes, restaurantes turísticos, agencias de viaje, bodegas, etc) en la actualidad brindan un servicio turístico inadecuado ya que muchos de ellos no cumplen con las normativas ni requisitos mínimos de infraestructura, equipamiento y calidad de servicio que da la DIRCETUR Y MINCETUR, estas instituciones a su vez no supervisan ni cumplen sus funciones con regularidad, causando en parte una pérdida de interés en el poblador del centro histórico de Písaq en mejorar sus servicios turísticos para la satisfacción del turista. A su vez esta ausencia de conciencia turística se ve claramente en los artesanos que laboran en el mercado artesanal de Písaq teniendo en cuenta que es el más visitado del valle sagrado esto no tuvo un impacto positivo más al contrario se observa un notorio desorden empezando por su ubicación actual dentro de la Plaza Constitución bloqueando el paso libre y obstaculizando la vista de la Iglesia colonial San Pedro Apóstol, la cual es un importante atractivo cuya edificación data del año 1600. El mismo problema se observa en las calles aledañas a la Plaza Constitución como las calles Intihuatana y Mariscal Gamarra, las cuales están ocupadas por toldos artesanales bloqueando el paso y dando un aspecto desfavorable, este desorden es debido a una incapacidad de organización ya que priorizan el interés personal inmediato sin pensar en un desarrollo y bienestar a futuro, utilizando como excusa la tradición del lugar inadecuado que ocupan siendo el verdadero objetivo evitar pagar arbitrios que demandarían puestos con una ubicación e infraestructura adecuada., por otro lado se ve reflejada la ausencia de conciencia turística en la diferencia de precios de un mismo producto así como la originalidad de sus productos ya que muchos



textiles, cerámicos, platería, etc son traídos desde Juliaca fabricados para la venta al por mayor y por ende de baja calidad y ofrecidos al turista como originales o hechos a mano.

Así también la falta de educación y amabilidad al momento de resolver algún inconveniente, devolución o reclamo, siendo estos detalles muy importantes que definen la calidad del servicio turístico.

Por ello la presente investigación busca promover la conciencia turística y preservar una población con identidad cultural y ética orientadas a la valoración del fenómeno turístico.

1.2 FORMULACIÓN DE PROBLEMAS

1.2.1 PROBLEMA GENERAL

¿Cómo la conciencia turística del poblador del Centro Histórico de Písaq contribuye a la satisfacción del turista?

1.2.2 PROBLEMAS ESPECÍFICOS

1. ¿Cuál es nivel de conciencia turística del poblador del Centro Histórico de Písaq?
2. ¿Cómo es el nivel de satisfacción que tiene el turista respecto a la conciencia turística del poblador del Centro Histórico de Písaq?

1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La actividad turística en Písaq ha ido incrementándose lo cual constituye un factor muy importante de desarrollo así como también un reto, ya que indica satisfacer las expectativas y necesidades de los turistas que arriban a dicho distrito , por ello la necesidad de elevar el nivel de conciencia turística de los pobladores del centro histórico de Písaq inmersos en el ámbito turístico para la satisfacción del turista considerando este poblado como un destino clave dentro del circuito del valle sagrado incluido en el itinerario de la gran mayoría de turistas que arriban a la ciudad del Cusco, muchos de estos visitando independientemente el



Mercado Artesanal siendo este el más recomendado por la oficina de información turística de la DIRCETUR así como también por guías de turismo particulares y otras entidades turísticas debido a su antigüedad e historia, la variedad de productos artesanales y textiles provenientes de la región y principalmente la diferencia de precios siendo ligeramente más económicos comparados con Machupichu y el Centro Histórico del Cusco. Por ello en el proyecto de tesis intitulado “Conciencia turística del poblador del centro histórico de Písaq para la satisfacción del turista 2017” lo siguiente:

1.3.1 CONVENIENCIA

Esta investigación se realizó para incentivar el desarrollo de la conciencia turística y motivar a los turistas a visitar el Distrito de Písaq no solo por sus atractivos históricos y culturales sino también por el trato amable y cordial de sus pobladores y sobre todo por brindar un servicio transparente, organizado y ético debido a que Písaq es reconocido y frecuentemente visitado por el Centro Arqueológico así como también por el Mercado Artesanal el cual representa los productos y la artesanía característica del Valle Sagrado y del Cusco en general, teniendo esto en cuenta es necesario que la población desarrolle una adecuada conciencia turística la cual se verá reflejada en la satisfacción del turista.

1.3.2 RELEVANCIA SOCIAL

El turismo es una actividad multisectorial muy compleja que genera, directa e indirectamente una serie de beneficios a los distintos niveles de la sociedad. Para ello, moviliza a diversos agentes y grupos sociales de manera ordenada y planificada. A su vez para beneficiar a las personas que están vinculadas con la actividad turística en el centro histórico de Písaq.



1.3.3 IMPLICANCIAS PRÁCTICAS

El desarrollo de esta investigación sensibilizara y concientizara al poblador del Centro Histórico de Písaq, acerca de la importancia de desarrollar una verdadera conciencia turística, resolviendo los problemas que se tiene en la actualidad como la falta de ética al momento de ofrecer sus productos y servicios dentro del Centro Histórico de Písaq.

1.3.4 VALOR TEÓRICO

La información que se obtuvo de esta investigación servirá como antecedente de estudios futuros con la finalidad de promover la conciencia turística en todas sus modalidades y mejorar el nivel cultural de los pueblos que son entes generadores de servicios turísticos.

1.3.5 UTILIDAD METODOLÓGICA

El presente estudio nos permitirá contribuir con información en relación a ambas variables, obteniendo mejoras en la conducta y conciencia propia del poblador y así poder aportar en logros concretos en el desarrollo turístico, garantizando la participación del poblador como eje fundamental.

1.4 LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Las principales limitaciones que se han encontrado durante el presente trabajo de investigación son las siguientes:

- En lo bibliográfico ya que no existe suficiente bibliografía actualizada sobre el tema abordado.
- Reparto de experiencia, en la realización de esta investigación debido a que aún no hemos tenido suficiente destreza en materia de investigación.
- Limitado disposición por los pobladores del Centro Histórico de Písaq para colaborar con el trabajo.



1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 OBJETIVO GENERAL

Demostrar que la conciencia turística del poblador del Centro Histórico de Písaq contribuye a elevar el nivel de satisfacción del turista.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Determinar y analizar el nivel de conciencia turística del poblador del Centro Histórico de Písaq.
2. Determinar el nivel de satisfacción del turista que visita Písaq respecto a la conciencia turística que tiene el poblador del Centro Histórico de Písaq.

1.6 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1 DELIMITACIÓN ESPACIAL

La delimitación del trabajo de investigación se realizó en el Centro Histórico de Písaq que comprende, La Plaza Constitución (El mercado artesanal); Calle Espinar; Av. Amazonas, Calle Grau, Calle Kitamayo, Calle Paucartambo, Calle Mariscal Gamarra, Intihuatana, Bolognesi y Pardo realizando técnicas de observación, encuestas y entrevistas a los pobladores que conformen la delimitación y a los turistas que visitan el Centro Histórico de Písaq.

1.6.2 DELIMITACIÓN TEMPORAL

El estudio del trabajo de investigación se realizó entre los meses de Noviembre del 2017 hasta Noviembre del 2018 utilizando correctamente técnicas e instrumentos mencionados en este plan, así finalizando satisfactoriamente el proyecto de tesis.



CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE ESTUDIO

2.1.1 ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Se encontró el siguiente programa realizado por Sernatur (servicio nacional de Turismo), como antecedente de estudio internacional, publicado en el país de Chile. Título: Programa Nacional de Conciencia Turística. Autor: SERNATUR Año: 2011 Según SERNATUR se concluye que:

CONCLUSIONES:

PRIMERO: Educar, difundir la importancia y los beneficios que tiene el turismo, en fomentar la hospitalidad y el buen servicio a los turistas que visitan los distintos rincones de Chile, a cuidar y valorar los atractivos turísticos y desarrollar de una forma planificada y sustentable todo lo relacionado a la actividad turística. (SERNATUR, 2011)

SEGUNDO: Los chilenos deben entender la Conciencia Turística como una actitud positiva que necesitamos tener en forma individual y colectiva principalmente cuando el turista nos visita. (SERNATUR, 2011)

TERCERO: El fenómeno turístico es de carácter universal y su desarrollo abarca y beneficia de alguna forma a todas las naciones, todavía falta que la ciudadanía en general tome plena



conciencia de sus beneficios, para llegar a la etapa en que sea asumida en plenitud.
(SERNATUR, 2011)

2.1.2 ANTECEDENTES NACIONALES

Título: Conciencia turística y desarrollo sostenible en la playa centinela del distrito de Huaura, periodo 2017, Institución: Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión – Escuela profesional de gestión en turismo y hotelería - Autor: Bach. Hector Nuñez Espinosa - Año :2017 El tesista llegó a las siguientes conclusiones:

CONCLUSIONES

PRIMERO: En esta investigación se demostró que la conciencia turística se relaciona muy significativamente en el desarrollo sostenible tales como: conocimiento, educación, valores, entidades públicas participación de las comunidades, conservación natural y cultural educación ambiental e interpretación de manera moderada según la correlación de Rho de Spearman. (Espinosa, 2017, p. 65)

SEGUNDO: La conciencia turística debería contribuir en el desarrollo sostenible del poblado de Centinela, por lo que llegaría a ser una de las bases fundamentales para el desarrollo responsable del centro poblado y además esto constituiría en actitudes y/o comportamientos positivos frente el turista, al cuidado ambiental, así como por la recuperación de los valores culturales y naturales propios, de esta manera los turistas se llevaran una impresión positiva de ellos llegando a la posibilidad de que vuelvan a visitarlos o recomendar a otras personas. (Espinosa, 2017, p. 65)



TERCERO: Existen fundamentos teóricos científicos que aseguran que el desarrollo del turismo positivo no se da sino existe una formación de Conciencia turística en la población. (Espinosa, 2017, p. 65)

2.1.3 ANTECEDENTES LOCALES

Se ha consultado y revisado trabajos de investigación en la biblioteca de Universidad Andina del Cusco en la Escuela Profesional de Turismo y se ha encontrado los siguientes trabajos de investigación relacionados con la tesis intitulada Conciencia turística Del Poblador del Centro Histórico de Písaq para la satisfacción Del Turista, estos trabajos de investigación son tomados como antecedentes en la presente tesis.

1.- Título: Conciencia turística y participación de la población en el desarrollo económico del Centro Histórico del Cusco - Autor: Manuel Rodrigo Luna Aguilar - Año: 2015

CONCLUSIONES:

PRIMERO: La conciencia turística y la participación de la población en el desarrollo económico, beneficia de manera parcial al poblador del Centro Histórico de Cusco, debido a un cambio radical en sus estructuras sociales debido a la aparición del capital extranjero y nacional . (Aguilar, 2015, p. 96)

SEGUNDO: La conciencia turística, no es importante para los habitantes del Centro Histórico del Cusco, evidentemente esta actitud se refleja en el desconocimiento cultural que destaca aquel vínculo al tejido simbólico construido por las personas que componen una comunidad. (Aguilar, 2015, p. 96)

TERCERO: Se ha demostrado que la participación de la población en el desarrollo económico beneficia de manera parcial al Centro Histórico del Cusco. (Aguilar, 2015, p. 96)



2.- Título: La relación entre el Patrimonio Cultural, paisajístico y arqueológico con la imagen turística del Centro poblado de Pisac - Autor: Shary Annete Baca Yepez - Año: 2013 - La tesista llevo a las siguientes conclusiones:

CONCLUSIONES

PRIMERO: Se ha demostrado que el factor que mayormente afecta a la actividad turística en el poblado de Pisac es la promoción de otros atractivos turísticos y seguidos por el uso de la plaza principal como estacionamiento turístico. (Yepez, 2013)

SEGUNDO: Se ha demostrado que la reubicación y ordenamiento del mercado artesanal de Pisac mejorará la limpieza y orden del Centro Poblado de Pisac y dará una mejor calidad de vida al poblador. (Yepez, 2013)

TERCERO: Se ha demostrado que la revaloración de otros atractivos existentes tales como las iglesias y hornos coloniales, museo comunitario, rio Vilcanota, etc diversificará la oferta turística y generará el uso apropiado del patrimonio cultural, paisajístico y arqueológico del Centro Poblado de Pisac. (Yepez, 2013)

2.2 BASES TEÓRICAS

2.2.1 TEORIA DE LA CONCIENCIA TURÍSTICA

La conciencia turística es el sentido turístico de los pobladores de un determinado lugar, que se expresa en actitudes de comprensión, ayuda, amabilidad, limpieza y en general en una vida cultural elevada para promover el turismo, se puede conceptuar también como la mentalidad de anfitriones en el marco de los principios del turismo sustentable, así como la responsabilidad individual y/o colectiva que se asume con respecto a la seguridad de los visitantes. (mincetur, 2000, pág. 1)



En un texto clásico sobre el tema, Jorge Guitelman citado en (Varisco, 2016) habla de la cultura de la hospitalidad: la cultura viene a ser el conjunto de prácticas y comportamientos de una comunidad consiente de que su identidad turística depende de su compromiso en la relación establecida con el turista. También hace mención del trato comercial como base de un buen servicio, de la calidez humana como un trato familiar el cual es fundamental para brindar hospitalidad.

Según (Romero, 2008) citado en (Varisco, 2016) comenta que para lograr una concientización turística tiene existir una correlación entre visitante y habitante, la amplitud del concepto depende del número de involucrados en la actividad turística y los efectos positivos percibidos. Por lo tanto, la conciencia turística es la manifestación de correspondencia y aceptación del turismo por parte de todos los involucrados directa e indirectamente, así mismo la actitud de gratitud y bienestar la cual proviene de la actividad turística en un aspecto social, económico, cultural y ambiental.

En palabras de Carlos Bassan (2015) citado (Varisco, 2016) en cada destino turístico adopta una identidad propia y particular, siendo el resultado de una constante negociación y desarrollo cultural en el cual la concientización turística cumple un rol fundamental, esto revela un proceso lento por parte de la comunidad receptora para lograr una comprensión más amplia acerca de los efectos del fenómeno turístico y el impacto en su territorio, lo cual genera un comportamiento positivo y acogedor hacia el visitante así como una actitud positiva y respetuosa frente a su entorno y patrimonio.

- ***Principios de la conciencia turística***

Según (Zarate, 2017) Existen tres principios fundamentales que conforman la conciencia turística los cuales se logran educando al ciudadano:



1. Brindar un trato personalizado, amable y cálido cambiando nuestras actitudes y conductas negativas.
2. En el lugar que se visita, respetar la identidad nacional, costumbres y tradiciones, así como proteger el medio ambiente.
3. Diversificar la oferta y fomentar un desarrollo de infraestructura mediante el sector público y privado apoyando el esfuerzo realizado por estas entidades.

2.2.2 TEORIA DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Existe una infinidad de definiciones acerca de satisfacción del cliente por lo cual consideraremos la siguiente teoría revela a la satisfacción del cliente dentro de un estado psicológico que proviene de un proceso de compra y consumo, debido a que es muy genérica y no incluye una base referencial que usara el cliente para comparar su experiencia de compra con la de consumo, siendo objeto de controversia entre los investigadores. (Evrard, 1993 p. 4)

Según Lewis y Mitchell (1990) citados en (Lavado, 1998, p. 54) cada transacción específica va unida a la satisfacción del cliente, en cambio la actitud hacia un producto o servicio es de una manera genérica y se presenta obviando una experiencia personal ya sea de compra o consumo.

Teorías sobre la naturaleza de la satisfacción del cliente

- Teoría de la equidad de Brooks (1995) citado en (Estudio de la satisfacción del cliente, p. 22): afirma lo siguiente; se hace presente la satisfacción en el momento que el turista se da cuenta de un equilibrio entre el esfuerzo y tiempo empleado, en relación al precio.



- Teoría de la atribución causal: Según de Brooks (1995) citado en (Estudio de la satisfacción del cliente, p. 22): revela que el cliente solo percibe una compra realizada a manera de éxito o fracaso, lo cual está ligado a factores internos y externos tales como otros individuos que intervienen en la compra o una simple impresión personal del comprador.
- Teoría del desempeño o resultado de Brooks (1995) citado en (Estudio de la satisfacción del cliente, p. 22): nos dice que la manera de realizar un producto o servicio con sus respectivas características las cuales pueden ser percibidas por el cliente, está directamente relacionada a su satisfacción.
- Teoría de las expectativas de Liljander y Strandvik (1995) citados en (Estudio de la satisfacción del cliente, p. 22): afirma que antes de realizar la compra, el cliente da forma a sus expectativas observando el desempeño del producto o servicio. Una vez se haya producido ésta y se consume el servicio o producto, el consumidor procede a conforme se haya consumido el producto o servicio el cliente compara sus expectativas con las características reales, donde se produce una conformidad en caso de que el producto sea mejor de lo esperado o una disconformidad si el producto resulta siendo peor de lo esperado. Así mismo puede producirse una confirmación de la expectativa obtenida en caso de que el producto o servicio sea tal y como se esperaba.



2.3 MARCO CONCEPTUAL

A.- CONCIENCIA TURÍSTICA

Es una educación turística dirigida a la población o comunidad receptora con el fin de crear y desarrollar una actitud direccionada a proteger y valorar el patrimonio, garantizando una seguridad al visitante, así como también fomentar el trato hospitalario hacia el visitante y los valores necesarios al momento de ofrecer un producto o servicio turístico (Mincetur, Ley general del turismo).

Es la conciencia de los habitantes de un país en relación a su necesidad e interés para apoyar al desarrollo turístico, de esta forma crear una estabilidad económica mediante la actividad turística. (Cultural, 2000)

Está comprendida por el comportamiento y actitudes de los habitantes en un lugar con potencial turístico, los cuales a través de la hospitalidad y empatía colaboran con una adecuada recepción al visitante. (Arria, 1991).

B.- CARÁCTER ÉTICO

ÉTICA: Según Jorge Díaz (2009) citado por (Jorge Perez , 2009) dice que la ética normaliza la actitud y conducta del ser humano mediante el uso de leyes existentes en la sociedad ya que se concentra en el estudio de los valores.

Según Isley Sayago citado por (Jorge Perez , 2009) Como parte de la filosofía está orientada a estudiar la moral del ser humano teniendo en consideración las actitudes positivas o negativas, por otro lado puede decirse que está ligada a la creencia que nos impone a ser espontáneos dependiendo de ciertos criterios y opiniones propias de uno mismo.



