



# UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



TESIS

---

**CONCIENCIA TURÍSTICA EN LA POBLACIÓN DE CHILLIHUANI,  
RUTA MONTAÑA ARCO IRIS, DISTRITO DE CUSIPATA,  
PROVINCIA DE QUISPICANCHI – CUSCO 2019**

---

Presentado por:

**Bach. GRELLY ROOSVELLY MOJONERO TTITO**

**Para optar al Título Profesional de Licenciada  
en Turismo**

Asesora:

**Dra. AYDEE FLORES CONTRERAS**

**CUSCO - PERÚ**

**2019**



## **PRESENTACION**

**SEÑORA DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES DE LA  
UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO.**

**SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:**

Considerando el Reglamento de Grados y Títulos de la Escuela Profesional de Turismo de la Universidad Andina del Cusco, se pone a vuestra consideración el presente trabajo de investigación intitulado: **CONCIENCIA TURÍSTICA EN LA POBLACIÓN DE CHILLIHUANI, RUTA MONTAÑA ARCO IRIS, DISTRITO DE CUSIPATA, PROVINCIA DE QUISPICANCHI – CUSCO 2019**; para optar al título profesional de Licenciado en Turismo en la Universidad Andina del Cusco.

Este trabajo tiene como objetivo general describir el nivel de conciencia turística en la población de Chillihuani, Distrito de Cusipata, Provincia de Quispicanchi - Cusco 2019.

Así mismo este trabajo de investigación se realiza motivada por la falta de conciencia turística de los pobladores y prestadores de servicio turístico en la población de Chillihuani.

*Bach. Grelly Roosvelly Mojonero Ttito*



## AGRADECIMIENTO

*A la Universidad Andina del Cusco, Alma Mater de mi formación profesional.*

*A los docentes de la Escuela Profesional de Turismo por compartir sus conocimientos para ser una buena profesional.*

*A la Dra. Aydee Flores Contreras, por ser mi asesora y guía, gracias por darme su confianza y compartir conmigo sus conocimientos, por todo el apoyo y por brindarme su linda amistad.*

*A los profesores:*

*Lic. Wilbert Colque Candia, gracias por su paciencia y dedicación.*

*Mg. Anahi Najar Obando, gracias por su apoyo profesional*

*Grelly Roosvelly Mojonero Tito*



## DEDICATORIA

*A Dios por ser mi creador, cuidarme y guiarme durante cada uno de mis días.*

*A mis padres Jaime Mojonero y Erlinda Ttito por haberme criado con valores y apoyarme a lo largo de mi formación profesional.*

*A mi novio y excelente amigo Julio Cesar por ser parte importante en mi vida gracias por tu apoyo incondicional en todo momento.*

*A mi querida hija Khalessi por ser mi mayor motivación y ganas de superación y sobre todo por llenar mi vida de alegría y amor.*

*A mis hermanos Jhorks y Melanie, por formar parte de mi vida y ser motivo de superación.*

*A mis ángeles Marcosa Flores y Virginia Murillo que desde el cielo me protegen y bendicen.*

*Grelly Roosvelly Mojonero Ttito*



## JURADO DE TESIS

<b>Presidenta</b>	: Mg. Herminia Callo Sánchez Decana de la Facultad de Ciencias y Humanidades
<b>Primer Dictaminante</b>	: Mg. Anahí Najar Obando
<b>Segundo Dictaminante</b>	: Mg. Raúl Uscachi Santos
<b>Primer Replicante</b>	: Mg. Nicolás Martínez Centeno
<b>Segundo Replicante</b>	: Lic. Leone Fuentes Monge
<b>Asesora</b>	: Dra. Aydee Flores Contreras



## ÍNDICE

PRESENTACION .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
DEDICATORIA .....	iv
JURADO DE TESIS .....	v
ÍNDICE .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS .....	ix
INTRODUCCION .....	x
RESÚMEN .....	xi
ABSTRACT .....	xii

### CAPÍTULO I

#### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema .....	1
1.2. Formulación del problema .....	3
1.2.1. Problema general .....	3
1.2.2. Problemas específicos .....	3
1.3. Justificación de la investigación .....	4
1.3.1. Convivencia .....	4
1.3.2. Relevancia social .....	4
1.3.3. Implicancias practicas .....	4
1.3.4. Valor teórico .....	4
1.3.5. Unidad metodológica .....	5
1.3.6. Viabilidad o factibilidad .....	5
1.4. Objetivos de la investigación .....	5
1.4.1. Objetivo general .....	5
1.4.2. Objetivos específicos .....	5
1.5. Delimitación del estudio .....	6
1.5.1. Delimitación espacial .....	6
1.5.2. Delimitación temporal .....	6



## CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación .....	7
2.1.1. Antecedentes internacionales .....	7
2.1.2. Antecedentes nacionales .....	8
2.1.3. Antecedentes regionales .....	13
2.2. Bases teóricas .....	16
2.3. Variables e indicadores .....	20
2.3.1. Variable de estudio .....	20
2.3.2. Conceptualización de la variable.....	21
2.3.3. Operacionalización de la variable .....	22
2.4. Definición de términos básicos .....	23

## CAPÍTULO III MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

3.1. Diseño de la investigación .....	27
3.2. Población.....	27
3.3. Muestra.....	27
3.4. Técnicas de recolección de datos .....	29
3.5. Validez y conformidad de los instrumentos.....	29

## CAPÍTULO IV RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado .....	30
4.1.1. Presentación del instrumento .....	30
4.1.2. Fiabilidad del instrumento aplicado .....	31
4.2. Análisis e interpretación de los resultados .....	32
4.2.1. Datos generales para pobladores .....	32
4.2.2. Datos generales para prestadores de servicio .....	34
4.3. Resultados de las dimensiones de la variable conciencia turística .....	35
4.3.1. Dimensión conocimiento.....	35
4.3.2. Dimensión Preservación.....	38
4.3.3. Dimensión vocación de servicio .....	39
4.4. Resultados de la variable conciencia turística.....	42



## CAPITULO V

### DISCUSION Y PROPUESTAS

5.1. Discusión.....	43
5.1.1. Resultados para pobladores .....	43
5.1.2. Resultados para prestadores de servicio.....	44
5.2. Propuestas .....	45
5.2.1. Nombre de la propuesta: .....	45
CONCLUSIONES.....	49
RECOMENDACIONES .....	50
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	51

Anexo 1.- Matriz de operacionalizacion de la variable

Anexo 2.- Matriz de consistencia

Anexo 3.- Matriz del instrumento para la recoleccion de datos

Anexo 4.- Procedimiento de la baremación

Anexo 5.- Resultados de los ítems del cuestionario para el poblador

Anexo 6.- Resultados de los ítems del cuestionario para el prestador de servicios

Anexo 7.- Encuesta al poblador

Anexo 8.- Encuesta al prestador de servicios

Anexo 9.- Registro fotográfico





## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Conceptualización de la variable .....	21
Tabla 2	Operacionalización de la variable .....	22
Tabla 3	Distribución de los ítems del cuestionario .....	30
Tabla 4	Descripción de la Baremación y escala de interpretación.....	31
Tabla 5	Estadísticas de fiabilidad.....	32

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1:	Edad de los pobladores .....	32
Figura 2:	Nivel de educación de los pobladores.....	33
Figura 3:	Actividad a la que se dedican los pobladores .....	33
Figura 4:	Edad de los prestadores de servicio. ....	34
Figura 5:	Nivel de educación de los prestadores de servicio.....	34
Figura 6:	Actividad a la que se dedican los prestadores de servicio .....	35
Figura 7:	Resultado de los indicadores de la dimensión conocimiento.....	36
Figura 8:	Resultado de la dimensión conocimiento.....	37
Figura 9:	Resultado de los indicadores de la dimensión preservación.....	38
Figura 10:	Resultado de la dimensión preservación.....	39
Figura 11:	Resultado de los indicadores de la dimensión vocación de servicio.....	40
Figura 12:	Resultado de la dimensión vocación de servicio .....	41
Figura 13:	Resultado de la variable conciencia turística .....	42



## INTRODUCCION

Cusco es un departamento privilegiado por el potencial turístico con el que cuenta tanto natural como cultural; es así que dentro de su territorio destacan verdaderas maravillas de la naturaleza, como los nevados Ausangate y Salkantay, dos de las montañas más hermosas del continente. Ubicadas en el corazón de los Andes cusqueños, fueron consideradas por los Incas como auténticas deidades.

Este peculiar accidente geográfico u obra de arte de la naturaleza pertenece al nevado Ausangate, en la cordillera del Vilcanota. Aunque su particular belleza es directamente proporcional a la altura en la que se encuentra (el punto más alto alcanza los 5,200 m s.n.m.), miles de personas de todo el mundo sueñan con visitarla y llegan hasta el Cusco para hacer su deseo realidad. Dentro de la zona de estudio destaca últimamente la Montaña Arco iris o Vinicunca considerada como una montaña sagrada”, por lo que realizan rituales como el pago a la tierra lo que puede hacer de la visita una experiencia de gran misticismo.

El presente trabajo de investigación consta de cinco capítulos de la siguiente manera:

Capítulo I: Planteamiento del problema, Formulación del problema, Justificación de la investigación, Objetivos de la investigación, Delimitación del estudio.

Capítulo II: Marco teórico, Antecedentes de la investigación, Bases teóricas, Variables e indicadores, Definición de términos básicos.

Capítulo III: Método, Alcance de estudio, Diseño de la investigación, Población, Muestra, Técnicas de recolección de datos, Validez y conformidad de los instrumentos, Plan de análisis de datos.

Capítulo IV: Análisis e interpretación de los resultados de las encuestas aplicadas a los pobladores que viven el lugar y a los turistas de Chillihuani, Distrito de Cusipata.

Capítulo V: Discusión y Propuestas donde se discutirán los resultados a los que se alcanzaron en el proceso de investigación, así mismo se hacen llegar las propuestas.

Finalmente se presentan las conclusiones, recomendaciones, bibliografía consultada y los anexos.



## RESÚMEN

La ruta Montaña Arco iris o Vinicunca considerada actualmente como un destino turístico de alto potencial turístico, actualmente no cuenta con una adecuada infraestructura turística de servicios todo esto debido al poco conocimiento acerca del desarrollo de la actividad turística. El presente trabajo de investigación tiene como objetivo Describir el nivel de conciencia turística en la población de Chillihuani, Distrito de Cusipata, Provincia de Quispicanchi - Cusco 2019. La metodología utilizada para el presente trabajo es de tipo básico, de nivel descriptivo Comparativo cuyo propósito es medir el nivel de conciencia turística de los pobladores y prestadores de servicios en dicha población de diseño No experimental porque la variable no está sujeta a ningún cambio de enfoque cuantitativo, para lo cual se consideró a la población de estudio conformada por un total de 152 pobladores y 52 prestadores de servicio, a quienes se encuestó para obtener los resultados esperados. Donde se dio a conocer que el nivel de conocimiento de los pobladores del centro poblado de Chillihuani es del 41.4% y de los prestadores de servicio el 34.6% donde se consideran que son medianamente conscientes en relación al conocimiento lo que se puede apreciar en (Fig. 8); esto significa que los tanto los pobladores como prestadores de servicio piensan que casi siempre están capacitados para resolver problemas, brindar información o seguir procedimientos adecuados para ayudar a los turistas.

**Palabras claves:** Conciencia Turística.



## ABSTRACT

The Rainbow Mountain or Vinicunca route currently considered a tourist destination with high tourism potential, currently does not have an adequate tourist infrastructure of services all this due to little knowledge about the development of tourism activity. The present research work aims to describe the level of tourist awareness in the population of Chillihuani, Cusipata District, Quispicanchi Province - Cusco 2019. The methodology used for this work is of a basic type, of a comparative descriptive level whose purpose is measure the level of tourist awareness of the inhabitants and service providers in said population of non-experimental design because the variable is not subject to any change of quantitative approach, for which the study population comprised of a total of 152 inhabitants was considered and 52 service providers, whom he found to obtain the expected results. Where it is announced that the level of knowledge of the residents of the District of Cusipata is 41.4% and of the service providers 34.6% where they are considered to be moderately aware in relation to knowledge, which can be seen in (fig. 8); This means that both residents and service providers think they are almost always trained to solve problems, provide information or follow proper procedures to help tourists.

**Keywords:** Tourist Awareness



## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.1. Planteamiento del problema

La conciencia turística es un tema de suma importancia para el desarrollo del turismo a nivel mundial ya que todos deberíamos tener y poner en práctica nuestros valores.

Las actitudes y comportamientos que presentamos frente a los turistas podrían favorecer o desfavorecer el crecimiento de la actividad turística en los diferentes destinos turísticos, debe haber un compromiso de respeto hacia el medio ambiente y hacia nuestra cultura por parte de las personas ya sean turistas, prestadores de servicio o población en general cuando éstas realicen algún tipo de actividad turística.

Según la Organización Mundial del Turismo durante las 6 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 muchos más.

Chacaltana, 1999. “El Perú tiene en el turismo un sector con enorme potencial de desarrollo, no sólo cuenta con importantes recursos naturales, sino también con una gran cultura para atender todos los segmentos del mercado, porque su cultura tradicional y diversa ofrece una amplia gama de posibilidades a los turistas que lo visitan”.

La conciencia turística no solo consiste en tener actitudes positivas temporalmente, sino que debe ser parte de nuestra cultura e identidad durante nuestra vida cotidiana.



Son valores indispensables que se deben tener para un buen desarrollo como personas y así ser conscientes, tolerables, solidarios con los demás seres humanos, por otro lado, debemos tener en cuenta el valor que poseen nuestros atractivos turísticos naturales o culturales y darles el cuidado respectivo.

La conciencia turística es un factor muy importante para el desarrollo de diferentes actividades turísticas y en este caso tomaremos como ejemplo la ruta de Montaña Arco Iris o Vinicunca para describir el nivel de conciencia turística de los pobladores y prestadores de servicio en la población de Chillihuani, Distrito de Cusipata, Provincia de Quispicanchi.

Actualmente la ciudad del Cusco es uno de los destinos turísticos más visitados del Perú, porque además de tener una de las 7 Maravillas del mundo como es Machupicchu, cuenta con atractivos que sin duda son opciones de visita y uno de ellos es la montaña Arco Iris o Vinicunca, que debido a su belleza natural recibe muchos turistas a diario.

La montaña Arco Iris o Rainbow Mountain como es conocida en inglés se ha vuelto indispensable en las visitas que los turistas tienen en el Cusco, está ubicada a más de 100km de distancia desde la ciudad de Cusco y tiene una altura máxima de 6300 msnm aproximadamente. Esta montaña pertenece al nevado del Ausangate en la cordillera del Vilcanota.

La ruta Montaña Arco iris o Vinicunca considerada actualmente como un destino turístico de alto potencial no cuenta con una adecuada infraestructura turística de servicios; así mismo existe un abuso de costos en cuanto a productos que se venden durante la caminata, ya que los consumidores no solo son turistas extranjeros sino también nacionales y locales; en la ruta mencionada la seguridad que se le brinda al turista es deficiente. Así mismo durante la caminata se observa la inexistencia de contenedores de basura, deficiente señalización de la ruta.

Todo esto debido a su poco conocimiento acerca del desarrollo de la actividad turística. Por otro lado, existe un enfrentamiento entre las poblaciones de Pampachiri y Chillihuani ya que inicialmente la ruta de acceso hacia la montaña Arco Iris era por



Pampachiri perteneciente al distrito de Pitumarca, provincia de Canchis por lo tanto el dinero del boletaje de los visitantes era únicamente para la población de Pampachiri por lo que al habilitarse la ruta por Chillihuani perteneciente al distrito Cusipata, provincia de Quispicanchi se da inicio al enfrentamiento por el dominio de las rutas de acceso y el boletaje de los ingresos.

