



# UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

## FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

### ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



Tesis

---

#### ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL CIRCUITO DE LAS SIETELAGUNAS DEL DISTRITO DE OCONGATE DE LA PROVINCIA DE QUISPICANCHI, CUSCO - 2022

---

**Línea de investigación: Gestión de destinos turísticos**

Presentado por:

**Bach.** Jossue Rodrigo Flores Morales

Código ORCID: 0009-0006-8047-1305

Para optar al título profesional de:

**Licenciado en Turismo**

Asesor:

**Dr.** Ronal Raúl Flórez Díaz

Código ORCID: 0000-0002-5743-1384

**CUSCO – PERÚ**

**2023**



### Metadatos

Datos del autor	
Nombres y apellidos	Jossue Rodrigo Flores Morales
Número de documento de identidad	71413012
URL de Orcid	<a href="https://orcid.org/0009-0006-8047-1305">https://orcid.org/0009-0006-8047-1305</a>
Datos del asesor	
Nombres y apellidos	Ronal Raúl Flórez Díaz
Número de documento de identidad	23991729
URL de Orcid	<a href="https://orcid.org/0000-0002-5743-1384">https://orcid.org/0000-0002-5743-1384</a>
Datos del jurado	
Presidente del jurado (jurado 1)	
Nombres y apellidos	Friné Valderrama Vizcarra
Número de documento de identidad	23858957
Jurado 2	
Nombres y apellidos	Yohny Luz Martínez Trujillo
Número de documento de identidad	23870561
Jurado 3	
Nombres y apellidos	José Hernán Zamalloa Huambo
Número de documento de identidad	23875834
Jurado 4	
Nombres y apellidos	Carla Rina Arbulu Jurado
Número de documento de identidad	40975724
Datos de la investigación	
Línea de investigación de la Escuela Profesional	Gestión de destinos turísticos



# ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL CIRCUITO DE LAS SIETE LAGUNAS DEL DISTRITO DE OCONGATE DE LA PROVINCIA DE QUISPICANCHI, CUSCO - 2022

*por* Jossue Rodrigo Flores Morales

---

**Fecha de entrega:** 22-feb-2024 05:36p.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 2301113312

**Nombre del archivo:** TRITO\_DE\_OCONGATE\_DE\_LA\_PROVINCIA\_DE\_QUISPICANCHI\_CUSCO\_2022.pdf  
(1,009.78K)

**Total de palabras:** 19159

**Total de caracteres:** 109189



**UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO**

**FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**



Tesis

---

**ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL CIRCUITO DE LAS SIETE  
LAGUNAS DEL DISTRITO DE OCONGATE DE LA PROVINCIA DE  
QUISPICANCHI, CUSCO - 2022**

---

**Línea de investigación: Gestión de destinos turísticos**

Presentado por:

**Bach. Jossue Rodrigo Flores Morales**

Código ORCID: 0009-0006-8047-1305

Para optar al título profesional de:

**Licenciado en Turismo**

Asesor:

**Dr. Ronal Raúl Flórez Díaz**

Código ORCID: 0000-0002-5743-1384

**CUSCO – PERÚ**

**2023**



# ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL CIRCUITO DE LAS SIETE LAGUNAS DEL DISTRITO DE OCONGATE DE LA PROVINCIA DE QUISPICANCHI, CUSCO - 2022

## INFORME DE ORIGINALIDAD

**21** %  
INDICE DE SIMILITUD

**19** %  
FUENTES DE INTERNET

**2** %  
PUBLICACIONES

**11** %  
TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

**1** [slideplayer.es](https://www.slideplayer.es)  
Fuente de Internet **1** %

**2** [sga.unemi.edu.ec](https://sga.unemi.edu.ec)  
Fuente de Internet **1** %

**3** [repositorioslatinoamericanos.uchile.cl](https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl)  
Fuente de Internet **1** %

**4** [6505a505-f375-40a6-8283-49d64f42176c.filesusr.com](https://6505a505-f375-40a6-8283-49d64f42176c.filesusr.com)  
Fuente de Internet **<1** %

**5** [doaj.org](https://doaj.org)  
Fuente de Internet **<1** %

**6** Submitted to University of Leeds  
Trabajo del estudiante **<1** %

**7** Submitted to Zamorano University  
Trabajo del estudiante **<1** %

**8** [www.inkayniperutours.com](https://www.inkayniperutours.com)  
Fuente de Internet **<1** %

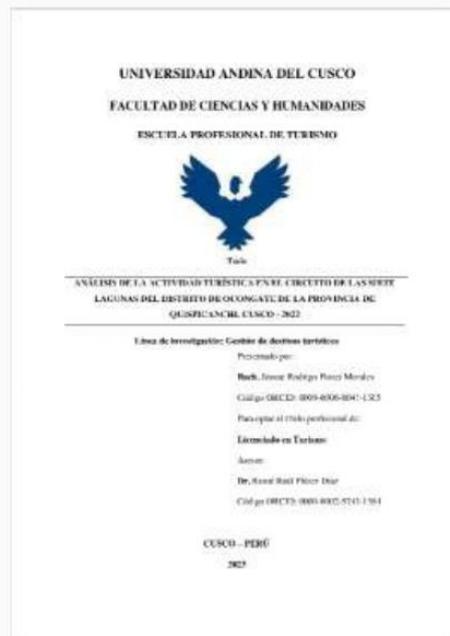


## Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Jossue Rodrigo Flores Morales  
Título del ejercicio: TURNITIN  
Título de la entrega: ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL CIRCUITO DE L...  
Nombre del archivo: TRITO\_DE\_OCONGATE\_DE\_LA\_PROVINCIA\_DE\_QUISPICANCHI...  
Tamaño del archivo: 1,009.78K  
Total páginas: 93  
Total de palabras: 19,159  
Total de caracteres: 109,189  
Fecha de entrega: 22-feb.-2024 05:36p. m. (UTC-0500)  
Identificador de la entre... 2301113312



Derechos de autor 2024 Turnitin. Todos los derechos reservados.



## Presentación

Señora Decana de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad andina del Cusco Dra. Aydee Flores Contreras

Distinguidos miembros del jurado:

De conformidad con la resolución N° 220-CU-2019-UAC 20, de Grados y Títulos de la Escuela Profesional de Turismo, de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad Andina del Cusco (UAC), presentamos ante ustedes el presente trabajo de investigación, titulado: **“ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL CIRCUITO DE LAS SIETE LAGUNAS DEL DISTRITO DE OCONGATE DE LA PROVINCIA DE QUISPICANCHI, CUSCO - 2022”**, de esta forma optar el título profesional de Licenciado en Turismo.



## Agradecimiento

En primer lugar, a Dios todopoderoso porque puso en mi camino todo lo necesario para llegara este momento importante en mi formación profesional y personal.

A todas las autoridades y mis docentes de mi primera casa de estudio Universidad Andina delCusco, en especial remembranza a mi asesor de tesis Dr. Ronal Raúl Flórez Diaz.

A mi familia, por su esfuerzo y su tiempo.

Al desprendimiento de todas las personas que me brindaron su apoyo directa e indirectamentepara la realización y culminación de esta investigación.

**Bach.** Jossue Rodrigo Flores Morales



## Dedicatoria

A mis amados progenitores: mi madre y mi padre, que son mi fuente de inspiración para dar todo lo necesario y demostrar que todo se puede con sacrificio, esfuerzo y dedicación.

A mis amados hermanos son mi fuente de motivación para seguir hacia adelante a pesar de todo, pensando siempre en nuestro futuro.

Y a toda mi familia en general del mundo terrenal y del mundo espiritual que siempre están presente en los momentos buenos y malos.

**Bach.** Jossue Rodrigo Flores Morales



## Resumen

El presente estudio titulado “Análisis de la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del distrito De Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco - 2022” tiene como objetivo general analizar la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco – 2022. Se utilizó un tipo de investigación básica, enfoque cuantitativo, diseño no experimental transversal de alcance descriptivo, se aplicó una encuesta a 95 turistas que visitan las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, mediante un cuestionario, donde se llegó a la conclusión general que la actividad turística que se desarrolla en el circuito de las siete lagunas, es calificado como regular por el 40% de los encuestados, la respuesta se debe a que existe falencias visibles en la demanda y oferta turística, así como en el espacio geográfico donde se desarrollan actividades, los operadores del mercado no respetan los tiempos y esto hace que los turistas se sientan insatisfechos.

***Palabras clave:*** *Actividad turística, Circuito Siete Lagunas, Ocongate.*



## Abstract

The present study titled “Analysis of tourist activity in the circuit of the seven lagoons of the Ocongate district of the Province of Quispicanchi, Cusco - 2022” has as a general objective to analyze the tourist activity in the circuit of the seven lagoons of the Ocongate district. of the province of Quispicanchi, Cusco - 2022. A type of basic research, quantitative approach, non-experimental cross-sectional design of descriptive scope was used, a survey was applied to 95 tourists who visited the seven lagoons of the Ocongate district of the province of Quispicanchi. , through a questionnaire, where the general conclusion was reached that the tourist activity that takes place in the circuit of the seven lagoons is classified as regular by 40% of those surveyed, the answer is due to the fact that there are visible flaws in the tourism demand and supply, as well as in the geographical space where activities are carried out, market operators do not respect the times and this makes tourists feel dissatisfied.

**Keywords:** *Tourist activity, Siete Lagunas Circuit, Ocongate.*



## Índice

<b>PRESENTACIÓN.....</b>	<b>2</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>III</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>IV</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>V</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>VI</b>
<b>ÍNDICE .....</b>	<b>VII</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>X</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS.....</b>	<b>XI</b>
<b>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	1
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	4
1.2.1 Problema general .....	4
1.2.2 Problemas específicos.....	4
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	4
1.3.1 Conveniencia .....	4
1.3.2 Relevancia social .....	5
1.3.3 Implicancias prácticas.....	5
1.3.4 Valor teórico .....	5
1.3.5 Utilidad metodológica .....	5
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
1.4.1 Objetivos generales.....	6
1.4.2 Objetivos específicos .....	6
1.5 DELIMITACIONES DEL ESTUDIO .....	6



<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>8</b>
2.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO .....	8
2.1.1 Antecedentes Internacionales .....	8
2.1.2 Antecedentes Nacionales .....	10
2.1.3 Antecedentes locales.....	13
2.2 BASES TEÓRICAS .....	18
2.3 VARIABLE .....	33
2.3.1 Identificación de la variable Actividad turística .....	33
2.3.2 Operacionalización de variables .....	34
2.4 DEFINICIÓN CONCEPTUAL .....	35
<b>CAPÍTULO III: MÉTODO .....</b>	<b>39</b>
3.1 DISEÑO METODOLÓGICO.....	39
3.2 UNIDAD DE ESTUDIO .....	40
3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	40
3.4 VALIDEZ Y CONFORMIDAD DE LOS INSTRUMENTOS.....	41
3.5 PLAN DE ANÁLISIS DE DATOS.....	42
<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>43</b>
4.1 PRESENTACIÓN Y FIABILIDAD DEL INSTRUMENTO APLICADO.....	43
4.2 ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS .....	44
<b>CAPÍTULO V: DISCUSIÓN Y PROPUESTAS.....</b>	<b>53</b>
5.1 DISCUSIÓN.....	53
5.1.1 Descripción de los hallazgos más relevantes .....	53
5.1.2 Limitaciones del estudio .....	53
5.1.3 Comparación crítica con la literatura existente .....	54
5.2 PROPUESTAS.....	56



<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>64</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>66</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>68</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>73</b>
ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA .....	74
ANEXO 2: MATRIZ DE INSTRUMENTO .....	75
ANEXO 3: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	77
ANEXO 4: EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS .....	79



## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Cuadro de operacionalización de variables.....	34
<b>Tabla 2</b> <i>Estadísticas de fiabilidad</i> .....	41
<b>Tabla 3</b> <i>Distribución de los ítems del cuestionario</i> .....	43
<b>Tabla 4</b> <i>Resultados estadísticos referidos a la variable Actividad Turística</i> .....	44
<b>Tabla 5</b> <i>Resultados estadísticos referidos a la dimensión Demanda Turística</i> .....	45
<b>Tabla 6</b> <i>Resultados estadísticos referidos a la dimensión Oferta Turística</i> .....	47
<b>Tabla 7</b> <i>Resultados estadísticos referidos a la dimensión Espacio Geográfico</i> .....	49
<b>Tabla 8</b> <i>Resultados estadísticos referidos a la dimensión Operadores de mercado</i> .....	51



## Índice de figuras

<b>Figura 1</b> <i>Ubicación Pacchanta Circuito 7 Lagunas</i> .....	7
<b>Figura 2</b> <i>Resultado estadísticos referidos a la variable Actividad Turística</i> .....	44
<b>Figura 3</b> <i>Resultados estadísticos referidos a la dimension Demanda Turística</i> .....	45
<b>Figura 4</b> <i>Resultados estadísticos referidos a la dimension Oferta Turística</i> .....	47
<b>Figura 5</b> <i>Resultados estadísticos referidos a la dimension Espacio Geográfico</i> .....	49
<b>Figura 6</b> <i>Resultados estadísticos referidos a la dimension Operadores de mercado</i> .....	51



## Capítulo I: Introducción

### 1.1 Planteamiento del problema

En el ámbito internacional, se tiene el caso específico de España, en el 2017, supero el número de visitantes, debido a que cerca de 80 millones llegaron a este país, posicionándolo como el segundo país más visitado en el mundo, solo debajo de Francia, Estados Unidos y China. Y dicho éxito se le atribuye a la rica y variada oferta cultural y también natural, pero también resalta sus infraestructuras súper modernas, así como la calidad del transporte y la capacidad hotelera que posee. Y todo ello hace que tenga una gran ventaja competitiva frente a otros países de la urbe (Galván, 2019).