C.- CARÁCTER MORAL

MORAL: Según Nietzsche citado por (Suárez, 2018) La moral es la manera de ver el comportamiento y las cosas cotidianas, esta manera de ver se da desde una perspectiva determinada, él propone una perspectiva fuera de lo normal con respecto a la moral, una que afirma la vida como una fuerza fundamental siendo la voluntad de poder y un eterno sí a la vida sin exclusiones.

Según Sócrates citado por (Suárez, 2018) Es la persona consiente del conocimiento como virtud, donde es suficiente conocer lo que es justo para obrar correctamente.

Según Aristóteles citado por (Suárez, 2018) La moral es una virtud voluntaria que se adquiere por medio de la razón la cual consiste en el equilibrio entre dos vicios.

D.- IDENTIDAD CULTURAL

Según Molano La identidad cultural está comprendida por la conciencia de pertenecer a un determinado grupo social en el cual compartimos creencias, valores y costumbres. El concepto de identidad no es fijo, sino más bien es reproducido de forma personal y a su vez colectiva, viéndose afectado continuamente por influencias exteriores. Varios estudios sociológicos y antropológicos afirman que la identidad empieza por la distinción y luego como reafirmación frente a otro individuo. Este concepto trasciende fronteras (el caso de inmigrantes) pero su origen está vinculado a un territorio en específico.

Según (González Varas, 2000, p. 43) citado en (Molano, 2007) Afirma que la identidad cultural de un pueblo puede ser comprendida a través de diferentes características de su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, todo



esto comprende los sistemas de valores y creencias (...) El carácter inmaterial y anónimo también es una parte importante de los factores de identidad cultural ya que provienen de la colectividad.

Según (Romero Cevallos, 2005: 62) citado en (Molano, 2007) responde la pregunta ¿Qué es la identidad? Es la conciencia de pertenecer a una sociedad o un grupo específico que sirva de referencia, en resumen, a una colectividad. Esta colectividad esta normalmente localizada geográficamente, pero también existen casos de inmigrantes o refugiados que rompen ese esquema. Por otro lado, existen manifestaciones culturales que son más intensas en el aspecto de identidad, lo cual las hace diferentes de otras actividades cotidianas. Por ejemplo, manifestaciones las fiestas, las procesiones, la música, la danza. La UNESCO ha declarado estas representaciones culturales bajo el nombre de “patrimonio cultural inmaterial”

Según (Bákula, 2000: 169) citado en (Molano, 2007) manifiesta que el patrimonio cultural es indispensable para que se manifieste la identidad, dicho patrimonio tiene una existencia independiente de su valoración o reconocimiento. La sociedad constantemente configura su patrimonio cultural determinando así los factores y elementos que consideran más importantes y asumen como propios y se convierten en un referente de identidad. (...) Esta identidad significa el reconocimiento de un determinado grupo de personas en un mismo entorno físico y social dando un carácter activo y cambiante a la identidad cultural de cada individuo (...) El patrimonio y la identidad cultural nunca están estáticos, al contrario, están condicionados por factores externos y sujetos a constantes cambios debido a la retroalimentación continua entre ambos.



La identidad cultural está vinculada a la historia y el patrimonio de tal modo que sin la memoria, sin el reconocimiento del pasado o elementos referenciales para ayudar a construir un futuro, dicha identidad no existiría.

E.- AMABILIDAD

Según Lopez M. Jorge (2011) Afirma que la amabilidad es una virtud que logra que ocurra una relación interpersonal de manera fácil y grata. La amabilidad se logra mediante una buena educación, con el tiempo puede moldear el carácter de una persona al punto que logre conciliar situaciones que se presenten como hostiles. Es seguro apostar por este valor ya que no es digno para los débiles, sabiendo que no es fácil ser amable todo el tiempo. Para aplicarla adecuadamente se necesita un autocontrol para lo cual se necesita ser fuerte y no dejarse manipular por los diferentes estados de ánimo.

F.- CARACTERÍSTICAS DE LA AMABILIDAD

Según (Carcamo, 2015) la amabilidad posee las siguientes características:

- La amabilidad está ligada al dominio propio
- La amabilidad está ligada a una actitud pacificadora
- La amabilidad está ligada al respeto.
- La amabilidad está ligada al honor.
- La amabilidad está ligada al gozo.
- La amabilidad está ligada al servicio.
- La amabilidad está ligada a la consideración de nosotros mismos.



G.- APLICACIÓN DE LA AMABILIDAD

Las personas amables se comportan de una manera particular, teniendo como principal objetivo inducir a que les demuestren amor y respeto. De esta manera fomentando a los demás a reaccionar de una manera proporcional a la de ellos. (López 2009)

H.- RESPONSABILIDAD SOCIAL

La Responsabilidad Social viene a ser la conducta que se alinea con las normas y expectativas de la sociedad. La responsabilidad social es la obligación, compromiso y deber que posee cada individuo, miembros de una sociedad o empresa de contribuir voluntariamente para proteger el medio ambiente y desarrollar una sociedad más justa, así mismo puede estar comprendida por acciones negativas y positivas, es decir, las primeras se refieren a abstenerse de actuar y las segundas a actuar. La responsabilidad social se fomenta tanto por parte de una persona o un grupo como por ejemplo las que son llevadas mediante un ente gubernamental o empresas privadas que cumplan funciones de restauración o recuperación de espacios públicos para el beneficio de una determinada comunidad. Finalmente considera que la responsabilidad social se diferencia de la responsabilidad empresarial, política y corporativa debido a que no se limita a la valoración del ejercicio del poder a través de una autoridad específica. (Arrieta, 2009, p. 75).

I.- CORTESÍA

La cortesía está ligada a la cordialidad y amabilidad. Una persona que aplica la cortesía trata con amabilidad y respeto a los que lo rodean. Con este valor podemos impulsar la creación de relaciones interpersonales favorables las cuales brindan un bienestar y agrado propio y



con los demás, aportando energía positiva a la existencia de otros. Del mismo modo nos encamina al éxito, contando con aquellos que nos rodean recibiendo la ayuda que podamos necesitar. (Giraldo. 2000)

J.- COMPORTAMIENTO

Según Watson (1994) dice que todo lo que un individuo hace o dice es un reflejo de la conducta la cual puede ser tanto una actividad interna como externa. Aspectos como moverse es una conducta, pero también lo es hablar, pensar o emocionarse. El autor no solo explica que el comportamiento comprende una acción motora o de movimientos, sino también la parte emocional. La conducta que posee una persona es denominada una actividad interna o implícita que realiza el ser humano ante un suceso.

K.- ACTITUD

Afirma que la actitud es aprendida y predispone a la persona para generar una respuesta consistente adecuándose a un contexto social. (Eiser J.R. 1991)

Según Rodríguez (1991), Es la organización percepciones y creencias que por lo general posee una carga afectiva apoyando o no a un objeto en específico el cual predispone a un acto coherente y relativa a un determinado objeto. Según este autor la actitud posee tres componentes las cuales lo dividió en: Componente cognoscitivo, componente afectivo y componente conductual.



L.- LA SATISFACCIÓN AL TURISTA

Según Kotler & Keller (2006) citado en (Carranza, 2008) Ambos afirman que es el resultado de la comparación de un desempeño logrado el cual está relacionado con las expectativas del individuo al consumir un producto o servicio. La percepción del turista frente al producto o servicio está influenciada por experiencias anteriores, recomendaciones u otra información directa. Se debe administrar con mucho tino la expectativa del turista para que esta sea suficiente para lograr su satisfacción.

M.- EXPECTATIVA

Según Niklas Luhmann este concepto se refiere a la posibilidad o la esperanza de lograr algo deseado, por lo tanto es la posibilidad razonable de que suceda algo, basándose en el análisis de los sucesos o resumidamente la posibilidad de conseguir algo esperado. Por otro lado, designa el interés o la atención que puede generar algún hecho que se está esperando hace mucho tiempo. (luhmann, 2006, p. 82)

N.- NIVELES DE EXPECTATIVA

Según Berry & Parasuraman citado en (Oliveira, 2010) estos autores afirman que existe dos niveles de expectativas por parte de los consumidores: el nivel deseado y el nivel adecuado. El nivel deseado describe lo que le gustaría recibir; mientras que el segundo manifiesta lo que es aceptable recibir. Entre ambos niveles, existe una zona de tolerancia. La zona de tolerancia depende del consumidor, ya que el nivel de expectativa es activo y sus resultados dependen de los diversos factores, así como necesidades y experiencias anteriores.



2.4 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL DISTRITO DE PISAQ

2.4.1 UBICACIÓN

El distrito de Písaq está ubicado en la provincia de Calca a 35 km de la ciudad del cusco, a cuenta con una superficie de 148.25 km². Además, está conformado por 13 comunidades campesinas como Amaru, Ampay, Ccotataqui, Chahuaytiri, Cuyo chico, Cuyo grande, Maská, Ccotabamba, Emiliano Huamantíca de Huandar, Pampallacta, Paruparu, Sacaca y Viacha. (Municipalidad de Písaq , 2015)

2.4.2 ALTITUD

Písaq es la capital de la provincia de Calca está situado a 2 972 msnm con latitud sur 17 o 25'03" y longitud oeste 71 o 50'57. Mientras las cumbres aledañas a las quebradas Pillatahuayco, Culispata y Chaupihuayco pasan los 4800 m.s.n.m. (Municipalidad de Písaq , 2015)

2.4.3 CLIMA

Písaq está localizada en la zona climática Semiárido Templado con invierno seco, temperatura promedio anual es de 18.1°C y una mínima de 11.7°C. La precipitación por año es de 1200mm y una mínima de 1000mm. (Municipalidad de Písaq , 2015)



2.4.4 HIDROLOGIA

2.4.4.1 CUENCA PRINCIPAL: RÍO VILCANOTA

El principal curso de agua en Cusco es el río Vilcanota. Nace en los límites departamentales entre Cusco y Puno, hacia el sureste de la región, en el nevado Cunuruna, próximo al abra de La Raya y continúa su curso en dirección noreste, dejando la región en su frontera norte, en el límite con la región Ucayali. Atraviesa las ciudades de Pisac, Urubamba y Ollantaytambo. Hasta Pisac, el río Vilcanota tiene un recorrido de 185 km y de acuerdo con los estudios de la Misión Técnica Alemana efectuados el año 1980 para la institución denominada Plan Meris II, el tiempo de concentración del río Vilcanota, para la Estación de Pisac es de 713 horas. (Municipalidad de Písaq , 2015)

2.4.4.2 IDENTIFICACIÓN DE SUB – CUENCAS

Sub cuenca Pillahuayco, Comprende un área de 1.85 Km². Esta sub-cuenca presenta una topografía accidentada y está conformada por una quebrada empinada con pendiente media de 71.4 %. El cauce principal atraviesa la zona norte de la ciudad y, en este tramo, presenta una pendiente media de 41.2%. El río Pillatahuayco es un tributario efímero, completamente seco en épocas de estiaje. Desde el punto de vista hidrológico, aún en temporadas de fuertes precipitaciones, no representa un peligro. De acuerdo a las estimaciones efectuadas con el método de Mac Math, se ha establecido caudales máximos de 5.81 y 8.34 m³/seg para períodos de retorno de 10 y 50 años.

Sub cuenca Culispata, Comprende un área de 8.32 Km². La sub-cuenca Culispata presenta



una pendiente media de 41 % y un relieve conformado por quebradas, pequeños bosques y algunas áreas de cultivo, con una cobertura vegetal de regular a pobre y una densidad de drenaje de 1.29 Km-1 que indica una respuesta rápida a la evacuación de aguas pluviales. El cauce de la sub-cuenca Culispata, es un tributario de segundo orden y tiene sus nacientes en la laguna de Quillhuacocha, a la altura de la comunidad de Viacha, a una altitud aproximada de 4,172 m.s.n.m; con un recorrido de 4.87 km. (Municipalidad de Písaq , 2015).

El río Kitamayo, (Sajra mayo), ha sido desviado de su curso original y canalizado en su integridad (hasta su desembocadura al río Vilcanota), por esta razón en sus riveras no prospera vegetación ni fauna alguna, aun cuando sus niveles de contaminación no son elevados, desaprovechándose la posibilidad de incorporar este ecosistema a la dinámica urbana.

Sub cuenca Chaupihuayco. Comprende un área de 118 km². y tiene una pendiente media de 37.5 %. Su factor de forma es de 0.53 y su densidad de drenaje de 0.936 Km-1. El río Chaupihuayco o río Chongo, es un tributario de cuarto orden, su cauce más largo Chaupihuayco-Pascanacancha-Collpahuayco tiene una longitud de 17.49 Km. El cauce principal atraviesa las localidades de Chahuaytire, Cuyo Grande y Cuyo Chico; aproximándose a la ciudad de Pisac por el lado sureste. Un tributario extenso de este río, es el que nace en las lagunas de Quimsacocha y Azulcocha, en la comunidad de Paruparu, y bordea las comunidades de Amaru y Quello Quello hasta su confluencia con el ramal principal Chaupihuayco, a la altura de la comunidad de Sakaka.



2.4.5 HISTORIA

Pisac cuenta con un patrimonio arqueológico imponente que no pasa desapercibido ya que tiene un valor histórico que data de cinco mil años antes de cristo donde se evidencia pinturas rupestres encontradas en el sector de Llamayuq Moco, específicamente en la comunidad de Chahuaytire que según las investigaciones estos hombres descendieron y ocuparon las partes bajas del valle sagrado y seguidamente construida en la época pre inca e inca, es por estas razones que el turismo es el principal sustento económico de Pisac. (Municipalidad de Pisac , 2015)

La ocupación de Pisac por nuestros ancestros paso por 4 fases: periodo pre cerámico, formativo o de los ayllus, de los estados regionales, del estado Inka. (Municipalidad de Pisac , 2015)

2.4.5.1 PERIODO PRECERAMICO

Respecto a este periodo existe vestigios en la comunidad campesina de Chahuaytire donde se evidencia pinturas rupestres representados por escenas de pastoreo de camélidos utilizando los colores negro y rojo, dicho hallazgo data de hace 5000 a.c, se puede decir que estos hombres vivieron en cuevas, se dedicaron a realizar instrumentos de piedra y plasmaban sus vivencias como la recolección, cacería y pastoreo de camélidos. (Municipalidad de Pisac , 2015).



Tabla 1
Comunidades, caserios del distrito de Písaq

DISTRITO Y COMUNIDADES CAMPESINAS	M.S.N.M
Capital distrito de Písaq	2972
Comunidad de Cuyo Chico	3150
Comunidad de Amaru	3500
Comunidad de Sacaca	3450
Comunidad de Paru Paru	4050
Comunidad de Cuyo grande	3420
Comunidad de Chahuaytire	3650
Comunidad Viacha	3950
Comunidad de Ampay	3400
Comunidad de Emiliano Humantica	3000
Huandar	
Comunidad Ccotataqui	4000
Comunidad Pampallacta	4050
Comunidad Maskacotabamba	3150

Fuente :Plan de desarrollo de Písaq



2.4.5.2 ÉPOCA FORMATIVO O DE AYLLUS

Se halló vestigios de cerámica en el centro arqueológico de Písaq perteneciente a los asentamientos humanos de Marcavalle y Chanapata, quienes ocuparon cusco hace 1000 años a.c, donde se asentaron y se formó el primer ayllu, desarrollaron actividades agrícolas, pastoreo de camélidos sin embargo no se evidencia alguna edificación. (Municipalidad de Písaq , 2015)

2.4.5.3 PERIODO INKA

La presencia inca se evidencia en la estructura arquitectónica denominada Intihuatana se evidencia restos arqueológicos en la mayoría del parque arqueológico, el posicionamiento se data aproximadamente en el periodo del inka Pachaquyteq la mayoría de la construcción corresponde al periodo Inca que son diferenciadas fácilmente, estas se encuentran a disposición de los visitantes nacionales y extranjeros. (Municipalidad de Písaq , 2015)

2.4.5.4 ÉPOCA COLONIAL

El 20 de noviembre de 1541, Fray Bartolomé de las Casas, en Barcelona ordena nuevas leyes benignas a favor de los indígenas, designando como primer virrey del Perú a Blasco Núñez de Vela, quien ejerció su cargo entre los años de 1544 a 1546. Entre los años de 1569 a 1581, el virrey Francisco Toledo ordena reubicar a los piseños de la parte alta (intihuatana) a la actual ciudad, impone la vestimenta a cada uno de los ayllus, hoy comunidades campesinas, esto con la finalidad de identificar su origen, los Varayoc de hoy mantienen su atuendo colonial.

En diciembre de 1636 se instala la Cruz de Piedra Labrada en la Plaza de la Ciudad de Pisac, en ese entonces fue virrey Luis Jerónimo de Cabrera y Bodadilla mostrándonos la presencia



de los Jesuitas, así como en los sectores de Juk'i, chunkuy y Pillahuara, posiblemente también fueron plantados los árboles de Pisonay. El 26 de enero de 1780, frente a la explotación de indígena cusqueño y el cobro del obraje, se inicia la conspiración de los plateros de Qosqo y en ese momento aprovechan el entusiasmo del joven Kuraka Bernardo Tambohuaso Pumayali, para el levantamiento en contra de los españoles, poco antes del movimiento Tupac Amaru, y el 30 de junio en la plaza mayor de Qosqo se produce las sanciones judiciales a muerte a los rebeldes: desde esa fecha el cacique Bernardo Tambohuacso se encontraba fugitivo en Pisac entre los sectores de Acchapata y el parque arqueológico de Pisac, enseguida visita a la casa de Sebastián de Usueta y Mendoza, Kuraka de Taray; luego fue conducido a la sentencia del corregidor y justicia mayor del cusco, lo que nos demuestra que Pisac fue el primer escenario de la revolución peruana contra el yugo español. (Municipalidad de PISAQ , 2015)

2.4.5.5 EPOCA REPUBLICANA

La plaza de PISAQ hoy llamada constitución, se dice que en este espacio geográfico se suscitaba acuerdos importantes de la nación. En esta época la población de ese momento se dedicaba a la ganadería y agricultura estas dos actividades predominaron en este periodo, el comercio no existía solo dicen que desde este periodo los pobladores de las comunidades realizaban trueque para intercambiar sus productos los días domingos. El centro artesanal de PISAQ se crea en 1967, dirigido por José Félix García Coello en primera instancia este centro se puso en marcha en el sector de Acchapata, estos artesanos ofrecían productos como textiles, cerámica y carpintería. A partir de dicha fecha la actividad económica de PISAQ cambia radicalmente a la venta de cerámica y productos artesanales; hoy los artesanos y comerciantes ocupan la plaza constitución, debiendo ser reubicados para una mejor



presentación de la ciudad, Písaq posee atractivos muy importantes como el Parque Arqueológico de Písaq, el mercado artesanal, la misa en quechua los varayoc, el trueque y sus fiestas católicas costumbristas. (Municipalidad de Písaq , 2015)

2.4.6 MUNICIPALIDAD DE PISAQ

La Municipalidad de Písaq está ubicada frente a la plaza central llamada Constitución entre las calles Mariscal Gamarra y San Francisco, actualmente cuenta con infraestructura nueva y acorde a las necesidades del distrito. (Municipalidad de Písaq , 2015)

2.4.7 ASPECTOS SOCIALES

2.4.7.1 EDUCACIÓN

Según datos de la UGEL CALCA del 2012 se tiene los siguientes centros educativos. Písaq cuenta con 6 centros de educación primaria ,2 colegios secundarios ,1 Ceba.