Actualmente se opera ambas rutas de acceso hacia la montaña Arco Iris por lo que cada población (Pampachiri y Chillihuani) administra el dinero del boletaje.

De persistir con la falta de interés de los pobladores y las autoridades para desarrollar una adecuada gestión de este importante atractivo turístico lamentablemente Este pasará al olvido y se creará una mala imagen ante los turistas que visitan este lugar.

Considerando la importancia de la Montaña Arco iris o Vinicunca y su afluencia turística en los últimos meses, sería propicio proponer planes y programas de sensibilización para los pobladores y prestadores de servicio y así se permita un adecuado desarrollo del servicio turístico.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿Cuál es el nivel de conciencia turística en la población de Chillihuani, ruta montaña Arco Iris, ¿Distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchi - Cusco 2019?

### **1.2.2. Problemas específicos**

P.E. 1 ¿Cuál es el nivel de conocimiento en la población de Chillihuani, ruta montaña Arco Iris, distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchi - Cusco 2019?

P.E. 2 ¿Cómo es la preservación de la ruta montaña Arco Iris, distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchi - Cusco 2019?



P.E. 3 ¿Cómo es la vocación de servicio en la ruta montaña Arco Iris, distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchi - Cusco 2019?

### **1.3. Justificación de la investigación**

#### **1.3.1. Convivencia**

El presente trabajo de investigación es conveniente porque permite medir el nivel de conciencia turística que poseen los pobladores y prestadores de servicio en la población de Chillihuani en la ruta montaña Arco iris.

#### **1.3.2. Relevancia social**

Mediante el presente trabajo de investigación se dará a conocer el nivel de conciencia turística de los pobladores y los prestadores de servicio en la población de Chillihuani y se realizará una comparación de los mismos.

#### **1.3.3. Implicancias practicas**

Los resultados del trabajo de investigación ayudarán a conocer el nivel de conciencia turística de los pobladores y prestadores de servicio en la población de Chillihuani para que en un futuro se tomen medidas que actúen a favor del turismo y se pueda brindar servicios de calidad.

#### **1.3.4. Valor teórico**

Mediante este trabajo de investigación se evaluará el nivel de conciencia turística de los pobladores y prestadores de servicios en la población de Chillihuani y de qué manera ésta influye en la actividad turística en la ruta Montaña Arco Iris.





### **1.3.5. Unidad metodológica**

Esta investigación ayudará a conocer el nivel actual de conciencia turística de los pobladores y prestadores de servicio en la población de Chillihuani en la ruta montaña Arco iris y si hubiera investigaciones futuras servir como antecedente de investigación.

### **1.3.6. Viabilidad o factibilidad**

Para realizar esta investigación se cuenta con los recursos humanos y financieros necesarios.

## **1.4. Objetivos de la investigación**

### **1.4.1. Objetivo general**

Describir el nivel de conciencia turística en la población de Chillihuani, ruta montaña Arco Iris, Distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchis - Cusco 2019.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

O.E. 1 Conocer cuál es el nivel de conocimiento en la población de Chillihuani, ruta montaña Arco Iris, Distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchi - Cusco 2019.

O.E. 2 Diagnosticar cómo es la preservación de la ruta montaña Arco Iris, Distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchi - Cusco 2019.

O.E. 3 Conocer el nivel de vocación de servicio en la ruta montaña Arco Iris, Distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchi - Cusco 2019.



## **1.5. Delimitación del estudio**

### **1.5.1. Delimitación espacial**

El trabajo de investigación se realizará en la Población de Chillihuani, Distrito de Cusipata, Provincia de Quispicanchi.

Delimitación Geográfica del Centro poblado:

- ✓ Por el norte: Distrito de Ocongate y Quiquijana
- ✓ Por el este: Provincia de Canchis
- ✓ Por el oeste: Distrito de Huapuni
- ✓ Por el sur: Provincia de Acomayo

### **1.5.2. Delimitación temporal**

La presente investigación tendrá un espacio temporal desde el mes de agosto al mes de diciembre del año 2019.



## CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes de la investigación

#### 2.1.1. Antecedentes internacionales

**TÍTULO** : Estrategias de desarrollo turístico en la ciudad de Belén, Catamarca, a partir de la planificación participativa.

**AUTOR(ES)** : Aldana Morales

**UNIVERSIDAD:** Universidad Nacional del Sur  
Departamento de Geografía y Turismo

**AÑO** : 2016

#### **Objetivo general**

Diseñar propuestas de desarrollo turístico en la ciudad de Belén, a partir de un modelo participativo público-privado.

#### **Objetivos específicos**

- Conocer los recursos naturales y culturales de la localidad.
- Determinar el alcance de la actividad turística actual a partir de su oferta turística. Identificar la demanda turística actual y potencial.
- Determinar el potencial turístico de Belén.
- Desarrollar propuestas para el desarrollo de la actividad turística.
- Rescatar y preservar la identidad local

#### **Conclusiones**

**Primero:** Los componentes del espacio turístico y la participación de la población local, permiten diseñar estrategias para desarrollar la actividad turística en la ciudad de Belén.



**Segundo:** El conjunto de atributos que componen actualmente la ciudad de Belén, presenta características que permiten impulsar el desarrollo de la actividad turística.

**Tercero:** La participación de la población local en el diseño de estrategias para impulsar el desarrollo turístico, permite lograr consenso y aceptación para su concreción.

**Opinión Personal:**

Nos dice que la comunidad local, juega un papel fundamental y debe ser la protagonista y la generadora del desarrollo turístico de su propio territorio. Al igual que en mi tema de investigación tiene como protagonistas a los pobladores de un sitio en específico y nos dice que el desarrollo turístico depende de cada uno de los pobladores.

**2.1.2. Antecedentes nacionales**

**TÍTULO** : Conciencia turística para desarrollar el turismo sostenible en la Provincia de Jauja.

**AUTOR(ES)** : Dolores Julia Mallaupoma Arriaga

**UNIVERSIDAD:** Universidad Privada Norbert Wiener  
Facultad de Ingeniería y negocios - Escuela profesional de administración en turismo y hotelería.

**AÑO** : 2018

**Objetivo general**

Formular propuestas en base a la conciencia turística en los pobladores para lograr desarrollar un turismo sostenible en la provincia de Jauja, 2018.

**Objetivos específicos**

- Diagnosticar la conciencia turística de los pobladores de la provincia de Jauja, frente al turista y al recurso.
- Conceptualizar la conciencia turística en el poblador de la provincia de Jauja.



- Diseñar un plan de difusión turística en torno a los atractivos de la provincia de Jauja, 2018.
- Validar los cuestionarios y la conciencia turística en el poblador de la provincia de Jauja para el desarrollo del turismo sostenible.

### **Conclusiones:**

**Primera:** Se llegó a diagnosticar que la conciencia turística del poblador de Jauja no presenta un nivel bajo, sino que se encuentra en un nivel medio, donde falta el fortalecimiento de la conciencia turística para lograr un turismo sostenible.

**Segunda:** los pobladores demuestran la incomodidad de su municipalidad ya que dicen que no están en contacto con ellos y que no hacen nada por mejorar el turismo, ni la comunicación con los pobladores, dejándolos muchas veces de lado.

**Tercera:** En la actualidad la tecnología ha avanzado tan rápido convirtiéndose en un arma de doble filo, esta pues, hace que el niño se vuelva frío y no le interese más nada que el aparato moderno, dejando de lado los libros y la cultura que se desarrolla en su entorno, es por ello que la identidad de cada poblador se está perdiendo.

**Cuarta:** Se llegó a la conclusión de que tener conciencia turística implica el cuidado por el patrimonio, el cuidado al turista y a su vez el cuidado por un turismo libre de contaminación de ideas y de actos que dañen y que solo nos deje un mal recuerdo. Quinta: como última conclusión la provincia de Jauja tiene buenos potenciales de atractivos turísticos, muchos de ellos están al abandono siendo vendidos por el estado mismo, es momento de darle un cambio, para seguir conservándolo.



### **Opinión Personal:**

Esta tesis busca fortalecer la conciencia turística del poblador de Jauja a través de programas de concientización para tener un desarrollo sostenible adecuado para la población, ya que se da un nivel de conciencia medio.

**TÍTULO** : Evaluación de la conciencia turística de los actores en el espacio turístico de Cieneguilla en el año 2018.

**AUTOR(ES)** : Shirley Vanessa Soriano Reátegui

**UNIVERSIDAD:** Universidad Cesar Vallejo  
Facultad de Ciencias empresariales - Escuela profesional de Administración en Turismo y Hotelería.

**AÑO** : 2018

### **Objetivo general**

Determinar el nivel de conciencia turística de los actores en el espacio turístico Cieneguilla en el año 2018.

### **Objetivos específicos**

- Identificar el nivel de conocimiento del potencial turístico de los actores en el espacio turístico Cieneguilla en el año 2018.
- Conocer el nivel de participación en actividades turísticas por parte de los actores en el espacio turístico Cieneguilla en el año 2018.
- Identificar el nivel de sentido de pertenencia que poseen los actores en el espacio turístico Cieneguilla en el año 2018.

### **Conclusiones**

**Primera:** Con respecto al nivel de conocimiento sobre el potencial turístico, se identificó un nivel medio, representado por un 57.38%, debido a que los actores turísticos conocen la mayoría de los restaurantes y alojamientos que ofrecen sus servicios en el distrito de Cieneguilla. No obstante, desconocen algunas vías de acceso hacia los recursos turísticos, así como, las limitaciones de accesibilidad que estas presentan.



**Segunda:** Se identificó que el nivel de participación en actividades turísticas fue medio, representado por un 55.74%, dado que, la mayoría de los actores no participan frecuentemente de este tipo de actividades, sin embargo, consideran que el contacto con los turistas fortalece su identidad social, asimismo, se muestran dispuestos a participar en actividades que contribuyan al desarrollo turístico de su localidad.

**Tercera:** Por lo que se refiere al nivel de sentido de pertenencia, se evidenció un nivel medio, representado por un 62.30%, puesto que, no participan en jornadas de limpieza realizadas en el distrito, y la municipalidad no se preocupa por que sus recursos turísticos sean inventariados; no obstante, practican el reciclaje en los servicios que ofrecen; además, de estar dispuestos a brindar ayuda a personas que pudiesen estar desorientadas o necesitan aclarar ciertas dudas.

### **Opinión Personal**

Esta tesis nos muestra el nivel de los actores en el espacio turístico Cieneguilla y tiene como resultado un nivel de conciencia media para lo cual pide el apoyo de la Municipalidad de Cieneguilla, para la elaboración de un Plan de concientización turística, que permita la ejecución de programas, que involucren la participación de todos los actores involucrados.

**TÍTULO** : Conciencia turística en los pobladores del distrito de Huaros

**AUTOR(ES)** : Jhair Antony Rincon Espinoza

**UNIVERSIDAD:** Universidad Cesar Vallejo  
Facultad de Ciencias empresariales - Escuela profesional de Administración en Turismo y Hotelería.

**AÑO** : 2017

### **Objetivo General**

Analizar la conciencia turística en los pobladores del distrito de Huaros.



### Objetivos específicos

- Determinar la identidad social de los pobladores de Huaros respecto a la conciencia turística.
- Identificar las actitudes de los pobladores de Huaros respecto a la conciencia turística Identificar el conocimiento de los pobladores de huaros respecto a la conciencia turística.

### Conclusiones

**Primera:** La conciencia turística ayuda a contribuir con el desarrollo del distrito de Huaros porque tiene como base fundamental el desarrollo sostenible y la responsabilidad, en las actitudes y comportamientos positivos para el turista, de otra manera es tratar de recuperar valores culturales y naturales, de una manera los visitantes se podrán llevar una impresión y tendrán como regresar eso llevara que tal vez recomienden a sus amigos o personas más cercanas y fomentar una mayor demanda de turistas.

**Segunda:** Podemos decir que los pobladores de Huaros tienen identidad por que se caracterizan en sus tradiciones y costumbres, que aún perduran en el día las personas que habitan en Huaros tiene como características únicas, y la identidad también se encarga de forjar y dirigir a la comunidad tal vez definiendo las necesidades, las acciones, prioridades o rasgos lo que se distinguen e identifiquen de cada uno. De una forma de partir en la difusión de valores y conocimientos se genera las actitudes que se manifiestan en una mayor comprensión en sus implicancias y en el turismo, y de la valoración de una adecuada administración del patrimonio turístico , los pobladores de Huaros tienen diferentes actitudes y de comportamiento en la situación más adecuada respeto a los pobladores ellos tratan de una manera amical a los turistas con respeto y confiabilidad eso hace que tengan su forma de actuar determinadamente correcta .

**Tercera:** En los pobladores de Huaros podemos concluir con la información recolectada que si se encuentran con conocimiento de sus potencialidades turísticas ya que han habitado en el lugar y de una manera conocen su historia de cómo se formó y como el día de hoy conservan sus costumbre y tradiciones





eso hace que haiga turismo y sea una actividad en el distrito de Huaros ya que de una manera tratan de fomentar una mayor demanda eso traería más empleos y se transformarían en divisas para el distrito de Huaros.

### **Opinión Personal**

Pienso que al tener identidad y actitudes positivas con los turistas los pobladores muestran un buen nivel de educación por lo que se está contribuyendo con el desarrollo en el distrito de Huaros.

### **2.1.3. Antecedentes regionales**

**TÍTULO** : Conciencia Turística de los comerciantes del mercado central de San Pedro, Cusco - 2017

**AUTOR(ES)** : Yuri Orlando Guerra Enríquez

**UNIVERSIDAD:** Universidad Andina del Cusco  
Facultad de Ciencias y Humanidades – Escuela Profesional de Turismo

**AÑO** : 2017

### **Objetivo general**

Identificar el nivel de conciencia turística de los comerciantes del mercado central de San Pedro, Cusco – 2017.

### **Objetivos específicos**

- Evaluar la atención de los comerciantes del mercado central de San Pedro, Cusco – 2017 a los turistas.
- Determinar la percepción de los comerciantes en relación al turismo en el mercado Central San Pedro, Cusco – 2017.

### **Conclusiones**

**Primera:** El nivel de conciencia turística de los comerciantes del mercado central de San Pedro, Cusco – 2017, es regularmente bajo “no es el adecuado”. El cual no solamente tiene que ver con los comerciantes sino también por la misma parte administrativa.



**Segunda:** Con respecto a la atención a los turistas por parte de los comerciantes del mercado central de San Pedro, Cusco – 2017, se concluye que es regular en su mayoría con un 56% y un 5% dan un trato malo. Y evidentemente las secciones de carnes y verduras son donde más desinterés se ha presentado ya sea en la presentación personal, limpieza de los puestos y el mantenimiento correspondiente. Según el reporte de las fichas de observación estas secciones presentan olores desagradables y una imagen no muy atractiva para poder realizar como mínimo un recorrido.

**Tercera:** En cuanto a la percepción de los comerciantes del mercado central de San Pedro, Cusco – 2017, en relación al turismo según el trabajo de investigación se concluye que el 90.4% tiene buena percepción en cuanto al turismo y el 9.6% aún no tiene una buena percepción del turismo. Y cabe mencionar que en su mayoría 90% de los comerciantes del mercado central de San Pedro, Cusco – 2017, están predispuestos a participar en proyectos de concientización y capacitación.

### **Opinión Personal**

Pienso que la conciencia turística es un factor determinante para lograr un servicio de calidad de manera que los turistas se irán satisfechos, esta tesis aporta a mi proyecto de investigación porque tiene como tema principal la conciencia turística y es una variable que voy a estudiar.

**TÍTULO** : Desarrollo turístico sostenible en la localidad de Mollepata cusco - 2017

**AUTOR(ES)** : Brian Arturo Pazos Pérez

**UNIVERSIDAD:** Universidad Andina del Cusco  
Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables – Escuela Profesional de Administración

**AÑO** : 2017

### **Objetivo General**

Describir el Desarrollo Turístico Sostenible en la localidad de Mollepata - Cusco 2017.