El Perú, de acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), percibió cerca de 4.4 millones de turistas de índole internacional en el periodo 2018, eso quiere decir cerca de un 9.6% más que el periodo 2017, el cual genero una entrada de divisas cercanas a los US\$ 4,895 millones, un 7% más que en el año 2017. Dicha cantidad de turistas fueron de Chile y EE.UU, que juntando todo representa el 50% de la totalidad. Cabe destacar que 8 de 10 países de origen de los viajes son de países latinoamericanos y que la línea de crecimiento está dado por el número de establecimiento hoteleros que existe en el país, para diciembre 2018, aumento a 22,157, un 0.4% más que en diciembre de 2017 (CONFIEP, 2019).

En el año 2019, se presenció una caída sin precedentes del turismo en el territorio peruano así como en el ámbito internacional, en el mes de marzo la OMS menciona que hay emergencia de Salud pública, y para el mes de abril el 100% de los destinos turísticos en el mundo se indicó restricciones de movilidad y para el mes de noviembre cerca del 27% de los destinos mundiales cerraron sus fronteras a todo tipo de (OMT, 2021). En el Perú se observó que se minimizó el ingreso de turistas internacionales en un 74% para el 2019. En el periodo 2020, en el tercer trimestre se mostraron mejoras respecto al



desempeño turístico nacional, pero, para el tercer trimestre del 2020, la cantidad de divisas por el rubro del turismo se redujo a cerca del 98%, la movilización de pasajeros en los aeropuertos bajo un 93,6% y el movimiento hacia los atractivos turistas bajo a un 99.8%. Asimismo, Cusco tuvo una afluencia a atractivos turísticos equivalente a -80.8% (ComexPerú, 2021).

En el Cusco, según los datos de Mincetur en el 2018, se tuvieron 2.8 millones de viajes hacia el Cusco, dicho dato representa cerca del 6.3% de la totalidad de viajes que hubo en el ámbito nacional. De igual manera en ese año se contempló que hubo cerca de 1.7 millones de turistas extranjeros, que recorrieron la ciudad representando el 39.5% de la totalidad de visitas al país. Que fue una diferencia significativa (Zárate, 2020).

El circuito de las siete lagunas del Ausangate que se sitúa en el distrito de Ocongate, se ubica a 100 kilómetros de la ciudad del Cusco, se encuentra rodeada del hermoso nevado del mismo nombre a una altura de 6384 m.s.n.m. Dicho nevado es considerado como la quinta montaña más alta del Perú. Es así que las 7 lagunas tienen nombres como Puka Cocha, Pata Cocha, Laguna Alka Cocha, Ccomer Cocha, Laguna Orco, China Otorongo Y Azul Cocha, dichas lagunas irán variando su color desde las aguas más oscuras, hasta las aguas más cristalinas. Y terminando el recorrido se puede ingresar a las aguas termales de Pacchanta, el cual es un lugar para tomarte un baño, relajarte, tomarte fotografías en las aguas con el fondo del Nevado Ausangate.

El estudio se sitúa en el circuito de las siete lagunas, la cual resalta por el contraste natural de sus recursos turísticos, lo cristalino de sus lagunas, y la experiencia de poder estar tan cerca de las faldas de un nevado, el lugar de estudio cuenta con un circuito turístico llamado las siete lagunas y en este se observa falencias en los servicios turísticos, que hacen que el turista tenga comentarios y experiencias negativas, comenzando por la seguridad, señalética en los senderos, indicaciones de zonas de descanso, así mismo se



visualiza que no hay tachos de basura, ni mucho menos información descriptiva de las lagunas mediante organizadores visuales en cada sector, en la actualidad, las personas que hacen de guías, son personas del sector, los cuales no tienen una capacitación adecuada sobre la calidad de servicio ni mucho menos las herramientas necesarias para atender alguna emergencia que pueda suceder. Otro punto es la planta turística del sector de Pacchanta, donde inicia la caminata, en el cual no tiene la infraestructura necesaria como parqueo de vehículos, restaurantes, información turística, seguridad, señalética, hospedajes adecuados que puedan brindar comodidad a los visitantes que a diario acuden al lugar.

De continuar con esta situación, se tendrán comentarios negativos respecto a este sector que está lleno de escenarios y paisajes insuperables, al no tener una adecuada planta turística, se tendrán pocos visitantes y dejara de ser el sustento económico, a muchas de estas familias que en la actualidad se dedican a esta actividad, por lo mismo al no tener una adecuada señalización se tendrán penosas situaciones concernientes a la integridad de los visitantes, debido a que el trayecto no tiene indicaciones, ni carteles informativos, finalmente al no mejorar tanto en la seguridad, la integración de tachos de basura y la potenciación de la planta turística, este sector no podrá ser considerado como un lugar apto para los turistas, quienes decidirán elegir por otras opciones y dejarán de lado este sector, dejando a varias familias sin el ingreso económico de esta actividad.

Para poder mejorar dicha situación, se tendrá que tener constantes reuniones por parte de los pobladores con la sub gerencia de desarrollo económico y promoción empresarial de la Municipalidad Distrital de Ocongate, con la finalidad de poder expresarle las falencias detectadas y que puedan realizar faenas y mejorar la infraestructura para poder brindar a los visitantes un paseo ideal y que pueda disfrutar de manera plena el recorrido y la visualización de paisajes extraordinarios, finalmente



solicitar capacitaciones respecto a la calidad del servicio para poder mejorar y satisfacer al visitante, y de esta manera se pueda tener comentarios y experiencias positivas que puedan ser referentes para otros visitantes.

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema general**

¿Cómo es la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco – 2022?

### **1.2.2 Problemas específicos**

- ¿Cómo es la demanda en la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco – 2022?
- ¿Cómo es la oferta en la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco – 2022?
- ¿Cómo es el espacio geográfico donde se desarrolla la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco – 2022?
- ¿Cómo son los operadores de mercado en la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco – 2022?

## **1.3 Justificación**

### **1.3.1 Conveniencia**

La presente investigación es conveniente, debido a que en la actualidad, la promoción y sobre todo la difusión de lugares que poseen naturaleza, es vital para la diversificación económica de la comunidad o centro poblado donde se ubica la actividad turística, es por ello que el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco, es un lugar adecuado para poder



analizar la actividad turística que se desarrolla.

### **1.3.2 Relevancia social**

El presente estudio tiene una relevancia social, debido a que aportara con la detección de falencias y el diseño de propuestas de mejora para los pobladores que en la actualidad dan soporte turístico a los visitantes del circuito de las siete lagunas del Ausangate, de esta manera podrán mejorar sus ambientes y dar mejores servicios y de esta manera tener a visitantes más satisfechos.

### **1.3.3 Implicancias prácticas**

El presente estudio tiene como implicancias prácticas, que se desarrollara en el circuito de las siete lagunas del Ausangate, el cual es un sector lleno de flora y fauna, y sobre todo de paisajes extraordinarios para los visitantes que les gusta el trekking, es por ello que se analizara la actividad turística que se desarrolla, y dar posibles mejoras para que la Municipalidad Distrital de Ocongate, pueda realizar esfuerzos para llenar cada una de las expectativas que tienen los turistas sobre dicho sector.

### **1.3.4 Valor teórico**

El presente estudio tiene valor teórico, debido a que se tendrá que recabar la información suficiente para poder fortalecer la variable de estudio (actividad turística) y cada una de sus dimensiones, con el fin de tener las teorías, conceptos, importancia, elementos que puedan constituir fuentes fiables para fundamentar el estudio en su totalidad.

### **1.3.5 Utilidad metodológica**

El estudio tiene utilidad metodológica, debido a que en cada etapa del desarrollo del trabajo de investigación se guiara por el método científico, el cual indica los pasos a seguir para realizar un estudio, de esta manera se podrá diseñar un instrumento que sea idóneo para la recolección de datos necesarios para demostrar la



finalidad del estudio.

## **1.4 Objetivos de la investigación**

### **1.4.1 Objetivos generales**

Analizar la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco – 2022

### **1.4.2 Objetivos específicos**

- Describir la demanda en la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco – 2022
- Determinar la oferta en la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco – 2022
- Describir el espacio geográfico donde se desarrolla la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco – 2022
- Describir los operadores de mercado en la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco – 2022

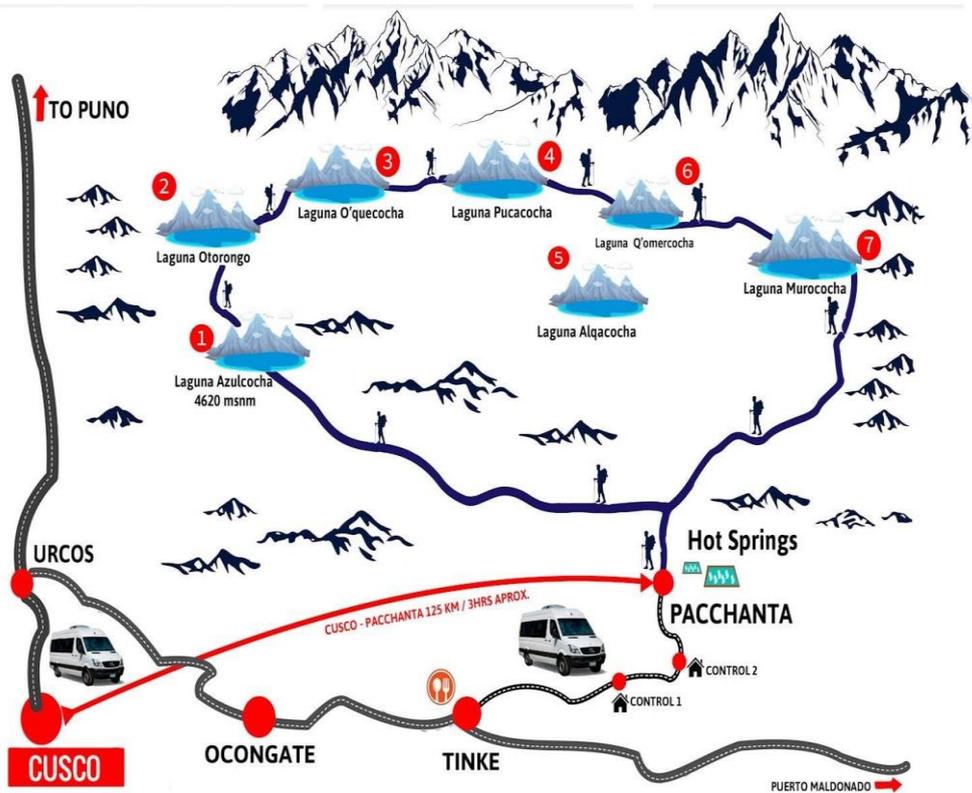
## **1.5 Delimitaciones del estudio**

### **a) Delimitación espacial**

El presente estudio se desarrolló en el sector de Pacchanta, que se ubica en el distrito de Ocongate, perteneciente a la provincia de Quispicanchi, del departamento del Cusco.



**Figura 1**  
*Ubicación Pacchanta Circuito 7 Lagunas*



b) Delimitación temporal

El estudio se realizó en el periodo 2022, en el cual se aplicó la recolección de información de este sector.



## Capítulo II: Marco teórico

### 2.1 Antecedentes del estudio

#### 2.1.1 Antecedentes Internacionales

**Título:** “La actividad turística en el ecosistema de la reserva de fauna andina Eduardo Avaroa y los impactos ambientales”

**Autor:** Alexander Sandro Plaza Ordoñez

**Universidad:** Universidad Mayor de San Andrés

**Año:** 2018

**Lugar:** La Paz – Bolivia

**Objetivo General:** Analizar la influencia de la actividad turística en la contaminación del ecosistema de la Reserva Eduardo Avaroa.

**Conclusiones:**

- Se concluye que, el turismo como actividad en esta zona, coadyuva en el problema de la contaminación ambiental, en la Reserva de Fauna Andina Eduardo Avaroa mediante el daño que se le ocasiona al suelo, pues el transporte ignora las vías vehiculares existentes, a la vez no les interesa respetar las señales instauradas, ni la zonificación que indica el lugar como zona turística dentro de la reserva, de igual modo le restan importancia a la capa del suelo ocasionando su paulatina degradación, que como consecuencia forman paisajes que se observan antinaturales, por otra parte el impacto ambiental más observable y que se da con mayor intensidad es el tránsito de los vehículos que se desarrolla de forma desordenada, en zonas desérticas (los arenales) en zonas abiertas, las planicies y los bordes de lagunas.
- Las actividades turísticas que influyen y perjudican el medio ambiente, de la



Reserva son: el Trekking, sub modalidad, esta actividad consiste en la realización de jornadas de viaje en rutas y caminos a pie, estas se realizan con un guía o auto guía, en compañía de grupos numerosos o selectos de poca cantidad, estos afectan el ecosistema por el tránsito que realizan, ya que maltratan con sus pisadas la vegetación, ocasionando pérdidas en la cobertura vegetal, otra actividad que influye y perjudica el ecosistema es el Hard adventure, es una actividad de recreación que hace uso del medio ambiente natural sea rural o urbano, como un recurso de producción de emociones sensaciones y experiencias emotivas, que incluyen algunos grados de riesgo de manera controlada para los participantes, la forma en que afecta al ecosistema es a través de la aglomeración de los concurrentes, a las lagunas, hecho que generalmente trae como consecuencia, la acumulación de desechos sólidos repartidos en toda la zona a raíz de esta actividad..