Tabla 2
Nivel educativo de Písaq

NIVEL EDUCATIVO DE LA POBLACION PISAQ	N	%
Sin nivel	278	15.2
Secundaria	1,297	33.60
Superior Incompleto	160	3.2
Superior completo	124	1.4
Superior universitario. incompleto	130	1.5
Superior universitario. completo	158	1.1
POBLACION TOTAL	3,239	100%

Fuente: Datos INEI 2016



2.4.7.2. SALUD

El poblador de Písaq posee un centro de salud, se encuentra ubicado en la Av. Amazonas, fue construido en el año 2008, en un área de 2,881.00 m², la infraestructura se encuentra en buenas condiciones y cuenta con los principales servicios de atención para los pacientes. En relación a las boticas, estas últimas se encuentran concentradas en la Calle Bolognesi, existiendo un total de 5 establecimientos y en la Av. Amazonas otra botica. (Municipalidad de Písaq , 2015)

2.4.8 ASPECTO DEMOGRÁFICO

2.4.8.1 POBLACIÓN

La población del distrito de Písaq es de 9440, la zona urbana percibe una población de 3422 residentes, mientras la zona rural comprende 6018 habitantes. (Municipalidad de Písaq , 2015)

2.4.8.2 VIVIENDA

La situación de la vivienda en la ciudad de Písaq, se caracteriza por presentar dos momentos importantes: la ocupación inicial que contemplaba sólo el uso residencial, para albergar a las familias locales; sin embargo, la dinámica turística, fue dando paso al uso mixto de vivienda-comercio, proceso que trae consigo una serie de dificultades en la dotación de servicios, ya que las antiguas viviendas no estaban preparadas para acoger nuevos usos como hospedajes, restaurantes y otros. Así mismo la actividad turística ha generado una especulación en el precio del suelo urbano, generando la necesidad de optimizar su uso, incrementándose para este fin, la altura de edificación generando además la subdivisión de viviendas, todo lo cual trae consigo la paulatina des caracterización de la ciudad. (Municipalidad de Písaq , 2015)

2.4.9 ASPECTOS ECONÓMICOS

2.4.9.1 PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS

En la zona urbana el comercio congrega al 56,8% de unidades económicas, ocupando al 28,9% de la PEAO total; la producción manufacturera mayoritariamente artesanal, es desarrollada por el 19,1% de unidades económicas, ocupando al 26% de la PEAO; por otro lado, los servicios de alojamiento y comida presenta el 14,8% de unidades económicas, empleando al 10% de la PEAO. En las dos últimas décadas se han implementado diversos establecimientos de hospedaje local. Es también importante el desarrollo de las actividades de transporte, comunicación e información, con 6 unidades económicas, ocupando al 6,6% de la PEAO total. (Municipalidad de Písaq , 2015)

Tabla 3

Unidades económicas y población económicamente activa ocupada

ACTIVIDAD ECONÓMICA	UN	%
Industrias manufactureras	45	19,1
Suministro de electricidad	1	0,4
Comercio	134	56,8
Transporte, comunicación e información	6	2,5
Alojamiento y servicios de comida	35	14,8
Administración pública	4	1,7
Enseñanza privada	2	0,8
Otras actividades de servicios	9	3,8
TOTAL	236	100,00

Fuente: Censo Económico Nacional – INEI 2008

• **Población Económicamente Activa**

De acuerdo a los resultados del Censo de Población y Vivienda para el periodo 2007, el 16,2% de la PEA urbana se encuentran en la condición de asalariados (obreros y empleados) y más de la mitad, es decir el 61,1% son trabajadores independientes que trabajan por cuenta propia, el 3,1% son empleadores, el 5,9% son trabajadores familiares no remunerados y el 1,5% son trabajadores del hogar. En cuanto a la condición de ocupación de hombres y mujeres en las distintas categorías se puede observar que el 31,4 de los hombres son obreros y empleados, el 60,4% son trabajadores independientes, y en el caso de las mujeres el 18,9% son asalariadas (empleados y obreros), el 62% son trabajadoras por cuenta propia. (Municipalidad de Písaq , 2015)

Tabla 4
PEA de 15 años o más, por ramas de actividad

RAMAS DE	TOTAL		HOMBRES		MUJER	
	Absol	%	Absol	%	Ab	%
Agricultura	118	8,0	106	12,35	12	2,0
Explotación de minas y	0	0,0	0	0,00	0	0,0
Industrias manufactureras	383	26,0	228	26,57	155	25,2
Construcción	72	4,9	71	8,28	1	0,2
Comercio.	426	28,9	185	21,56	241	39,2
Hoteles y restaurantes	147	10,0	46	5,36	101	16,4
Transportes y	97	6,6	83	9,67	14	2,3
Intermediación financiera	1	0,1	0	0,00	1	0,2
Actividades inmobiliarias	34	2,3	29	3,38	5	0,8
Administración pública	44	3,0	41	4,78	3	0,5
Enseñanza	34	2,3	15	1,75	19	3,1
Servicios sociales y de	20	1,4	6	0,70	14	2,3
Otras actividades	92	8,7	44	5,13	48	7,8
Total	1 473	100,0	858	100,0	615	100,

Fuente: INEI – Censos Nacionales 2007 : XI de Población y VI de Vivienda



2.4.10 SECTORES ECONÓMICOS

2.4.10.1 SECTOR AGRÍCOLA

Pisac está conformado por las 272.17 hectáreas con agricultura Bajo riego. Dentro de las especies cultivadas se tiene 1345 variedades de papa que se encuentra en semilla pre básica La Oca, mashua, ollucos, trigo, cebada, habas, trigo, quinua, tarwi, arveja y el maíz pequeño son productos mayormente de la circunscripción del parque de la papa en la zona alta de Sacaca, amaru, Paru Paru, Cuyo Grande, Chahuaytire, Viacha, Ampay, cotataqui, Pampallacta, y en la parte baja se tiene los cultivos de papa, habas, cebada, trigo, maíz blanco, arbejas, quinua. En la parte baja se tiene como referencia también la altitud de 2972 msnm a 3150 msnm en los cuales se encuentran el Poblado de Pisac así como también las comunidades de Cuyo Chico, Huandar, Maska, cotobamba. (Municipalidad de Pisac , 2015)

2.4.10.2 SECTOR PECUARIO

En Pisac se cría principalmente el vacuno, ovino, porcino, además de complementar con la actividad agrícola, no constituye un ingreso importante a la economía familiar, su nivel de desarrollo es bastante limitado. (Municipalidad de Pisac , 2015)

2.4.10.3 SECTOR FORESTAL

Dentro de las especies forestales más utilizadas en el distrito de Pisac se encuentra el eucalipto que es utilizado para construcción de viviendas así como también para leña. (Municipalidad de Pisac , 2015)

2.4.10.4 SECTOR PESQUERO

La acuicultura no ha sido promocionada dentro del distrito de Pisac a pesar de la existencia de lagunas en las comunidades de Viacha, Paru paru y la parte baja comunidad de Huandar existe peces, pero en extinción debido a la contaminación del río Vilcanota. (Municipalidad de Pisac , 2015)

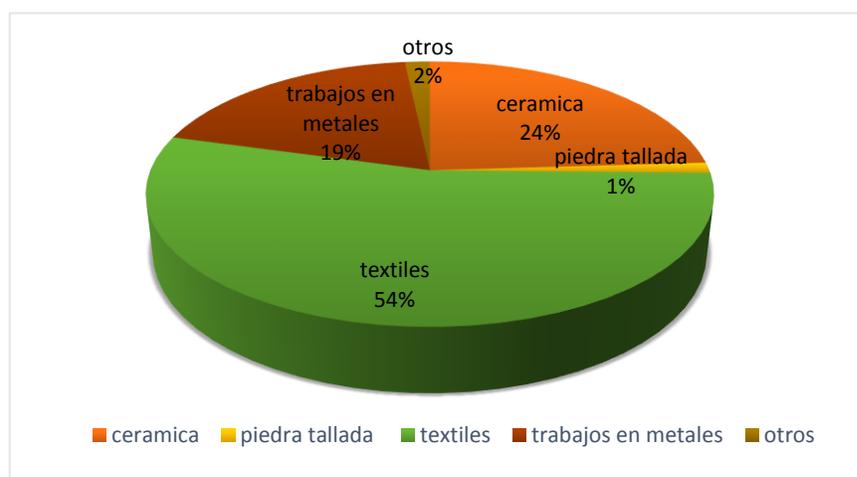
2.4.10.5 SECTOR INDUSTRIA

Se estaría hablando solamente de artesanías y no así de una industria en el distrito de Pisac. (Municipalidad de Pisac , 2015)

2.4.10.6 SECTOR ARTESANIA

Entre los tipos de artesanía se tiene los tejidos, cerámica, orfebrería, imaginaria, piedra tallada, traben metales preciosos y no preciosos que según la dirección Nacional de Artesanía tiene:

Gráfico 1 Líneas de producción



Fuente: Dirección Nacional de Artesanía 2011



Los artesanos se encuentran asociados como agrupaciones en:

- Asociación de bisutería Munay Kanchariq Qori Kente.
- Asociación de Pachamamanta Sumaq Llankariy.
- Asociación Ñaupá Away
- Asociación de feriantes de artesanía
- Central de Asociaciones de Artesanos productores de Pisac
- Asociación varayoc Asociación de artesanos “Virgen del Carmen”
- Asociación de “Wayna Condor”
- Asociación de “Intihuatana” Asociación de artesanos “Chinchay Pampa”
- Asociación de “Pisac”
- Asociación de “Wayna Tinkuy”

2.4.10.7 SECTOR COMERCIO

-PRINCIPALES MERCADOS- FERIAS

Entre los mercados se tiene el mercado de abastos de Pisac y las ferias se realizan en determinadas fechas de aniversario del poblado y las diferentes comunidades.

(Municipalidad de Písaq , 2015)

- FERIA DOMINICAL DE PISAC

Esta feria es conocida por su historia y su singularidad se realiza todos los días en la plaza constitución, es visitada por un gran número de visitantes ya que su atracción es que aún existe el intercambio que viene desde época prehispánica bien llamada trueque.

(Municipalidad de Písaq , 2015)



2.4.10.8 SECTOR TURISMO

- HOSPEDAJE

El uso de hospedaje, se da actualmente debido a la dinámica turística que experimenta la ciudad de Pisac. Es así que las viviendas construidas para un uso exclusivo familiar, van dando lugar al acondicionamiento de sus espacios para recibir hospedados (se acondicionan servicios higiénicos, abren vanos, etc.). Este uso va en aumento y actualmente se estima que ocupa un área de 6,20 has equivalente al 8,85% del total del área urbana de Pisac, aunque según la tendencia, este uso se incrementará en los próximos años. El uso de hospedaje está representado principalmente por el hotel Royal Inca y su club, los demás hoteles se ubican fundamentalmente en el eje comercial de la ciudad: calle Bolognesi y Plaza Constitución. (Municipalidad de Pisac , 2015)

Tabla5

Relación de establecimiento de hospedaje en Písaq

Hospedaje	Dirección
Hospedaje Inti	Calle Espinar S/N
Chaska Písaq	Av. Amazonas
Puma Orco	Calle Ausangate Mnz B-1
Meliza Wasi	Matara S/N Rinconada Pisac
Pisac Inn	Plaza Constitucion 333
Wilkamayu	Av. Federico Zamalloa S/N
Paz Y Luz	Matara S/N Rinconada Pisac
Hospedaje Beho	Calle Intihuatana 114
Linda Flor	Calle Vigil S/N
Hotel Pisac Inca	Calle Vigil S/N
Pisac Inca	Calle Wayna Picchu F-1
Hospedaje Apu Linly	Av. Amazonas 109
Hospedaje Samana Wasi	Plaza Constitucion
Hospedaje Chihuanco	Av. Amazonas 101
Hospedaje Quinsa Ccocha	Calle Arequipa 307
Hospedaje Pisac Ayllu	Calle Puno 315
Inti Wasi	Carretera Pisac - Calca
Varayoc	Mariscal Castilla 380
La Casa Encantada De Flavia	Av. Amazonas 539

Fuente: Datos De Desarrollo Económico Municipal Písaq



Tabla 6
Tabla de establecimientos de restaurantes, cafetería y hornos en Písaq

Café o Restaurant	Dirección
Café Tinkuy	Calle Pardo S/N
Doña Clorinda	Carretera Pisac - Ruinas
Café Mullu	Plaza Constitucion 352
Blue Llama	Plaza Constitucion
Varayoc	Mariscal Castilla 380
Saño Wasi	Av. Federico Zamalloa S/N
Intihuatana Restaurant	Plaza Constitucion 549
Samana Wasi	Plaza Constitucion 509
Cuchara De Palo	Plaza Constitucion 333
Inversiones Royal Inca	Carretera Pisac - Ruinas
Melisa Wasi	Matara S/N Rinconada
Panaderia Y Pasteleria Sofis	Calle Bolognesi
Intikilla Horno	Calle Manuel Pardo
Horno San Francisco	Mariscal Castilla 512
Café Horno Colonial San Francisco	Mariscal Castilla 512
Horno Colonial Santa Lucia	Manuel Pardo 617
Horno Pumachayoc	Av. Federico Zamalloa S/N
Ayahuasca Arte Café Y Conocimiento	Calle Bolognesi 555
Cafeteria La Nusta	Calle Bolognesi
Runa Café Bar	Av. Federico Zamalloa S/N

Fuente: Datos de desarrollo económico Municipalidad Písaq



2.4.11 TRANSPORTE TURÍSTICO Y URBANO E INTERPROVINCIAL

- Transporte urbano

La ciudad de Písaq, no cuenta con servicio de transporte público, debido a lo reducido de los tramos al interior de la ciudad, que permite cubrir los recorridos a pie. (Municipalidad de Písaq , 2015)

- Transporte intraurbano

Písaq cuenta con mototaxis y triciclos que están permitidos en el interior de la ciudad, lo cual genera algunos problemas de tránsito debido a las reducidas secciones viales. A la fecha se cuenta con las siguientes empresas de taxis y triciclos:

- 1.Asociación de Moto taxis “Colectivos Patrón San Salvador de Mundo”
- 2.Asociación de Moto taxis “Virgen Rosario” de Taray
- 3.Asociación de Triciclos “Nuevo Amanecer”
- 4.Asociación de triciclos de carga “Písaq”

- Transporte extraurbano

Las rutas principales que articulan la ciudad con el entorno inmediato son:

- 1.Písaq – Taray
- 2.Písaq – Comunidades Altas de Ampay, Cuyo Chico, Quello Quello, Cuyo grande.
- 3.Písaq -San Salvador

La prestación del servicio de transporte hacia estas rutas, se da mediante empresas constituidas de autos y camionetas rurales, cuyos paraderos se ubican en las vías públicas (para las comunidades altas en la Av. Amazonas y para San Salvador a la altura del



puente Pisac). El transporte para acceder al distrito de Taray, se hace mediante el servicio de mototaxis, cuyo paradero también es en la vía pública (cerca al puente). El transporte hacia la ciudad del Cusco, se cubre con las unidades de la empresa de transportes “Valle del Inca”, cuya ruta es Cusco – Pisac y viceversa. Otro medio de transporte de suma importancia lo constituye el servicio Cusco – Calca y Cusco – Calca – Urubamba, que se cubre mediante buses de diversas empresas que brindan este servicio. (Municipalidad de Písaq , 2015)

-Servicios de Transporte turístico y Urbano e Interprovincial

El transporte de pasajeros y carga se encuentra organizado mediante las siguientes asociaciones de transportistas:

- 1.Asociación de taxistas “Intihuatana”
- 2.Asociación de taxistas “Kantus Rakay”
- 3.Asociación de taxistas “Pucapucara”
- 4.Asociación de combis Virgen de las Mercedes
- 5.Empresa de Transportes “Valle del Inca”

2.4.12 ATRACTIVOS TURISTICOS CULTURALES Y NATURALES

2.4.12.1 PARQUE ARQUEOLÓGICO DE PISAC

El Parque se encuentra 10 Km de Pisac y está a 3,300 m.s.n.m, este centro arqueológico fue principal necrópolis inca es un Centro Agrícola, Civil Religioso; constituye un área cultural y natural que alberga al poblado histórico y asentamientos rurales. Ubicada al este de la ciudad del Cusco, cuenta con una superficie de 9,063 hectáreas y un perímetro de 43,340



metros lineales; que corresponde al 61.13% de la superficie distrital. (Municipalidad de Písaq , 2015) En toda la extensión del Parque Arqueológico de Písaq, está compuesto por los siguientes sectores:

- Once Sectores agrícolas o grupo de Andenes,
- Dos sectores funerarios o cementerios,
- Seis Sectores con evidencias de construcciones de edificios,
- Dos sectores de Torreones o “Pukaras”
- Dos sectores de canteras o yacimiento de material lítico,
- Tres murallas perimétricas,
- Caminos que comunican los sectores distribuidos,
- Puertas de acceso a los sectores restringidos

2.4.12.2 MUSEO COMUNITARIO DE PISAQ

El Museo de Pisac es un proyecto realizado por las comunidades campesinas, se ubica en la esquina de la av. Amazonas con la Av. Federico Zamalloa s/n donde rinde homenaje a los modos de vida, cultura viva, historia y tradición de las comunidades quechuas de Pisac; además de brindar una nueva oportunidad a la población Píseña para impulsar su desarrollo a partir de la revaloración de su cultura, sus tradiciones y la preservación de su identidad cultural. Este museo está dividido en diferentes salas, el horario de atención es de 8 am a 5 pm. (Municipalidad de Písaq , 2015)

Sala de textil tradicional y cerámica: En esta sala se aprecia la representación del proceso de producción de los tejidos típicos “away”, desde la obtención de la materia prima: lanas de oveja, alpaca y llama; el teñido de fibras con plantas nativas; el delicado trabajo del hilado; y



el armado de la base del tejido (alwido); además de muestras de telares en pleno desarrollo y herramientas de trabajo.