### Objetivos Específicos

- Describir la Sostenibilidad Económica de la localidad de Mollepata - Cusco 2017.
- Describir la Sostenibilidad Social y Cultural de la localidad de Mollepata - Cusco 2017.
- Describir la Sostenibilidad Ambiental de en la localidad de Mollepata - Cusco 2017.

### Conclusiones

**Primero:** De acuerdo al objetivo general, se describió el Desarrollo Turístico Sostenible en la localidad de Mollepata en el que se muestra que el 12.1% de pobladores económicamente activos de la localidad de Mollepata, consideran que el Desarrollo Turístico Sostenible esta poco desarrollado, 87.9% consideran que esta medianamente desarrollado. Además, se evidencia los promedios de sus dimensiones mostrando que la sostenibilidad económica tiene promedio de 2.03 lo cual indica que esta poco desarrollado, la sostenibilidad social y cultural tiene promedio de 3.15 lo cual indica que esta medianamente desarrollado, la sostenibilidad ambiental tiene promedio de 3.16 lo cual indica que esta medianamente desarrollado. Por lo tanto, el desarrollo turístico sostenible tiene promedio de 2.78 lo cual indica que esta medianamente desarrollado.

**Segundo:** De acuerdo al primer objetivo específico se describió la dimensión de Sostenibilidad Económica de la localidad de Mollepata, mostrando que el 19.8% de pobladores económicamente activos de la localidad de Mollepata, consideran que la sostenibilidad económica está nada desarrollada, 67% consideran que esta poco desarrollada y 13,2% consideran que esta medianamente desarrollada. Además, los resultados de sus indicadores son la recepción de ingresos tiene promedio de 2.10 lo cual indica que esta poco desarrollado, la creación de empleo tiene promedio de 1.96 lo cual indica que esta poco desarrollado. Por lo tanto, la sostenibilidad económica tiene promedio de 2.03 lo cual indica que esta poco desarrollado.



**Tercero:** De acuerdo al segundo objetivo específico se describió la dimensión Sostenibilidad Social y Cultural de la localidad de Mollepata, mostrando que el 90.1% de pobladores económicamente activos de la localidad de Mollepata, consideran que la sostenibilidad social y cultural esta medianamente desarrollado, 9.9% consideran que esta desarrollado. Además, los resultados de sus indicadores muestran que el respeto de los valores culturales tiene promedio de 3.34 lo cual indica que esta medianamente desarrollado, el mantenimiento de los equilibrios sociales tiene promedio de 2.97 lo cual indica que esta medianamente desarrollado. Por lo tanto, la sostenibilidad social y cultural tiene promedio de 3.15 lo cual indica que esta medianamente desarrollado.

**Cuarto:** De acuerdo al tercer objetivo específico se describió la dimensión Sostenibilidad Ambiental mostrando que el 2.2% de pobladores económicamente activos de la localidad de Mollepata, consideran que la sostenibilidad ambiental esta poco desarrollado, 85.7% consideran que esta medianamente desarrollado y 12.1% consideran que esta desarrollado. Además, los resultados de sus indicadores muestran que la protección de la naturaleza tiene promedio de 3.92 lo cual indica que está desarrollado, la conservación de recursos tiene promedio de 2.40 lo cual indica que esta poco desarrollado. Por lo tanto, la sostenibilidad ambiental tiene promedio de 3.16 lo cual indica que esta medianamente desarrollado

### **Opinión Personal**

Esta es una tesis que tiene como tema principal desarrollo turístico sostenible y este tiene relación con la conciencia turística, además que toma en cuenta la mala administración de los pobladores que vendrían a ser los beneficiarios de modo que si aporta a mi tema de investigación.

## **2.2. Bases teóricas**

### **Teoría de la Conciencia Turística**

Alemán, M. (1964) (Piña, 2005) nos dice que la conciencia turística está relacionada con el carácter personal del turista y del anfitrión para lo cual es fundamental que las



personas que residen en un destino turístico sepan la importancia que tiene el turismo para el desarrollo de su localidad. Se considera que la conciencia turística es un estado mental positivo el cual se orienta a la conservación de bienes y servicios y de esta manera establecer contacto favorable con su entorno ya sean turistas, vecinos o compañeros de trabajo.

Gonzales Herrera (2008), nos dice que “la conciencia turística es un aspecto de la cultura general, se transmite a través de la educación con la finalidad de lograr en la población residente la comprensión holística del fenómeno turístico”.

SECTUR – Argentina, 2010. Ley Nacional de Turismo N° 25.997 señala en su artículo 7 “entre los deberes del máximo organismo nacional se encuentra promover la conciencia turística en la población a nivel Municipal, en el documento oficial Directrices de Gestión Turística de Municipios, también se menciona la importancia de promover la concientización turística”.

✓ Concientización turística centrada en el visitante.

Su objetivo principal es la buena atención al visitante, así como el conocimiento de los atractivos naturales y culturales en el destino turístico de manera que se genere una actitud positiva con el turista, el poblador debe tener un rol activo en su comunidad local.

✓ Concientización turística centrada en la comunidad local.

Su objetivo principal es generar beneficios de la actividad turística para los actores locales.

Sosa de la Cruz (2004), sostiene que las actitudes y comportamientos que los miembros de una población muestran al turista son de suma importancia debido a que la conciencia turística implica tener conocimiento del potencial turístico sobre las actitudes, compromisos morales y éticos y sobre todo el trato que se les brinda a los turistas tomando en cuenta la hospitalidad y sobre todo el aprovechamiento de los recursos para que estos generen beneficios para el país.



El desarrollo de una conciencia turística debe estar orientado a lograr que el turismo forme parte de la cultura de todos nosotros, para lo cual se debería incluir turismo, artesanía y gestión empresarial como temáticas de los currículos educacionales en todos los niveles, así como promover campañas de concientización turística a nivel nacional.

✓ Conciencia turística del ciudadano en el destino turístico.

El ciudadano debería identificarse seriamente con los recursos turísticos, para conocerlo, mostrarlo, difundirlo y participar en la preservación de los mismos. Esto implica asumir responsabilidades frente al recurso y frente al turista.

✓ Conciencia turística del prestador de servicios.

Se toma en cuenta la vocación de servicio que tienen los prestadores de servicios los cuales deberían pasar por un proceso de selección del personal y contar con capacitaciones y orientación del profesional.

✓ Conciencia turística de las autoridades.

Las autoridades deben representarnos y estar comprometidas a brindar facilidades para desarrollar actividad turística, y de esta manera generar beneficios para una población o localidad.

Romero, H. M. (1977) considera a la conciencia turística como la actitud mental adecuada que debe normar nuestros actos individuales y colectivos y que debe operar en tres sentidos: En nuestras relaciones y contactos con los turistas; ante quienes suministran los servicios turísticos, y en lo que se refiere a la conservación de aquellos bienes susceptibles de uso turístico.

Vázquez, M. (2015), define conciencia turística como un estado mental que presupone la buena disposición de los individuos para fomentar y acrecentar la conservación de los bienes y servicios turísticos que posee un pueblo.

Ramírez Blanco (2018), en su libro *Deontología y Conciencia Turística* nos habla de las características de la conciencia turística en donde se enfocan 3 aspectos que se explican a continuación:



- ✓ En las relaciones y contactos con los turistas.

Se da la necesidad de establecer vínculos positivos entre la población y los turistas y de esta manera crear una imagen positiva de su país o localidad frente al turista ya que en la actualidad el turismo genera una importante fuente de ingresos para varios países.

En este sentido, se propone el siguiente proceso:

- En la escuela primaria: Formación de la conciencia turística como parte de la educación cívica y la práctica del turismo escolar.
  - En la escuela secundaria: Afianzamiento de la conciencia turística, práctica del turismo e información sobre las profesiones turísticas como parte de la información vocacional.
  - En la enseñanza media y escuelas especializadas: Aprendizaje de los fines, sistemas y operación de las empresas de turismo y capacitación para el servicio en ellas.
  - En la enseñanza superior: Divulgación de la teoría y la doctrina del turismo, difusión de métodos y técnicas a emplearse en las investigaciones del turismo y análisis de la teoría y doctrina del turismo.
  - En agrupaciones que se interesan en actividades de orden cívico-social, económico y cultural: Formación y afianzamiento de la conciencia turística, práctica del turismo y promoción de actividades cívicas para el mejor desenvolvimiento del turismo.
- ✓ Ante quienes suministran los servicios turísticos.  
En lo que se refiere a los prestadores de servicios turísticos como hoteles, restaurantes, agencias de viajes, arrendadoras de autos, tiendas de artesanías, guías de turismo y otros es importante mencionar el trato fiable y cortés que se debe brindar a los turistas, lo cual deberá tener como base una serie de estrategias administrativas que permitan motivar y concientizar al personal de servicio de dichas empresas de que su participación y correcto desempeño de sus funciones, son fundamentales en el logro de los objetivos comunes y el beneficio de ellos mismos, de la empresa, de la actividad turística y del país en general.



- ✓ En lo que se refiere a la conservación de aquellos bienes susceptibles de uso turístico.

Se debería establecer programas de concientización turística encaminados al cuidado del medio ambiente, preservación de playas y mares, conservación de zonas arqueológicas y monumentos coloniales, identificación de la población con sus tradiciones, sus elementos folklóricos y su riqueza cultural.

### **Objetivos de la conciencia turística**

- ✓ Desde un punto de vista social.

Se considera a la conciencia turística como un factor de identificación de la población con sus principales raíces culturales.

- ✓ Desde un punto de vista económico.

La concientización turística proporciona los elementos de calidad necesarios que repercuten directamente en la satisfacción de las necesidades de las corrientes turísticas, haciéndolas repetitivas y aumentando su número y pernocta, lo que traerá como consecuencia la entrada de divisas, la generación de nuevas fuentes de empleo y el desarrollo regional de los importantes centros turísticos del país.

- ✓ Desde un punto de vista cultural.

La concientización turística es un importante punto de proyección de todos los elementos que conforman el patrimonio, lo que motivará el desplazamiento de importantes corrientes turísticas potenciales nacionales e internacionales.

## **2.3. Variables e indicadores**

### **2.3.1. Variable de estudio**

Conciencia Turística





### 2.3.2. Conceptualización de la variable

**Tabla 1**

*Conceptualización de la variable*

Variable	Concepto
<b>Conciencia turística</b>	<p>Sosa de la Cruz, 2004. Sostiene que es importante las actitudes y comportamiento de su población con el turista, por cuanto “la conciencia turística tiene implicancias sobre el <b>conocimiento</b> del potencial turístico, sobre las actitudes y compromisos morales y éticos, sobre el trato al turista en cuanto a bienvenida, hospitalidad y sobre el aprovechamiento de los recursos para que aporten beneficios al país. El desarrollo de una conciencia turística debe estar orientado a lograr que el turismo forme parte de la cultura de todos nosotros, para lo cual básicamente se requiere incluir turismo, artesanía y gestión empresarial como temáticas de los currículos educacionales en todos los niveles, así como promover campañas intensivas de conciencia turística a nivel nacional, se debe tomar en cuenta:</p> <p>Conciencia turística del ciudadano en el destino turístico: El ciudadano debería identificarse seriamente con los recursos turísticos, para conocerlo, mostrarlo, difundirlo y participar en la <b>preservación</b> de los mismos. Esto implica asumir responsabilidades frente al recurso y frente al turista.</p> <p>Conciencia turística del prestador de servicios: Se toma en cuenta la <b>vocación de servicio</b> que tienen los prestadores de servicios los cuales deberían pasar por un proceso de selección del personal y contar con capacitaciones y orientación del profesional.</p> <p>Conciencia turística de las autoridades: Las autoridades deben representarnos y estar comprometidas a brindar facilidades para desarrollar actividad turística, y de esta manera generar beneficios para una población o localidad.</p>

Fuente: Elaboración propia



### 2.3.3. Operacionalización de la variable

**Tabla 2**

*Operacionalización de la variable*

Variable	Dimensiones	Indicadores
Conciencia Turística	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conocimiento</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Capacidad</li><li>✓ Información</li><li>✓ Procedimientos</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Preservación</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Acción</li><li>✓ Deterioro</li><li>✓ Prevenir daños de propiedad cultural</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Vocación de servicio</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Aptitud de servicio</li><li>✓ Satisfacción personal</li></ul>

Fuente: Elaboración propia



## 2.4. Definición de términos básicos

### **Conciencia**

Lenin, (1948). La conciencia humana se forma en el transcurso de la actividad social en la producción y es en el producto del desarrollo social. Al trabajar, al fabricar los instrumentos de producción, al actuar sobre la naturaleza, el hombre conoce las propiedades de los objetos, aísla lo esencial de lo secundario, lo necesario de lo fortuito y pone al descubierto los vínculos necesarios y las leyes de los fenómenos. En el transcurso del trabajo el hombre adquiere conciencia igualmente de sus relaciones con el medio ambiente con los hombres que participan en la producción. Dado que la conciencia no aparece sino como consecuencia del trabajo social no la poseen ni siquiera los animales superiores. La conciencia supone una actitud activa y reflexiva con respecto al medio circundante, la aparición de la conciencia está ligada a la del lenguaje: conciencia y lenguaje tienen la misma edad; la formación del lenguaje ejerció una influencia enorme sobre la formación y el progreso de la conciencia.

### **Conciencia turística**

Sosa de la Cruz, (2004). Sostiene que “la conciencia turística tiene implicancias sobre el conocimiento del potencial turístico, sobre las actitudes y compromisos morales y éticos, sobre el trato al turista en cuanto a bienvenida, hospitalidad y sobre el aprovechamiento de los recursos para que aporten beneficios al país”.

### **Servicio**

Horovitz Jacques, (1991). Nos dice que el servicio “es el conjunto de prestaciones que el cliente espera; además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo”.

American Marketing Association, (2006). Nos dice que los servicios son productos, tales como un préstamo de banco o la seguridad de un domicilio, éstos son intangibles porque se intercambian directamente del productor al usuario, no pueden ser transportados o almacenados, y son casi inmediatamente perecederos.



### **Destino turístico**

Organización Mundial del Turismo, (2002). Define destino turístico como el espacio físico en el que un visitante pernocta por lo menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo, atracciones y recursos turísticos. Tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión e imágenes, y percepciones que definen su competitividad en el mercado. Los destinos locales lo incorporan a varias partes interesadas que a menudo incluyen una comunidad local, y pueden albergar o formar una red para conformar destinos amplios.

### **Actividad turística**

Organización Mundial del Turismo, (2002). Define actividad turística como “el acto que realiza el visitante para que se materialice el turismo. Son el objetivo de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios turísticos”.

### **Prestador de servicio turístico**

Ley 300 de 1996. Toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de los servicios. A que se refiere esta ley y que se encuentre inscrito en el registro nacional de turismo.

### **Conocimiento**

Muñoz y Riverola, (2003). Definen al “conocimiento como la capacidad para resolver un determinado conjunto de problemas”.

Alavi y Leidner, (2002). Definen al “conocimiento como la información que el individuo posee en su mente, personalizada y subjetiva, relacionada con hechos, procedimientos, conceptos, interpretaciones, ideas, observaciones, juicios y elementos que pueden ser o no útiles, precisos o estructurables”.

### **Preservación**

El Canadian Code of Ethics, (2003). Afirma que “preservación son todas las acciones desarrolladas para retardar el deterioro y/o para prevenir daños de la propiedad cultural”.