- De igual modo consideramos como otra actividad turística perjudicial, para el ecosistema el uso de las Aguas termales, que pese a considerarse como una actividad no muy intrusiva, cuyo objetivo fundamental refieren que es el tratamiento o curación de enfermedades, mediante el uso de estas aguas consideradas medicinales, en ese sentido se considera que tiene un gran potencial la Reserva Eduardo Avaroa, esta actividad sin embargo afecta el ecosistema de esta reserva debido al uso de detergentes químicos, (shampoos, jabones, acondicionadores, otros) que no son controlados adecuada ni oportunamente, así como la infiltración de otros contaminantes (Plaza, 2018).

### **Apreciación Crítica**

En esta investigación fue posible ver la importancia de la actividad turística, pero también, el impacto que puede tener la contaminación en las actividades, si bien



del rubro turístico se puede tener uno de los mayores ingresos económicos, es recomendable controlar y limitar los agentes contaminantes en cada una de las actividades, y de esta forma fomentar la actividad turística sostenible.

### 2.1.2 Antecedentes Nacionales

**Título:** “Análisis de la actividad turística en las Lomas de Lúcumo y su incidencia en la calidad de servicio, 2019”

**Autor:** Mirtha Rondon Challco

**Universidad:** Universidad San Martín de Porres

**Año:** 2020

**Lugar:** Lima – Perú

**Objetivo general:** Analizar los factores de la actividad turística que inciden en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.

#### **Conclusiones:**

- Se concluye que el factor de la actividad turística tiene relación significativa en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo, puesto que según la prueba de hipótesis demuestra una relación al 69.3% destacando el nivel de aprobación de las variables de la investigación. Así mismo, se debe indicar que los factores más influyentes en la calidad de servicio son: la oferta y los operadores de mercado, esto debido a falencias en la gestión del lugar, el cual, si bien es cierto, ha logrado un desarrollo en los últimos años, este ha sido a paso lento, ya que no cuentan con el apoyo y respaldo suficiente de entidades públicas o privadas.
- Se concluye que de manera general los visitantes de esta zona realizan su llegada por vez y refieren que si tienen intenciones de regresar, empero se toma como una desventaja que existe escaso conocimiento respecto a los anhelos y las expectativas del turista de las Lomas de Lúcumo, hecho ocasionado por la



carencias de investigaciones y herramientas útiles que permitan sistematizar datos que contribuyan a un mejor conocimiento de los clientes o usuarios, situación que coadyuvaría en la comercialización y promoción del destino turístico, al cual se considera no se le está sacando el máximo provecho, mediante esos sistemas bien podrían compartirse datos importantes acerca del paraje a los clientes y potenciales consumidores.

- Se concluye también que esta área natural no presenta caminos que garanticen la seguridad de los visitantes, se observa esta situación a lo largo de todo el recorrido, esto a razón de la falta de mantenimiento. Así también se considera que la accesibilidad es limitada, debido a que la movilidad son insuficientes o inseguros para el transporte al lugar turístico. (Rondon, 2020).

### **Apreciación Crítica**

En esta investigación también se analiza la importancia de la actividad turística en el desarrollo del atractivo turístico, el cual contribuye con ingresos económicos a la población que pertenece, y al mismo tiempo edifica importantes vínculos que permitan el compromiso con la Cultura y naturaleza existente en el lugar a través de las participaciones activas, que garanticen el buen funcionamiento de este sitio, así como una adecuada relación con los turistas que visitan la zona en búsqueda de un disfrute satisfactorio de los paisajes turísticos.

**Título:** “Análisis de las estrategias de actividades turísticas de los prestadores de servicios turísticos del distrito de Callahuanca, provincia de Huarochirí, región Lima, en el año 2019”

**Autor:** Devoni Ghisela Carrion Castrejon y Valeska Briseida Rodriguez Daviran

**Universidad:** Universidad Nacional de Educación

**Año:** 2021



**Lugar:** Lima – Perú

**Objetivo general:** Determinar de qué manera emplean estrategias de promoción turística los prestadores de servicios turísticos del distrito de Callahuanca, provincia de Huarochirí, región Lima

**Conclusiones:**

- Se determina que el uso de estrategias y herramientas para la promoción turística de los agentes de servicios turísticos se da de forma inadecuada, en el distrito de Callahuanca, provincia de Huarochirí, región Lima, en el 2019. Los resultados encontrados exponen que, el 69% de los participantes de la encuesta utilizan de manera inadecuada e incluso ninguna estrategia, en beneficio de la promoción turística sin embargo se determinó que únicamente el 31% lo realiza de manera correcta, entonces, podemos afirmar que utilizan al menos dos o tres estrategias para la promoción turística.
- La continuidad en la participación para realizar las labores para las relaciones publicitarias, es baja, en los agentes prestadores de servicio al turista del distrito de Callahuanca, provincia de Huarochirí, región Lima, en el 2019. De acuerdo a los resultados se nota que de la muestra participante de la encuesta, el 25 % de estos ha colaborado más de dos veces en las actividades vinculadas a las relaciones publicas en tanto un 75% ha colaborado solo una vez o nunca contribuyo en absolutamente ninguna actividad respecto a las relaciones públicas.
- La periodicidad del uso de herramientas o instrumentos de venta, es incorrecta, en los agentes prestadores de servicios turísticos del distrito de Callahuanca, provincia de Huarochirí, región Lima, en el 2019. Según los resultados se expone que; el 53% de personas encuestadas, evidencian bajo nivel al momento de utilizar métodos que mejoren la promoción de ventas; en tanto otro 47%



evidencian un índice medio en la utilización métodos de promoción de ventas (Carrion & Rodriguez, 2021).

### **Apreciación Crítica**

El siguiente trabajo de investigación guarda similitud con nuestro trabajo, ya que concuerda en que considera como una de las actividades económicas más importantes de la economía mundial al turismo, y esto se deben en gran medida a los miles de desplazamientos que realizan los turistas alrededor del mundo. Gracias al incremento de la oferta de productos en el sector de movilidad terrestre, hotelero y el desarrollo de nuevos destinos turísticos que ofrecen servicios con altos estándares de calidad y diversidad.

#### **2.1.3 Antecedentes locales**

**Título:** “Impacto de la actividad turística en el crecimiento de la economía regional de Cusco, 2000 – 2015”

**Autores:** Jonatan Félix Gonzales Delgado y Kathia Huanca Solis

**Universidad:** Universidad Andina del Cusco

**Año:** 2018

**Lugar:** Cusco – Perú

**Objetivo General:** Determinar el impacto de la actividad turística en el crecimiento económico en la Región del Cusco 2000 – 2015.

#### **Conclusiones:**

- A nivel mundial el turismo como actividad ha presentado con considerable desarrollo que aproximadamente en promedio representa un porcentaje de 3.8% anualmente, y en Sur América crece en promedio un 5.1% anualmente, estos índices nos muestran que en tanto se realice mayor inversión en el ámbito turístico y mientras represente un factor cada vez más relevante dentro de la inversión



total; el PBI de la ciudad del Cusco ira modificándose ascendente y proporcionalmente, ello en relación a la investigación que expone la hipótesis principal de la presente tesis. Entonces podemos afirmar que, si se cambia en 1%, el monto de inversión turística de acuerdo a la inversión general en la ciudad del Cusco. El PBI se modificaría aproximadamente al 3%; en consecuencia existiría un considerable crecimiento de la economía gracias al aporte del turismo.

- El turismo como actividad principal en el Perú expone el movimiento y dinamismo que se evidencia a nivel mundial, entonces se establece que en Cusco, el desarrollo de la actividad turística se ha visto influenciada para elevar sus índices de movimiento económico gracias a la declaratoria de Machupicchu como una de las 7 maravillas modernas, siendo representado estos índices por el 65% en promedio general a partir del año 1990 hasta el 2015 datos relacionados al número de visitas que recibe el santuario histórico de Machupicchu es a partir de este destino turístico que se ostenta un mayor desarrollo sostenido en el ámbito turístico, como origen de la actividad y movimiento económico (Gonzales & Huanca, 2018).

### **Apreciación Crítica**

En este estudio se recalca la importancia de la actividad turística en la economía, ya que, diversas inversiones en turismo influyen fuertemente en el crecimiento del PBI regional, la actividad turística tiene un impacto positivo en distintos sectores económicos y esto se refleja en el PBI anual en la región del Cusco.

**Título:** “Estudio de los componentes del producto turístico para el desarrollo de la actividad turística en el Distrito de Tinta, Provincia de Canchis, Departamento de Cusco, 2018”

**Autor:** Sheila Angela Valverde Ponce



**Universidad:** Universidad Nacional de San Agustín

**Año:** 2018

**Lugar:** Cusco – Perú

**Objetivo General:** Estudiar los componentes del producto turístico para el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Tinta, provincia de Canchis, departamento de Cusco.

**Conclusiones:**

- El turismo como actividad en el distrito de Tinta de acuerdo a la investigación no expone un buen desenvolvimiento, el motivo se le adjudica al hecho de no contar con componentes que permitan estructurar un servicio o producto turístico adecuado, de igual modo la zona no dispone de los servicios principales que faciliten poner en marcha la actividad turística, pues no se garantiza que el visitante tenga una buena experiencia.
- De acuerdo a la investigación realizada los recursos turísticos y principalmente las manifestaciones culturales, o los acontecimientos históricos que se dieron, así como los lugares naturales hallados en el distrito de Tinta, se perciben como sumamente interesantes, a raíz de la historia tras de ellas que poseen; empero, lamentablemente al no hallarse la zona en estados óptimos, y no contar con accesos y señalizaciones adecuadas, el paraje se convierte en un destino poco atractivo
- El espacio turístico en el distrito, está conformado básicamente por los alojamientos y restaurantes, que de igual modo son considerados como insuficientes y deficientes, debido a que no cumplen con los estándares determinados por los decretos supremos establecidos por MINCETUR para la prestación servicios en los establecimientos abocados al hospedaje y restaurantes



(Valverde, 2018).

### **Apreciación Crítica**

Gracias a este estudio, fue posible entender que para el desarrollo de la actividad turística no basta con tener recursos turísticos con gran potencial y de mucha historia, también se necesita de una buena infraestructura, planta turística, acceso, transporte y servicios complementarios en óptimas condiciones para garantizar una buena experiencia al visitante.

**Título:** “La actividad turística y la satisfacción del turista en la ruta de la Laguna Humantay en el Distrito de Mollepata, Anta – Cusco, 2021”

**Autor:** Maryory Pamela Cáceres Ramírez

**Universidad:** Universidad Alas Peruanas

**Año:** 2021

**Lugar:** Cusco – Perú

**Objetivo General:** El objetivo del presente estudio es determinar cómo es la actividad turística y la satisfacción del turista en la ruta de la Laguna Humantay, en el distrito de Mollepata, Anta – Cusco, 2021.

### **Conclusiones:**

- Se llegó a la conclusión de que en la ruta de la Laguna de Humantay se tienen que instaurar más recursos, herramientas, estrategias que contribuyan a la preservación de la zona, a razón de que se evidencia que este espacio ostenta un gran potencial a nivel turístico, debido a sus variados recursos que son de predilección para los turistas concurrentes. De igual manera, se estableció que el sector sí cuenta con espacios para brindar atención a los visitantes turísticos, sin embargo estas atenciones son dadas únicamente por agencias de viajes privadas, es decir se necesita implementar mayores servicios y espacios públicos que se



ubiquen en la zona, como hospedajes, restaurantes, que en lo posible sean más accesibles y brinden comodidad a los visitantes.

- Se llegó a la conclusión de que el sector llamado ruta de Humantay exhibe y explota solo sus recursos naturales, culturales, y de comercio, el motivo se debe a que los visitantes disfrutaban exclusivamente de los paquetes ofertados por las agencias turísticas, sin embargo no se observan demasiados establecimientos particulares o adicionales, en la misma zona, por ello, el movimiento económico que se podría generar no se aprovecha en su totalidad, por ello, el aporte que se obtiene gracias a la zona se encuentra en un punto medio, ya que se requiere realizar mejoras importantes así como integrar establecimientos en la ruta o en la misma área de ubicación de la laguna.
- Por otra parte, se concluye también que a raíz de la investigación realizada, se pueden definir de forma más adecuada otras variadas, nuevas y mejores actividades al servicio del turista en el sector, en consecuencia se podrá poseer adecuadamente la actividad turística principal gracias a las mejoras de la ruta, e incluso mejorar la calidad de vida de los lugareños que habitan la ruta o zona de Humantay.

### **Apreciación Crítica**

Gracias a este estudio, fue posible entender que la actividad turística es importante ya que este puede ayudar a iniciar nuevas actividades en una zona que posea un recurso turístico de la misma manera este podría generar la mejoría de actividades que ya se realizaban, de esa manera dar una mejor calidad de servicio al visitante, ya que la satisfacción de estos es de vital importancia para que un lugar genere las mejores expectativas y sea más visitado.



## 2.2 Bases teóricas

### 2.2.1 Teoría de la actividad turística

La actividad turística hace referencia a labores que generan movimiento económico actividades que involucran la participación de las distintas entidades en relación al orden territorial y nacional, se considera como un fenómeno cultural y social que incluye actividades que son ejecutadas por las personas en sus periodos de viajes o estancias en los diversos sitios de su entorno natural. El turismo representa actualmente una de las actividades que generan mayor movimiento económico por ende es una de las actividades más importantes a nivel mundial, esta actividad representa el 30% de ventas al exterior en cuanto al comercio a nivel mundial de servicios, siendo responsable de 1 de cada 11 empleos, así también representa el 10% del PIB a nivel mundial (Organización Mundial de Turismo, 2018).

De acuerdo a Rodriguez (2016), la actividad turística se da mediante el desplazamiento del sitio habitual de residencia o habitad a otro, es decir es la pernoctación en estancias diferentes a las de costumbre que sean mayores a un día pero no excedan a un año, con la finalidad de gozar de un determinado destino turístico. Como consecuencia, la actividad turística requerirá también la adquisición o contratación de medios para movilizarse de un lugar a otro así como servicios básicos como alimentación y hotelería.