Complementa la exposición la figura del proceso del aprendizaje de la textilería con participación de la familia; donde la intervención de la mujer juega un papel importante el de transmitir sus conocimientos, habilidades y destrezas a sus hijos de generación en generación

Sala de cerámica

La sala de cerámica muestra el talento y arte desarrollado por los pobladores de Pisac, en la elaboración de hermosos objetos de cerámica; artísticamente decorados con figuras geométricas, antropomorfas, paisajísticas y de imitación Inca.

Sala de arqueología

Esta sala expone el desarrollo de la arqueología de Pisac, desde el periodo arcaico (700 a 800 años A.C), hasta el periodo de expansión imperial del Estado Inca (1400 a 1535). La exposición incluye una presentación grafica de los diversos Sitios Arqueológicos de los Ayllus del Distrito y de la Ciudad Pre-hispánica de Pisac, conocida como el “Intihuatana”; además de diversos objetos de cerámica, líticos, textiles, cráneos y momias que ayudan a comprender la relación continua que existió entre muertos y vivos en la cosmovisión andina entre estos resalta el aribalo, objeto más difundido y distintivo de la cultura inca, utilizado para llevar la chicha en fiestas importantes.

Recreación de las costumbres funerarias

En la sala de arqueología se ha recreado una estructura de un entierro Inca; donde se sitúan dos momias ancestrales en posición sedente, con las extremidades flexionadas, cubiertas por piezas de textil como parte del ajuar funerario y envuelto en fibra vegetal.



Participación comunitaria

Los pobladores de Pisac, de las comunidades y los alumnos de las diversas Instituciones Educativas, han posibilitado la consolidación del Museo Comunitario, a través de su activa participación durante todo el proceso: intervención en talleres de investigación, identificación temática, documentación fotográfica, diseño y montaje museográfico.

Del mismo modo diversas organizaciones productoras de textil y ciudadanos generosamente donaron objetos, indumentaria y crearon ambientación del museo; plasmándose en la práctica los acuerdos y resultados del proceso de sensibilización por revalorar nuestra identidad cultural y expresar abiertamente nuestras costumbres, tradiciones y cultura viva.

2.4.12.3 MERCADO ARTESANAL

Según la historia el mercado de Písaq data sus inicios en 1850, los indígenas intercambiaban sus productos mediante el sistema de trueque donde se incluía una variedad de productos como papa, chuño, tarwi, maíz, coca, sal, etc, este mercado es denominado el primer mercado típico artesanal del Perú actualmente es un atractivo importante no solo para Písaq sino también para la ciudad del Cusco donde ofrecen una variedad de productos como textilera, cerámica, platería por supuesto que no todos estos productos son originales de la zona (Municipalidad de Písaq, 2015)

2.4.12.4 TEMPLO COLONIAL SAN PEDRO APOSTOL

Ubicada en la plaza constitución de Písaq data de la época colonial a inicios del siglo XVII. El templo San Pedro Apostol de Písaq fue declarado Patrimonio Cultural de la Nación el 27 de Diciembre de 1972 como monumento de los ambientes urbanos monumentales. Pero



lamentablemente los artesanos cubren este hermoso monumento con sus carpas artesanales bloqueando la vista de los turistas y propios pobladores de Písaq. (Municipalidad de Písaq , 2015)

2.4.13 CARACTERIZACION CULTURAL

2.4.13.1 TRADICIONES (FIESTAS, CARGOS)

Las tradiciones culturales festivas y cargos que se dan dentro del distrito de Pisac se realizan en diferentes fechas así tenemos los carnavales que se festeja siempre en el mes de Febrero de cada año, reafirmación de fronteras (Linderaje) mes de febrero. (Municipalidad de Písaq , 2015)

Tabla 7
 Tabla de calendario de festividades en Písaq

FESTIVIDAD	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Fiesta Ofrenda a la tierra								X				
Purificacion de la llama								X				
Señor de exaltación									X			
Virgen del Rosario										X		
Todos Santos											X	
Virgen de la inmaculada concepción												X
Nacimiento del Niño Jesus												X
Toma de mando del Varayoq	X											
Fiesta de Carnavales		X										
Reafirmacion de fronteras(Linderaje)		X										
La celebración de la papa nativa		X										
Semana Santa			X	X								
Patron San Marcos Huaca fiesta				X								
Veneracion de la cruz Andina Cruz velacuy					X							
El amarre del espíritu de la papa						X						
Señor de Qoyllor ritti						X						
Corpus Cristi						X						
Corpus Andino								X				
San Juan Bautista						X						
San Isidro Labrador							X					
Virgen del Carmen							X					
Patron Santiago							X					
Qocha raymi					X							

Fuente : Datos de desarrollo económico Municipalidad Písaq

2.4.13.2 MITOS

Dentro de los mitos que realiza las comunidades dentro del distrito de Pisac se tiene la ofrenda a la tierra, Veneración al Sr. De Exaltación mes de Setiembre, la celebración de todo los Santos mes de Noviembre, veneración a la Inmaculada Concepción mes De Diciembre, veneración al Niño Jesús mes de Diciembre, Semana Santa mes de Marzo, Abril, veneración



al Patron San Marcos en la que se celebra la Huaca Fiesta, Cruz velacuy veneración a la Cruz Andina mes de Mayo, el amarre del Espiritu de la papames de Julio, Veneracion al Sr. De Qoyllor ritti mes de Junio, Corpus Cristi mes de Junio, San Juan Bautista mes de Junio, veneración a San Isidro Labrador mes de Julio, Veneracion a la Virgen del Carmen mes de Julio, Veneracion a Patron Santiago mes de Julio. (Municipalidad de Písaq , 2015)

2.4.13.3 GASTRONOMÍA TÍPICA

En el distrito se tiene un listado de platos típicos, tradicionales que se originan de las diferentes comunidades que en dicho potaje se utilizan los productos de lugar estos platos de la gastronomía del distrito de Pisac se tiene en el siguiente listado: Chairo, Chupe de ch'ño saqta, Ch'aki sara lawa, Merienda campo, Chupe de lisas(olluco), Lawa de trigo tostado o harwi, Chupe de calabaza o lacahuite, Chiriuchu o llaquayuchu, Puchero o t'impu , Lechón piseño, Choclo con queso, Rocoto relleno piseño, Asado de cordero, Soltero, Q'achich'ño, Pastel de choclo, Q'apchi de zetas, K'irko, Oqa y año, t'impu o huatia, Qholla Sara lawa, Ch'ake de tripas, Ch'ake de trigo, Cuy al horno, Moraya p'hasi, Nabos hauch'a, Anticuchos de corazón, Chicharrones, Trucha frita, T'octo de pellejo de chanco, Soltero de khuchiqara, Humint'a, P'esqe, Phata, Mote, Qowe lawa. (Municipalidad de Písaq , 2015)

2.4.13.4 VESTIMENTA Y DANZAS TÍPICAS

La vestimenta típica es de acuerdo a la danza y festejo que realizan los habitantes de las diferentes comunidades, todas las danzas que se acostumbra en el distrito de Pisac tienen su vestimenta típica de los cuales se podría decir que las danzas que acostumbran llevan los



nombres de Machu machu y Auki Auki., Llama llama o llamatusuy, llamat'inkiy, K'achampa, Pacuri Ch'unchu , Q'ara Ch'unchu., Ch'akiqocha, Kuntur tusuy, Taruka Chaqoy y Tinkuy. Las danzas de la Festividad de la Virgen del Carmen y otras fiestas Patronales son: K'achampa, Qhapaq Negro, Auqa Chileno, Qhapaq Ch'unchacha, Contra Danza, Qhapaq Qollas, Qhapaq Ch'unchu, Qoyacha, Mestiza Qoyacha, Majeño, Wayna Saqra, Orqo Saqra, China Saqra, Siqllas, San Roque y Layqapaya y otros. (Municipalidad de Písaq , 2015)

2.5 HIPÓTESIS

2.5.1 HIPÓTESIS GENERAL

El fortalecimiento de la conciencia turística del poblador del Centro Histórico de Písaq contribuye y eleva el nivel de satisfacción del turista.

2.5.2 HIPÓTESIS ESPECIFICAS

- 1.-El nivel de conciencia turística del poblador del Centro histórico de Písaq es regular.
- 2.-La satisfacción del turista que visita el Centro histórico de Písaq con respecto al nivel de conciencia turística del poblador es regular.

2.6 VARIABLES DE ESTUDIO

VARIABLE 1: Conciencia Turística

VARIABLE 2: Satisfacción del Turista

2.6.1 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 8

Operacionalización de variables

VARIABLE 1	DIMENSIONES	INDICADORES
<p>Conciencia Turística</p> <p>Es una actitud direccionada a valorar y proteger el patrimonio, fomentando el trato hospitalario hacia el visitante y los valores al momento de ofrecer productos y/o servicios. (Mincetur ley general del turismo)</p>	<p>Identidad cultural</p> <p>Comportamiento</p> <p>Amabilidad</p> <p>Cortesía</p> <p>Carácter moral</p> <p>Carácter ético</p>	<p>Costumbres, tradiciones, lenguaje Vestimenta</p> <p>Actitud positiva del poblador</p> <p>Trato afectuoso y cordial</p> <p>Respeto hacia el turista</p> <p>Grado de obediencia a las normas y leyes</p> <p>Nivel de valores y principios</p>
VARIABLE 2	DIMENSIONES	INDICADORES
<p>Satisfacción del Turista</p> <p>Es el resultado del proceso de compra o consumo de un producto y/o servicio. (Kotler & Keller, 2006)</p>	<p>Expectativas</p> <p>Impresiones</p>	<p>Nivel de satisfacción del turista</p> <p>Grado de conformidad del turista</p>

Fuente : Elaboración propia



CAPITULO III

MÉTODO

3.1 ALCANCE DE ESTUDIO

El alcance de estudio para esta investigación es descriptivo correlacional, donde se determinara si las dos variables están correlacionadas o no, haciendo uso de los instrumentos como recolección de datos, midiendo la conciencia turística que posee el poblador de Písaq, analizando la situación en la que se encuentre, haciendo un contraste con la hipótesis planteada y la realidad actual hasta ser confirmada o refutada tras el análisis e interpretación de los datos obtenidos a través de la labor de campo.

3.2 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo porque se utilizará el análisis numérico, el análisis porcentual y análisis estadístico de corte numérico para la prueba estadística, el diseño es no experimental – donde se observará fenómenos tal y como ocurren naturalmente.

3.3 POBLACIÓN

La población de estudio está conformada por los pobladores del centro histórico de Písaq, según el plano perimétrico del INC siendo un total de 1372 personas que habitan la zona de investigación y turistas extranjeros y/o nacionales que realicen turismo en Písaq siendo un total 46,500 según MINCETUR 2016.

3.4 MUESTRA

3.4.1 MUESTRA DE LA POBLACIÓN DEL CENTRO HISTÓRICO DE PISAQ

La población del Centro Histórico de Písaq es de 1172 habitantes aproximadamente, según el plano perimétrico del INC, donde señalan la delimitación del Centro Histórico de Písaq, con un total de 20 manzanas y 293 lotes correspondientes al Centro Histórico, añadiendo a esto los 200 artesanos que conforman parte de la muestra se tiene un total de 1372 pobladores. Por lo tanto, el tamaño de muestra es de 90 pobladores.

Cabe aclarar que se está utilizando la fórmula de población finita.

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

Donde:

N= 1372	Tamaño poblacional
Z= 1.96	Valor de la normal estándar al 95% de confiabilidad
p = 0.5	Probabilidad de éxito
q= 0.5	Probabilidad de fracaso
e= 0.10	Error de estimación.

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 1372}{0.10^2(1372 - 1) + 1.96^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 90$$

3.4.2 MUESTRA DE TURISTAS

Para calcular la muestra de turistas visitantes consideramos la estadística del MINCETUR del año 2016, teniendo como población la cantidad de 46.500 turistas que visitan al mes, aplicando la formula anterior nos da como muestra la cantidad de 96 encuestas.

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

Donde:

N= 46,500	Tamaño poblacional
Z= 1.96	Valor de la normal estándar al 95% de confiabilidad
p = 0.5	Probabilidad de éxito
q= 0.5	Probabilidad de fracaso
e= 0.10	Error de estimación.

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 540000}{0.10^2 (540000 - 1) + 1.96^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = 96$$

3.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.5.1 TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE DATOS

Se empleó las siguientes técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Tabla 9

Técnicas e instrumentos

VARIABLES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	MATERIALES
Conciencia Turística	Observación Encuesta Entrevista	Notas de campo Cuestionario de preguntas Guía de entrevista	Cuaderno de notas Formulario de encuestas Ficha de entrevista Celular Grabadora
Satisfacción Del Turista	Observación Encuesta	Ficha de observación Cuestionario de preguntas	Cuaderno de notas Formulario de encuestas

Fuente : Elaboración propia

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

4.1. ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

4.1.1 ENCUESTAS REALIZADAS A LOS HABITANTES DEL CENTRO HISTORICO DE PISAQ CON RESPECTO A LA CONCIENCIA TURISTICA

1.- GENERO

Tabla 10
Genero del poblador del Distrito de PISAQ

GENERO	N	%
Masculino	40	44.4%
Femenino	50	55.6%
TOTAL	90	100%

Fuente : Encuesta aplicada a los pobladores

Con respecto al género del poblador del centro histórico de PISAQ, se observa que la mayoría de la población encuestada representa con un 55.6 % al género femenino, mientras que el 44.4 % representa al género masculino.

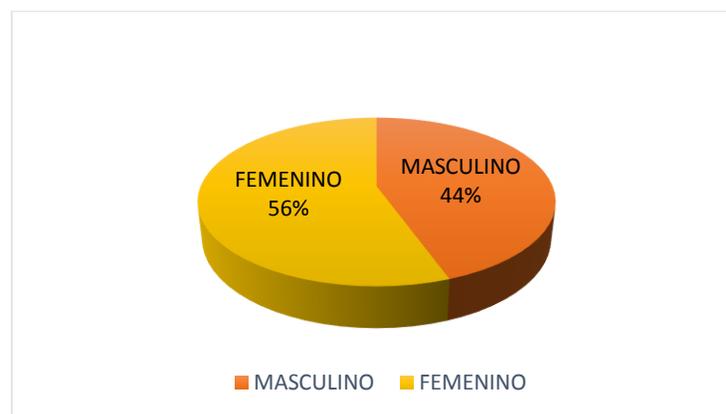


Gráfico 2 Género del poblador del Distrito de PISAQ

Fuente: Elaboración propia

2.- EDAD

Tabla 11
Edad de los pobladores

EDAD	N	%
De 15 a 25	10	11.1%
De 26 a 35	25	27.8%
De 36 a 45	38	42.2%
De 46 a 60	17	18.9%
TOTAL	90	100%

Fuente : Encuesta aplicada a los pobladores

El resultado de la encuesta a los pobladores del centro histórico de Písaq nos muestra que el 42.2% tienen de 36 a 45 años, seguido por el 27.8% que tienen de 26 a 35 años, luego el 18.9% de 46 a 60 años y por último el 11.1% que tienen de 15 a 25 años de edad, la mayoría comerciantes dedicados a la venta de artesanía o propietarios de diferentes negocios enfocados al turismo.

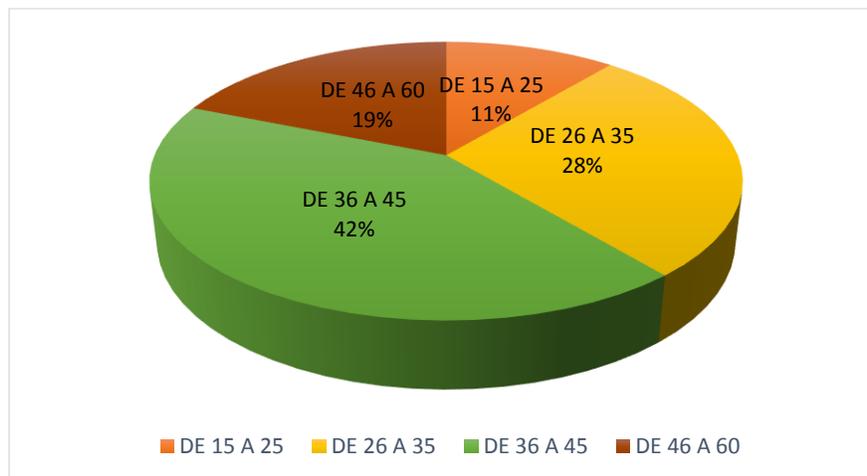


Gráfico 3 Edad que poseen los pobladores del centro histórico de Písaq

Fuente: Elaboración propia

3.- GRADO DE INSTRUCCION

Tabla 12
Grado de instrucción

GRADO	N	%
Primaria	25	27.7%
Secundaria	45	50%
Superior	20	22.2%
TOTAL	90	100%

Fuente : Encuesta aplicada a los pobladores

Según el resultado obtenido notamos que el 50% de pobladores encuestados tienen estudios de secundaria, el 27.7% cuentan solo con estudios de primaria, y el 22.2% de los encuestados tienen estudios superiores, los cuales se encuentran desempeñando una labor profesional fuera de Písaq o son dueños de alguna empresa o negocio, por otra parte se considera que la gran mayoría se dedicaron al comercio y mantuvieron su tradición familiar por lo cual prescindieron o no tuvieron la oportunidad de tener estudios superiores.