### **Vocación de servicio**

Kohan, Martin, (2009). Afirma que la vocación “es aquella que trae satisfacción personal al individuo porque le da posibilidades de desarrollar sus mejores aptitudes de afirmar sus verdaderos intereses y de no contradecir la estructura de su personalidad vocacional”

### **Capacidad de resolver problemas**

[www.up-spain.com](http://www.up-spain.com)-2015. Se puede definir como la eficacia y agilidad a la hora de encontrar soluciones a los problemas surgidos. Aquellas personas con alta capacidad para la resolución de problemas son capaces de actuar de forma proactiva, sin perder el tiempo, y encontrando las soluciones más apropiadas para cada caso, pensando siempre en las repercusiones que estas puedan tener a largo plazo. Los pasos a la hora de resolver un problema son: definirlo, buscar las posibles soluciones, valorar las consecuencias positivas y negativas de cada una de ellas y elegir e implantar la más conveniente. Parece algo sencillo, pero, sin embargo, no todas las personas tienen la capacidad de reacción que ciertos problemas dentro de una empresa pueden exigir y, por eso, esta competencia es tan valorada por los responsables de recursos humanos, por encima incluso de la orientación a objetivos o el trabajo en equipo. Algunas de las competencias estrechamente ligadas a la resolución de problemas son a creatividad, la toma de decisiones, la flexibilidad o el trabajo en equipo.

### **Información**

Chiavenato, (2011). **Información** "es un conjunto de datos con un significado que reduce la incertidumbre o que aumenta el conocimiento de algo. En verdad, la información es un mensaje con significado en un determinado contexto, disponible para uso inmediato y que proporciona orientación a las acciones por el hecho de reducir el margen de incertidumbre con respecto a nuestras decisiones”.

### **Procedimientos**

<https://deconceptos.com/general/procedimientos-2019/> Procedimiento “es un método de ejecución o pasos a seguir, en forma secuenciada y sistemática, en la consecución de un fin. Se supone que, siguiendo un procedimiento dado, bajo las mismas circunstancias, el resultado será el mismo. El conjunto de procedimientos con un mismo fin, se denomina sistema”.



### **Acción**

<https://deconceptos.com/general/accion-2019/> Acción nos indica que una persona, animal o cosa (material o inmaterial) está haciendo algo, está actuando (de manera voluntaria o involuntaria, de pensamiento, palabra u obra), lo que normalmente implica movimiento o cambio de estado o situación y afecta o influye en una persona, animal o cosa.

### **Deterioro**

<https://deconceptos.com/general/deterioro-2019/> El deterioro “es el desgaste que se produce por obra del uso, de fenómenos climáticos, accidentes, hechos voluntarios, o del paso del tiempo que afecta tanto a las cosas animadas como inanimadas. Es un concepto negativo que indica que la apariencia o la función de algo o alguien es menor con referencia a otro estado anterior.

### **Prevención de daños**

<https://deconceptos.com/general/prevencion-2019/> “Es la disposición que se hace de forma anticipada para minimizar un riesgo, su objetivo es lograr que un perjuicio eventual no se concrete”.

### **Satisfacción personal**

[http://articulos.Corentt.Com/2015Satisfacción personal](http://articulos.Corentt.Com/2015Satisfacción%20personal) “es la sensación de alegría, paz y gozo por haber cumplido ciertos objetivos, sentirte útil, aprender a disfrutar la vida en toda circunstancia y lograr la autorrealización personal”.

### **Aptitud de servicio**

[www.recursos-humanos.infojobs.net-2018](http://www.recursos-humanos.infojobs.net-2018) La aptitud es la capacidad de una persona para realizar adecuadamente una acción o tarea.



## CAPÍTULO III

### MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

#### 3.1. Diseño de la investigación

El tipo de investigación es de tipo básico, de nivel descriptivo Comparativo cuyo propósito es medir el nivel de conciencia turística de los pobladores y prestadores de servicios en la población de Chillihuani, ruta Montaña Arco iris, Distrito de Cusipata, Provincia de Quispicanchi – Cusco 2019.

Es de diseño No experimental porque la variable no está sujeta a ningún cambio.

Es de enfoque cuantitativo.

#### 3.2. Población

Población “El universo poblacional constituye el ámbito de observación global en el que se ubica el proyecto de investigación, abarca toda la población involucrada en el problema” (Aco, 1983).

La población de estudio está conformada por un total de 252 pobladores y 60 prestadores de servicio.

#### 3.3. Muestra

Se considera muestra “A un subconjunto representativo de una población que tiene determinadas características que se deciden investigar o estudiar” (Cano, 1983).

Se determina el tamaño de la muestra utilizando la siguiente formula:



$$n = \frac{Nz^2pq}{(N-1)E^2 + z^2pq}$$

Reemplazando los datos en la fórmula, para pobladores:

Donde:

n = tamaño de la muestra

N = Universo – población (252 pobladores)

Z = Nivel de confianza (95.00%, 1.96)

p = Probabilidad de éxito, evento a favor (0.5)

q = Probabilidad de fracaso, evento en contra (0.5)

E = Margen de error (va de 5 a 10%, cuanto menor es el error, la confiabilidad de la investigación es mayor) (0.05)

$$n = \frac{252 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(252 - 1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 152$$

La muestra será de 152 pobladores

Reemplazando los datos en la fórmula, para prestadores de servicio:

Donde:

n = tamaño de la muestra

N = Universo – población (60 prestadores de servicio)

Z = Nivel de confianza (95.00%, 1.96)

p = Probabilidad de éxito, evento a favor (0.5)

q = Probabilidad de fracaso, evento en contra (0.5)

E = Margen de error (va de 5 a 10%, cuanto menor es el error, la confiabilidad de la investigación es mayor) (0.05)

$$n = \frac{60 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(60 - 1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 52$$

La muestra será de 52 prestadores de servicio (transporte, restaurant, guías de turismo y arrieros)





### 3.4. Técnicas de recolección de datos

**Técnica** : Encuesta

**Instrumento** : Cuestionario

### 3.5. Validez y conformidad de los instrumentos

El instrumento que se usará será el cuestionario que nos dará a conocer el nivel de conciencia turística en la población de Chillihuani en la ruta Montaña Arco iris, Distrito de Cusipata, Provincia de Quispicanchi – Cusco 2019.

Así mismo conoceremos el nivel de conciencia turística de los pobladores y prestadores de servicio



## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 4.1. Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado

##### 4.1.1. Presentación del instrumento

Para describir el nivel de conciencia turística en la población de Chillihuani, ruta montaña Arco Iris, Distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchis - Cusco 2019 se encuestó a 152 pobladores y 52 prestadores de servicio en el que se considera 17 ítems distribuidos de la siguiente manera:

**Tabla 3**

*Distribución de los ítems del cuestionario*

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems
Conciencia Turística	Conocimiento	Capacidad de resolver problemas	1, 2,
		Información	3, 4,
		Procedimientos	5
	Preservación	Acción	6, 7,
		Deterioro	8,
		Prevenir daños de propiedad	9, 10,
Vocación de Servicio	Aptitud de servicio	11, 12, 13, 14	
	Satisfacción personal	15, 16, 17.	

Fuente: Elaboración propia



Para las interpretaciones de las tablas y figuras estadísticas se utilizó la siguiente escala de baremación e interpretación.

**Tabla 4**

*Descripción de la Baremación y escala de interpretación*

Promedio	Escala de Interpretación
1,00 – 1,80	Totalmente inconciente
1,81 – 2,60	Ligeramente inconciente
2,61 – 3,40	Ligeramente conciente
3,41 – 4,20	Mediamente conciente
4,21 – 5,00	Totalmente conciente

Fuente: Elaboración propia

#### **4.1.2. Fiabilidad del instrumento aplicado**

Para determinar la fiabilidad del cuestionario utilizado en la descripción del nivel de conciencia turística en la población de Chillihuani, ruta montaña Arco Iris, Distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchis - Cusco 2019. Se utilizó la técnica estadística “Índice de consistencia Interna Alfa de Cronbach”, para lo cual se consideró lo siguiente:

- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es mayor o igual a 0.8. Entonces, el instrumento es fiable, por lo tanto, las mediciones son estables y consistentes.
- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es menor a 0.8. Entonces, el instrumento no es fiable, por lo tanto, las mediciones presentan variabilidad heterogénea.

Para obtener el coeficiente de Alfa de Cronbach, se utilizó el software SPSS, cuyo resultado fue el siguiente:



**Tabla 5**

*Estadísticas de fiabilidad*

Población	Alfa de Cronbach	N de elementos
Pobladores	0.909	17
Prestadores de servicio	0.941	17

Fuente: Elaboración propia

Como se observa, el Alfa de Cronbach tiene un valor de 0.909 para pobladores y 0.941 para prestadores de servicio por lo que se establece que el instrumento es fiable para el procesamiento de datos.

## 4.2. Análisis e interpretación de los resultados

### 4.2.1. Datos generales para pobladores

#### A) Edad de los pobladores

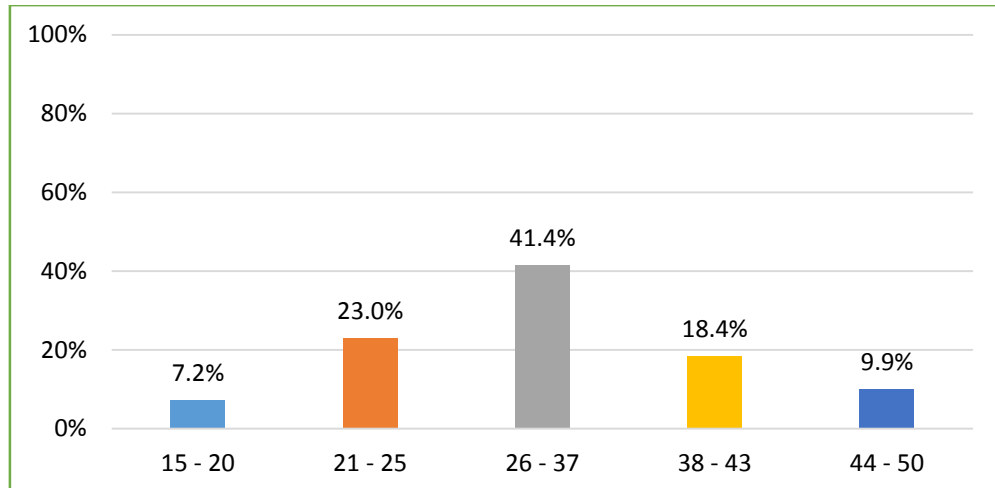


Figura 1: Edad de los pobladores

#### Interpretación y análisis:

La figura 1 nos muestra que en la población de Chillihuani el 41.4% de los pobladores tienen una edad entre 26 y 37 años siendo éste el rango mayor, mientras que el 7.2% de los pobladores tienen una edad entre 15 a 20 años, siendo éste el rango menor.



### B) Nivel de educación de los pobladores

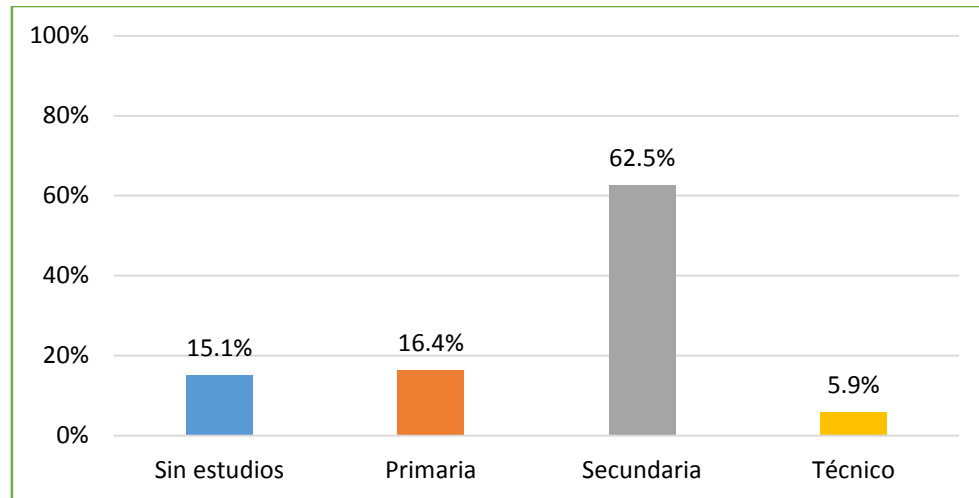


Figura 2: Nivel de educación de los pobladores

#### Interpretación y análisis:

La figura 2 nos muestra que el 62.5% de los pobladores cuenta con una educación de nivel secundario, mientras que el 5.9% de los pobladores cuenta con una educación de nivel técnico.

### C) Actividad a la que se dedican los pobladores

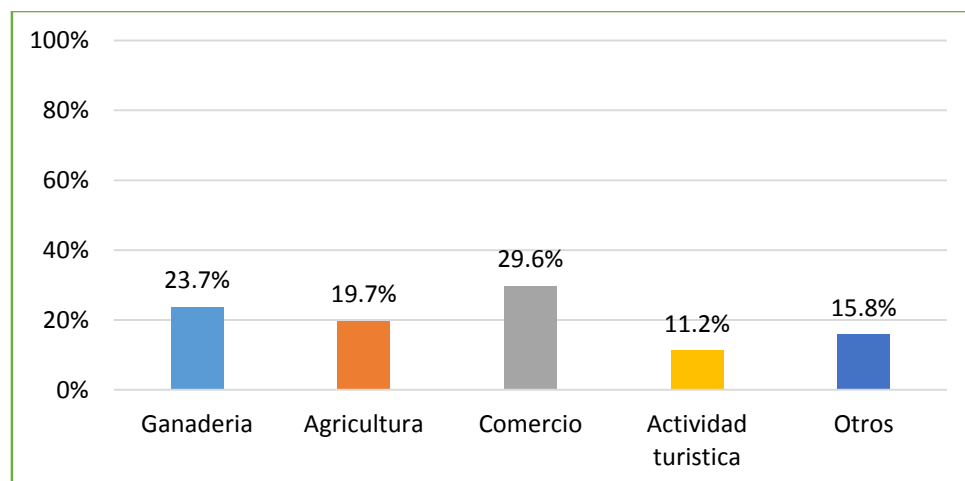


Figura 3: Actividad a la que se dedican los pobladores

#### Interpretación y análisis:

La figura 3 nos muestra que el 29.6% de los pobladores se dedican al comercio, mientras que el 11.2% de los pobladores se dedican a la actividad turística.



#### 4.2.2. Datos generales para prestadores de servicio

##### A) Edad de los prestadores de servicio

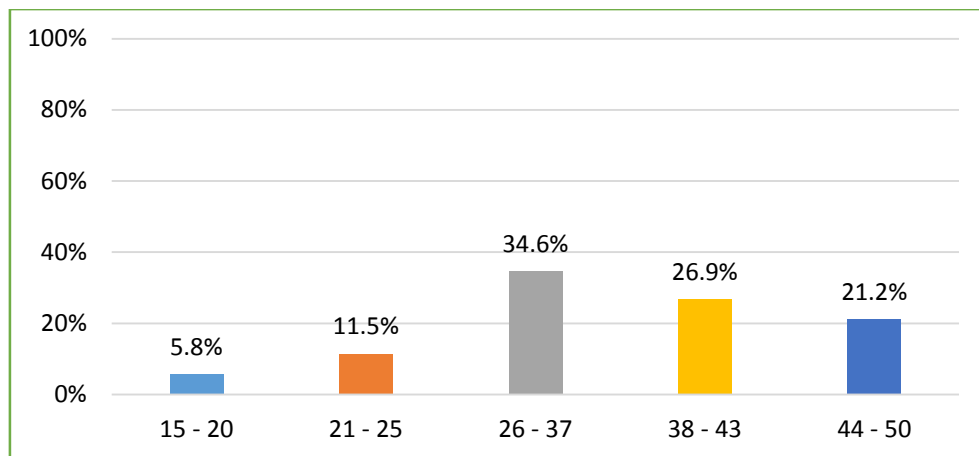


Figura 4: Edad de los prestadores de servicio.