Por otra parte, Florez (2008), menciona que el turismo se expresa mediante la ejecución de distintas actividades en las que contribuyen y se ven beneficiados diversos sectores que coadyuven el movimiento del turístico, por ejemplo están involucradas las Agencias de viaje, El transporte público y privado así como la Hotelería y restaurantes. De igual modo, cabe mencionar que las actividades turísticas son abordadas por las ciencias geográficas, la antropología, la economía entre otras.



### 2.2.2 Teoría del Desarrollo sostenible resultado de la actividad turística

El término sostenible tiene algunas complicaciones para su definición exacta, ya que su desarrollo se da en función a la utilización de los recursos por la sociedad. Pese a ello, este término se conceptualizó por la Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo en el año 1987 a través del informe de Brundtland, de esta manera: “es el perfeccionamiento que complace las necesidades actuales, y al mismo tiempo no arriesgar las necesidades de las generaciones futuras para compensar sus necesidades propias” (Bermejo, 2014)

El desarrollo Social sostenible, Pizarro menciona que: “existen consecuencias sociales de la diligencia de la organización que afecta a todos los niveles: los trabajadores (escenario de trabajo, calidad salarial, etc.), los proveedores, los clientes, las comunidades locales y la sociedad en general”, en relación a ello los beneficios que se adquieren gracias a un desarrollo sostenible tienen que dar alcance a los diversos sectores de la sociedad que estén involucrados con la actividad, de forma justa, de modo que contribuya al paulatino progreso, desarrollo y mejora de las vidas involucradas, brindándoles calidad, a través de la creación de empleos. De igual modo, Pizarro agrega que “los indicadores sociales forman la colaboración al crecimiento local, condiciones de trabajo, nivel salarial, descenso de la pobreza, complacer las necesidades básicas y las relaciones interpersonales entre la población”. (Pizarro, 2016)

- **Aspectos de la actividad turística**

La actividad turística requiere instancias o empresas que brinden servicios que permitan atender las necesidades y demandas turísticas, para garantizar el desarrollo, y se generen ingresos económicos para el país, así también se considera a esta como una empresas de servicios para poder atender



la demanda turística que promueva el desarrollo, y genere ingresos al país y, además, se considera una actividad que genera empleos. (Camacho, 2009)

- **Turismo, empleo y oportunidades**

El aporte de Quesada es que uno de los beneficios que trae consigo el turismo a nivel social y económico es la creación de trabajos, sean estos directos o indirectos. Esta actividad es considerada intersectorial así como multidisciplinaria pues abarca distintos sectores y disciplinas que contribuyen en hacer posible el tránsito y consumo turístico. Los trabajadores beneficiarios directos son los que están en contacto con el visitante, estos están ubicados en hoteles, agencias de viaje, restaurantes, parques, tour operadores, atracciones, tiendas de recuerdos y otros. Sin embargo también existen otros beneficiarios indirectos, quienes también se ven afectadas positivamente en su economía, estos son, las personas dedicadas a la construcción de oficinas, tiendas, hoteles, restaurantes, etc; así como los productores de insumos como, pescadores, ganaderos o agricultores quienes están encargados de brindar la materia prima para el correcto funcionamiento de los servicios turísticos. (Quesada, Elementos de Turismo. Teoría, clasificación y actividad, 2010)

### **2.2.3 El turismo desde la teoría crítica**

Las aportaciones de Horkheimer et. Al. (1971), en lo referente al análisis del tiempo libre de las sociedades industriales, al analizar la cosificación del espíritu, ponen de manifiesto la primacía del consumo como prioridad del tiempo libre, por ausencia de una adecuada formación crítico-cultural y a la estandarización de los gustos en el ocio permitiendo la manipulación de las empresas turísticas y culturales, de allí surge la crítica mordaz al turismo que realizan Turner et. Al. (1991), en La horda dorada al considerar al turismo como una migración masiva de turistas de los países



desarrollados hacia los emergentes colisionando con culturas distintas y distantes a la suya, lo que origina procesos de aculturación y transculturación, ya que estos destinos turísticos son considerados como la “periferia del placer” donde los turistas pueden disfrutar por breves períodos de tiempo su “privilegiada irresponsabilidad y su expansión hedonista”, especialmente en lugares de sol y playa; lo cual se produce por el aumento del ocio y de la acumulación de la riqueza que posibilita que los más ricos se relajen, se diviertan y se interrelacionen.

#### **2.2.4 El turismo en la perspectiva del estructural funcionalismo**

Para Dicks (2000), el turismo en el contexto de la corriente epistemológica del estructuralismo es considerado como un todo bien estructurado, con sus relaciones de interdependencias entre los elementos que lo conforman, precisando las estructuras que le dan sentido. Si se analizara las interacciones del turismo por separado, se tendría que concluir, desde esta perspectiva epistemológica, que es uno de los múltiples sistemas de interacción dentro del sistema global, internacional y regional, del cual forma parte, convirtiéndose en una red de interacciones puestas una sobre otras, presentando “enlaces a través de fronteras nacionales, amontonados en algunas zonas, escasos en otras” Dentro de este contexto, puede apreciarse que estos modelos presentan una limitación a la hora de abordar el análisis de la realidad turística, ya que no contemplan la integralidad de la realidad turística

#### **2.2.5 El turismo en la perspectiva post modernidad**

Según Ritzer (1993), el mundo globalizado de hoy, con cambios impredecibles y turbulentos de la sociedad contemporánea, es cada vez más “posmoderno” volviéndose más homogéneo y más híbrido, según Kapchan et. Al. (1999) y glocalizado (adaptación de patrones globales a las condiciones locales), según Raz (1999), afirma que esto obliga a realizar el análisis del turismo contemporáneo en la



perspectiva de un nuevo paradigma; el turismo posmoderno o contemporáneo, Cohen (2005) que está en la búsqueda de la alteridad, es decir de lo auténtico y genuino lo que lleva a la devaluación de lo extraordinario de la experiencia del turista propiciando la confluencia de turismo y placer, que termina en la configuración del turismo de “fantasía”.

### **2.2.6 Turismo y patrimonio en los procesos de desarrollo sostenible**

Según Ballart et. Al. (2001), actualmente el patrimonio es utilizado como un recurso económico capaz de convertirse en un motor de desarrollo local a través de la actividad turística. En ese sentido, el patrimonio debería contribuir a atender las necesidades de las comunidades pobres y de la sociedad en general con la finalidad de reducir la pobreza, sin embargo, no siempre se enfoca de manera equitativa y sostenible.

Martorell (2004), menciona la idea de utilizar el patrimonio como fuente de desarrollo del territorio debería ser uno de los retos principales en países en vías de desarrollo como el Perú, con una gran riqueza patrimonial en bienes materiales e inmateriales y que aún presenta altos niveles de pobreza y exclusión social.

### **2.2.7 Conceptualización del turismo desde la perspectiva del positivismo**

Según Arias et. Al. (2012), la conceptualización del turismo en la perspectiva positivista ha primado en el pasado y continúa siendo predominante, donde puede observarse la preponderancia que se le otorga a la medición; las estadísticas, generación de divisas, flujos de entrada y salida, impactos económicos, consumos, pernoctaciones entre otros, con la finalidad de medirlos, verificarlos para predecir los diversos hechos, fenómenos o circunstancias vinculados al turismo, concentrándose en la cuantificación o sistematización de los datos, lo que centra la atención solo en el objeto al circunscribirlo a lo estadístico, descriptivo, mercadológico y proyectista.



Esta visión positivista del turismo se sigue viendo reflejada en la importancia que los gobiernos y los organismos internacionales le dan al mismo, por generar ingresos económicos, situación que les obliga a implementar programas y estrategias para monitorear, registrar y contabilizar el ingreso y salida de los turistas, así como implementar políticas que promuevan la captación de nuevos turistas.

### 2.2.8 Importancia del turismo

Según la Organización Mundial del turismo (2015), el turismo puede presentar muchas variantes, ya que hay diferentes tipos de turismo: turismo cultural, de aventura, de entretenimiento, de relajación. Del mismo modo, también hay diferentes personas que realizan diversos tipos de turismo: turismo de jóvenes, de familias, de la tercera edad, de parejas, de amigos, etc.

Independientemente de las posibles variantes que haya del turismo, la importancia de esta actividad reside en dos pilares principales. El primero es aquel que tiene que ver con el movimiento y la reactivación económica que genera en la región específica en la que se realiza. Así, todos los países y regiones del planeta cuentan con el turismo como una actividad económica más que genera empleos, obras de infraestructura, desarrollo de establecimientos gastronómicos y hoteleros, crecimiento del transporte aéreo, terrestre o marítimo, etc. Obviamente, hay regiones en el mundo que están catalogadas como algunos de los puntos de turismo más importantes o dinámicos, mientras que otros no, y esto tendrá que ver con la atención que cada país puede prestarle a esta actividad, creando más posibilidades para que los visitantes disfruten.

- a) **El impacto positivo en la economía:** De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (2015), hoy en día, el volumen de este negocio es igual o incluso mayor que el de las exportaciones de petróleo, productos alimenticios o



automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores en el comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las mayores fuentes de ingresos para muchos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano con un aumento de la diversificación y la competencia entre destinos.

- b) El turismo es un gran generador de fuentes de empleo:** La Organización Mundial del Turismo (2015), asegura que 1 de cada 11 trabajadores colaboran en los sectores relacionados a él, como es el caso de los hoteles, los restaurantes, los turoperadores, los transportes, entre otros. Pero no solo eso, hay otras industrias que de manera indirecta también se benefician; el ejemplo más claro es el de todos los proveedores de los servicios mencionados anteriormente, como los alimentos, las gasolineras, etc. Esta actividad también es una fuente importante de divisas que ayudan a la estabilidad macroeconómica. Además, para muchas economías emergentes, los ciudadanos que trabajan en el extranjero prestando servicios en el sector turístico generan un considerable flujo de remesas. Los países que reciben esta mano de obra también se ven positivamente impactados por las exportaciones de servicios de viaje y de turismo que se derivan de los gastos efectuados por los trabajadores extranjeros en sus economías.
- c) Un gran promotor de la marca país:** La Organización Mundial del Turismo (2015), menciona que la marca país se refiere a aquella estrategia de marketing y comunicación que se implementa con la finalidad de mejorar la reputación y el posicionamiento de algún país en específico, promoviendo sus principales fortalezas como la cultura, los deportes, las empresas, los destinos históricos, etc. En este sentido, el turismo contribuye a elevar el



perfil del lugar en general, mostrándole al mundo todo lo que tiene para ofrecer. Además, puede proporcionar un incentivo para la inversión en infraestructura, como carreteras y redes ferroviarias, así como el financiamiento de los servicios médicos y educativos locales, lo que nuevamente impacta en la economía y en la calidad de vida de los habitantes.

**d) El turismo nos hace crecer:** Visitar nuevos lugares cambia nuestra manera de ver las cosas y nos hace apreciar las diferencias, Nos da vitalidad y nos sitúa en el momento presente, dos claves para la felicidad. No hay mejor manera de conocer la riqueza de un lugar y aprender de él, que vivirlo a través de las experiencias de la gente local y tomar cada momento como una oportunidad de crecimiento, pues sumergirnos en la cultura, probar comida distinta, aprender nuevas palabras, adoptar nuevos hábitos y hacer nuevos amigos, nos llevará a romper viejas creencias y a redescubrirnos. Como turistas debemos permitirnos abrir nuestra mente sin juzgar. Conocer una nueva cultura nos hace enfrentarnos a nuevas formas de hacer las cosas, algunas de ellas probablemente nos parezcan locas, inseguras, poco saludables, o simplemente sin sentido, pero siempre hay una lección de vida que aprender, si estamos dispuestos. Disfrutar conscientemente cada lugar que visitamos nos hará volver a casa siendo mejores seres humanos.

Por otro lado, el turismo tiene otro pilar que podemos denominar sociocultural. Aquí, la importancia del turismo residirá en el hecho de que es a través suyo que el ser humano puede conocer de cerca y en vivo otras culturas, otras sociedades, otras formas de vivir y otros ambientes geográficos. Si bien todos estos datos pueden conocerse a través de enciclopedias, mapas y fotos, es sólo a través del turismo que la persona puede interactuar directamente con esas realidades diferentes a las que uno



acostumbra a experimentar, pudiendo así enriquecer su propia cultura y experiencia personal.

### 2.2.9 Importancia del turismo en Perú

Según Malpartida (2021), el turismo es uno de los sectores que más contribuye al crecimiento económico de los países, de esta manera ayuda en la lucha contra la pobreza, uno de los objetivos del desarrollo sostenible. En el caso de Perú, la actividad turística representa una de las principales actividades económicas generadoras de divisas y es uno de los sectores de mayor crecimiento en los últimos años.

De acuerdo a lo señalado, se ve reflejado a través de los siguientes aspectos:

- **El turismo genera empleos directos e indirectos**, el primero se refleja en las empresas de alojamiento, agencias de viajes, restaurantes, organización de eventos, artesanía, entre otros, y los empleos indirectos en trabajos derivados como proveedores, transporte, construcción y otras actividades que se realizan en relación al turismo.
- **Impulsa la creación de nuevos negocios**, el turismo no solo se centra en actividades tradicionales, sino que se van generando nuevas tendencias, por lo tanto, promueve nuevos espacios económicos.
- **Atrae inversión**, el Perú es uno de los destinos más reconocidos a nivel mundial y con mayor crecimiento en América del Sur, por lo tanto, se requiere de mayor número de empresas, lo cual impulsa para que las compañías nacionales e internacionales inviertan en el sector.
- **Fomenta la mejora de la infraestructura de la localidad**, al visitante se le debe ofrecer productos y servicios en condiciones óptimas, por lo tanto, el lugar receptor de turismo debe cumplir con estas exigencias mejorando la accesibilidad, comunicación, salud, seguridad y todo lo que genere bienestar



y satisfacción al turista.