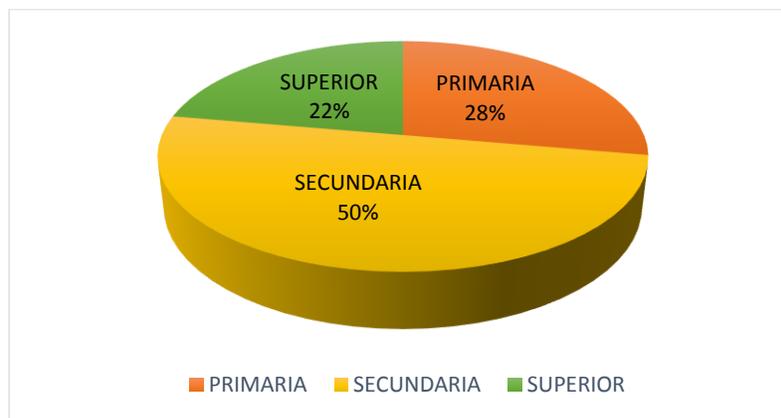


Gráfico 4 Grado de instrucción del poblador del centro histórico de Písaq

Fuente : Elaboración propia

4.- OCUPACION DEL POBLADOR DEL CENTRO HISTORICO DE PISAQ

Tabla 13
Ocupación del poblador

OCUPACION	N	%
Profesional	13	14.4%
Ama De Casa	10	11.1%
Comerciante	60	66.7%
Agricultor	2	2.2%
Estudiante	5	5.6%
TOTAL	90	100%

Fuente : Encuesta aplicada a los pobladores

El cuadro estadístico muestra que el 66.7% se dedica al comercio y a la venta de artesanía (cerámica, artesanía textil, orfebrería, joyería) ya que con notoriedad es la actividad que predomina en el centro histórico de Pisac siendo la principal fuente que genera trabajo y economía. El 14.4% representa a empleados profesionales dedicados a los servicios turísticos como restaurant y acomodación, el 11.1% son amas de casa, el 5.6% son estudiantes y por ultimo un 2.2% son agricultores.

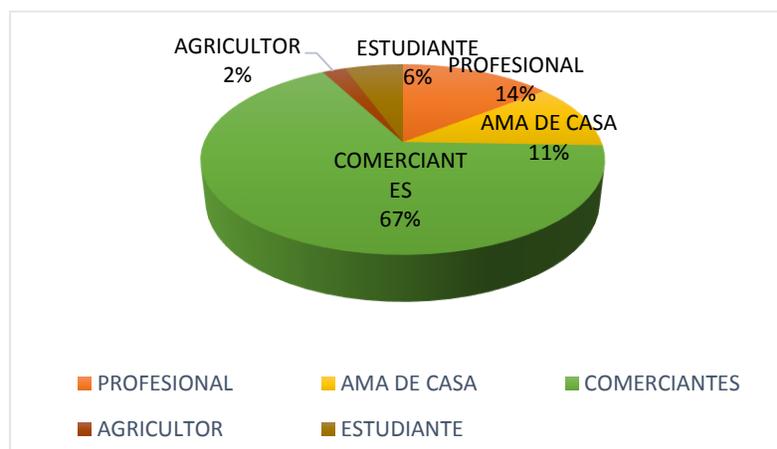


Gráfico 5 Ocupación del poblador del centro histórico de Pisac

Fuente: Elaboración propia

5.- EL TUISMO LO BENEFICIA ECONOMICAMENTE A USTED O A SU FAMILIA.

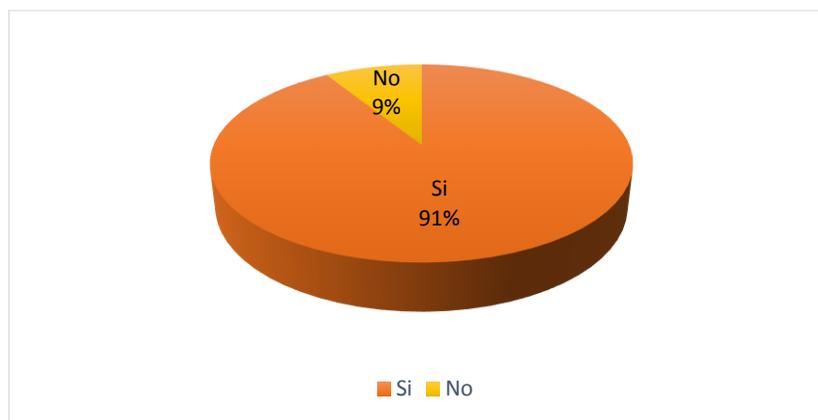
Tabla 14

El turismo lo beneficia económicamente

BENEFICIA	N	%
Si	82	91.1%
No	8	8.9%
TOTAL	90	100%

Fuente : Encuesta aplicada a los pobladores

El resultado de la tabla nos muestra que el 91.1% de los pobladores del centro histórico de Písaq declaro que la actividad turística lo beneficia económicamente a raíz de la visita de los turistas al mercado artesanal de Písaq siendo el atractivo principal después del Centro arqueológico de Písaq evidenciando claramente la dependencia del poblador por la actividad turística. Por otro lado un 8.8% afirma que la actividad turística no lo beneficia ni a su familia debido a que se dedican a otros rubros descritos en la tabla anterior (agricultores, amas de casa, estudiantes).

*Gráfico 6* El turismo lo beneficia económicamente a usted o a su familia.

Fuente : Elaboración propia

6.- CONSIDERAS QUE CONOCES LO SUFICIENTE DE TU DISTRITO (HISTORIA, COSTUMBRES, TRADICIONES) PARA ASESORAR Y AYUDAR AL TURISTA

Tabla 15
Conoces lo suficiente

CONOCE	N	%
Si	65	72.2%
No	25	27.8%
TOTAL	90	100%

Fuente : Encuesta aplicada a los pobladores

Según los resultados el 72.2% de los pobladores cree que si conoce lo suficiente de su distrito, a primera vista nos indica que una gran parte de la población del centro histórico están en la capacidad de orientar o ayudar a un turista, sin embargo existe un obstáculo, los pobladores no tienen el dominio del idioma ingles y al momento de comunicarse con el turista extranjero solo utilizan palabras básicas y señas, mientras que el 27.7% de los encuestados manifestaron que no conocen lo suficiente de su distrito, afirmando que no están en la capacidad de orientar o ayudar al turista.

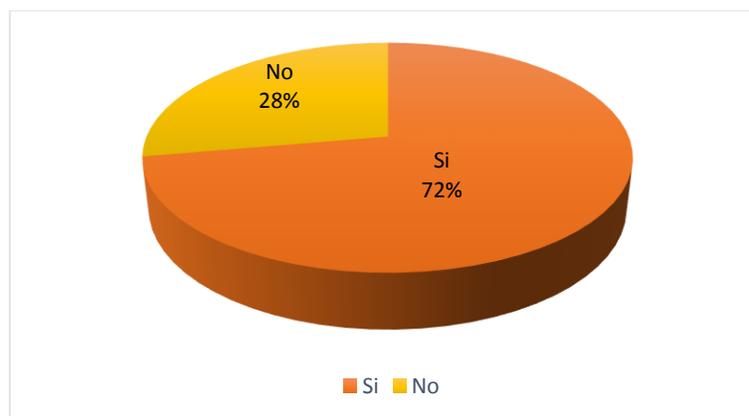


Gráfico 7 Conoces lo suficiente de tu distrito para asesorar y ayudar al turista

Fuente : Elaboración propia

7.- CONOCE USTED EL SIGNIFICADO DE LOS TERMINO CONCIENCIA TURISTICA E IDENTIDAD CULTURAL

Tabla 16
Conoce usted el significado

CONOCE	N	%
Si	35	38.9%
No	55	61.1%
TOTAL	90	100%

Fuente : Encuesta aplicada a los pobladores

Según los resultados el 61.1% de los pobladores desconocen o no entienden realmente el término conciencia Turística pues muchas de las respuestas obtenidas están fuera de lugar y no se acercaban al verdadero concepto de igual forma con el termino de identidad cultural, evidenciando una ausencia de información y abandono por parte de las autoridades y entidades del estado por instruir al poblador en estos temas tan importantes para el desarrollo de su distrito, mientras que un 38.9 % si lo ha escuchado pero en su mayoría no saben de lo que se trata en toda su dimensión.

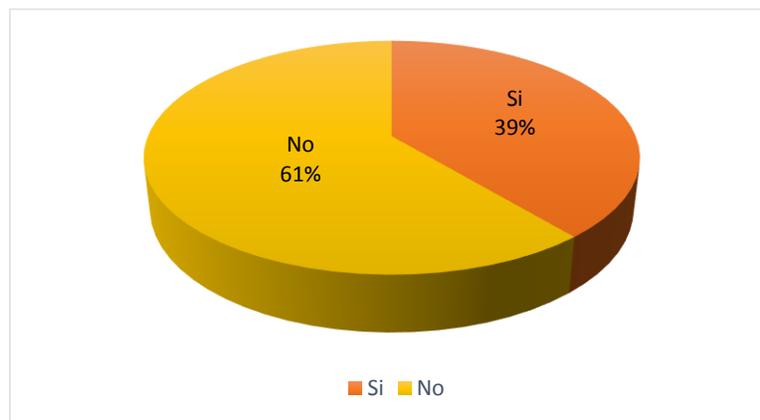


Gráfico 8 Conoce usted el significado de los términos conciencia turística e identidad cultural

Fuente : Elaboración propia

8.- USTED CREE QUE UNA ACTITUD AMABLE Y UNA ATENCION CORTES INFLUYE EN LA SATISFACCION DEL TURISTA

Tabla 17
Usted cree que una actitud amable

ATENCION	N	%
Si	82	91.1%
No	8	8.9 %
TOTAL	90	100%

Fuente : Encuesta aplicada a los pobladores

En la tabla podemos observar que el 91.1 % de los pobladores respondió que una actitud amable y una atención cortes si influye en la satisfacción del turista puesto que dicen ser siempre amables al momento de ofrecer sus productos o servicios al turista, sin embargo, esta conducta suele ser relativa dependiendo de la presencia de algún inconveniente o reclamo.

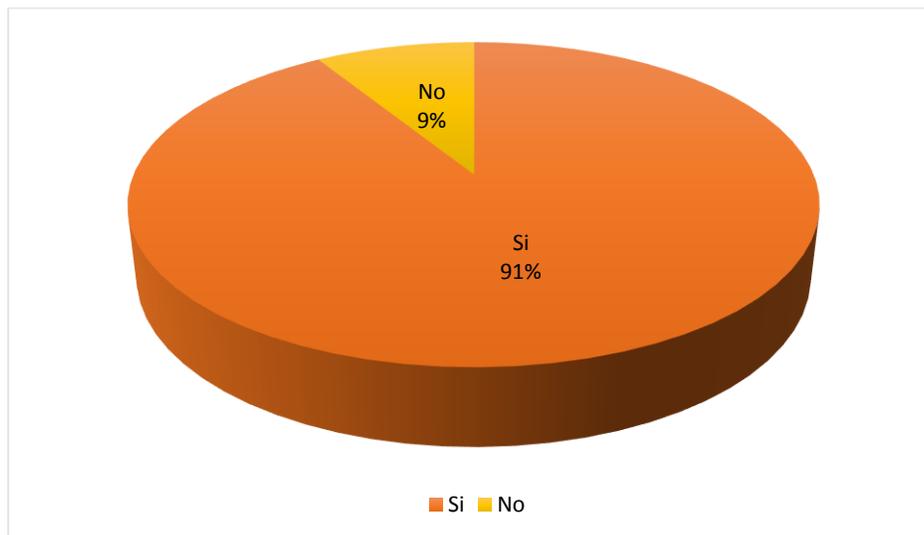


Gráfico 9 Una actitud amable y una atención cortes influye en la satisfacción del turista

Fuente : Elaboración propia

9.- USTED O SUS FAMILIARES INVOLUCRADOS EN EL TURISMO RECIBEN ALGÚN TIPO DE CAPACITACION O CHARLAS INFORMATIVAS POR PARTE DE ALGUNA ENTIDAD PÚBLICA O PRIVADA QUE ESTIMULEN A ELEVAR SU NIVEL DE CONCIENCIA TURÍSTICA

Tabla 18
Usted recibe capacitación

CAPACITACION	N	%
Si	0	0 %
No	90	100 %
TOTAL	90	100 %

Fuente : Encuesta aplicada a los pobladores

De acuerdo a la tabla se puede observar que los pobladores representados en un 100 % no reciben ninguna capacitación en el tema de conciencia turística. Esto nos demuestra que existe un total descuido por parte del municipio y las autoridades involucradas directamente con la población las cuales son las responsables de fomentar el desarrollo turístico.

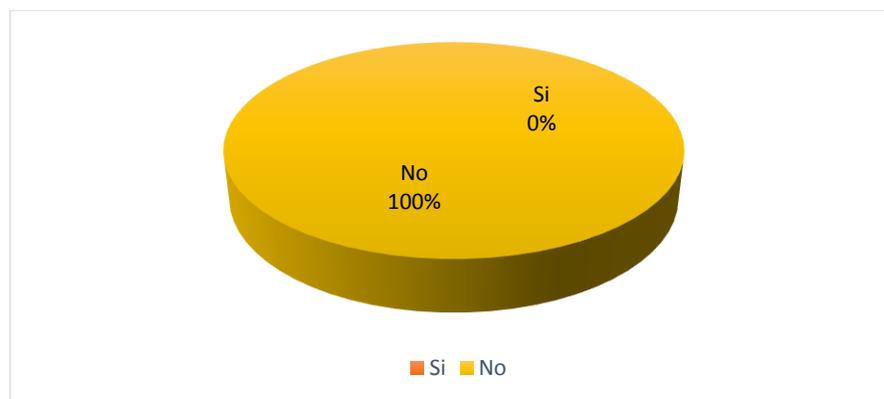


Gráfico 10 Reciben algún tipo de capacitación o charlas informativas por parte de alguna entidad pública o privada que estimulen a elevar su nivel de conciencia turística

Fuente : Elaboración propia

10.- LE GUSTARÍA RECIBIR PREPARACIÓN Y CAPACITACIÓN EN CONCIENCIA**TURISTICA**

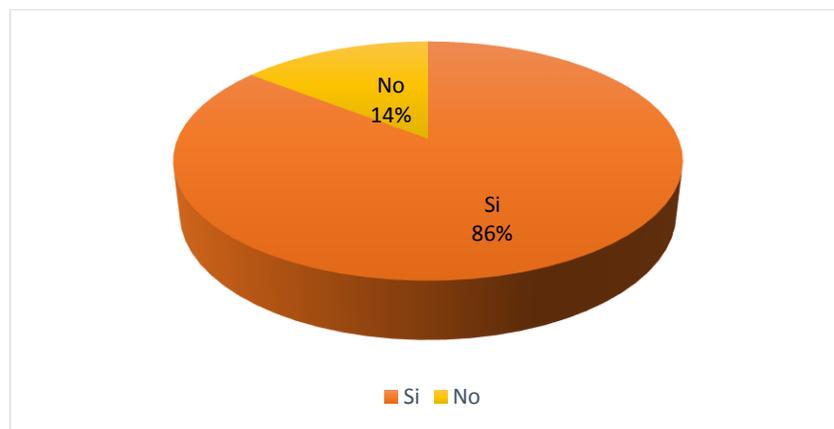
Tabla 19

Le gustaría recibir capacitación

CAPACITACION	N	%
Si	77	85.6%
No	13	14.4%
TOTAL	90	100%

Fuente : Encuesta aplicada a los pobladores

Según los resultados de las encuestas podemos ver que el 85.6% de los pobladores encuestados están dispuestos a participar en actividades relacionadas al tema, para fortalecer su formación en base a la conciencia turística, en donde se refleja el interés y ganas para mejorar sus servicios y productos, mientras que el 14.4% demuestra desinterés, no tienen tiempo suficiente o la actividad a la que se dedican no está vinculada al turismo.

*Gráfico 11* Le gustaría recibir una preparación y capacitación en conciencia turística

Fuente : Elaboración propia

11.- MEDIANTE QUÉ MEDIOS EL POBLADOR LE GUSTARÍA RECIBIR

CAPACITACION

Tabla 20
Mediante qué medios

ENTIDAD	N	%
Talleres Y Cursos	38	42.2 %
Radio	32	35.6 %
Television	1	1.1 %
Redes Sociales (Otros)	11	12.2%
No saben/ No opinan	8	8.9 %
TOTAL	90	100 %

Fuente : Encuesta aplicada a los pobladores

Según los resultados podemos apreciar que el 42.2% están dispuestos a recibir una capacitación y preparación mediante cursos presenciales y/o talleres, seguido por aquellos quienes prefieren escuchar información mediante la radio local con un 35.6 %, por otra parte el 12.2 % de los pobladores eligen la opción de otros medios dentro de los cuales mencionaron folletos informativos o similares los cuales también se tomaran en cuenta, y por ultimo un 8.9% de los pobladores encuestados quienes no hicieron mención de ninguna opinión o simplemente no tienen una preferencia.

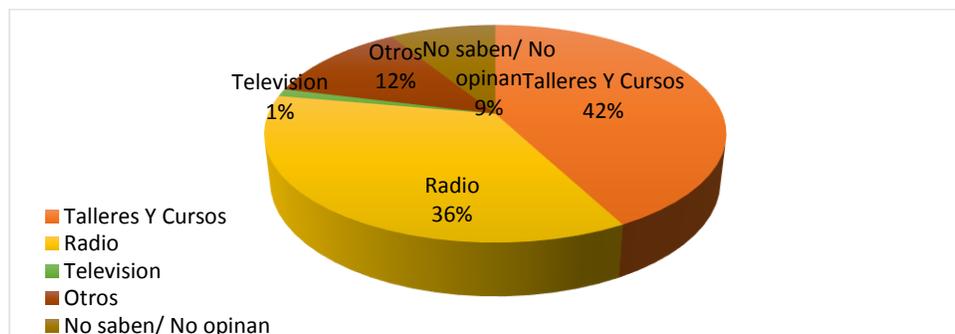


Gráfico 12 Mediente qué medios le gustaría recibir capacitación

Fuente : Elaboración propia

12.- USTED CUMPLIRIA CON NORMAS O REGLAS QUE ESTABLEZCA LA MUNICIPALIDAD PARA EL MEJORAMIENTO DEL DISTRITO COMO LA REUBICACION DEL MERCADO ARTESANAL

Tabla 21

Usted cumpliría con normas o reglas que establezca la municipalidad

VARIABLES	N	%
Si	32	35.6%
No	58	64.4%
TOTAL	90	100%

Fuente : Encuesta aplicada a los pobladores

Según los resultados de las encuestas un 64.4% de los pobladores los cuales en su mayoría son artesanos o forman parte de la asociación, no están de acuerdo con el enunciado fundamentando que mantienen su tradición, costumbres y es su derecho ocupar dicho espacio, no obstante se sabe que existen intereses económicos de por medio. Por otro lado un 35.5% de los pobladores del centro histórico de Písaq cumpliría las normas o reglas establecidas por la autoridad a su vez están de acuerdo que los artesanos desocupen sus puestos de comercio del frontis y los alrededores de la plaza constitución demostrando su interés por mejorar la imagen de su distrito.