##### Interpretación y análisis:

La figura 4 nos muestra que en la población de Chillihuani el 34.6% de los prestadores de servicio tienen una edad entre 26 y 37 años siendo éste el rango mayor, mientras que el 5.8% de los prestadores de servicio tienen una edad entre 15 a 20 años, siendo éste el rango menor.

##### B) Nivel de educación de los prestadores de servicio

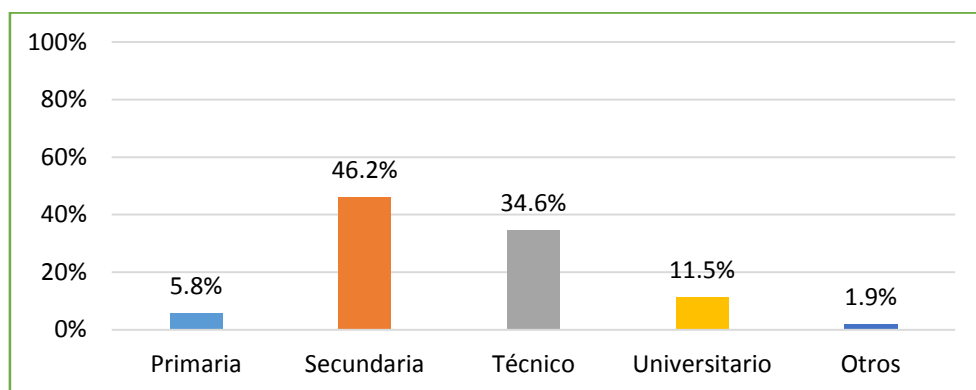


Figura 5: Nivel de educación de los prestadores de servicio.

##### Interpretación y análisis:

La figura 5 nos muestra que el 46.2% de los prestadores de servicio cuenta con un nivel de educación secundaria, mientras que el 1.9% de los prestadores de servicio cuenta con otro tipo de educación.



### C) Actividad a la que se dedican los prestadores de servicio

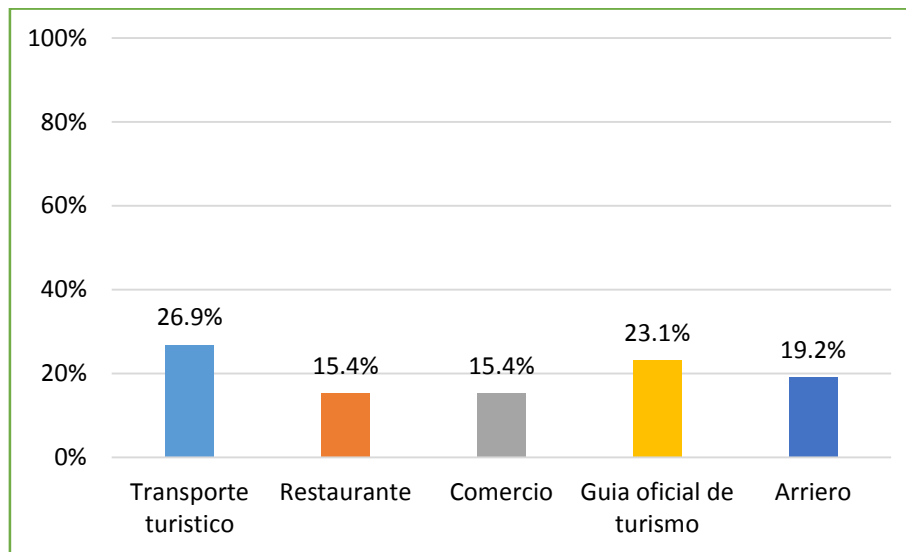


Figura 6: Actividad a la que se dedican los prestadores de servicio

#### Interpretación y análisis:

La figura 6 nos muestra que el 26.9% de los prestadores de servicio se dedican al transporte turístico, mientras que el 15.4% de los prestadores de servicio se dedican a la venta de alimentos en restaurante al igual que al comercio.

### 4.3. Resultados de las dimensiones de la variable conciencia turística

Para describir el nivel de conciencia turística en la población de Chillihuani, ruta montaña Arco Iris, Distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchis - Cusco, se toma en cuenta las siguientes dimensiones: conocimiento, preservación y vocación de servicio. Los resultados se presentan a continuación:

#### 4.3.1. Dimensión conocimiento

El objetivo es conocer cuál es el nivel de conocimiento de los pobladores en la población de Chillihuani, ruta montaña Arco Iris, Distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchi - Cusco 2019.



### A) Resultados de los indicadores de la dimensión conocimiento

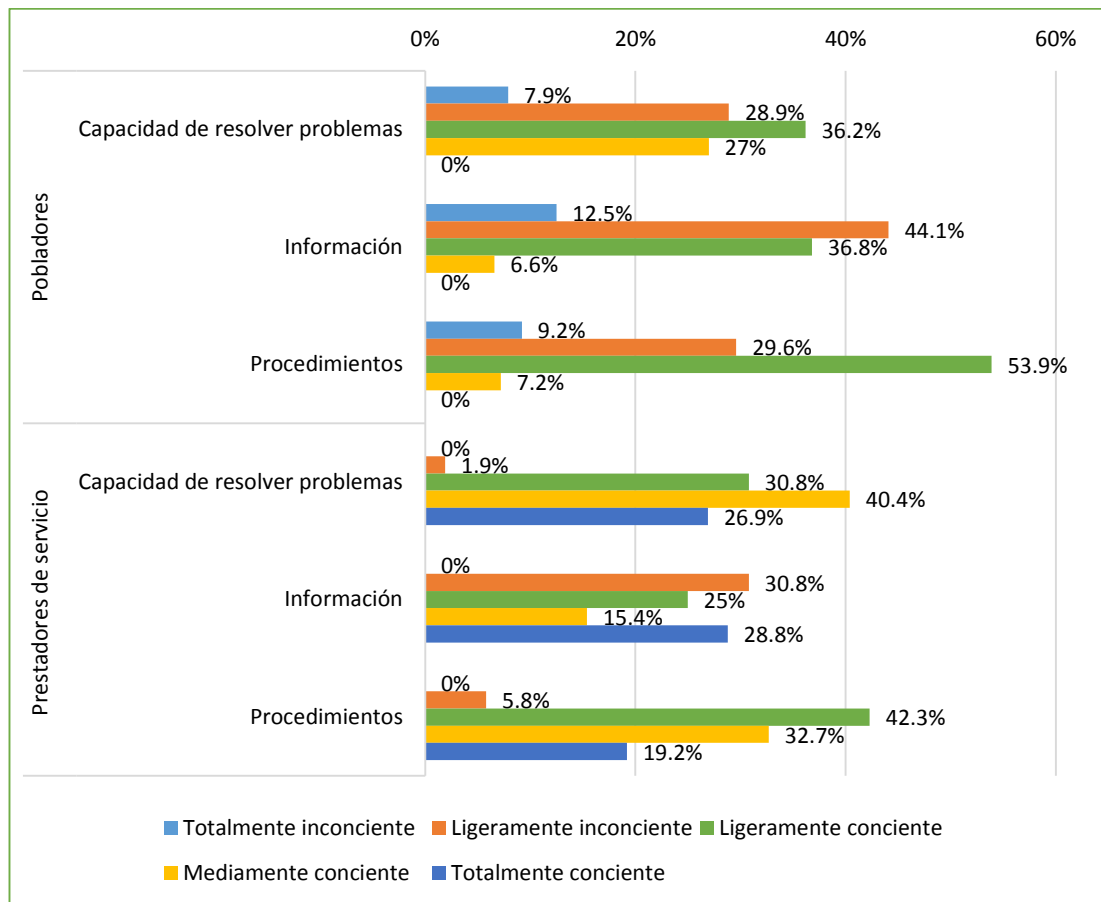


Figura 7: Resultado de los indicadores de la dimensión conocimiento.

#### Interpretación y análisis:

En la figura 7 observamos lo siguiente:

El 36.2% de los pobladores considera que a veces tiene la capacidad de resolver problemas lo cual quiere decir que son ligeramente concientes. Así mismo el 40.4% de los prestadores de servicio consideran que casi siempre tiene la capacidad de resolver problemas lo cual quiere decir que son medianamente concientes, esto significa que actúan con eficacia cuando se necesita encontrar soluciones apropiadas para posibles problemas que se puedan presentar en la población.

El 44.1% de los pobladores considera que casi nunca brindan información porque no tienen conocimiento de algunos temas, por lo tanto, no pueden brindar orientación a quienes lo necesiten, lo cual significa que son ligeramente inconcientes, mientras que





el 30.8% de los prestadores de servicio considera lo mismo, lo que nos indica que también son ligeramente inconcientes.

El 53.9% de los pobladores y el 42.3% de los prestadores de servicio considera que los procedimientos que se toman durante el recorrido a la montaña arco iris a veces dan resultados positivos lo cual quiere decir que siguen pasos de una manera secuencial para conseguir un objetivo esto significa que son ligeramente concientes.

### B) Resultados de la dimensión conocimiento

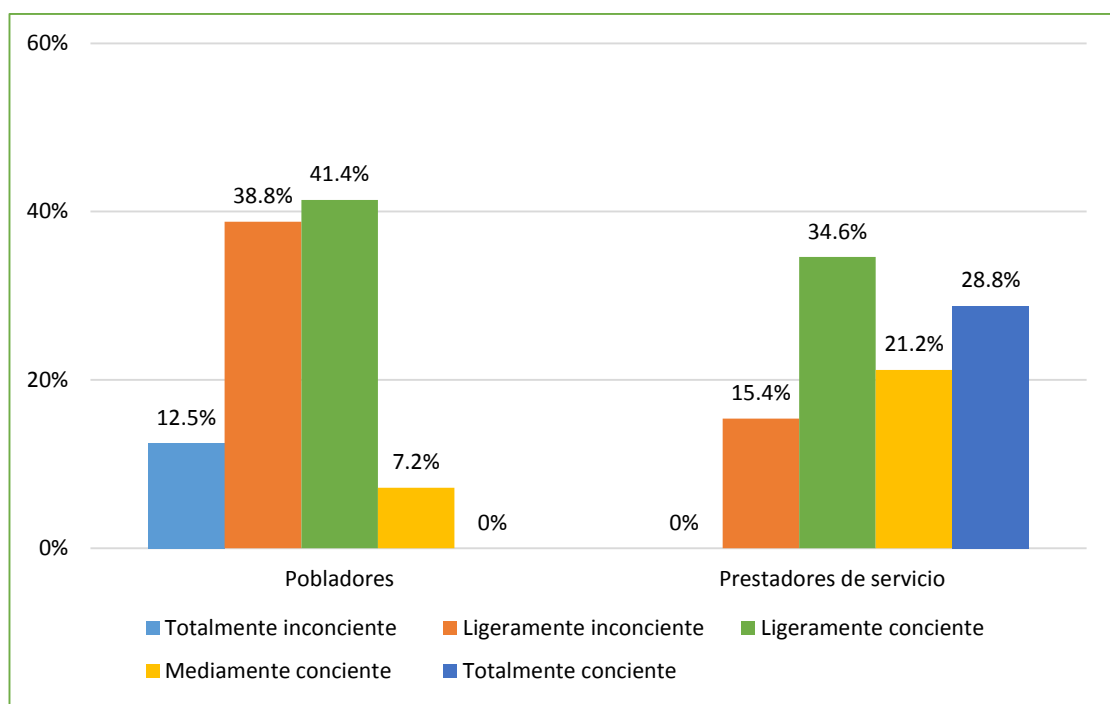


Figura 8: Resultado de la dimensión conocimiento.

#### Interpretación y análisis:

La figura 8 nos muestra que el 41.4 % de los pobladores y el 34.6 % de los prestadores de servicio son ligeramente concientes en relación al conocimiento.

Esto significa que ambas poblaciones de estudio tienen un nivel de conocimiento medio y si son capaces de resolver un determinado problema porque poseen información que pueden ser útiles.

### 4.3.2. Dimensión Preservación

El objetivo es diagnosticar cómo es la preservación de la ruta montaña Arco Iris, Distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchi - Cusco 2019.

#### A) Resultados de los indicadores de la dimensión preservación

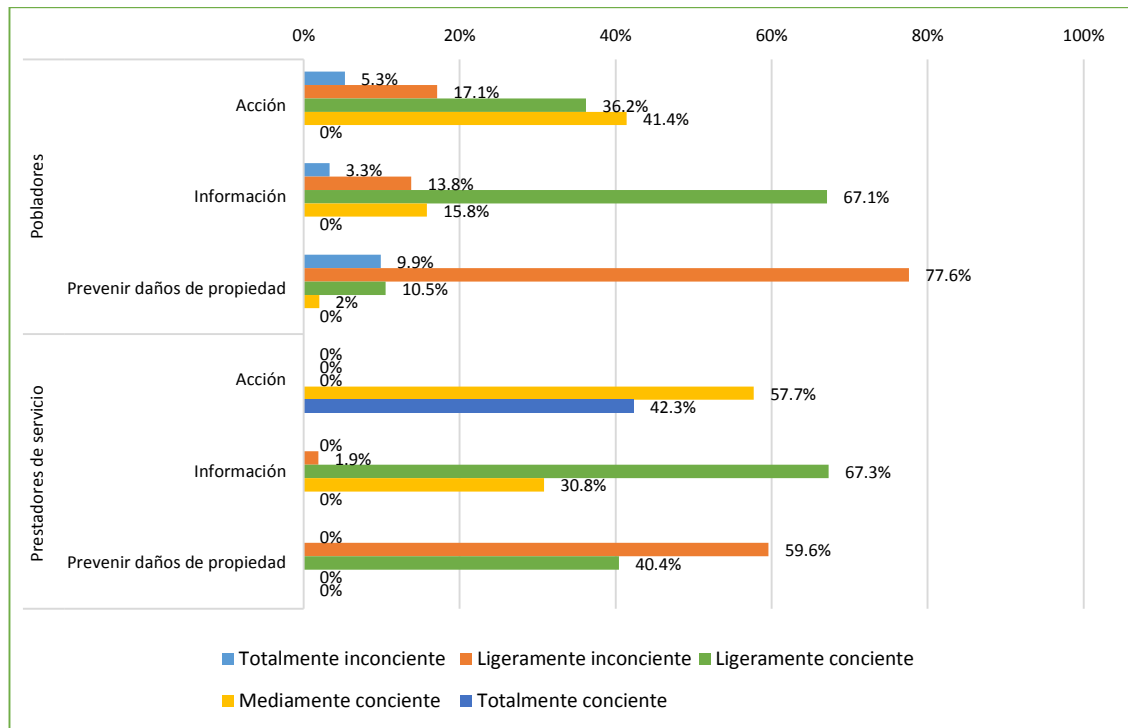


Figura 9: Resultado de los indicadores de la dimensión preservación.

#### Interpretación y análisis:

En la figura 9 observamos lo siguiente:

El 41.4% de los pobladores y el 57.7% de los prestadores de servicio casi siempre poseen acciones adecuadas para la preservación del medio ambiente, lo cual quiere decir que son medianamente concientes.

El 67.1% de los pobladores y el 67.3% de los prestadores de servicio piensa que el deterioro de la ruta a veces trae una mala imagen para los turistas, lo cual quiere decir que son ligeramente concientes.

El 77.6% de los pobladores y el 59.6% casi nunca participa de charlas de concientización turística por lo cual no están preparados para dar solución a un riesgo de manera anticipada, esto quiere decir que son ligeramente inconcientes.