- **Mejora la calidad de vida del poblador**, al mejorar los ingresos económicos de la población, inmediatamente migra a servicios y productos de calidad, por lo tanto, la condición de vida mejora.

### 2.2.10 Turismo

Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, ya sea por negocios o con fines de ocio, pero nunca relacionados con el ejercicio de una actividad remunerativa en el lugar visitado (Ministerio de Economía Y Finanzas, 2011).

- **Turismo de Aventura:** Según la OMT (2002) define esta tipología turística como “viajes realizados por los turistas en busca de actividades generalmente (pero no necesariamente) orientadas a la práctica de ejercicio físico, y que suelen realizarse en zonas remotas o relativamente inexploradas”.
- **Trekking:** De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT) es una actividad física que consiste en caminar por escenarios naturales, como montañas, bosques, selvas, cañones o ríos, se requiere un mayor esfuerzo físico.
- 

### 2.2.11 El Desarrollo y el Turismo

En países como México, la incorporación del turismo como un sector importante de la economía nacional data de los años sesenta del siglo XX y responde precisamente a esa idea de que el turismo puede llegar a ser uno de los motores de la economía de un país, pues contribuye al desarrollo económico y social de muchos



lugares o regiones. Figuerola (2010) sostiene que los efectos del turismo, en el marco de la economía regional, pueden contribuir a mejorar el aspecto económico, social y de bienestar social de áreas geográficas específicas, entre los cuales menciona los siguientes:

- 1) Incremento de la renta disponible por habitante.
- 2) Alza del nivel cultural y profesional de la población.
- 3) Expansión del sector de la construcción y de todos los interrelacionados.
- 4) Industrialización básica de la economía de la región.
- 5) Modificación positiva de la estructura económica y social de la zona.
- 6) Trasvase a los servicios de mano de obra ocupada de los sectores
- 7) primarios o subempleada.
- 8) Supresión de las corrientes migratorias hacia el exterior.
- 9) Atracción de mano de obra desempleada de municipios periféricos.

Además, hace referencia a otros efectos del turismo en el ámbito nacional, que se reflejan en el ámbito regional, como:

- 1) Aumento de la demanda global de empleo.
  - 2) Desarrollo intersectorial a nivel regional.
  - 3) Generador de rentas a las haciendas locales.
  - 4) Promotor de actividades productivas relacionadas con el turismo.
- (Figuerola, 2010).

Dicho autor destaca cómo el desarrollo intersectorial a nivel regional tiene un efecto multiplicador sobre otras ramas productivas en la región; menciona cómo la llegada de turistas en volúmenes considerables repercute en un incremento de las necesidades de otros bienes y servicios, “lo que, a su vez, como un proceso en cadena, hace que se desarrollen otros sectores productivos”. Figuerola engloba las



repercusiones del turismo en directas e indirectas; entre la primera menciona a los establecimientos de alojamiento y alimentación, las empresas de transporte e intermediarios de viajes, las empresas dedicadas a la producción y venta de artículos de viaje, los lugares de recreo y diversión y, los profesionales del tráfico turístico. Las repercusiones indirectas incluirían a otras empresas de transporte, establecimiento de otros centros como escuelas, hospitales, clínicas, centros de comunicación, comercios y bancos y ciertas profesiones liberales (Figuerola, 2010).

### **2.2.12 Actividad turística**

Según la OMT (2021), el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos. De esta forma, como una actividad que realizan los visitantes, el turismo no constituye una actividad económica productiva, sino una actividad de consumo.

En Perú, El Ministerio de Economía Y Finanzas (2011), lo conceptualiza 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, y que comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, ya sea por negocios o con fines de ocio, pero nunca relacionados con el ejercicio de una actividad remunerativa en el lugar visitado.

La actividad turística tiene potencial para promover el crecimiento económico y la inversión a nivel local, lo cual a su vez se traduce en oportunidades de empleo, distribución de rentas y en impulso de otras actividades como la agricultura, pesca y artesanía en las localidades receptoras. De esta forma dicha actividad incide en la generación del PIB, balanza de pagos y demás indicadores macroeconómicos de



muchos países (Morillo, 2011).

### **2.2.13 Dimensiones de la actividad turística**

#### **a) Demanda turística**

El concepto de demanda está íntimamente relacionado con el proceso de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente en el proceso de planificación de sus actividades de ocio y, por lo tanto, su determinación depende de numerosos factores no sólo económicos, sino también psicológicos, sociológicos, físicos y éticos (Mamani, 2016).

La OMT lo define como: el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades Económicamente, la definimos como la cantidad de “producto turístico” que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado un precio determinado.

#### **Clasificación la demanda turística**

Según Mamani (2016), la demanda turística se clasifica en tres grandes grupos:

- La demanda efectiva o actual: es el número actual de personas que participan en la actividad turística, es decir, que efectivamente viajan. Este grupo es el que se mide más fácilmente y el que se encuentra reflejado en las estadísticas mundiales. Uno de los indicadores más útiles de la demanda efectiva es la propensión a viajar, que considera la penetración de los viajes turísticos en una población determinada.
- La demanda no efectiva: es el sector de población que no viaja por algún motivo. Dentro de este grupo puede distinguirse: la demanda potencial, que se refiere a aquéllos que viajarán en el futuro, cuando experimenten



un cambio en sus circunstancias personales (más tiempo libre, más dinero, etc.); y la demanda diferida, que es aquella que no ha podido viajar por algún problema en el entorno o en la oferta (actividad terrorista en una zona, falta de alojamiento, etc.). En este grupo no debemos olvidar al sector de la población que no puede viajar por ser un lujo demasiado caro, no sólo en los países en desarrollo, sino también en los industrializados.

- El tercer grupo lo configura la no demanda, caracterizada por un grupo de gente adverso a los viajes, aquellos que simplemente no desean viajar

#### **b) Oferta turística:**

La oferta turística es una combinación de servicios y productos que se presentan para su consideración por un cliente turístico que desea realizar un viaje. Su objetivo principal es que el turista consiga una experiencia única y satisfactoria durante su estancia (Naranjo & Martínez, 2022)

#### **Componentes de la oferta turística:**

Se compone de aquellos elementos que atraen al turista hacia el destino y logran satisfacer sus necesidades y expectativas. Se habla entonces que la oferta comprende el patrimonio turístico de una nación (Martínez, 2019).

Dentro de los componentes de la oferta turística se distinguen los siguientes:

- Recursos turísticos
- Planta turística
- Elementos institucionales.

#### **c) Espacio geográfico**

Es el lugar geográfico determinado donde se asienta la oferta turística y



hacia el que fluye la demanda, pudiendo incluso ser descompuesto en zona turística, área turística, complejo turístico, centro turístico o núcleos turísticos (Naranjo & Martínez, 2022).

El espacio geográfico, de esta manera, sometido a las prácticas turísticas, va mutando según los intereses superpuestos. Los procesos culturales, económicos, políticos, históricos, tecnológicos, influyen asimismo en la acción que, de la mano del turismo, se imprime en el espacio. Y este, sensible a las acciones humanas, deriva hacia un resultado que, por lo general, suele resultar imprevisible. En el espacio geográfico, convertido así en espacio turístico, confluyen el paisaje y la sociedad que en el hoy vive allí. Es lo que el turista ve, es aquello que percibe con sus sentidos y de acuerdo con su historia, observa lo que han logrado otros que habitaron ese sitio en el pasado, más el grupo social, que con sus problemáticas actuales sobre este espacio habita al presente (Sileo, 2012).

#### **d) Operadores del mercado turístico**

El operador turístico es un sujeto activo del mercado turístico, directamente involucrado en la planificación, desarrollo, promoción e implementación de un producto turístico con fines comerciales (Ceupe, 2022).

La OMT (2022) los define, como aquellos agentes que participan en la actividad turística en calidad de intermediarios entre el consumidor final (el turista, la demanda turística) y el producto turístico (bien o servicio, destino turístico) aunque puede extender su acción intermediadora al resto de la oferta complementaria (restaurantes, hoteles, conjunto de oferta de alojamiento, etc.).

Son los que, en definitiva, que diseñan, promocionan, venden, compran, distribuyen y comercializan los productos y servicios turísticos, estos son:



- Agencias de viajes
- Centrales de reservas
- Tour Operadores
- Brokers
- Consorcios de turismo

Esto significa que los operadores turísticos están brindando a los turistas los servicios que componen un paquete turístico, previamente comprado, pagado y reservado en nombre de agencias autorizadas. El operador, por lo tanto, es el agente final en el complejo sistema de llevar el recorrido al consumidor, entrando en interacción directa con las empresas de la infraestructura de la industria del turismo (hoteles, transportistas, compañías de turismo, compañías de seguros, bancos, los actores directos de los servicios) para una organización de alta calidad y más eficaz para turistas (traslados, alojamiento, comidas, programas de excursiones) (Ceupe, 2022).

## 2.3 Variable

### 2.3.1 Identificación de la variable Actividad turística

Según la OMT (2021), el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos. De esta forma, como una actividad que realizan los visitantes, el turismo no constituye una actividad económica productiva, sino una actividad de consumo.



### 2.3.2 Operacionalización de variables

**Tabla 1**

Cuadro de operacionalización de variables

Variable	Def. Conceptual	Def. Operacional	Dimensiones	Indicadores
<b>Actividad turística</b>	Según la OMT (2021), el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos. De esta forma, como una actividad que realizan los visitantes, el turismo no constituye una actividad económica productiva, sino una actividad de consumo.	Es así que la OMT (2021), indica que la actividad turística se enfoca a los viajes y las estancias donde pasan su estadía, así mismo el motivo por el cual se desplazan y sobretodo los componentes de la actividad turística a contemplar son: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Demanda</li> <li>• Oferta</li> <li>• Espacio geográfico</li> <li>• Operadores de Mercado</li> </ul>	<b>Demanda turística:</b> El concepto de demanda turística está íntimamente relacionado con el proceso de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente en el proceso de planificación de sus actividades de ocio y, por lo tanto, su determinación depende de numerosos factores no sólo económicos, sino también sociales y éticos (Mamani, 2016).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proceso de planificación</li> <li>• Actividades de ocio</li> <li>• Factores económicos</li> <li>• Factores sociales</li> </ul>
			<b>Oferta turística:</b> La oferta turística es una combinación de servicios y productos que se presentan para su consideración por un cliente turístico que desea realizar un viaje. Su objetivo principal es que el turista consiga una experiencia única y satisfactoria durante su estancia (Naranjo & Martínez, 2022)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios</li> <li>• Productos</li> <li>• Cliente turístico</li> <li>• Experiencia satisfactoria</li> </ul>
			<b>Espacio geográfico:</b> Es el lugar geográfico determinado donde se asienta la oferta turística y hacia el que fluye la demanda, pudiendo incluso ser descompuesto en zona turística, área turística, complejo turístico, centro turístico o núcleos turísticos (Naranjo & Martínez, 2022).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lugar geográfico</li> <li>• Zona turística</li> <li>• Área turística</li> <li>• Complejo turístico</li> <li>• Centro turístico</li> </ul>
			<b>Operadores de Mercado:</b> La OMT (2022) los define son aquellos agentes que participan en la actividad turística en calidad de intermediarios entre el consumidor final (el turista, la demanda turística) y el producto turístico (bien o servicio, destino turístico) aunque puede extender su acción intermediadora al resto de la oferta complementaria (restaurantes, hoteles, conjunto de oferta de alojamiento, etc.).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumidor final</li> <li>• Producto turístico</li> <li>• Destino turístico</li> <li>• Oferta complementaria</li> </ul>



## 2.4 Definición Conceptual

- **Demanda:** La demanda sería la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos, a los distintos precios que propone el mercado, por los consumidores en un momento determinado (González, 2022).
- **Proceso de planificación:** La planificación es el proceso de evaluación de los objetivos de tu empresa y la creación de un plan de negocio realista; donde debes escribir tus planes de acciones acorde a tus estrategias para poder alcanzar los objetivos planteados (González, 2018).
- **Actividades de ocio:** Es el tiempo de una persona para descansar y aprovecharlo en actividades que no sean meramente laborales, es un tiempo para realizar todo aquello que al individuo le guste y le divierta. La palabra ocio es de origen latín “otium” que significa “reposo” El ocio se representa en las vacaciones o al finalizar el trabajo, los estudios, en este tiempo se puede realizar actividades como: deporte, paseos, actividades que el ser humano tenga vocación, por ejemplo: tocar un instrumento, pintar, entre otros (Pedagogía, 2018).
- **Factores económicos:** Los factores económicos de una organización incluyen todas las tendencias importantes en la economía que pueden ayudar u obstaculizar a la compañía en el logro de sus objetivos de negocio. Aspectos relacionados con el comportamiento del consumidor, las tasas de empleo, las tasas de interés y la banca y la inflación, así como los indicadores económicos generales son condiciones que deben ser consideradas (Eae Business School, 2023).
- **Factores sociales:** Los factores sociales son conductas plurales que explican o inciden para la aparición o desarrollo de los hechos sociales, estas pueden ser de diversos índoles (González & Cortez, 2007).
- **Oferta:** Es la cantidad de bienes y servicios que los ofertantes (Empresas, en el



mercado de bienes y servicios – Familias, en el mercado factores productivos) están dispuestos y en la capacidad de ofrecer al mercado (Reyes, 2020).