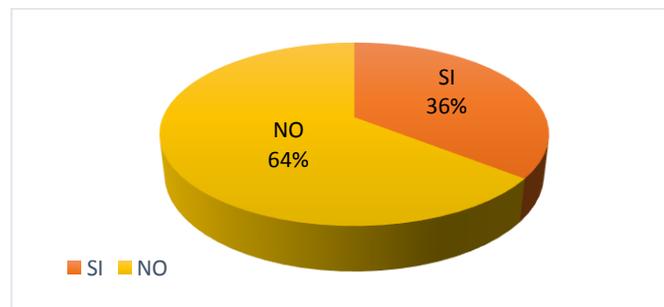


Gráfico 13 Usted cumpliría con normas o reglas que establezca la municipalidad

Fuente : Elaboración propia

4.1.2 ENCUESTAS REALIZADAS A LOS TURISTAS EN EL CENTRO HISTORICO DE PISAQ

1.- GENERO

Tabla 22
Genero del turista

VARIABLES	N	%
Masculino	40	41.7%
Femenino	56	58.3%
TOTAL	96	100%

Fuente : Encuesta aplicada a los turistas

Los resultados nos muestran que el 58% de los turistas que visitan Písac son del género femenino mientras que el 41.7% pertenecen al género masculino.

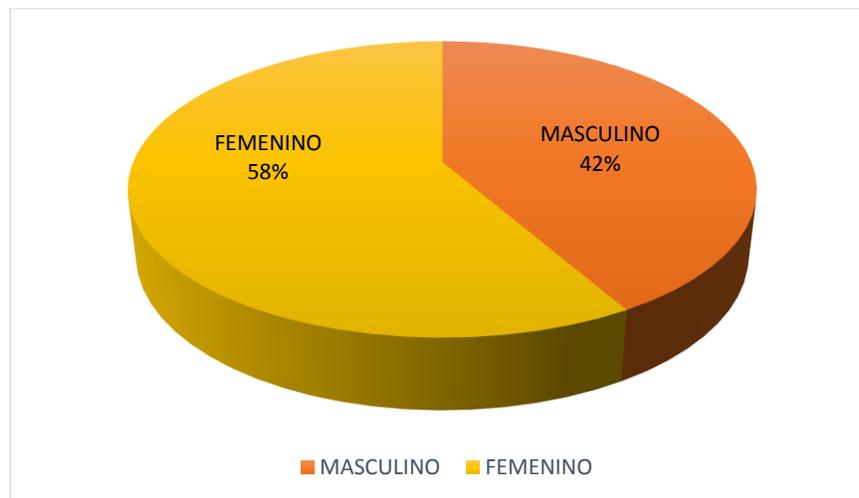


Gráfico 14 Genero de turista

Fuente : Elaboración propia

2.- EDAD

Tabla 23
Edad de los turistas

EDAD	N	%
De 15 A 25	15	15.6%
De 26 A 35	30	31.2%
De 36 A 45	38	39.6%
De 46 A 60	13	13.5%
TOTAL	96	100%

Fuente : Encuesta aplicada a los turistas

De acuerdo al resultado obtenido los turistas que visitan el centro histórico de Písaq en su mayoría tienen de 26 a 45 años de edad con un 39.6%, seguido del 31.2% de 26 a 35 años, luego el 15.6% de 15 a 25 años y por último el 13.5% de 46 a 60 años de edad. El segmento de turistas de 26 a 45 años están interesados en adquirir diferentes servicios o productos en su mayoría artesanía y textiles, por lo tanto los adultos con mayor capacidad económica son los más interesados en frecuentar este sector.

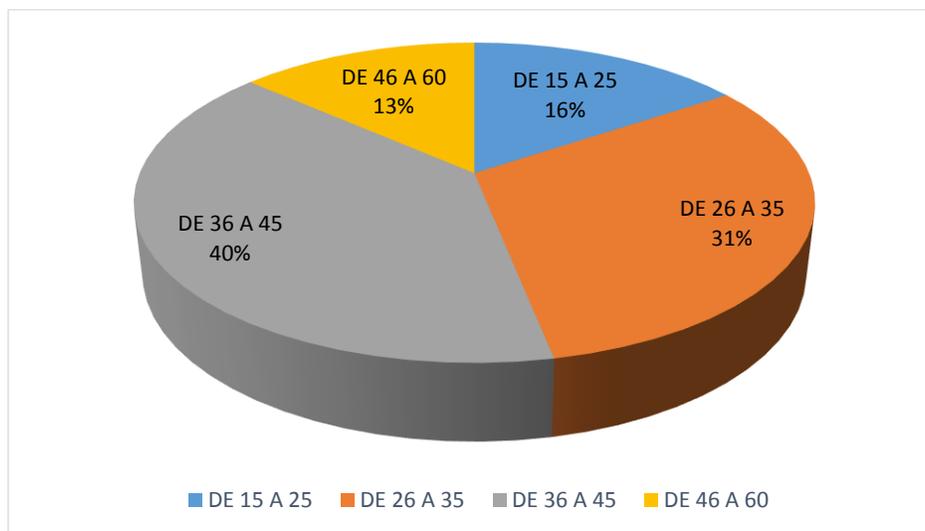


Gráfico 15 Edad de los turistas

Fuente : Elaboración propia

3.- GRADO DE INSTRUCCION

Tabla 24
Grado de instrucción del turista

GRADO	N	%
Primaria	2	2.1%
Secundaria	8	8.3%
Superior	86	89.6%
TOTAL	96	100%

Fuente : Encuesta aplicada a los turistas

Según las encuestas podemos ver que un 89.5% de los encuestados tienen estudios superiores, por otro lado, el 8.3% tienen estudios de secundaria mientras que. Esto nos demuestra que los turistas que visitan el centro histórico de Pisaq generalmente son profesionales o dueños de empresas los cuales tienen una economía relativamente estable, y por último, solo el 2.1% de los turistas encuestados tienen estudios de primaria.

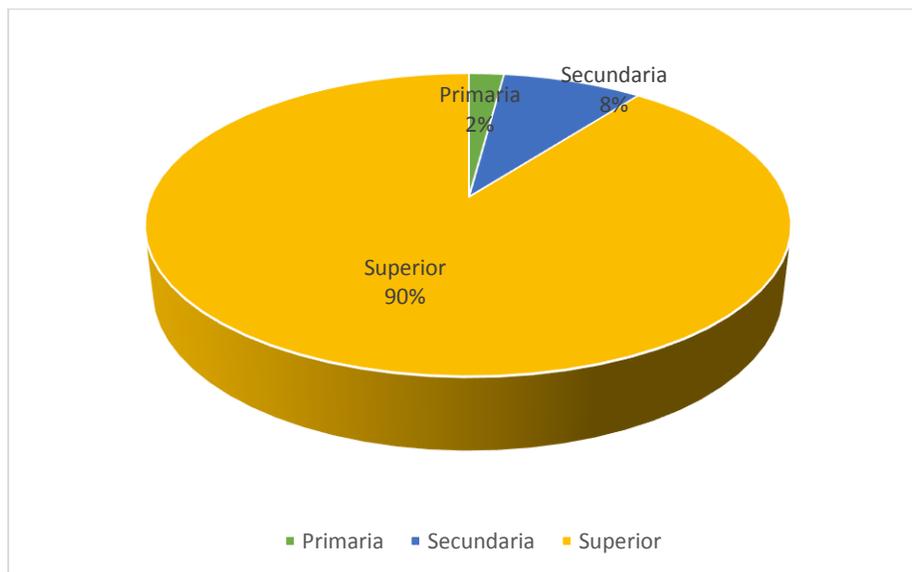


Gráfico 16 Grado de instrucción del turista

Fuente : Elaboración propia

4.- OCUPACIÓN DEL TURISTA QUE VISITA EL CENTRO HISTÓRICO DE PISAQ

Tabla 25

Ocupación del turista que visita el centro histórico de PISAQ

OCUPACION	N	%
Estudiante	12	12.5%
Ama De Casa	8	8.3%
Profesional	50	52.1%
Empresario	19	19.8%
Otros	7	7.3%
TOTAL	96	100%

Fuente : Encuesta aplicada a los turistas

El resultado de las encuestas nos muestra que más de la mitad de los turistas encuestados con un porcentaje del 52.1% es profesional, el 19.7% de los encuestados son empresarios o dueños de algún negocio, los jóvenes estudiantes representan el 12.5%, también se puede apreciar que el 8.8% de los encuestados representa a las amas de casa o mujeres que están de paseo con su familia. y por último el 7.3% de los encuestados que señalaron otro rubro.

Este resultado concuerda con los resultados de los anteriores cuadros los cuales muestran que en su mayoría son profesionales que tienen una estabilidad económica.

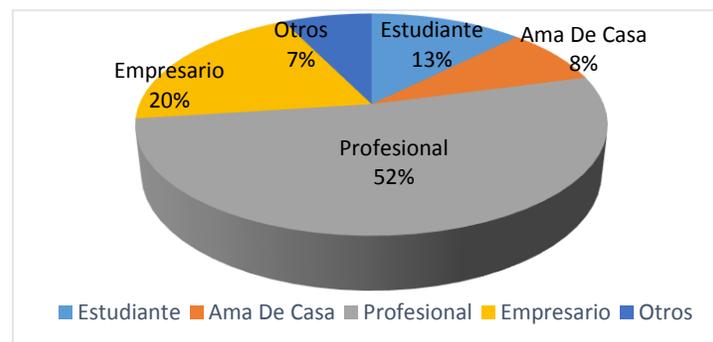


Gráfico 17 Ocupación del turista que visita el centro histórico de PISAQ

Fuente : Elaboración propia

5.- CUÁL ES SU MOTIVO DE VISITA AL CENTRO HISTÓRICO DE PISAQ

Tabla 26

Cuál es su motivo de visita al centro histórico de Písaq

MOTIVO	N	%
Tour Privado	33	34.4%
Para Conocer	21	21.9%
Comprar Artesanía	39	40.6%
Otros	3	3.1%
TOTAL	96	100%

Fuente : Encuesta aplicada a los turistas

Según los resultados de las encuestas podemos observar que la mayoría de los turistas representados en un 40.6 % visitan el centro histórico de Pisac para realizar compras de artesanía, textiles y platería los cuales tienen mayor demanda, seguido por el 34.4 % de los encuestados que visito el centro histórico como parte de un tour privado, un 21.8% que solo visita para conocer por su cuenta, por ultimo un 3.1 % que señalo otros motivos de visita como buscar un trabajo temporal o un domicilio.

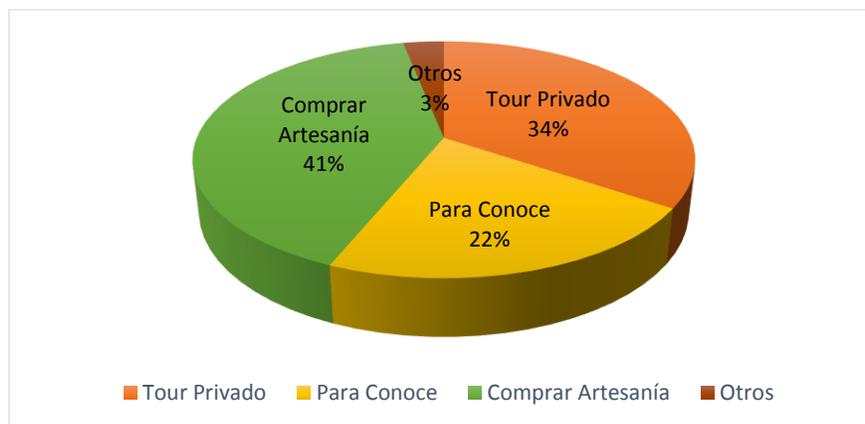


Gráfico 18 Cuál es su motivo de visita al centro histórico de Písaq

Fuente : Elaboración propia

6.- SABE USTED QUE ES CONCIENCIA TURÍSTICA

Tabla 27
Sabe usted que es conciencia turística

VARIBLES	N	%
Si	78	81.2 %
No	18	18.8%
TOTAL	96	100%

Fuente : Encuesta aplicada a los turistas

De acuerdo a la tabla el 81.2% de los turistas encuestados si conocen el término conciencia turística o están familiarizados con este tema, mientras que solo un 18.7% desconoce o no tiene muy claro a lo que se refiere el término. Esto comprueba que generalmente los turistas que visitan el centro histórico de Písaq, son adultos con un grado superior de estudios y por ende manejan el concepto de conciencia turística.

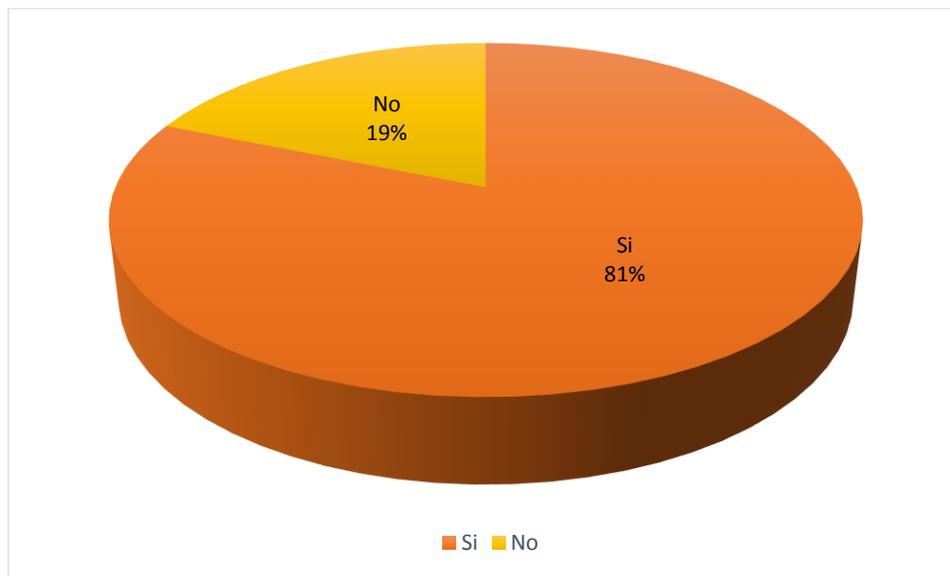


Gráfico 19 Sabe usted que es conciencia turística

Fuente : Elaboración propia

7.- USTED ESTÁ SATISFECHO CON LOS SERVICIOS Y/O PRODUCTOS BRINDADOS POR LOS POBLADORES DEL CENTRO HISTÓRICO DE PISAQ, COMO LOS CALIFICA

Tabla 28
Usted está satisfecho con los servicios y/o productos brindados

NIVEL	N	%
Bueno	2	2.1%
Regular	72	75%
Malo	22	22.9%
TOTAL	96	100%

Fuente : Encuesta aplicada a los turistas

El resultado de las encuestas nos muestra que la mayor parte de los turistas que representan el 75 % califican el servicio y /o productos como regular, esto se interpreta que este porcentaje de turistas están medianamente satisfechos pero no del todo debido a la calidad del producto con relación al precio, otros hacen mención de la diferencia de precios por un mismo producto lo cual genera dudas al comprador, seguido por un 22.9 % de turistas que afirman que el servicio y / o producto es malo ya que estos no cumplieron con sus expectativas, por otro lado existe un 2.1 % de encuestados que afirma que el servicio y/o producto fue bueno.

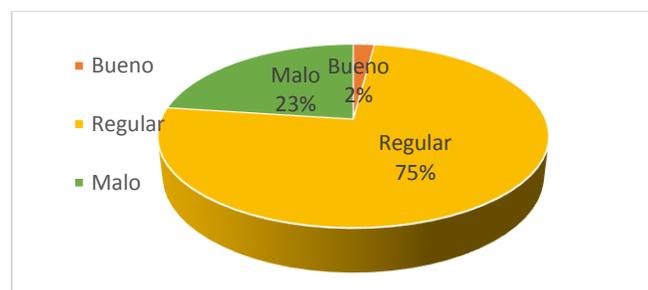


Gráfico 20 Usted está satisfecho con los servicios y/o productos brindados

Fuente : Elaboración propia

8.- COMO CALIFICA USTED LA CONCIENCIA TURÍSTICA (ACTITUD, EDUCACIÓN, VALORES, CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE) DEL POBLADOR DE PISAQ:

Tabla 29

Como califica usted la conciencia turística del poblador

NIVEL	N	%
Alto	15	15.6%
Regular	56	58.3%
Bajo	25	26.1%
TOTAL	96	100%

Fuente : Encuesta aplicada a los turistas

El resultado de las encuestas nos revela que la mayoría de los turistas representados por un 58.3% afirman que el nivel de conciencia turística del poblador de PISAQ es regular ya que su actitud fue amable ,educada pero puede mejorar, seguido por un 26.1% de los turistas consideran que el comportamiento del poblador es bajo por diversas razones en particular poniendo como ejemplos a primera vista el desorden, la ausencia de limpieza, falta de ética, el estado de conservación o cuidado de su patrimonio así como una carencia de calidad de servicios y productos, por otra parte, un 15.6% califica que el nivel del poblador es alto.

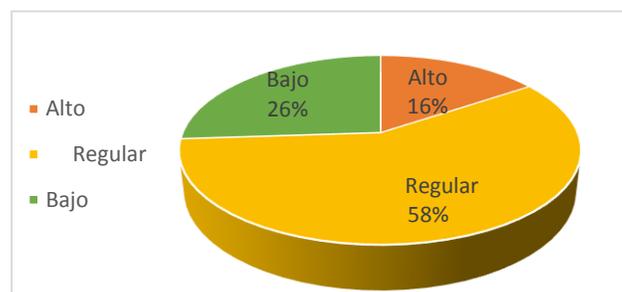


Gráfico 21 Como califica la conciencia turística del poblador

Fuente : Elaboración propia

9.- AL MOMENTO DE RECIBIR UN SERVICIO O ADQUIRIR UN PRODUCTO

TURÍSTICO ESTE CUMPLIÓ CON SUS EXPECTATIVAS

Tabla 30

Al momento de recibir un servicio o adquirir un producto turístico

VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	22	22.9%
Regular	54	56.2%
No	20	20.9%
TOTAL	96	100%

Fuente : Encuesta aplicada a los turistas

Según el resultado de las encuestas un 56.2 % de los turistas afirma que el servicio o producto que recibió cumplió medianamente con sus expectativas y el 20.9 % afirman que el producto o servicio no cumplió con sus expectativas, en cuanto a servicios tales como restaurantes y hospedajes se refieren principalmente al tema de la infraestructura muy básica, así como en algunos casos la demora o conducta poco ética al momento de resolver algún inconveniente y el dominio del idioma extranjero. En cuanto al producto adquirido (artesanía, textiles, etc) se refieren a la calidad del producto y la reacción al momento de solucionar una queja o reclamo. Por último un 22.9% dicen que el producto y/o servicio si cumplió con sus expectativas.