## B) Resultados de la dimensión preservación

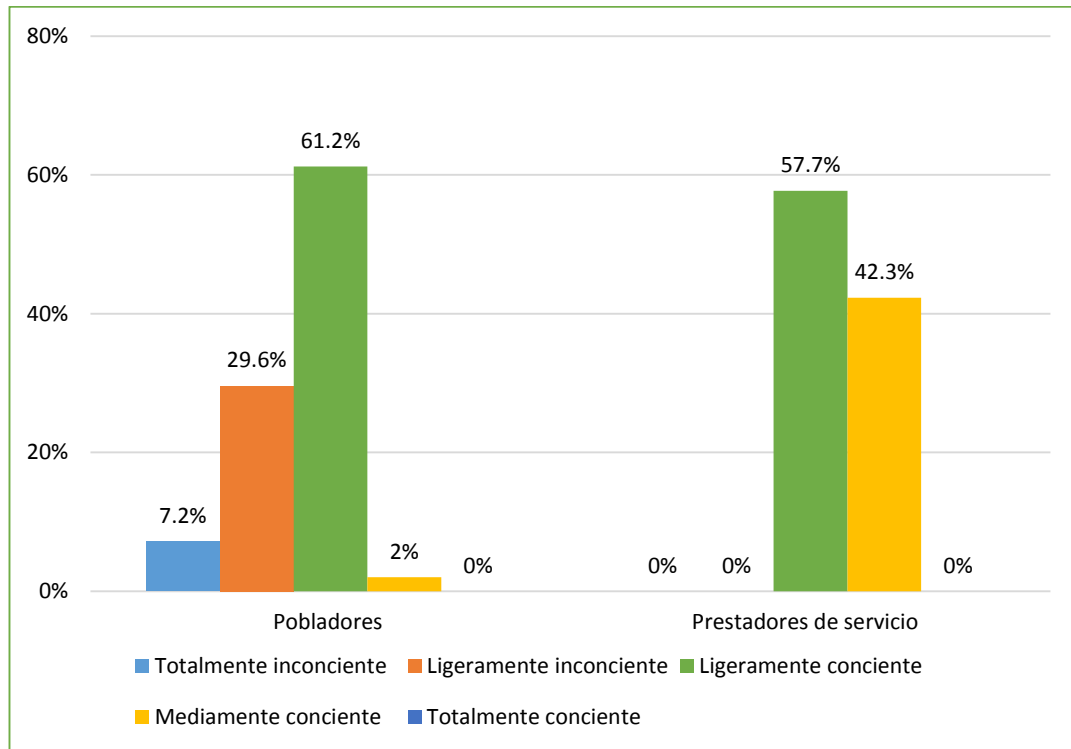


Figura 10: Resultado de la dimensión preservación.

### Interpretación y análisis:

La figura 10 nos muestra que el 61.2 % de los pobladores y el 57.7 % de los prestadores de servicio son ligeramente concientes en relación a la preservación.

Esto significa que ambas poblaciones de estudio a veces participan en la prevención de posibles daños contra el patrimonio mediante acciones que son en beneficio de la naturaleza y lógicamente en beneficio de la población.

### 4.3.3. Dimensión vocación de servicio

El objetivo es describir conocer el nivel de vocación de servicio en la ruta montaña Arco Iris, Distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchi - Cusco 2019.



### A) Resultados de los indicadores de la dimensión vocación de servicio

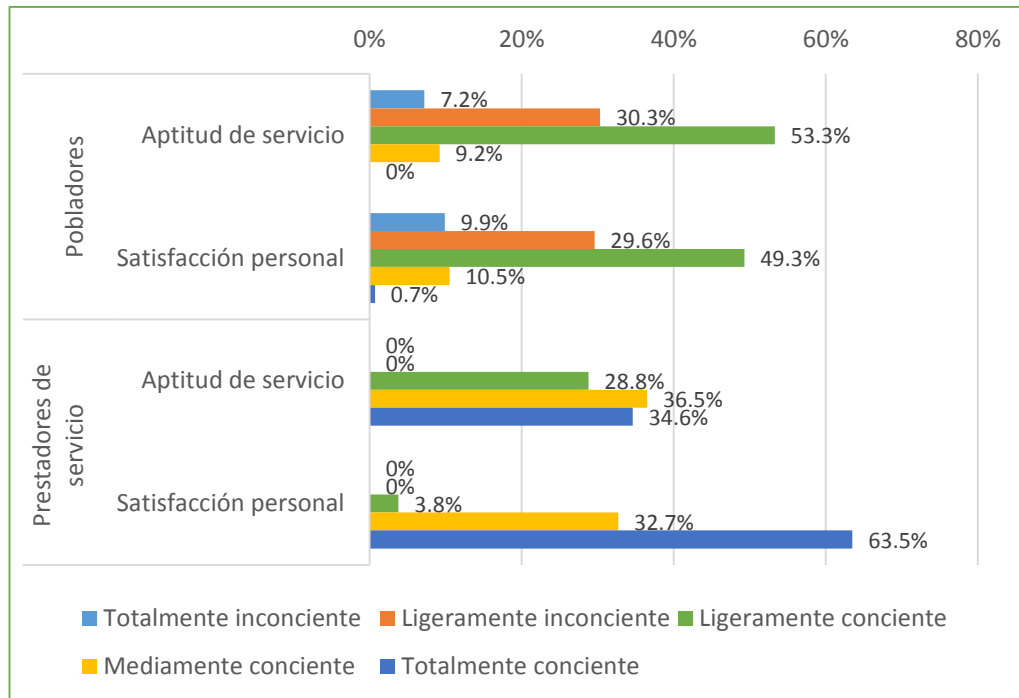


Figura 11: Resultado de los indicadores de la dimensión vocación de servicio.

#### Interpretación y análisis:

En la figura 11 observamos lo siguiente:

El 53.3% de los pobladores a veces tienen aptitud de servicio, es decir son capaces de realizar tareas de manera adecuada, lo cual quiere decir que son ligeramente concientes, mientras que el 36.5% de los prestadores de servicio casi siempre tienen aptitud de servicio es decir tienen la capacidad de realizar tareas o brindan servicios de manera adecuada, lo cual quiere decir que son medianamente concientes.

El 49.3% de los pobladores a veces sienten satisfacción personal al brindar algún tipo de servicio, lo cual quiere decir que son ligeramente concientes.

El 63.5% de los prestadores de servicio siempre sienten satisfacción personal al brindar algún tipo de servicio, esto quiere decir que son totalmente concientes.



## B) Resultados de la dimensión vocación de servicio

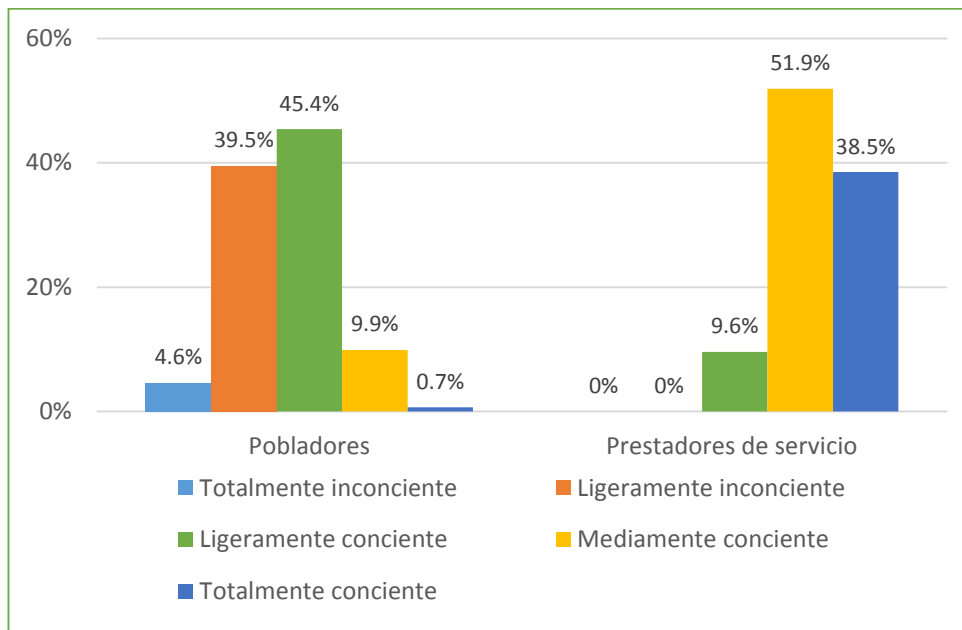


Figura 12: Resultado de la dimensión vocación de servicio

### Interpretación y análisis:

La figura 12 nos muestra que el 45.4 % de los pobladores son ligeramente concientes, mientras que el 51.9 % de los prestadores de servicio son medianamente concientes en relación a la vocación de servicio.

Esto significa que el nivel de vocación de servicio de los prestadores de servicio es más alto que el nivel de vocación de servicio de los pobladores debido a que están comprometidos con su trabajo, tienen aptitud de servicio y sienten satisfacción personal al brindar servicios a personas que hagan uso de los mismos.



#### 4.4. Resultados de la variable conciencia turística

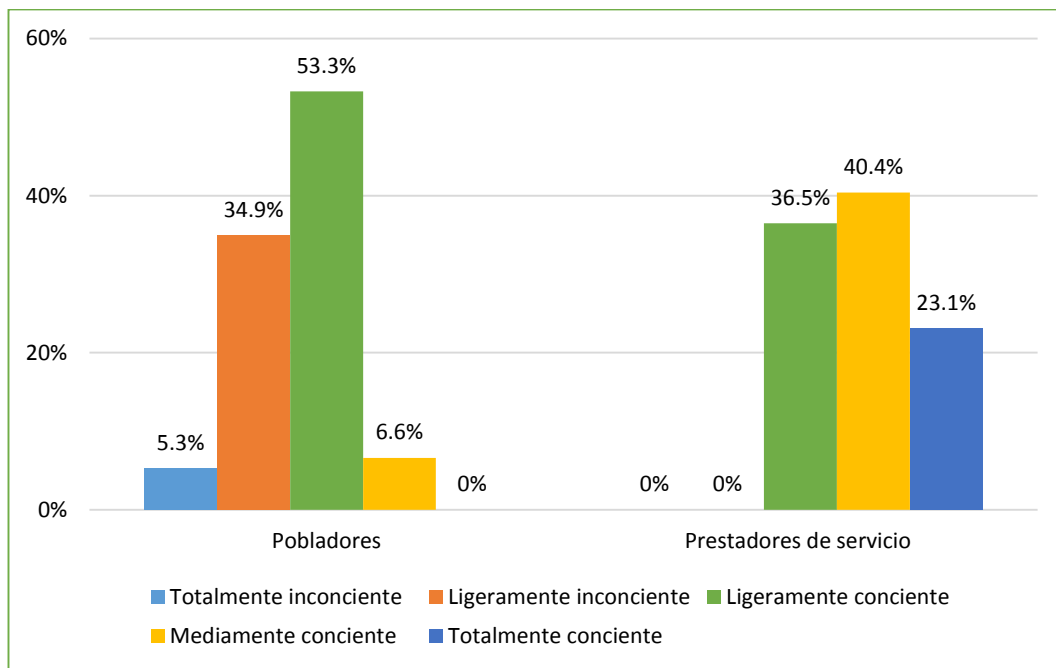


Figura 13: Resultado de la variable conciencia turística

#### Interpretación y análisis:

La figura 13 nos muestra el resultado del nivel de conciencia turística de los pobladores y prestadores de servicio de la ruta montaña Arco Iris de la población de Chillihuani en el distrito de Cusipata.

El 53.3% de los pobladores tienen un nivel de conciencia turística ligera, esto significa que a veces muestran buenas actitudes frente a los turistas y que no poseen conocimiento total del potencial turístico que se tiene en la zona y no están del todo comprometidos a proteger el recurso turístico que en este caso es la montaña Arco Iris.

El 40.4% de los prestadores de servicio tienen un nivel de conciencia turística mediana, esto significa que casi siempre muestran actitudes positivas con los turistas porque están comprometidos con el desarrollo del turismo de una manera conciente, están capacitados para brindar servicios a personas que quieran hacer uso de los mismos, también tienen responsabilidad frente al recurso turístico lo que quiere decir que tienen conocimiento de las acciones que deben tomar frente al recurso turístico para poder preservarlo y posteriormente difundirlo.



## CAPITULO V

### DISCUSION Y PROPUESTAS

#### 5.1. Discusión

Tomando en cuenta los resultados del trabajo de investigación que se encuentran detallados en el capítulo IV que surge de la pregunta ¿Cuál es el nivel de conciencia turística en la población de Chillihuani, ruta montaña Arco Iris, distrito de Cusipata, provincia Quispicanchi - Cusco 2019?

Se pretende describir el nivel de conciencia turística en la población de Chillihuani, ruta montaña Arco Iris, Distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchis - Cusco 2019, para lo cual se aplicó encuestas a 152 pobladores y 52 prestadores de servicio de la población de Chillihuani, con 17 ítems cada uno.

Analizando los resultados para cada una de las dimensiones, llegamos a las siguientes afirmaciones:

##### 5.1.1. Resultados para pobladores

**Dimensión conocimiento**, nuestro objetivo es “Conocer cuál es el nivel de conocimiento en la población de Chillihuani, ruta montaña Arco Iris, Distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchi - Cusco 2019”.

El 41.4 % de los pobladores considera que son ligeramente concientes en relación al conocimiento. (fig. 8)

Esto significa que los pobladores piensan que a veces tienen la capacidad para resolver problemas, brindar información o seguir procedimientos adecuados para ayudar a los turistas.



**Dimensión preservación**, nuestro objetivo es “Diagnosticar cómo es la preservación de la ruta montaña Arco Iris, Distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchi - Cusco 2019”.

El 61.2 % de los pobladores considera que son ligeramente concientes en relación a la preservación. (fig. 10)

Esto significa que los pobladores piensan que a veces toman acciones para prevenir daños de propiedad y tomar en cuenta el deterioro que pueda presentar la ruta

**Dimensión vocación de servicio**, nuestro objetivo es “Conocer el nivel de vocación de servicio en la ruta montaña Arco Iris, Distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchi - Cusco 2019”.

El 45.4 % de los pobladores considera que son ligeramente concientes, en relación a la vocación de servicio. (fig. 12)

Esto significa que los pobladores a veces sienten satisfacción personal y tienen vocación de servicio al atender y ayudar turistas.

### 5.1.2. Resultados para prestadores de servicio

**Dimensión conocimiento**, nuestro objetivo es “Conocer cuál es el nivel de conocimiento en la población de Chillihuani, ruta montaña Arco Iris, Distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchi - Cusco 2019”.

El 34.6 % de los prestadores de servicio considera que son ligeramente concientes en relación al conocimiento. (fig. 8)

Esto significa que los prestadores de servicio piensan que a veces están capacitados para resolver problemas, brindar información o seguir procedimientos adecuados para ayudar a los turistas





**Dimensión preservación**, nuestro objetivo es “Diagnosticar cómo es la preservación de la ruta montaña Arco Iris, Distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchi - Cusco 2019”.

El 57.7 % de los prestadores de servicio considera que son ligeramente concientes en relación a la preservación. (fig. 10)

Esto significa que los prestadores de servicio a veces toman acciones adecuadas para prevenir daños de propiedad y tomar en cuenta el deterioro que pueda presentar la ruta.

**Dimensión vocación de servicio**, nuestro objetivo es “Conocer el nivel de vocación de servicio en la ruta montaña Arco Iris, Distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchi - Cusco 2019”.

El 51.9 % de los prestadores de servicio considera que son medianamente concientes en relación a la vocación de servicio. (fig. 12)

Esto significa que los prestadores de servicio casi siempre sienten satisfacción personal y tienen vocación de servicio.

## 5.2. Propuestas

### 5.2.1. Nombre de la propuesta:

**“Programas de capacitación y sensibilización turística para los pobladores de Chillihuani y prestadores de servicio en la ruta Montaña Arco iris “**

**Temas a tratar:** Conocimiento, preservación y vocación de servicio

#### a) Localización:

- Departamento del Cusco
- Provincia: Quispicanchi
- Distrito: Cusipata
- Centro poblado: Chillihuani y ruta Montaña Arco Iris



**b) Objetivo General**

Aumentar y fortalecer el nivel de conciencia turística de los pobladores de Chillihuani y prestadores de servicio en la ruta Montaña Arco iris.