- **Servicios:** Conjunto de actividades identificables, trabajos y esfuerzos que realizan quienes los prestan, comprometiendo en ello equipos, organización y personal, con resultados intangibles que son el objeto de la transacción. Con dichos resultados el cliente satisface sus necesidades o deseos y el prestador del servicio obtiene el beneficio económico para su supervivencia rentable (Saldaña & Cervantes, 2000).
- **Productos:** El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. Según un fabricante, el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados, de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización (Armstrong & Kotler, 2013).
- **Experiencia satisfactoria:** satisfacción es la evaluación que realiza el cliente respecto a un servicio ofrecido y que depende de que el servicio respondió a sus necesidades y expectativas. Si esto no se cumple se produce la insatisfacción. (Mateo, 2019)
- **Espacio geográfico:** entendido como el conjunto de estructuras espaciales y las relaciones entre ellas, que ocurren en la superficie de la tierra como objeto de la acción, la dotación de sentido y la interpretación de los seres humanos, asume hoy una importancia fundamental (Saldaña & Cervantes, 2000).
- **Lugar geográfico:** Un espacio geográfico determinado con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación (MINCETUR, 2011).
- **Zona turística:** Abarcan actualmente hoteles (EOH) y similares, campings, apartamentos turísticos y alojamientos de turismo rural. En proyecto se encuentra la



extensión a albergues y similares, con lo que la oferta de alojamientos quedaría investigada en su totalidad. Su principal objetivo es medir la oferta de plazas, el número de viajeros alojados, sus pernотaciones y el grado de ocupación (Cabrer, 2008).

- **Área turística:** Es el itinerario de viaje, de duración variable, que por lo general parte y llega al mismo sitio luego de circundar y/o bordear una zona. Provee la visita de uno o más atractivos turísticos o centros soporte. (MINCETUR, 2011).
- **Complejo turístico:** Se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista, provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico. (SEGITUR, 2012)
- **Operadores del mercado:** Son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo (Sancho, 2011).
- **Consumidor final:** Toda persona que voluntariamente viaja dentro de su territorio nacional o a un país distinto de su entorno habitual, que efectúa una estancia de por lo menos una noche, pero no superior a un año y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado. (MINCETUR, 2011)
- **Producto turístico:** Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos, atractivos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores



simbólicos, para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística. (Congreso de la Republica, 2009)

- **Destino turístico:** El Destino atrae a turistas con producto(s) turístico(s) perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor, al ordenamiento de los atractivos disponibles y a una marca que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral (MINCETUR, 2011).



## Capítulo III: Método

### 3.1 Diseño metodológico

#### Tipo de investigación

El presente trabajo de indagación se dio mediante el tipo Básico.

Es en sentido el autor de Baena (2017), menciona que todo estudio básico está centrada a la solución de una problemática, teniendo una dirección enfocada a la búsqueda de solución de una situación identificada. Dichos estudios buscan encontrar normas específicas para concretar definiciones de una ciencia, iniciando como un apoyo a los estudios de cada fenómeno o hecho.

#### Enfoque de investigación

El enfoque que tuvo el estudio fue cuantitativo.

El autor Bernal (2012), indica que dio enfoque, se sustenta en medir los rasgos específicos del fenómeno social, es por ello que se debe elaborar un marco teórico que sea enfocado a un tema en particular, así como postular hipótesis que puedan dar sustento a las variables que son estudiadas de manera deductiva. Los hallazgos de este tipo tienen a tener una característica especial, que son generalizados y estandarizados.

#### Diseño de investigación

El diseño de esta investigación fue catalogada como no experimental.

Dicho diseño, se desarrolló en base a conocer a detalle la variable de estudio (Actividad turística), por otro lado la función principal es visualizar mas no realizar cambios deliberados en el comportamiento de la variable, y se deben resaltar los eventos más relevantes en su contexto natural (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014).

#### Nivel de investigación

El presente estudio tendrá un alcance **descriptivo**; de acuerdo con Hernández et



al. (2014), estos estudios tienen el objetivo de describir las particularidades, características y perfiles del grupo de estudio que se esté sometiendo a un análisis directo. Esto se traduce en medir y recoger los datos necesarios de manera independiente sobre la definición de conceptos enfocados a la variable.

### **3.2 Unidad de estudio**

#### **Población**

La población considerada en el presente estudio son 95 turistas en promedio durante un periodo de 3 meses (según el encargado de turismo de ese sector), que visitan las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco.

Es el total de un aglomerado de componentes que tienen particularidades en común y los hace ideales para ser estudiado por un determinado área de interés, es por ello que es fundamental para concretar el estudio (Sánchez, 2018).

#### **Muestra**

La población muestral considerada son 95 turistas en promedio durante un periodo de 3 meses (según el encargado de turismo de ese sector), que visitan las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco.

Se considera como un subgrupo de la totalidad de la población indicada, así mismo, estadísticamente es representativo, debido a que ayuda a la recolección de información tenga a personas que permitan el adecuado desarrollo del estudio teniendo una delimitación del grupo de personas que estén vinculados directamente con el estudio (Sánchez, 2018).

### **3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **Técnica**

Encuesta: según los investigadores Hernandez, Fernandez, & Baptista (2014), mencionan que esta técnica es muy precisa como también veraz, para poder ser aplicado



a un grupo grande de encuestados, así como dicha técnica se aplica en un solo periodo de tiempo, considerando que se tiene precisión en la etapa de acopio de información, pero siempre respetando cada uno de las normas metodológicas.

### **Instrumentos**

El instrumento que se aplicó fue el cuestionario.

Es así que los investigadores Hernández, Fernández, & Baptista (2014), indican que se está enfocada a un grupo de elementos que tienen como común denominador el poder responder las interrogantes relacionadas a las variables, así también, poseen ítems que están bien redactados y que tengan escalas politómicas que estén estructuradas en el desarrollo del estudio, en este caso posee una escala considerada como Likert.

### **3.4 Validez y conformidad de los instrumentos**

En el tema de la validación, se tuvo que realizar el proceso denominado juicio de expertos

El autor Ñaupas (2018), indica que la validación es un proceso en el cual se da autenticidad y validez a la herramienta utilizada y la opinión que se merece sobre su aplicabilidad. Así también dan el visto bueno sobre la comprensión y narración que deben tener los ítems construidos y puedan darle una valoración.

Para la confiabilidad del instrumento se utilizó la herramienta estadística Alfa de Cronbach

El autor Briones (2012), el grado de confianza o la certeza que se tiene de que se logren conseguir resultados muchos más certeros, mediante métodos que puedan determinar la "confidencialidad" de una investigación cuantitativa.

**Tabla 2**  
*Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N° de elementos
.863	17

En la tabla 2, se observa el resultado de confiabilidad, por medio del Alfa de



Cronbach, en el que se muestra un valor de 0.863, es por ello que se puede indicar que el instrumento es fiable y puede proceder su aplicación.

### **3.5 Plan de análisis de datos**

Para la evaluación y análisis de los datos, se aplicó un análisis considerado como descriptivo, es de esta manera que se inició con el programa Microsoft Excel, con la versión 26, de esta manera se pudo clasificar y digitalizar los resultados para su posterior creación de tablas y gráficos, y se pueda realizar su interpretación con cada una de sus frecuencias y porcentajes.



## Capítulo IV: Resultados de la investigación

### 4.1 Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado

#### 4.1.1 Presentación del instrumento

Para describir el desarrollo del “Análisis de la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del Distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco - 2022”, se encuestó a 95 turistas en promedio (según el encargado de turismo de ese sector), que visitan las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco, en el que se considera 17 ítems distribuidos de la siguiente manera:

**Tabla 3**  
*Distribución de los ítems del cuestionario*

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala
Actividad turística	Demanda turística	Proceso de planificación	1	
		Actividades de ocio	2	
		Factores económicos	3	
		Factores sociales	4	
	Oferta turística	Servicios	5	
		Productos	6	
		Cliente turístico	7	Muy bueno
		Experiencia satisfactoria	8	Bueno
	Espacio geográfico	Lugar geográfico	9	Regular
		Zona turística	10	Malo
		Area turística	11	Muy malo
		Complejo turístico	12	
		Centro turístico	13	
	Operadores de Mercado	Consumidor final	14	
		Producto turístico	15	
		Destino turístico	16	
		Oferta complementaria	17	

## 4.2 Estadísticos descriptivos

**Tabla 4**

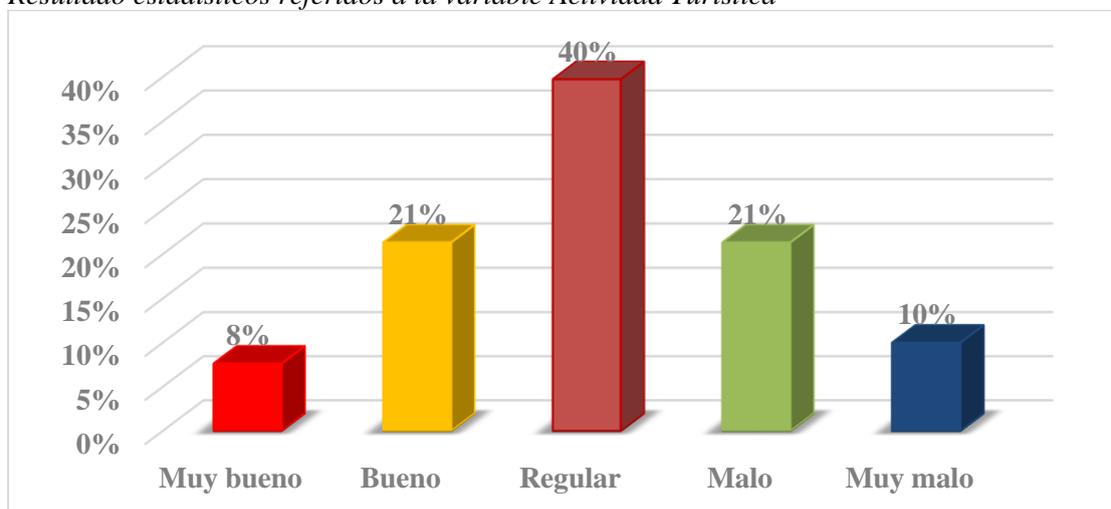
*Resultados estadísticos referidos a la variable Actividad Turística*

	f	%	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy bueno	7	8%	7.6%	7.6%
Bueno	20	21%	21.3%	28.9%
Regular	38	40%	39.7%	68.7%
Malo	20	21%	21.3%	90.0%
Muy malo	10	10%	10.0%	100.0%
Total	95	100%	100.0%	

*Nota.* Software estadístico SPSS versión 26

**Figura 2**

*Resultado estadísticos referidos a la variable Actividad Turística*



*Nota.* Software estadístico SPSS versión 26

### **Interpretación:**

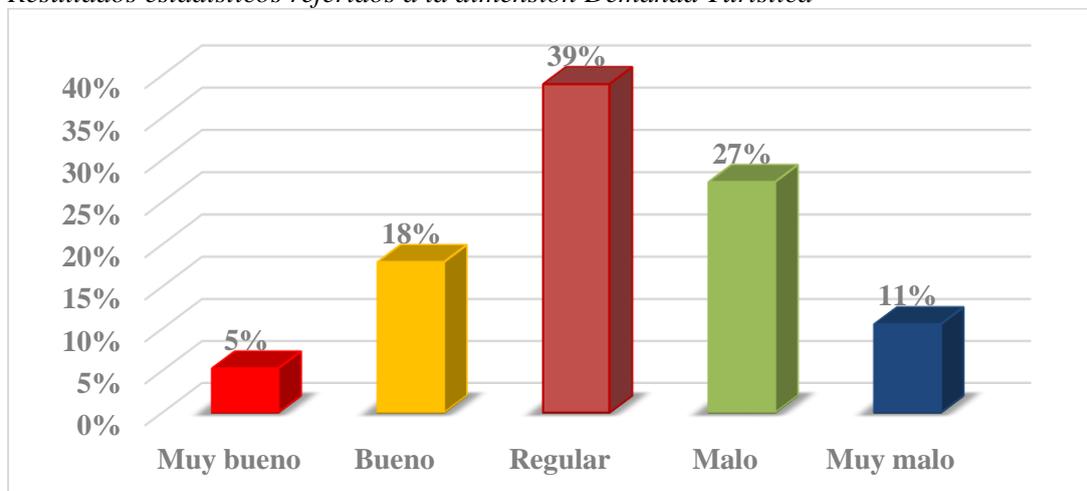
Respecto a la tabla 4 y figura 2, correspondiente a la variable Actividad Turística, el 40% de los encuestados indicaron que la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del Distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco, se realiza de manera regular, así mismo el 21% de los encuestados mencionaron que dicha actividad se desarrolla de mala manera, el 10% de los encuestados indicaron que la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del Distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco, se desarrolla de muy mala manera y finalmente solo el 8% de los encuestados menciono que las actividades turísticas que se desarrollan en esta zona es muy buena.

**Tabla 5**  
*Resultados estadísticos referidos a la dimensión Demanda Turística*

	f	%	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy bueno	5	5%	5%	5%
Bueno	17	18%	18%	23%
Regular	37	39%	39%	62%
Malo	26	27%	27%	89%
Muy malo	10	11%	11%	100%
Total	95	100%	100%	

*Nota.* Software estadístico SPSS versión 26

**Figura 3**  
*Resultados estadísticos referidos a la dimensión Demanda Turística*



*Nota.* Software estadístico SPSS versión 26

### **Interpretación**

Respecto a la tabla 5 y figura 3, correspondiente a la dimensión Demanda Turística, el 39% de los encuestados indicaron que la demanda turística que existe en el circuito de las siete lagunas del Distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco, es regular, así mismo el 27% de los encuestados mencionaron que la demanda turística es considerada como mala, el 18% de los encuestados indicaron que la demanda turística que existe en el circuito de las siete lagunas del Distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco, es buena y finalmente solo el 5% de los encuestados menciono que la demanda turística que existe en el circuito de las siete lagunas del Distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco, es muy buena.