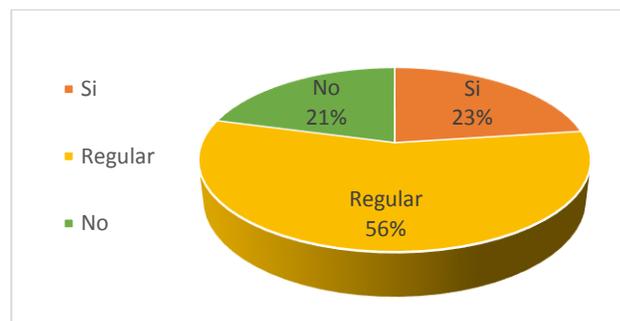


Gráfico 22 Al momento de recibir un servicio o adquirir un producto turístico este

Fuente : Elaboración propia



4.1.3 ENTREVISTA APLICADA A LA AUTORIDAD DE PISAQ

TEMA: CONCIENCIA TURÍSTICA DEL POBLADOR DEL CENTRO HISTÓRICO DE PISAQ PARA LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA - 2018

Datos del entrevistado: Lic. Judith Cano Quinto

1- ¿Cuál es el cargo que ocupa en la Municipalidad de Pisac?

Actualmente yo ocupo el cargo de responsable en el área de subgerencia de desarrollo económico, turismo y agropecuario de la municipalidad distrital de Pisac.

2.- ¿Cuál es la relación que tiene con el turismo en Pisac?

Soy la responsable de la subgerencia de turismo, mi relación es directa con el turismo en Pisac, mi función es coordinar, gestionar trabajos en la actividad turística, capacitaciones, promoción etc.

3- ¿Conoce usted el significado de conciencia turística?

Claro que sí, para mi conciencia turística es preservar la identidad cultural, rescatar valores ancestrales y tradicionales, el cuidado y conservación de las vivencias de nuestros antepasados.

4.- ¿Usted considera que el poblador del centro histórico de Pisac posee una conciencia turística?

No, porque los pobladores no valoran la riqueza cultural con el que cuenta Pisac ya que el problema radica en los comerciantes y artesanos los cuales, invadieron el espacio público de la plaza Constitución de Pisac, sin importarles privar al visitante conocer un atractivo tan importante, y no contentos con eso, maltratan y ensucian diariamente todo el área.

**5.- ¿Cómo cree usted que se elevara la conciencia turística en su distrito?**

Yo creo que la conciencia turística se puede elevar mediante la educación fortalecimiento de la identidad cultural, cuidado del patrimonio, valoración de costumbres y tradiciones y por último y más importante que el poblador y la autoridad posea virtudes y valores para un desarrollo sostenible en nuestro distrito.

6.- ¿Uds. desde su institución promueven la conciencia turística, poseen algún programa o proyecto?

Si estamos trabajando con talleres de sensibilización en el cuidado y preservación de los recursos turísticos y medio ambiente dentro de esto desarrollamos la conciencia turística donde en la actualidad tenemos proyectos como el de Cultura Viva que ayuda a fortalecer la identidad cultural del poblador generalmente proveniente de las comunidades de Písaq, así como el proyecto de reubicación del mercado artesanal el cual propone un espacio adecuado y prudente para la venta de artesanía ubicado en la calle Intihuatana.

7.- ¿Cómo podrían generar o desarrollar conciencia turística en los pobladores del centro histórico de Písaq?

Se sabe que las capacitaciones y talleres son importantes para incentivar al poblador a desarrollar una adecuada conciencia turística sin embargo se ha visto que los pobladores no tienen interés en asistir a los talleres ni capacitaciones.

8.- ¿Ustedes como autoridad están dispuestos a crear o recibir propuestas para el mejoramiento de la conciencia turística y el fortalecimiento de la identidad cultural en su distrito?

Claro que sí, pero como saben para que un proyecto sea viable tiene que pasar por las diferentes áreas y contar con un presupuesto.



4.1.3.1 ANALISIS DE LA ENTREVISTA

Según los datos y resultados de las encuestas, en la tabla 19 el 86 % de los pobladores del centro histórico están dispuestos a colaborar y recibir una capacitación para la aplicación y el fortalecimiento de la conciencia turística sin embargo este resultado no es del todo cierto ya que al hacer la entrevista a la autoridad informo que los pobladores no tienen interés por capacitarse en diferentes temas para mejorar su distrito, es decir los pobladores no acatan las normas y reglamentos que da la municipalidad. Por otro lado las autoridades que laboran en la Municipalidad están dispuestas a recibir propuestas para mejorar y fortalecer el nivel de conciencia turística del poblador del Centro Histórico de Písaq así mismo hicieron mención de algunos proyectos como el de Cultura Viva que ayuda a fortalecer la identidad cultural del poblador generalmente proveniente de las comunidades de Písaq, así como el proyecto de reubicación del mercado artesanal el cual propone un espacio adecuado y prudente para la venta de artesanía ubicado en la calle Intihuatana.



CAPITULO V

DISCUSIÓN Y PROPUESTAS

5.1 DISCUSIÓN

Pisac se caracteriza por su ubicación estratégica, como uno de los accesos principales al Valle Sagrado de los Incas, donde se desarrollan actividades agropecuarias, combinadas con actividades relacionadas al comercio artesanal y servicios ligados al turismo por ende es importante desarrollar la conciencia turística para que la población de estudio tenga mayor beneficio social, cultural, económico y así lograr un desarrollo sostenible en el distrito, demostrando a los turistas ser excelentes anfitriones y al mismo tiempo fortaleciendo la identidad cultural de sus pobladores. Los resultados del presente trabajo de investigación sirvieron para determinar cómo se encuentra el nivel de conciencia turística actual del poblador del centro histórico y por ende la satisfacción del turista:

Según la tesis intitulada Conciencia turística y desarrollo sostenible en la playa Centinela del distrito de Huaura (Espinosa, 2017) se demostró que la conciencia turística contribuye en el desarrollo sostenible del poblado, por lo que llegaría a ser una de las bases fundamentales para el desarrollo responsable del mismo, además esto constituirá en actitudes y /o comportamientos positivos frente al turista, de esta manera los visitantes se llevarán una impresión positiva llegando a la posibilidad de que vuelvan o recomienden la visita a Centinela, conclusión que confirma nuestra hipótesis general basada en que el



fortalecimiento de la conciencia turística del poblador si contribuye a elevar el nivel de satisfacción del turista.

Respecto al nivel de conciencia turística del poblador del Centro Histórico de Písaq según las encuestas en la tabla 29 el 58 % de los turistas encuestados se pronunció que los pobladores poseen una conciencia turística regular ya que cumplieron en cierta forma con sus expectativas relacionado a productos o servicios puesto que hace falta un trato cordial y amable no solo al ofrecer sus productos sino también al momento de solucionar algún inconveniente resultado que confirma nuestra primera hipótesis específica la cual dice que el nivel de conciencia turística del poblador del Centro Histórico de Písaq es regular.

Respecto a la tesis intitulada Conciencia turística y participación de la población en el desarrollo económico del Centro Histórico del Cusco (Aguilar, 2015), revela que la conciencia turística no es importante para los habitantes del Centro Histórico del Cusco lo cual refleja un desconocimiento y desinterés cultural de los habitantes que conforman dicho lugar, viéndose el mismo factor en los pobladores del Centro Histórico de Písaq puesto que en la tabla 16 el 61.1 % es decir la mayoría de los encuestados desconocen el término de conciencia turística, esto es injustificable ya que Písaq es un lugar netamente turístico y el poblador debe estar familiarizado con dicho tema, se evidencia falta de capacitación sobre este tema tan importante, los datos encontrados indican que la autoridad municipal y estatal no fomenta ningún tipo de proyecto para afianzar una conciencia turística adecuada, se sabe que la capacitación y la educación son herramientas para lograr la participación de los pobladores y fortalecer la conciencia turística que tiene como objetivo el desarrollo de su distrito y la satisfacción del turista, es por eso que el poblador debe estar consciente de lo



que engloba el termino conciencia turística, ofreciendo servicios y/o productos de calidad, buen trato y percibir identidad por el lugar donde habitan.

Correspondiente a los al nivel de satisfacción del turista según las encuestas en la tabla 28 el 75% de los encuestados no muestran conformidad en su totalidad es decir califican el nivel de satisfacción de servicios y productos que ofrece el poblador del centro histórico de Písaq como regular, haciéndonos llegar su testimonio mediante las encuestas afirmando que estos pasan de ser desde malos a regulares siendo esta una cifra alarmante en cuanto a la calidad de servicios y productos actualmente ofrecidos en el centro histórico de Písaq resultado que confirma nuestra segunda hipótesis especifica la cual afirma que el nivel de satisfacción del turista que visita el Centro Histórico de Písaq es regular..

En relación a las conclusiones de la tesis intitulada “La relación entre el patrimonio cultural, paisajístico y arqueológico con la imagen turística del centro poblado de Písaq” (Yepez, 2013) se tuvo como resultado que la reubicación y ordenamiento del Mercado Artesanal de Písaq mejorara la limpieza y orden del Centro poblado dando así una mejor calidad de vida al poblador, en cuanto a nuestros resultados sobre la opinión a favor de la reubicación del Mercado artesanal según la tabla 21 el 64% de los pobladores encuestados afirma que no está de acuerdo fundamentando tener la necesidad de mantener su tradición y costumbres no obstante se sabe que existen intereses económicos de por medio confirmando así la falta de conciencia del poblador del Centro Histórico de Písaq.

Análisis e interpretación de la dimensión Identidad Cultural

Teniendo como primera dimensión de la variable Conciencia Turística según la encuesta se obtiene el siguiente resultado:



De acuerdo a la pregunta 6 al poblador del Centro Histórico de Písaq un 28% afirma que no sabe ni conoce lo suficiente de su distrito como para asesorar o ayudar al visitante, lo que comprueba que existe una carencia de Identidad Cultural con una pérdida de sus costumbres y tradiciones.

Análisis e interpretación de las dimensiones Amabilidad, Cortesía y Comportamiento

Estas dimensiones están relacionadas estrechamente y según la encuesta se tienen los siguientes resultados:

Según la pregunta 8 al poblador del Centro Histórico de Písaq un 91% si sabe que una actitud amable y una atención cortes si influye en la satisfacción del turista reflejando estar conscientes de la importancia de un comportamiento positivo, amable, hospitalario y respetuoso frente al turista.

Análisis e interpretación de la dimensión Carácter Moral

Como quinta dimensión de la variable Conciencia Turística según la encuesta se tiene lo siguiente;

De acuerdo a la pregunta 12 al poblador del Centro Histórico de Písaq en donde se le pregunta si está de acuerdo a cumplir las normas y leyes establecidas por la Municipalidad, así como la reubicación del mercado artesanal de Písaq, el 64% afirmó que no está de acuerdo debido a su tradición y costumbres, lo cual refleja un bajo grado de obediencia a las normas y leyes siendo estos los principales indicadores del carácter moral.

Análisis e interpretación de la dimensión Carácter Ético

Siendo la sexta dimensión de nuestra primera variable, según la entrevista a la autoridad Yudith Cano Quinto se obtuvo la siguiente conclusión:



La autoridad afirma que se realizaron proyectos como el de cultura viva en el cual se trató de rescatar algunos factores importantes para fortalecer la identidad cultural del poblador donde este mostro un notorio desinterés por asistir a las charlas de sensibilización y orientación revelando una falta de ética.

Por otro lado, se sabe que gran parte de los productos ofrecidos en el mercado artesanal de Písaq son traídos del sur del país y estos son ofrecidos como originales o hechos a mano, lo cual revela claramente una ausencia de valores y principios los cuales son indicadores de la ética.

Análisis e interpretación de la dimensión Expectativa

Esta viene a ser la sexta dimensión de la Segunda variable que viene a ser la Satisfacción del turista y según las encuestas al turista tenemos los siguientes resultados:

En la pregunta 8 al turista que visita el Centro Histórico de Písaq un 56% afirma que el producto o servicio adquirido cumplió regularmente con sus expectativas debido a la diferencia de precios de un mismo producto y a la falta de cortesía y amabilidad para resolver algún inconveniente lo cual revela un nivel de satisfacción regular por parte del turista.

Análisis e interpretación de la dimensión Impresión

Siendo la séptima dimensión de la segunda variable según las encuestas se obtuvieron los siguientes resultados:

De acuerdo a la pregunta 7 al turista que visita el Centro Histórico de Písaq un 75% afirma que esta regularmente satisfecho con los productos o servicios adquiridos, haciendo referencia a la calidad y la falta de ética por parte del poblador evidenciando un regular grado de conformidad por parte del visitante.



5.2 PROPUESTA

5.2.1 PROPUESTA DE SENSIBILIZACIÓN Y CAPACITACIÓN EN CONCIENCIA TURISTICA A LOS POBLADORES DEL CENTRO HISTÓRICO DE PISAQ

FUNDAMENTACIÓN

El aspecto más importante en la actividad turística es la capacitación constante al elemento humano en este caso a los pobladores del Centro Histórico de Pisac por lo que primero es necesario sensibilizar al poblador en este tema tan importante para luego este apto y preparado para recibir la debida capacitación con la única finalidad de optimizar el desarrollo turístico para elevar el nivel de satisfacción del turista que visita dicho atractivo, brindándoles servicios y productos de calidad. El objetivo de esta propuesta es dar solución a los problemas, involucrando a todos los pobladores y autoridades que conformen el centro histórico, para eso es necesario el compromiso de los pobladores a atacarse a las normas y reglas que la municipalidad proponga. De esta forma se llegará a obtener resultados reales en un corto periodo de tiempo y sobre todo puedan ser duraderos y constantes para crear un habito e costumbre y no lo tomen como una obligación, el resultado será un elevado nivel de conciencia turística y satisfacción del turista. Si realmente se pretende consolidar esta propuesta, es necesario trabajar conjuntamente con las autoridades de la municipalidad de Pisac, teniendo en cuenta que no se puede confiar plenamente en la voluntad del poblador del centro histórico de Pisac para contar con su presencia durante las charlas y capacitaciones debido a que en convocatorias anteriores con motivos relacionados, se vio relativamente el desinterés de un considerable número de pobladores en su mayoría artesanos y comerciantes en cuya asociación radica la problemática de la falta de conciencia. Debido a esto es necesario motivar a los pobladores del centro histórico y la manera más efectiva es un



condicionamiento, el cual ponga en juego y de ser necesaria en riesgo la actividad comercial y económica que realicen, esto en forma de multas y otro tipo de sanciones por parte de la Municipalidad de Písaq. Si bien se sabe que el centro histórico de Písaq está conformada por la asociación de artesanos, situada en la plaza constitución, comerciantes dedicados al rubro de turismo como joyerías, restaurantes, hospedajes, cafeterías, se puede decir que el incremento de turismo en Písaq está generando el crecimiento de negocios externos al turismo como boticas, farmacias, cooperativas, bancos, bodegas, panaderías, todas estas situadas en las calles principales del centro histórico de Písaq que muestran deficiencia en infraestructura y poca gentil atención para los turistas es por eso que se debe dar capacitaciones constantes al poblador que conforma el centro histórico de Písaq para el mejoramiento de sus servicios y/o productos para la satisfacción del turista.

COMPORTAMIENTO

La actitud de los pobladores del centro histórico de Písaq ante el turista a primera vista es amable, cordial y cálida este comportamiento se ve reflejado cuando intercambian sus productos o servicios, pero no todos tienen esa misma actitud positiva cuando sucede lo contrario, lo que a la mayoría le interesa son las cuestiones económicas sin importar que el turismo se desarrolle e incremente en un futuro, se ha dejado de lado el ser buen anfitrión la mayoría ofrece sus productos y/o servicios a precios elevados y de dudosa procedencia, creando una mala imagen hacia el turista es por ese motivo la necesidad de capacitar a los pobladores del centro histórico de Písaq en Conciencia Turística, una actitud positiva del poblador elevara la satisfacción del turista aumentando el número de visita, lo que traerá la entrada de divisas, empleo y por ende el desarrollo del distrito.



Concerniente al comportamiento del poblador frente al atractivo es negativo porque se evidencia poco interés por cuidar y conservar su patrimonio, alegando que no es responsabilidad de ellos preservar su herencia cultural y que la obligación es de la autoridad ya que son principales promotores para cuidar del patrimonio. Se sabe que el centro histórico de Písaq posee atractivos importantes como la Iglesia de San Pedro Apóstol, el Mercado Artesanal ubicada en la Plaza Constitución y Casonas coloniales que en la actualidad se encuentran en estado de descuido y maltrato, no tanto por el abandono de la autoridad sino por las acciones de los propios pobladores ya que no existe orden, limpieza ni responsabilidad social por parte de los habitantes en conservar sus atractivos demostrando una actitud indiferente, esto se puede evidenciar claramente en los artesanos los cuales ocupan un espacio público, depositando basura y desperdicios en dichos lugares generando contaminación dando una mala imagen hacia los visitantes sin importarles el cuidado de estos importantes atractivos. Con una unánime participación de los pobladores y el apoyo de las autoridades en capacitarlos e instruirlos se logrará fomentar y fortalecer la conciencia turística.

OBJETIVOS

- Reconocer a la actividad turística como una fuente de desarrollo de su distrito
- Educar al poblador de la zona en temas de conciencia turística e identidad cultural con el fin de fortalecerlo.
- Sensibilizar, concientizar y promover la generación de una actitud positiva hacia la actividad turística, así como el cuidado del patrimonio.
- Desarrollar estrategias y acciones a realizar para reforzar y/o revertir las inadecuadas acciones hacia los visitantes o turistas.



- Fomentar a los pobladores del centro histórico de Písaq para obtener el compromiso y la buena actitud para recibir al turista con respeto, amabilidad, cordialidad y honestidad al brindar sus productos o servicios.