**c) Objetivos específicos**

- Aumentar el nivel de conocimiento de los pobladores y prestadores de servicio.
- Fortalecer su identidad con el patrimonio natural y cultural de manera que se colabore con la preservación del medio ambiente.
- Sensibilizar a los pobladores y prestadores de servicio en el tema de vocación de servicio y buen trato al turista.

**d) Justificación**

El programa de sensibilización turística busca impulsar la toma de conciencia sobre la importancia del turismo y su desarrollo en la ruta montaña Arco Iris en los pobladores.

Con este programa se pretende que los pobladores tengan un nivel de conciencia turística alto o sean totalmente concientes en relación al conocimiento, preservación del medio ambiente y vocación de servicio.

Mediante estas charlas de sensibilización se busca que pobladores y prestadores de servicio se comprometan a ser responsables con el uso que se le dé al recurso turístico (Montaña Arco Iris) y lo exploten tomando medidas que no afecten al patrimonio de manera que ambas poblaciones de estudio se beneficien, también se busca que los prestadores de servicio estén comprometidos con su trabajo y que puedan brindar servicios turísticos de calidad que tengan contentos a los turistas para que éstos tengan ganas de volver en un futuro o caso contrario nos recomienden con más personas que quieran visitar la montaña Arco Iris.

**e) Descripción de la propuesta**

La presente propuesta se llevará a cabo conjuntamente con los delegados de los prestadores de servicio y las involucradas en el desarrollo y



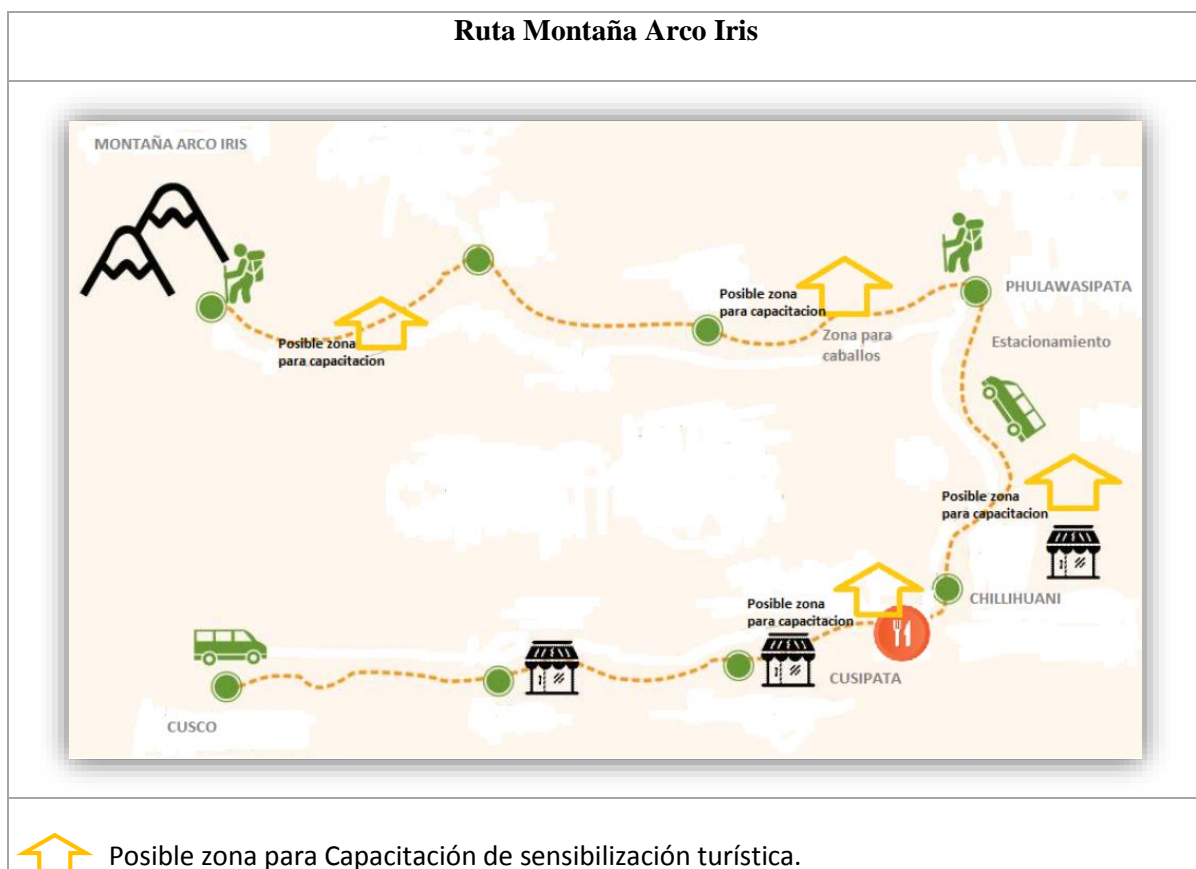
conducción de la visita a la Montaña Arco iris para lo cual se llevarán a cabo las siguientes actividades:

- Reunión con el Alcalde de Cusipata, DIRCETUR, Dirección de Cultura, representantes del centro poblado de Chillihuani, un bachiller en turismo, etc., para coordinar las charlas acerca de la conciencia turística.
- Programación del taller con los temas a tratar.

**f) Meta**

Participación del total de la población y total de prestadores de servicio en la ruta montaña Arco Iris.

**Ruta Montaña Arco Iris**





**Tabla 6**

*Programación de capacitación y sensibilización turística*

Localización	<b>Programas de capacitación y sensibilización turística para los pobladores de Chillihuani y prestadores de servicio en la ruta Montaña Arco iris</b>					
Ruta Montaña Arco Iris Centro poblado: Chillihuani Distrito: Cusipata Provincia: Quispicanchi Departamento: Cusco	Temas a tratar	Objetivos	Participantes	Beneficiarios	Duración	Costo
	<b>Conocimiento</b>	Aumentar el nivel de conocimiento de los pobladores y prestadores de servicio.	Municipalidad de Cusipata	Pobladores de Chillihuani y prestadores de servicio en la ruta montaña Arco iris.	3 hrs	Gratuito
	<b>Preservación</b>	Fortalecer su identidad con el patrimonio natural y cultural de manera que se colabore con la preservación del medio ambiente.	Municipalidad del centro poblado de Chillihuani Dircetur. Bach en turismo, Grelly Mojonero Ttito		3 hrs	Gratuito
<b>Vocación de servicio</b>	Sensibilizar a los pobladores y prestadores de servicio en el tema de vocación de servicio y buen trato al turista.		3 hrs		Gratuito	
<b>Material de trabajo</b>	El o los expositores contarán con material de trabajo digital. A los beneficiarios e les hará entrega de lapiceros y folletos que contendrá la información requerida para ser expuesta en las charlas.					

Fuente: Elaboración propia



## CONCLUSIONES

1. Se ha dado a conocer que el 41.4 % de los pobladores y el 34.6 % de los prestadores de servicio consideran que son ligeramente concientes en relación al conocimiento. (fig. 8)

Esto significa que los pobladores y prestadores de servicio piensan que a veces están capacitados para resolver problemas, brindar información o seguir procedimientos adecuados para ayudar a los turistas o personas que necesiten de ellos.

2. Se diagnosticó que el 61.2 % de los pobladores y el 57.7 % de los prestadores de servicio considera que son ligeramente concientes en relación a la preservación. (fig. 10)

Esto significa que los pobladores y prestadores de servicio piensan que a veces toman acciones para prevenir daños de propiedad y tomar en cuenta el deterioro que pueda presentar la ruta

3. Se conoció que el 45.4% de los pobladores considera que son ligeramente concientes en relación a la vocación de servicio. (fig. 12)

Esto significa que los pobladores a veces sienten satisfacción personal y tienen vocación de servicio para atender y ayudar turistas.

El 51.9 % de los prestadores de servicio considera que son medianamente concientes en relación a la vocación de servicio. (fig. 12)

Esto significa que los prestadores de servicio casi siempre sienten satisfacción personal y tienen vocación de servicio para atender y ayudar a los turistas y personas que lo necesiten.



## RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que los directivos conjuntamente con las autoridades de la Municipalidad de Cusipata y el centro poblado de Chillihuani programen cursos de capacitación de sensibilización y conciencia turística para que estos mejoren su conocimiento de manera permanente.
2. Se recomienda a la Municipalidad de Cusipata, Municipalidad del centro poblado de Chillihuani, los prestadores de servicio y los pobladores programar conversatorios y talleres donde se les tenga que afianzar la importancia de la preservación del recurso turístico natural y cultural ya que la gestión turística no está siendo aplicado como debía de ser; sin embargo, tanto el poblador y el prestador de servicio están concientes de ello para darle un uso sostenible.
3. Se recomienda a la Dirección de Turismo conjuntamente con los pobladores de Chillihuani y prestadores de servicio en la ruta Montaña Arco iris afianzar su vocación de servicio para la atención a los turistas que visitan este importante lugar, para lo cual se sugiere una reunión programada cada mes.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acerenza, M. A. (2005). *Promoción Turística; un enfoque metodológico* (7a. ed.). México: trillas.

Antony, J. (2017). *Conciencia turística en los pobladores del distrito de Huaros*.

Guerra Enríquez, Y. O. (2017). *Conciencia turística de los comerciantes del mercado central de San Pedro, Cusco-2017*.

Horovitz, Jacques; “*La calidad del servicio. A la conquista del cliente*”; Editorial McGraw-Hill; España, 1991.

Idalberto Chiavenato, 2011 *Administración de recursos humanos*.

Lenin, *Materialismo y empiriocriticismo* – Montevideo, 1948

Mallaupoma Arriaga, D. J. (2018). *Conciencia turística para desarrollar el turismo sostenible en la provincia de Jauja, 2018*.

Miguel Alemán Valdés, “*15 Lecciones de Turismo*” 1964

Mireles Vázquez, a. (2015). *Concientización turística*. México: Limusa.

Morales, A. (2016). *Estrategias de desarrollo turístico en la ciudad de Belén, Catamarca, a partir de la planificación participativa*.

Romero, Gabriela; Guzmán, Laura y Pollastri, María. (2008). *Encuesta Diagnóstica sobre Concientización Turística*. TURyDES, Vol 1, Nº 3 (agosto / agosto 2008)

SECTUR, H. (2012). *Breviario de Cultura turística*.

SERNATUR, C. (2015). *Programa nacional de conciencia turística*. Santiago, Chile.



SERNATUR Varisco, C., Benseny, G., & Padilla, N. A. (2016). *Concientización turística y ambiental. De la teoría a la acción territorial. In V Jornadas de Extensión del Mercosur.*

Sosa de la Cruz, C. (2015). *Identidad cultural y conciencia turística, pilares de desarrollo.* Lima: San Marcos.

Soriano Reátegui, S. V (2018). *Evaluación de la conciencia turística de los actores en el espacio turístico de Cieneguilla en el año 2018.*

Pazos Pérez, B. A. *Desarrollo turístico sostenible en la localidad de Mollepata Cusco – 2017.*

#### **Páginas Web consultadas**

- <http://articulos.Corentt.Com/2015>
- <https://deconceptos.com/general/accion-2019/>
- <https://deconceptos.com/general/deterioro-2019/>
- <https://deconceptos.com/general/prevencion-2019/>
- <https://deconceptos.com/general/procedimientos-2019/>
- [www.recursos-humanos.infojobs.net](http://www.recursos-humanos.infojobs.net)-2018
- [www.up-spain.com](http://www.up-spain.com)-2015





# ANEXOS



### Anexo 1.- MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE LA VARIABLE

Variable	Dimensiones	Indicadores
<p><b>Conciencia Turística</b></p> <p>Sosa de la Cruz, 2004. Sostiene que es importante las actitudes y comportamiento de su población con el turista, por cuanto “la conciencia turística tiene implicancias sobre el conocimiento del potencial turístico, sobre las actitudes y compromisos morales y éticos, sobre el trato al turista en cuanto a bienvenida, hospitalidad y sobre el aprovechamiento de los recursos para que aporten beneficios al país.</p> <p>El desarrollo de una conciencia turística debe estar orientado a lograr que el turismo forme parte de la cultura de todos nosotros, para lo cual básicamente se requiere incluir turismo, artesanía y gestión empresarial como temáticas de los currículos educacionales en todos los niveles, así como promover campañas intensivas de conciencia turística a nivel nacional.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Conocimiento</b> Muñoz y Riverola, 2003, definen el conocimiento como la capacidad para resolver un determinado conjunto de problemas. Alavi y Leidner definen el conocimiento como la información que el individuo posee en su mente, personalizada y subjetiva, relacionada con hechos, procedimientos, conceptos, interpretaciones, ideas, observaciones, juicios y elementos que pueden ser o no útiles, precisos o estructurables.</li><li>• <b>Preservación</b> El Canadian Code of Ethics, 2003, afirma que preservación son todas las acciones desarrolladas para retardar el deterioro y/o para prevenir daños de la propiedad cultural.</li><li>• <b>Vocación de servicio</b> Kohan, Martin, 2009, afirma que la vocación es aquella que trae satisfacción personal al individuo porque le da posibilidades de desarrollar sus mejores aptitudes de afirmar sus verdaderos intereses y de no contradecir la estructura de su personalidad vocacional.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Capacidad</li><li>• Información</li><li>• Procedimientos</li> <li>• Acción</li><li>• Deterioro</li><li>• Prevenir daños de propiedad cultural</li> <li>• Aptitud de servicio</li><li>• Satisfacción de servicio</li></ul>



Anexo 2.- MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problema	Objetivos	Variable/Dimensiones	Metodología
<p><b>Problema General</b></p> <p>¿Cuál es el nivel de conciencia turística en la población de Chillihuani, ruta montaña Arco Iris, distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchi - Cusco 2019?</p>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Describir el nivel de conciencia turística en la población de Chillihuani, ruta montaña Arco Iris, Distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchi - Cusco 2019</p>	<p><b>Variable:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conciencia turística</li> </ul> <p><b>Dimensiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento</li> <li>• Preservación</li> <li>• Vocación de servicio</li> </ul>	<p><b>Tipo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Básico</li> </ul> <p><b>Nivel</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Descriptivo</li> </ul> <p><b>Diseño</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ No Experimental</li> </ul> <p><b>Enfoque</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cuantitativo</li> </ul> <p><b>Población</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pobladores de Chillihuani</li> <li>✓ Prestadores de servicio en la población de Chillihuani</li> </ul> <p><b>Técnica e instrumento</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Técnica:</b> Encuesta</li> <li>✓ <b>Instrumento:</b> Cuestionario</li> </ul> <p><b>Muestra</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 152 Pobladores</li> <li>✓ 52 Prestadores de servicio</li> </ul>
<p><b>Problemas Específicos</b></p> <p>¿Cuál es el nivel de conocimiento de los en la población de Chillihuani, ruta montaña Arco Iris, distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchi – Cusco 2019?</p>	<p><b>Objetivos Específicos</b></p> <p>Conocer cuál es el nivel de conocimiento en la población de Chillihuani, ruta montaña Arco Iris, Distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchi - Cusco 2019.</p>		
<p>¿Cómo es la preservación de la ruta montaña Arco Iris, distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchi - Cusco 2019?</p>	<p>Diagnosticar cómo es la preservación de la ruta montaña Arco Iris, Distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchi - Cusco 2019.</p>		
<p>¿Cómo es la vocación de servicio en la ruta montaña Arco Iris, distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchi - Cusco 2019?</p>	<p>Conocer el nivel de vocación de servicio en la ruta montaña Arco Iris, Distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchis - Cusco 2019.</p>		