Los resultados en esta dimensión demuestran que se requiere agregar otras actividades complementarias a la visita de las 7 lagunas, si bien es cierto el atractivo de manera general es satisfactorio, la concurrencia de visitantes se elevaría si en el trayecto se ofrecieran otros servicios



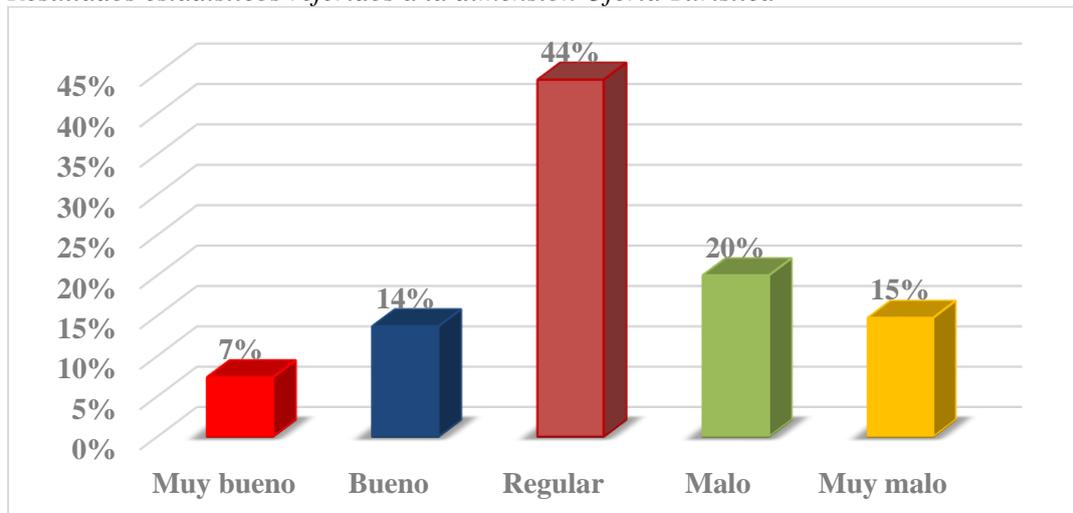
de distracción, por ejemplo adecuar centros donde se puedan realizar actividades propias del lugar, como tejidos, o aprovechar temas culturales como la música y danza, y que los visitantes puedan ser observadores o participes activos. Así mismo respecto a los precios de las bestias de carga, las tarifas son consideradas un poco elevadas, y los encuestados manifiestan que preferirían poder elegir que trayectos caminar y que trayectos no, se podría considerar establecer puntos de partida en diferentes locaciones.

**Tabla 6**  
*Resultados estadísticos referidos a la dimensión Oferta Turística*

	f	%	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy bueno	7	7%	7%	7%
Bueno	13	14%	14%	21%
Regular	42	44%	44%	65%
Malo	19	20%	20%	85%
Muy malo	14	15%	15%	100%
Total	95	100%	100%	

*Nota.* Software estadístico SPSS versión 26

**Figura 4**  
*Resultados estadísticos referidos a la dimensión Oferta Turística*



*Nota.* Software estadístico SPSS versión 26

### **Interpretación**

Respecto a la tabla 6 y figura 4, correspondiente a la dimensión Oferta Turística, el 44% de los encuestados indicaron que la oferta turística que se desarrolla en el circuito de las siete lagunas del Distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco, es regular, así mismo el 20% de los encuestados mencionaron que la Oferta Turística es considerada como mala, el 15% de los encuestados indicaron que la Oferta Turística que existe en el circuito de las siete lagunas del Distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco, es muy mala y finalmente solo el 7% de los encuestados menciono que la Oferta Turística que existe en el circuito de las siete lagunas del Distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco, es muy buena.

Las puntuaciones en este apartado exhiben las falencias respecto a la dimensión oferta turística, los resultados se dan debido a que muchos visitantes dependientes de agencias turísticas no dieron información adecuada respecto a las rutas, se la pasaron durmiendo, o descansando sin



brindar mayores explicaciones que despierten el interés en los turistas, así mismo la rapidez con la que sus guías pretendían desplazarse, evitaba que haya tiempo para que estos pudieran sacarse fotos a su gusto, así mismo otros turistas indicaron que resulta incómodo las desapariciones constantes de sus guías, por motivos personales. Por otro lado siempre resaltan la belleza del lugar. Así mismo, no como algo absolutamente negativo sino más bien como “parte de”, es que los restaurantes ofrecen comida muy rica pero que sin embargo les ocasiona dolores de estómago.



**Tabla 7**

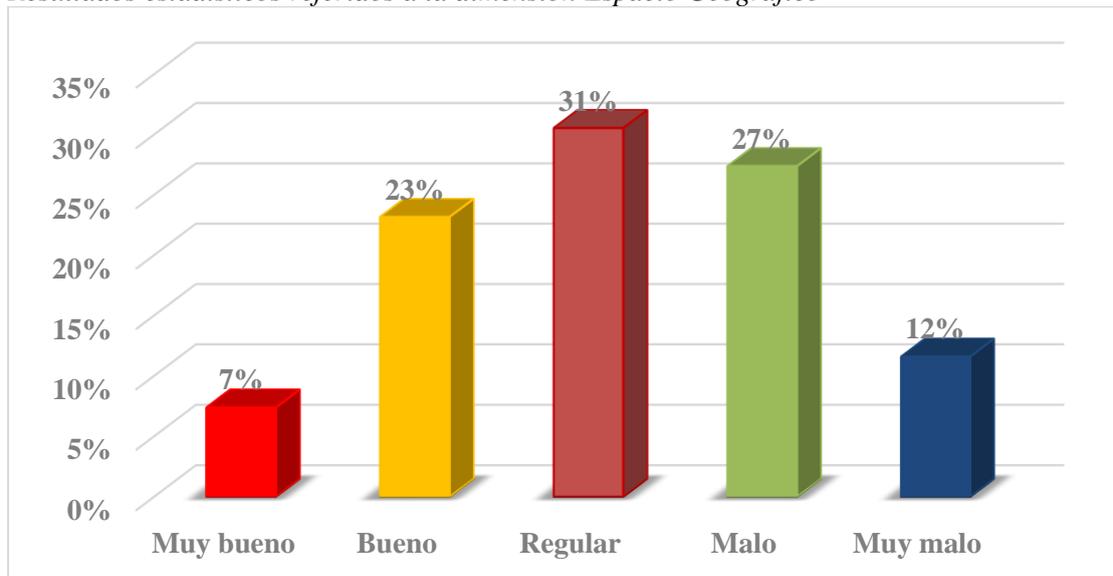
*Resultados estadísticos referidos a la dimensión Espacio Geográfico*

	f	%	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy bueno	7	7%	7%	7%
Bueno	22	23%	23%	31%
Regular	29	31%	31%	61%
Malo	26	27%	27%	88%
Muy malo	11	12%	12%	100%
Total	95	100%	100%	

*Nota.* Software estadístico SPSS versión 26

**Figura 5**

*Resultados estadísticos referidos a la dimensión Espacio Geográfico*



*Nota.* Software estadístico SPSS versión 26

**Interpretación**

Respecto a la tabla 7 y figura 5, correspondiente a la dimensión Espacio Geográfico, el 31% de los encuestados indicaron que el espacio geográfico donde se desarrolla en el circuito de las siete lagunas del Distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco, es regular, así mismo el 27% de los encuestados mencionaron que el espacio geográfico es considerado como malo, el 23% de los encuestados indicaron que el espacio geográfico donde se desarrolla la actividad turística es bueno y finalmente solo el 7% de los encuestados menciono que el espacio geográfico es muy bueno para el desarrollo de la actividad turística.

En este punto las puntuaciones que influyeron en un estatus regular de las 7 lagunas es debido a las carreteras, cuyo estado requiere mantenimiento, limpieza de zonas pedregosas, y también ampliar algunos trechos que son muy delgados, así también la falta de refugios



principalmente para temporadas lluviosas, ya que en un clima tan incierto las precipitaciones fluviales pueden disminuir la satisfacción de los turistas, de igual modo sería interesante elevar el número de estancias rústicas (chozas) que sirvan como parajes para realizar algunas actividades, y hacer el paisaje rústico más atractivo, así también es menester proteger la flora y fauna del impacto humano realizar estrategias de acogida a la vida silvestre para que también puedan ser divisados aunque sea a la distancia.

**Tabla 8**

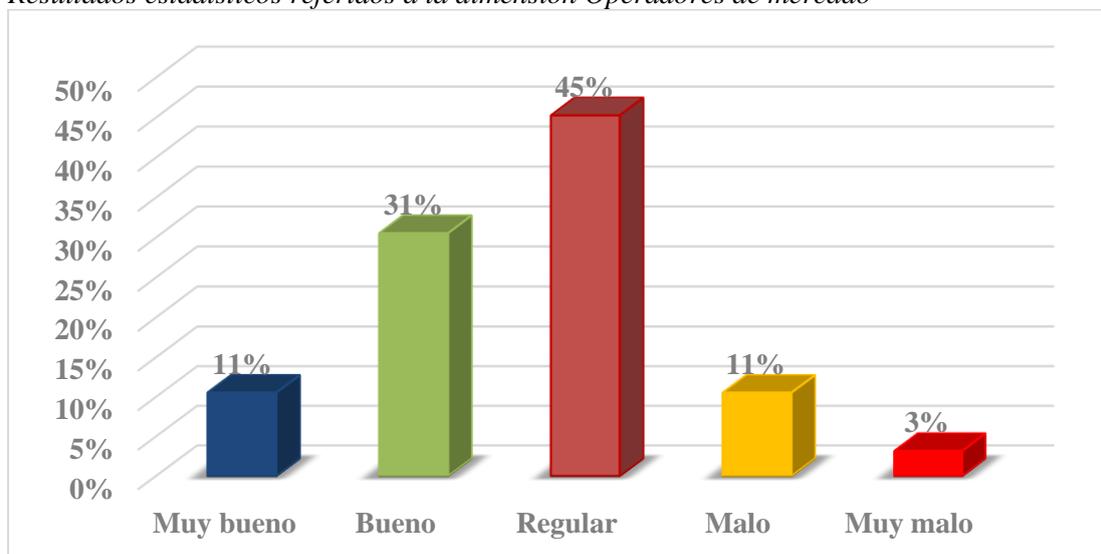
*Resultados estadísticos referidos a la dimensión Operadores de mercado*

	f	%	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy bueno	10	11%	11%	11%
Bueno	29	31%	31%	41%
Regular	43	45%	45%	86%
Malo	10	11%	11%	97%
Muy malo	3	3%	3%	100%
Total	95	100%	100%	

*Nota.* Software estadístico SPSS versión 26

**Figura 6**

*Resultados estadísticos referidos a la dimensión Operadores de mercado*



*Nota.* Software estadístico SPSS versión 26

### **Interpretación**

Respecto a la tabla 8 y figura 6, correspondiente a la dimensión Operadores de mercado, el 45% de los encuestados indicaron que los operadores de mercado que ofertan el circuito de las siete lagunas del Distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco, son regulares, así mismo el 31% de los encuestados mencionaron que los operadores de mercado son buenos al dar el servicio, el 11% de los encuestados indicaron que los operadores de mercado son calificados como muy buenos y finalmente solo el 3% de los encuestados menciona que los operadores de mercado en la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del Distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco, son muy malos.

Las calificaciones en este sentido, son mayoritariamente regular-positivas los turistas mencionan que el lugar es maravilloso e imperdible, la vista, las lagunas, un viaje que se sale de lo



convencional, las personas son muy atentas y profesionales principalmente los lugareños, quizá un inconveniente es la saturación de pasajeros algunos fines de semana, así también armonizar y embellecer un poco el punto de partida en la población para resaltar su belleza natural.



## Capítulo V: Discusión y propuestas

### 5.1 Discusión

#### 5.1.1 Descripción de los hallazgos más relevantes

En el desarrollo del presente estudio, se tuvo que observar cómo se desarrolla la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del Distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco, en el año 2022, de esta manera poder dar posibles soluciones a las falencias detectadas, en ese sentido para la variable se obtuvo que el 40% de los encuestados indicaron que la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del Distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco, se realiza de manera regular, así mismo el 21% de los encuestados mencionaron que dicha actividad se desarrolla de mala manera y para las dimensiones se tuvo los siguientes resultados el 39% de los encuestados indicaron que la demanda turística que existe en el circuito de las siete lagunas del Distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco, es regular, por otro lado, el 44% de los encuestados indicaron que la oferta turística que se desarrolla en el circuito de las siete lagunas del Distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco, es regular, así mismo, el 31% de los encuestados indicaron que el espacio geográfico donde se desarrolla en el circuito de las siete lagunas del Distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco, es regular y finalmente el 45% de los encuestados indicaron que los operadores de mercado que ofertan el circuito de las siete lagunas del Distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco, son regulares

#### 5.1.2 Limitaciones del estudio

Para el presente estudio se tuvo que tener en cuenta las siguientes limitaciones, las cuales con esfuerzo y dedicación se pudo sobrellevar y tener



mejores resultados:

- La búsqueda de información de autores recientes, que aborden el tema de actividad turística
- En el recojo de datos, los encuestados fueron un poco desconfiados al momento de brindar su información, y finalmente los permisos para obtener la información necesaria para complementar en el estudio.