ACTIVIDADES A REALIZAR

- Determinar los temas a trabajar en reunión coordinada con los profesionales y identidades involucradas tales como: Sensibilización, conciencia turística e identidad cultural, valoración del patrimonio, calidad de productos y servicios, responsabilidad social, ética y valores.
- Difusión del evento en medios radiales, avisos, comunicados y redes sociales.
- Uso de boletines, trípticos, flyer, banner informativos con mensajes sencillos y fáciles de entender.
- Gestionar el local ante el municipio.
- El periodo de capacitación se dará en un lapso de tres meses

RESPONSABLES DIRECTOS

- Dirección Regional de Comercio exterior y Turismo (DIRCETUR).
- Gobierno Regional de Cusco.
- Municipalidad de Písaq y Organizaciones turísticas.
- Evaluación de los talleres realizados con el propósito de garantizar un resultado.

RESPONSABLES INDIRECTOS

- Licenciados en Turismo, Antropólogos, Guías de turismo

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

- El gobierno local y regional, Dircetur, además algunas instituciones del sector privado, mediante la gerencia de desarrollo turístico del distrito de Písaq.

PRESUPUESTO

Tabla 31

Presupuesto

PRESUPUESTO			
Descripcion	Costo unitario	Cantidad	Total
Difusión del evento por medios radiales, televisivas, comunicación directa	S/3000	2	S/ 6000
Convocatoria y contratación de profesionales para la concientización	S/ 2000	5	S/ 10000
Confección de polos, gorras, llaveros, lapiceros, calendarios.	S/ 8.00 S/ 7.00 S/1.00 S/ 3.00 S/ 0.30	100 Polos 100 Gorras 100 Llaveros 100 Calendarios 100 Lapiceros	S/ 800 S/ 700 S/ 100 S/ 300 S/ 30
Impresión de material publicitario como flyer y tríptico para su exhibición	S/ 70 S/ 3.50	2 Flyer 100 Trípticos	S/ 140 S/ 350
		TOTAL	S/18 920

Fuente : Elaboración propia

Nota: Se considero la confección de polos, gorras, llaveros, lapiceros y calendarios ya que sirven como un incentivo material y estímulo visual lo cual ayuda al poblador a tener presente el tema de conciencia turística. Respecto a los costos unitarios de los materiales mencionados en la tabla 31 se averiguo en cada uno de los proveedores respectivos para tener así los costos unitarios.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 32

Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	MES					
	1	2	3	4	5	6
Determinar fecha para la capacitación						
Determinar temas a trabajar con profesionales						
Difusión del evento en medios radiales y redes sociales						
Uso de folletos informativos , flyer y tripticos						
Mes del evento						
Charlas de Sensibilización - Reparto de polos, gorras, etc.						
Charlas de Conciencia turística e identidad cultural						
Charla de valoración del patrimonio						
Capacitación en calidad de productos y servicios						
Responsabilidad Social, Etica y valores						
Importancia del turismo en el distrito de Písaq						
Analisis y evaluacion de resultados						

Fuente : Elaboración propia



5.2.2 PROPUESTA DE CREACION DEL CENTRO DE ENSEÑANZA ARTESANAL PARA LOS POBLADORES DEL CENTRO HISTORICO DE PISAQ

FUNDAMENTACION

Se ha visto que la producción en artesanías (textilería, cerámica, orfebrería, etc) a reducido considerablemente debido a que en el transcurso de los últimos años se fue viendo un crecimiento del número de comerciantes de artesanía los cuales envés de vender productos fabricados originalmente, traen productos del norte o sur del país fabricados de manera industrial los cuales tienen una calidad baja y son ofrecidos a un precio en algunos casos excesivo. Privando la oportunidad de los artesanos de diferentes comunidades de poder competir en ese mercado y obtener un beneficio económico, reduciéndose de manera alarmante el número de artesanos que aún conservan el arte milenario en la fabricación de la artesanía ya que no dan valor al trabajo que realizan estos maestros por parte de los comerciantes. Por ello la necesidad de recuperar la tradición y cultura milenaria reflejada en los pocos artesanos originales que aún sobreviven en el Centro Histórico de Pisac los cuales algunos por suerte están dispuestos a colaborar con este proyecto como es el caso del señor Serapio Medina, dueño de una tienda de artesanía en el Centro Histórico, el cual tiene muchos años de experiencia enseñando el arte de la fabricación de los diferentes tipos de cerámica. Asimismo en diálogo directo con el personal del Municipio de Pisac, nos dieron a conocer acerca de sus intereses y expectativas respecto a la creación de este centro artesanal ya que tienen proyectos relacionados a la reubicación de los artesanos, como se sabe en la actualidad ellos ocupan la plaza Constitución donde se ve la falta de infraestructura con todos los servicios que necesita un centro artesanal, nuestra propuesta es crear un centro de enseñanza con el fin de educar y revalorar las tradiciones incentivando a los pobladores a crear sus



propios productos con originalidad sin necesidad de traerlos de otros lugares así mismo se pretende realizar dicho proyecto con colaboración de los artesanos de antaño y con experiencia de igual forma con la contribución de las comunidades que estén dispuestas a participar para enseñar a una nueva generación de artesanos que continuaran con la tradición.

OBJETIVOS

- Crear e implementar el centro de enseñanza Artesanal en Pisac, con el propósito de trabajar específicamente en el tema de la revaloración de costumbres y tradiciones lo cual ayudara directamente al desarrollo de la conciencia turística.
- Incentivar a los pobladores a participar para el mejoramiento de sus productos y así llegar a la satisfacción del turista.
- Fortalecer la identidad cultural

ACTIVIDADES A DESARROLLAR

- Elaboración y ejecución del proyecto.
- Convocar profesionales: Antropólogos, Sociólogos, historiadores y profesionales en diseño de interiores y construcción,
- Organizar al equipo contratado y asignar tareas a cada uno de ellos.
- Equipar el centro de enseñanza Artesanal.
- Control y seguimiento de las tareas a ejecutarse.
- Evaluar la ejecución de los proyectos.

RESPONSABLES DIRECTOS

- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR).
- Gobierno Regional de Cusco.
- Municipalidad de Písaq.



RESPONSABLES INDIRECTOS: De las cuales estarán a cargo de profesionales que coadyuven al desarrollo de la conciencia Turística integrado por: Antropólogos, Licenciados en Turismo y guías de turismo

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

El encargado directo de proporcionar el financiamiento será la Municipalidad de Písaq en coordinación con la Municipalidad Provincial Calca y el trabajo articulado con la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR).

Tabla 33

Presupuesto

PRESUPUESTO			
Descripcion	Costo unitario	Cantidad	Total
Implementación del ambiente para la enseñanza artesanal	S/ 300	2 muebles	S/ 600
	S/ 600	2 maquina tejedora	S/ 1200
	S/ 15	15 sillas	S/ 225
	S/ 1500	1 computadora	S/ 1500
	S/ 600	1 Televisor	S/ 600
	S/ 500	1 Cañón multimedia	S/ 500
	S/ 400	1 impresoras	S/ 400
Convocatoria y contratación de personal	S/ 2000	5	S/ 10000
Publicidad, radio y televisión	S/ 3000	2	S/ 6000
Materiales (lana alpaca , arcilla , cuero , madera , plata etc)		Lana A. Arcilla Madera Cuero Plata Etc	S/ 3000
		TOTAL	S/24 025

Fuente : Elaboración propia

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 34

Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	MES					
	1	2	3	4	5	6
Convocar a profesionales y maestros en artesanía, textilería y platería						
Equipamiento del centro de enseñanza						
Difusión radial y por redes sociales del centro de enseñanza artesanal						
Mes del evento						
Charla motivacional direccionada al emprendimiento de una empresa						
Taller de ceramica intensivo						
Taller de textileria intensivo						
Taller de plateria intensivo						
Análisis de evaluación de resultados						

Fuente : Elaboración propia



CONCLUSIONES

PRIMERO.-

Se demostró que la conciencia turística de los pobladores del Centro Histórico de Písaq contribuye a elevar el nivel de satisfacción del turista puesto que el 56% de los turistas encuestados afirmaron que el servicio y/o producto cumplió regularmente con sus expectativas quedando medianamente satisfechos, debido a la falta de ética y conciencia turística por parte del poblador, por lo cual si se aplica una verdadera conciencia turística se elevará el nivel de satisfacción del turista.

SEGUNDO.-

Se determinó y analizó que el nivel de conciencia turística del poblador del Centro Histórico de Písaq es regular debido a que el 58.3% de turistas afirman que su actitud es amable, pero puede mejorar, sin embargo, con una representación porcentual del 86 % la población está interesada en recibir capacitación para adquirir conocimientos de este tema y aplicarla para el mejoramiento de su distrito.

TERCERO.-

Se determinó que el nivel de satisfacción del turista acorde a la conciencia turística del poblador es regular con una representación porcentual del 75%, lo que significa que los turistas extranjeros se sintieron medianamente satisfechos con la visita al centro histórico de Písaq.



RECOMENDACIONES

PRIMERA. -

Las entidades involucradas en el área de turismo deben tomar interés en involucrar a la población en conjunto para fortalecer la conciencia turística, asistiendo a la municipalidad de Písaq en programas, mecanismos y estrategias para desarrollar la conciencia turística del poblador del centro histórico Písaq, y por ende elevar el nivel de satisfacción del turista.

SEGUNDA. -

Las autoridades de la municipalidad y entidades competentes deben organizar charlas de sensibilización y capacitación para los pobladores del centro histórico de Písaq, con la finalidad de instruir y reforzar la conciencia turística, para así lograr un óptimo desarrollo humano donde el poblador valore su patrimonio cultural y natural, teniendo una mejor actitud y brindando servicios y/o productos de calidad, logrando la satisfacción del turista.

TERCERA. -

La satisfacción absoluta del turista se dará mediante el fortalecimiento de la conciencia Turística en el distrito, la Municipalidad Distrital de Písaq y los pobladores deben desarrollar y ofertar servicios y/o productos turísticos de calidad que superen las expectativas de los visitantes, demostrando siempre identidad cultural con valores, buen trato, limpieza del lugar, conservación y protección de los recursos culturales que se encuentran en el centro histórico de Písaq.



BIBLIOGRAFIA

- Arria, D. (1991). Turismo y desarrollo.
- Bouillon , R. (1985). Planificacion del espacio turistico. Mexico: Trillas. cultural, C. i. (2000)
- Diaz Mosto , J. (s.f.). Diccionario y manual de contabilidad y administracion. lima: los libros tecnicos .
- Eiser, J. (s.f.). Psicologia social . Madrid.
- Fernandez, L. (s.f.). Teoria y tecnicas del turismo Tomo I.
- Gonzales Rubiera, S. (s.f.). Encuentro internacional de turismo. Mexico.
- Mcintosh, R. (s.f.). Turismo , planeacion , administracion y perspectiva . Limusa S. A .
- Mincetur. (s.f.). Ley general de turismo Art. 35.
- OMT. (2003). Guia para administradores local: desarrollo turístico sostenible .
- OMT. (s.f.). Glosario de turismo.
- OMT. (s.f.). Guia para administradores local : desarrollo turistico 1999 CEPAL. OMT, P. (s.f.). Obtenido de <http://www.e-wto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418152> PENTUR. (2008). Plan Estrategico Nacional de Turismo. santillan.
- Rodriguez, A. (1991). Psicologia Social. Mexico.
- Pisaq, M. d. (2015). Plan de desarrollo concertado del distrito de Pisaq.
- Saavedra Astete, F. (2011). Manual de terminologia especializada en turismo cusco. sanchez, w. (2008). Aspectos de cultura turistica en tulum. tulum , quintana roo : ciencia y mar. Unesco. (s.f.). Conferencia intergubernamental sobre politicas culturales . Estocolmo.
- W, R. (s.f.). Planeacion , administracion y perpectivas . Limusa .

**WEBGRAFIA**

- Abreproy, (s.f.). Estudio de la satisfaccion del cliente. Obtenido de <http://bibing.us.es/proyectos/abreproy/3966/fichero/1%252F2.pdf>
- Aguilar, M. r. (2015). Conciencia turistica y participacion de la poblacion en el desarrollo economico del centro historico del cusco . cusco.
- Carcamo, N. G. (2015). Obtenido de <https://www.slideshare.net/nereidadejesusydemaria/la-amabilidad-47223800/3>
- Carranza, R. C. (2008). La conciencia turística del personal de contacto y la satisfacción de turistas nacionales. Obtenido de <https://www.monografias.com/docs111/conciencia-turistica-del-personal-contacto-y-satisfaccion-turistas-nacionales/conciencia-turistica-del-personal-contacto-y-satisfaccion-turistas-nacionales.shtml>
- Espinosa, H. N. (2017). tesis. Obtenido de <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/1741/TFCE-03-04.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Glosario. (2011). Obtenido de Glosario : <https://www.comillas.edu/images/etica-economica/Glosariosobrerresponsabilidad.pdf>
- Jorge Perez . (agosto de 2009). DEFINICIONES BASICAS(ÉTICA Y DOCENCIA). Obtenido de <http://moral-etica-etica-moral.blogspot.com/2009/08/definiciones-basicasetica-y-docencia.html>
- Lavado, C. (1998). Teoria de los dos factores de la satisfacion del cliente . Obtenido de [file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-LaTeoriaDeLosDosFactoresEnLaSatisfaccionDelCliente-187754%20\(7\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-LaTeoriaDeLosDosFactoresEnLaSatisfaccionDelCliente-187754%20(7).pdf)
- Lavado, C. (1998). Teoria de los dos factores de satisfaccion. Obtenido de https://www.google.com/search?source=hp&ei=1QmOXf3iOc2B5wKXmavABA&q=LA+TEOR%C3%8DA+DE+LOS+DOS+FACTORES+EN+LA+SATISFACCI%C3%93N+DEL+CLIENTE++&oq=LA+TEOR%C3%8DA+DE+LOS+DOS+FACTORES+EN+LA+SATISFACCI%C3%93N+DEL+CLIENTE++&gs_l=psy-ab.3..0i30.1365.1365..1664...
- mincetur. (2000). programa nacional de conciencia turistica.
- Mincetur. (s.f.). Ley general de turismo .
- Mincetur. (s.f.). Ley general del turismo.
- Molano, O. L. (2007). Identidad Cultural un concepto que evoluciona . Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>
- Municipalidad de Písaq . (2015). Plan de desarrollo concertado del distrito de Písaq.
- Oliveira, B. (2010). Determinantes de la satisfaccion del turista . Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180717677013.pdf>



Pisac, M. d. (2015). Plan de desarrollo concertado del distrito de Pisac.

Pisac, M. d. (2015). Plan de desarrollo concertado del distrito de Pisac.

Romero. (2008). Encuesta Diagnóstica sobre Concientización Turística.

SERNATUR. (2011). conciencia turistica. Obtenido de
<https://es.slideshare.net/grupoturismochile/que-esconcienciaturistica>

Significados. (Noviembre de 2018). Obtenido de <https://www.significados.com/responsabilidad-social/>

Suárez, M. L. (01 de Marzo de 2018). Etica y valores . Obtenido de
<http://eticayvaloresutec.blogspot.com/2018/03/conceptos.html>

Varisco, C. (2016). concientizacion turistica y ambiental de la teoria a la accion territorial.

Yopez, S. A. (2013). La relación entre el patrimonio cultural, paisajístico y arqueológico con la imagen turística del centro poblado de Pisac. tesis . cusco.

Zarate, G. (2017). Euroaula . Obtenido de <https://www.euroaula.com/es/blog>



ANEXOS



**CONCIENCIA TURISTICA DEL POBLADOR DEL CENTRO HISTORICO DE PISAQ PARA LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA
MATRIZ DE CONSISTENCIA**

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORE S	TÉCNICAS	METODOLOGIA
<p>GENERAL</p> <p>¿Cómo la conciencia turística del poblador del centro histórico de Písaq contribuye a elevar la satisfacción del turista?</p>	<p>GENERAL</p> <p>Demostrar que la conciencia turística del poblador del centro histórico de Písaq contribuye a elevar el nivel de satisfacción del turista.</p>	<p>GENERAL</p> <p>El fortalecimiento de la conciencia turística del poblador del centro histórico de Písaq contribuye y eleva el nivel de satisfacción del turista.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>Conciencia Turística</p>	<p>-Grado de obediencia a las normas y leyes.</p> <p>-Nivel de valores y principios</p> <p>-Costumbres, tradiciones, lenguaje, vestimenta</p> <p>- Actitud positiva del poblador frente al turista</p>	<p>Observación De campo</p> <p>Encuesta</p> <p>Entrevista</p>	<p>ENFOQUE DE INVESTIGACION:</p> <p>El presente trabajo de investigación cuantitativa</p> <p>ALCANCE DE ESTUDIO:</p> <p>El alcance de la investigación es descriptivo correlacional</p> <p>DISEÑO:</p>
<p>ESPECIFICOS</p> <p>1. ¿Cuál es nivel de conciencia turística del poblador del centro histórico de Písaq?</p> <p>2. ¿Cómo es el nivel de satisfacción que tiene el turista respecto a la conciencia turística del poblador del centro histórico de Písaq?</p>	<p>ESPECIFICOS</p> <p>1. Determinar y analizar el nivel de conciencia turística del poblador del centro histórico de Písaq.</p> <p>2. Determinar el nivel de satisfacción del turista que visita Písaq respecto a la conciencia turística que tiene el poblador del centro histórico de Písaq.</p>	<p>ESPECIFICOS</p> <p>1.El nivel de conciencia turística del poblador del Centro histórico de Písaq es regular.</p> <p>2.La satisfacción del turista que visita el Centro histórico de Písaq con respecto al nivel de conciencia turística del poblador es regular.</p>	<p>VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>Satisfacción del turista.</p>	<p>- Nivel de satisfacción del turista</p> <p>- Grado de conformidad del Turista</p>	<p>Observación De campo</p> <p>Encuesta</p> <p>Entrevista</p>	<p>El diseño de la investigación es no experimental</p> <p>INSTRUMENTOS:</p> <p>-Ficha de campo</p> <p>Cámara fotográfica</p> <p>-Cuestionario</p> <p>-Guías de entrevista</p>



CONCIENCIA TURISTICA DEL POBLADOR DEL CENTRO HISTORICO DE PISAQ PARA LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA

MATRIZ DE INSTRUMENTOS

VARIABLES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	MATERIALES
Conciencia Turística	Observación Encuesta Entrevista	Notas de campo Cuestionario de preguntas Guía de entrevista	Cuaderno de notas Formulario de encuestas Ficha de entrevista Celular Grabadora
Satisfacción del Turista	Observación Encuesta	Ficha de observación Cuestionario de preguntas	Cuaderno de notas Formulario de encuestas