**Anexo 3.- MATRIZ DEL INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCION DE DATOS**

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	PESO	N° DE ITEMS	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACION
Conciencia Turística	Conocimiento	Capacidad de resolver problemas Información Procedimientos	29%	5	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cuándo se presentan contingencias, se resuelven los problemas.</li> <li>2. Cuándo hay problemas con los turistas, encuentra la solución apropiada</li> <li>3. Se brinda Información del respeto al medio ambiente durante el recorrido hacia la montaña Arco Iris.</li> <li>4. Los turistas ponen en práctica la información que se les brinda</li> <li>5. Los procedimientos que se toman durante el recorrido dan resultados positivos.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>a) Siempre</li> <li>b) Casi siempre</li> <li>c) A veces</li> <li>d) Casi nunca</li> <li>e) Nunca</li> </ol>
	Preservación	Acción Deterioro Prevenir daños de propiedad	29%	5	<ol style="list-style-type: none"> <li>6. Las acciones que se toman son las adecuadas para preservar el medio ambiente en la ruta Montaña Arco Iris.</li> <li>7. Las acciones que tienen los visitantes durante el recorrido hacia la montaña en su mayoría son positivas.</li> <li>8. El deterioro de la ruta trae una mala imagen para los visitantes.</li> <li>9. Se dan charlas de concientización para la prevención de daños del atractivo natural (Montaña Arco Iris).</li> <li>10. Se colabora con la preservación de la Montaña Arco Iris.</li> </ol>	
	Vocación de Servicio	Aptitud de servicio Satisfacción personal	42%	7	<ol style="list-style-type: none"> <li>11. Se tiene la capacidad de realizar actividades que se presenten a último momento.</li> <li>12. Está predispuesto a colaborar con la gente que lo necesite.</li> <li>13. Tiene actitudes positivas con los turistas que visitan la zona</li> <li>14. Está comprometido con brindar servicios turísticos de calidad.</li> <li>15. Está conforme con los servicios que brinda a las personas que necesitan de su ayuda.</li> <li>16. Se crea vínculos positivos con los visitantes.</li> <li>17. La relación final que mantiene con los turistas lo hace sentir bien como persona.</li> </ol>	
		<b>Total</b>	100 %	17		



#### Anexo 4.- PROCEDIMIENTO DE LA BAREMACIÓN

La presente investigación utilizo la escala de medida para medir cada uno de los ítems:

Escala de medida	Valor
Nunca	1
Casi nunca	2
A veces	3
Casi siempre	4
Siempre	5

Promedio máximo de los ítems del instrumento:  $\bar{X}_{max} = 5$

Promedio mínimo de los ítems instrumento:  $\bar{X}_{min} = 1$

Rango:  $R = \bar{X}_{max} - \bar{X}_{min} = 4$

Amplitud:  $A = \frac{Rango}{Numero\ de\ escalas\ de\ interpretación} = \frac{4}{5} = 0.80$

#### Construcción de la Baremación:

Promedio	Escala de Interpretación
1,00 – 1,80	Totalmente inconciente
1,81 – 2,60	Ligeramente inconciente
2,61 – 3,40	Ligeramente conciente
3,41 – 4,20	Medianamente conciente
4,21 – 5,00	Totalmente conciente



## Anexo 5.- RESULTADOS DE LOS ÍTEMS DEL CUESTIONARIO PARA EL POBLADOR

### Preguntas para la dimensión conocimiento

			Totalmente inconciente		Ligeramente inconciente		Ligeramente conciente		Mediamente conciente		Totalmente conciente	
			f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Capacidad de resolver problemas	P1	Cuándo se presentan contingencias, se resuelven los problemas.	14	9.2%	21	13.8%	83	54.6%	34	22.4%	0	0.0%
	P2	Cuándo hay problemas con los turistas, encuentra la solución apropiada	12	7.9%	39	25.7%	74	48.7%	27	17.8%	0	0.0%
Información	P3	Se brinda Información del respeto al medio ambiente durante el recorrido hacia la montaña Arco Iris.	20	13.2%	60	39.5%	63	41.4%	9	5.9%	0	0.0%
	P4	Los turistas ponen en práctica la información que se les brinda	16	10.5%	54	35.5%	76	50.0%	6	3.9%	0	0.0%
Procedimiento	P5	Los procedimientos que se toman durante el recorrido dan resultados positivos.	14	9.2%	45	29.6%	82	53.9%	11	7.2%	0	0.0%

### Preguntas para la dimensión preservación

			Totalmente inconciente		Ligeramente inconciente		Ligeramente conciente		Mediamente conciente		Totalmente conciente	
			f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Acción	P6	Las acciones que se toman son las adecuadas para preservar el medio ambiente en la ruta Montaña Arco Iris.	9	5.9%	31	20.4%	98	64.5%	14	9.2%	0	0.0%
	P7	Las acciones que tienen los visitantes durante el recorrido hacia la montaña en su mayoría son positivos	6	3.9%	12	7.9%	65	42.8%	65	42.8%	4	2.6%
Deterioro	P8	El deterioro de la ruta trae una mala imagen para los visitantes	5	3.3%	21	13.8%	102	67.1%	24	15.8%	0	0.0%
Prevenir daños de propiedad	P9	Se dan charlas de concientización para la prevención de daños del atractivo natural (Montaña Arco Iris).	146	96.1%	2	1.3%	4	2.6%	0	0.0%	0	0.0%
	P10	Se colabora con la preservación de la Montaña Arco Iris.	9	5.9%	8	5.3%	30	19.7%	89	58.6%	16	10.5%



**Preguntas para la dimensión vocación de servicio**

			Totalmente inconciente		Ligeramente inconciente		Ligeramente conciente		Mediamente conciente		Totalmente conciente	
			f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Aptitud de servicio	P11	Se tiene la capacidad de realizar actividades que se presenten a último momento.	26	17.1%	73	48.0%	49	32.2%	4	2.6%	0	0.0%
	P12	Está predispuesto a colaborar con la gente que lo necesite.	12	7.9%	32	21.1%	95	62.5%	13	8.6%	0	0.0%
	P13	Tiene actitudes positivas con los turistas que visitan la zona	6	3.9%	8	5.3%	47	30.9%	80	52.6%	11	7.2%
	P14	Está comprometido con brindar servicios turísticos de calidad.	17	11.2%	62	40.8%	70	46.1%	3	2.0%	0	0.0%
Satisfacción personal	P15	Está conforme con los servicios que brinda a las personas que necesitan de su ayuda.	18	11.8%	59	38.8%	57	37.5%	18	11.8%	0	0.0%
	P16	Se crea vínculos positivos con los visitantes.	20	13.2%	39	25.7%	74	48.7%	18	11.8%	1	0.7%
	P17	La relación final que mantiene con los turistas lo hace sentir bien como persona.	13	8.6%	30	19.7%	76	50.0%	31	20.4%	2	1.3%



## Anexo 6.- RESULTADOS DE LOS ÍTEMS DEL CUESTIONARIO PARA EL PRESTADOR DE SERVICIOS

### Preguntas para la dimensión conocimiento

			Totalmente inconciente		Ligeramente inconciente		Ligeramente conciente		Mediamente conciente		Totalmente conciente	
			f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Capacidad de resolver problemas	P1	Cuándo se presentan contingencias, se resuelven los problemas.	0	0.0%	0	0.0%	18	34.6%	21	40.4%	13	25.0%
	P2	Cuándo hay problemas con los turistas, encuentra la solución apropiada	1	1.9%	0	0.0%	18	34.6%	23	44.2%	10	19.2%
Información	P3	Se brinda Información del respeto al medio ambiente durante el recorrido hacia la montaña Arco Iris.	0	0.0%	15	28.8%	19	36.5%	5	9.6%	13	25.0%
	P4	Los turistas ponen en práctica la información que se les brinda	0	0.0%	13	25.0%	17	32.7%	6	11.5%	16	30.8%
Procedimiento	P5	Los procedimientos que se toman durante el recorrido dan resultados positivos.	0	0.0%	3	5.8%	22	42.3%	17	32.7%	10	19.2%

### Preguntas para la dimensión preservación

			Totalmente inconciente		Ligeramente inconciente		Ligeramente conciente		Mediamente conciente		Totalmente conciente	
			f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Acción	P6	Las acciones que se toman son las adecuadas para preservar el medio ambiente en la ruta Montaña Arco Iris.	0	0.0%	0	0.0%	22	42.3%	26	50.0%	4	7.7%
	P7	Las acciones que tienen los visitantes durante el recorrido hacia la montaña en su mayoría son positivos	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	30	57.7%	22	42.3%
Deterioro	P8	El deterioro de la ruta trae una mala imagen para los visitantes	0	0.0%	1	1.9%	35	67.3%	16	30.8%	0	0.0%
Prevenir daños de propiedad	P9	Se dan charlas de concientización para la prevención de daños del atractivo natural (Montaña Arco Iris).	52	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	P10	Se colabora con la preservación de la Montaña Arco Iris.	0	0.0%	0	0.0%	4	7.7%	27	51.9%	21	40.4%





**Preguntas para la dimensión vocación de servicio**

			Totalmente inconciente		Ligeramente inconciente		Ligeramente conciente		Mediamente conciente		Totalmente conciente	
			f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Aptitud de servicio	P11	Se tiene la capacidad de realizar actividades que se presenten a último momento.	2	3.8%	16	30.8%	19	36.5%	3	5.8%	12	23.1%
	P12	Está predispuesto a colaborar con la gente que lo necesite.	0	0.0%	0	0.0%	25	48.1%	20	38.5%	7	13.5%
	P13	Tiene actitudes positivas con los turistas que visitan la zona	0	0.0%	0	0.0%	1	1.9%	18	34.6%	33	63.5%
	P14	Está comprometido con brindar servicios turísticos de calidad.	0	0.0%	0	0.0%	12	23.1%	34	65.4%	6	11.5%
Satisfacción personal	P15	Está conforme con los servicios que brinda a las personas que necesitan de su ayuda.	0	0.0%	0	0.0%	3	5.8%	38	73.1%	11	21.2%
	P16	Se crea vínculos positivos con los visitantes.	0	0.0%	0	0.0%	6	11.5%	32	61.5%	14	26.9%
	P17	La relación final que mantiene con los turistas lo hace sentir bien como persona.	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	18	34.6%	34	65.4%



## Anexo 7.- ENCUESTA AL POBLADOR

### UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

Sr(a) poblador de la Comunidad de Chillihuani la presente encuesta del proyecto de investigación que lleva por título Conciencia turística en la población de Chillihuani, ruta Montaña Arco Iris, distrito de Cusipata, provincia de Quispicanchi – Cusco 2019, que tiene por objetivo: **Describir el nivel de conciencia turística en la población de Chillihuani, ruta montaña Arco Iris, Distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchi – Cusco 2019.**

Para lo cual rogamos su participación respondiendo a las preguntas ya que estas son anónimas.

Datos Generales:

Sexo: (M) (F)

Edad: (15 – 20) ( )  
(21 – 25) ( )  
(26 – 37) ( )  
(38 – 43) ( )  
(44 – 50) ( )

Nivel de educación

1) Sin estudios ( )  
2) Primaria ( )  
3) Secundaria ( )  
4) Técnico ( )  
5) Otros ( )

Actividad a la que se dedica

1) Ganadería ( )  
2) Agricultura ( )  
3) Comercio ( )  
4) Actividad Turística ( )  
5) Otros ( )

Variable: **Conciencia Turística**

1. Cuando se presentan contingencias, se resuelven los problemas.
  - a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )
  
2. Cuando hay problemas con los turistas, encuentra la solución apropiada.
  - a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )



3. Se brinda información del respeto al medio ambiente durante el recorrido hacia la montaña Arco Iris.
  - a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )
  
4. Los turistas ponen en práctica la información que se les brinda.
  - a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )
  
5. Los procedimientos que se toman durante el recorrido dan resultados positivos.
  - a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )
  
6. Las acciones que se toman son las adecuadas para preservar el medio ambiente en la ruta Montaña Arco Iris.
  - a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )
  
7. Las acciones que tienen los visitantes durante el recorrido hacia la montaña en su mayoría son positivos.
  - a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )
  
8. El deterioro de la ruta trae una mala imagen para los visitantes
  - a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )
  
9. Se dan charlas de concientización para la prevención de daños del atractivo natural (Montaña Arco Iris).
  - a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )



10. Se colabora con la preservación de la montaña arco iris.
- a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )
11. Se tiene la capacidad de realizar actividades que se presenten a último momento.
- a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )
12. Está predispuesto a colaborar con la gente que lo necesite.
- a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )
13. Tiene actitudes positivas con los turistas que visitan la zona.
- a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )
14. Está comprometido con brindar servicios turísticos de calidad.
- a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )
15. Está conforme con los servicios que brinda a las personas que necesitan de su ayuda.
- a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )
16. Se crea vínculos positivos con los visitantes.
- a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )
17. La relación final que mantiene con los turistas lo hace sentir bien como persona.
- a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )



## Anexo 8.- ENCUESTA AL PRESTADOR DE SERVICIOS

### UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

Sr(a) poblador de la Comunidad de Chillihuani la presente encuesta del proyecto de investigación que lleva por título Conciencia turística en la población de Chillihuani, ruta Montaña Arco Iris, distrito de Cusipata, provincia de Quispicanchi – Cusco 2019, que tiene por objetivo: **Describir el nivel de conciencia turística en la población de Chillihuani, ruta montaña Arco Iris, Distrito de Cusipata, Provincia Quispicanchi – Cusco 2019.**

Para lo cual rogamos su participación respondiendo a las preguntas ya que estas son anónimas.

Datos Generales:

Sexo: (M) (F)

Edad: (15 – 20) ( )  
(21 – 25) ( )  
(26 – 37) ( )  
(38 – 43) ( )  
(44 – 50) ( )

Nivel de educación

1) Primaria ( )  
2) Secundaria ( )  
3) Técnico ( )  
4) Universitario ( )  
5) Otros ( )

Actividad a la que se dedica

1) Transporte turístico ( )  
2) Restaurante ( )  
3) Comercio ( )  
4) Guía oficial de turismo ( )  
5) Arriero ( )

Variable: **Conciencia Turística**

1. Cuando se presentan contingencias, se resuelven los problemas.
  - a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )
  
2. Cuando hay problemas con los turistas, encuentra la solución apropiada.
  - a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )



3. Se brinda información del respeto al medio ambiente durante el recorrido hacia la montaña Arco Iris.
  - a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )
  
4. Los turistas ponen en práctica la información que se les brinda.
  - a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )
  
5. Los procedimientos que se toman durante el recorrido dan resultados positivos.
  - a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )
  
6. Las acciones que se toman son las adecuadas para preservar el medio ambiente en la ruta Montaña Arco Iris.
  - a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )
  
7. Las acciones que tienen los visitantes durante el recorrido hacia la montaña en su mayoría son positivos.
  - a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )
  
8. El deterioro de la ruta trae una mala imagen para los visitantes
  - a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )
  
9. Se dan charlas de concientización para la prevención de daños del atractivo natural (Montaña Arco Iris).
  - a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )



10. Se colabora con la preservación de la montaña arco iris.
- a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )
11. Se tiene la capacidad de realizar actividades que se presenten a último momento.
- a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )
12. Está predispuesto a colaborar con la gente que lo necesite.
- a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )
13. Tiene actitudes positivas con los turistas que visitan la zona.
- a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )
14. Está comprometido con brindar servicios turísticos de calidad.
- a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )
15. Está conforme con los servicios que brinda a las personas que necesitan de su ayuda.
- a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )
16. Se crea vínculos positivos con los visitantes.
- a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )
17. La relación final que mantiene con los turistas lo hace sentir bien como persona.
- a) Siempre ( )
  - b) Casi siempre ( )
  - c) A veces ( )
  - d) Casi nunca ( )
  - e) Nunca ( )