### **5.1.3 Comparación crítica con la literatura existente**

Respecto al objetivo General 1, correspondiente a la variable Actividad Turística, el 40% de los encuestados indicaron que la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del Distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco, se realiza de manera regular, esta respuesta tiene similitud con el estudio realizado por Sheila Angela Valverde Ponce, en su investigación titulada Estudio de los componentes del producto turístico para el desarrollo de la actividad turística en el Distrito de Tinta, Provincia de Canchis, Departamento de Cusco, 2018, se indica que la actividad turística en el distrito de Tinta no tiene un buen desarrollo, ya que no dispone de elementos para componer un producto turístico apto, no se cuenta con los servicios básicos para llevarse a cabo esta actividad que garantice al visitante una buena experiencia.

Respecto al objetivo Específico 2, correspondiente a la dimensión Demanda Turística, el 39% de los encuestados indicaron que la demanda turística que existe en el circuito de las siete lagunas del Distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco, es regular, esta respuesta tiene similitud con el estudio realizado por Mirtha Rondon Challco, en su estudio titulado Análisis de la actividad turística en las Lomas de Lúcumo y su incidencia en la calidad de servicio, 2019, donde se evidencia que la mayoría de sus visitantes realiza por primera vez su visita



y tienen intención de volver, sin embargo, hay un desconocimiento de los deseos y expectativas del visitante de las Lomas de Lúcumo, esto debido a la falta de investigación y herramientas prácticas para la elaboración de una base de datos que les permita conocer más a sus clientes. Esto también contribuirá en la promoción y comercialización de este lugar, al cual no se le ha sacado el debido provecho, de esta manera se podrá compartir información asertiva a sus clientes y consumidores potenciales.

Respecto al objetivo Específico 3, correspondiente a la dimensión Oferta Turística, el 44% de los encuestados indicaron que la oferta turística que se desarrolla en el circuito de las siete lagunas del Distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco, es regular, esta respuesta tiene similitud con mencionado por el autor Martínez (2019), quien evidencia que para fortalecerla oferta turística debe existir elementos que atraen al turista hacia el destino y logran satisfacer sus necesidades y expectativas. Se habla entonces que la oferta comprende el patrimonio turístico de una nación.

Respecto al objetivo Específico 4, correspondiente a la dimensión Espacio Geográfico, el 31% de los encuestados indicaron que el espacio geográfico donde se desarrolla en el circuito de las siete lagunas del Distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco, es regular, esta respuesta tiene similitud con lo mencionado por los autores Naranjo & Martínez (2022), quienes indica que el lugar geográfico determinado donde se asienta la oferta turística y hacia el que fluye la demanda, pudiendo incluso ser descompuesto en zona turística, área turística, complejo turístico, centro turístico o núcleos turísticos.

Respecto al objetivo Específico 5, correspondiente a la dimensión Operadores de mercado, el 45% de los encuestados indicaron que los operadores de



mercado que ofertan el circuito de las siete lagunas del Distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco, son regulares, esta respuesta tiene similitud con el estudio realizado por Devoni Ghisela Carrion Castrejon y Valeska Briseida Rodriguez Daviran en su estudio titulado Análisis de las estrategias de actividades turísticas de los prestadores de servicios turísticos del distrito de Callahuanca, provincia de Huarochirí, región Lima, en el año 2019, en la que se evidencia que el empleo de estrategias de promoción turística de los prestadores de servicios turísticos es inadecuado, en el distrito de Callahuanca, provincia de Huarochirí, región Lima, en el 2019. Los resultados muestran que, el 69% de los encuestados emplean de forma inadecuada una o ninguna estrategia de promoción turística y solo el 31% lo hace de forma adecuada, es decir emplea dos o tres estrategias de promoción turística.

## 5.2 Propuestas

### **Propuesta 01: Reglamento para el uso de materiales de la zona para no impactar el paisaje**

- **Descripción:**

En la propuesta se desea fomentar el uso de materiales de la zona, tales como piedras, tallados, maderas y demás ornamentos para que las edificaciones sean las más adecuadas, haciendo que no impacte con la belleza paisajística y que pueda mimetizarse con el entorno geográfico, en ese sentido la municipalidad debe dar incentivos a los pobladores, así como materiales que sean de la zona y que puedan ser utilizados por los pobladores en las distintas áreas de su hogar, que muchos casos es destinado para la atención al turista, finalmente esta propuesta será beneficiosa para la población y los turistas que se llevarán una imagen mucho más amena de dicho paisaje



- **Lugar:**

La propuesta a desarrollar se sitúa en el distrito de Ocongate, perteneciente a la provincia de Quispicanchi, del departamento del Cusco.

- **Objetivo:**

- Diseño de Edificaciones usando materiales de la zona
- Realizar capacitación a los pobladores sobre el uso de materiales de la zona
- Potenciar el paisaje turístico de la zona
- Minimizar acciones que atenten como la flor y fauna

- **Justificación:**

Dicha propuesta se justifica, debido a que en la actualidad edificaciones, que no son de acuerdo al área geográfica, realizan un impacto directo al paisaje, más aun teniendo construcciones sin diseño y sobre todosin planificación turística.

- **Público objetivo:**

Turistas y pobladores del distrito de Ocongate, perteneciente a la provincia de Quispicanchi, del departamento del Cusco

- **Encargados:**

Concejo municipal del distrito de Ocongate

- Alcalde
- Regidores

Junta representativa poblacional

- Pobladores de la zona
- Otros interesados

- **Actividades:**

**Primera etapa:** Realizar una reunión con los entes correspondientes en



el ámbito público, expresarle la necesidad de concientizar a la población del uso de materiales de la zona para sus edificaciones

- Interiorizar la necesidad de suministrar materiales a la población
- Indicar las ventajas de esta propuesta

**Segunda etapa:** Realizar una reunión con los pobladores de la zona turística, indicarles la necesidad del uso de materiales de la zona para sus edificaciones, argumentar y justificar propuesta, mediante diapositivas y maquetas

- Mostrar maquetas y diapositivas sobre el uso de materiales de la zona
- Sensibilizar a la población sobre la importancia del paisaje, flora y fauna

**Tercera etapa:** La municipalidad y los pobladores deben establecer una reunión en la que se plantea el uso de materiales como necesidad para fomentar el turismo, y sobre todo el cuidado al paisaje, flora y fauna, destacando los beneficios de esta propuesta

- Entablar alianza municipalidad y pobladores
- Establecer acciones de mejora en las infraestructuras destinadas al turismo

● **Presupuesto:**

<b>Recursos Administrativos</b>	<b>Presupuesto</b>
Monto por derechos de tramitación	70.00
Texto único de Procedimientos Administrativos	25.00
Tasas Por Arbitrios	150.00
<b>Total</b>	<b>245.00</b>
<b>Recursos Humanos</b>	
Abogado	1500.00
Arquitecto	3000.00



Diseñador ambiental	2000.00
Antropólogo	1800.00
<b>Total</b>	<b>8300.00</b>
<b>Recursos Materiales</b>	
Proyectores Multimedia	70.00
Carteles, folletos informativos	80.00
Videos y representaciones virtuales	40.00
<b>Total</b>	<b>190.00</b>
<b>Servicios</b>	
Alimentación	400.00
Pasajes	300.00
Hospedaje	500.00
<b>Total</b>	<b>1200.00</b>
<b>Total</b>	<b>9935.00</b>

- **Resultados esperados de la propuesta:**

Los resultados esperados al concretarse dicha propuesta, serán los siguientes

- Menor impacto visual de las futuras edificaciones
- Mayor cuidado de los espacios turísticos y naturales
- Pobladores más conscientes sobre la importancia del uso de materiales de la zona
- Turistas más satisfechos y con una mayor cultura ambiental



**Propuesta 02: Capacitación a los pobladores sobre la calidad en el servicio en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco.**

- **Descripción:**

Dicha propuesta está enfocada a realizar convenios con entes públicos como la GERCETUR y el Ministerio de Cultura, con la finalidad de que se pueda capacitar a los pobladores de la zona ya que mes a mes aumenta la demanda turística, destacando paisajes de los cuales los turistas se van fascinados, en ese sentido los pobladores deben estar aptos para poder atender las necesidades del turista, tales como alimentación, transporte, guiado y demás, dichos servicios deben ser adecuados y sobre todo de calidad, para tener turistas mucho más satisfechos y que estos puedan recomendar esta zona.

- **Lugar:**

La propuesta a desarrollar se sitúa en el distrito de Ocongate, perteneciente a la provincia de Quispicanchi, del departamento del Cusco.

- **Objetivo:**

- Capacitar de manera general sobre calidad y servicio a los pobladores
- Realizar convenios con entidades públicas y privadas para una constante capacitación
- Diseñar planes de mejora constante en las actividades turísticas que desarrollan los pobladores
- Tener pobladores más preparados a al cliente o turista

- **Justificación:**

La propuesta se justifica debido a la demanda turística que se viene dando en esta zona, es por ello que los pobladores deben estar totalmente capacitados



en las distintas actividades turísticas, para que puedan dar un servicio adecuado a los turistas, mejorando los servicios, infraestructura, servicios básicos, y demás, con la finalidad de dar un trato amable al turista y generar un dinamismo económico en base a la actividad turística.

- **Público objetivo:**

Pobladores del distrito de Ocongate, perteneciente a la provincia de Quispicanchi, del departamento del Cusco.

- **Encargados:**

- Municipalidad Distrital de Ocongate
- Dirigentes de la población
- Agencias Turísticas

- **Actividades:**

**Primera etapa:** Para iniciar esta propuesta se debe mandar un documento a las entidades públicas como es el municipio, GERCETUR y entes privados como las agencias de viajes

- La agenda inicia la necesidad de tener capacitación en el tema de calidad de servicio
- Indicando en la solicitud el apoyo de personas especialistas en el tema de calidad de servicio

**Segunda etapa:** Una vez aprobada la solicitud, se tendrá que organizar el espacio y los horarios para posteriormente indicar al Coach sobre los tiempos, asimismo los pobladores deberán participar de manera total.

- Horario y lugar de la capacitación
- Materiales y herramientas para la capacitación

**Tercera etapa:** El día de la capacitación la población y los Coach tendrán



que presentarse, realizar la dinámica y capacitación, utilizando las herramientas e instrumentos necesarios para el desarrollo, finalmente realizar una evaluación sobre la charla dada.

- Generar conocimiento de calidad de servicio
- Concientizar a la población sobre la importancia de este tema
- Realizar evaluaciones continuas

- **Presupuesto**

<b>Recursos Humanos</b>	
Capacitador	1200.00
Especialista en atención al cliente	800.00
Elaboradores de folletos informativos	100.00
<b>Total</b>	<b>2100.00</b>
<b>Recursos Materiales</b>	
Proyector Multimedia	70.00
Fólderes, folletos, mosquitos	100.00
<b>Total</b>	<b>170.00</b>
<b>Servicios</b>	
Refrigerios	200.00
Pasajes	100.00
Hospedaje	100.00
<b>Total</b>	<b>400.00</b>
<b>Total</b>	<b>2670.00</b>

- **Resultados esperados de la propuesta:**

El resultado esperado al aplicar dicha propuesta será la siguiente

- Tener pobladores con la capacidad de respuesta ante las necesidades del turista
- Dar un servicio de calidad y esto que se refleje en las actividades turísticas



- Tener turistas mucho más satisfechos
- Finalmente, interiorizar el tema de calidad de servicio y crear mayor dinamismo económico



## Conclusiones

**Primera:** Se concluye que la actividad turística que se desarrolla en el circuito de las siete lagunas del Distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco – 2022, es calificado como regular por el 40% de los encuestados, dicha respuesta se debe a que existe falencias visibles en la demanda y oferta turística, así como en el espacio geográfico donde se desarrollan actividades, los operadores del mercado no respetan los tiempos y esto hace que los turistas se sientan insatisfechos.

**Segunda:** Se concluye que la demanda turística en el circuito de las siete lagunas del Distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco – 2022, se da de manera regular, debido a que el 39% de los encuestados lo menciona, dicho porcentaje es influenciado por la mala organización y planificación, así como los factores económicos y sociales, dentro del desarrollo de las actividades turísticas, y esto genera que se tenga una baja demanda turística en este sector.

**Tercera:** Se concluye que la oferta turística en el circuito de las siete lagunas del Distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco – 2022, es regular, debido a que el 44% de los encuestados así lo señala, ese resultado se debe a la situación actual de los servicios y productos que se ofertan, los cuales no satisfacen las necesidades del turista, así como no logran concretar una experiencia satisfactoria en el recorrido de este sector.

**Cuarta:** Se concluye que el espacio geográfico en el circuito de las siete lagunas del Distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco – 2022, es regular, debido a que el 31% de los encuestados así lo percibe, esto se debe a que en el desarrollo de las actividades turísticas, no identifican de manera adecuada el lugar y zonas turísticas donde se debe desarrollar las distintas acciones para mostrar al turista una experiencia enriquecedora, por



otro lado, no se fortalece ni innovan y los espacios, complejos y centros turísticos, todo ello hace que el turista se lleve una mala imagen.

**Quinta:** Se concluye que los operadores de mercado en el circuito de las siete lagunas del Distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco – 2022, son calificados como regulares debido a que el 45% de los encuestados, así lo indica, este porcentaje demuestra que los turistas no están conformes con el producto turístico que perciben al momento de visitar esta zona, ya que no se tiene mejoras en los recorridos ni los accesos, ni menos se encuentran ofertas complementarias que harían más amena la visita.



## Recomendaciones

Las recomendaciones son enfocadas a las entidades gubernamentales, Municipalidad Distrital de Ocongate y GERCETUR, así como entes privados, operadores turísticos y agencias de viajes.

**Primera:** Se recomienda poner énfasis en la actividad turística de sector, realizando mejoras continuas en las vías y accesos, así mismo en la seguridad y sobre todo enfocarse en la población, para que de esta manera pueda ver un dinamismo económico y pueda mejorar la calidad de vida de los pobladores en general.

**Segunda:** Se recomienda realizar una planificación adecuada de la planta turística de la zona, teniendo que mejorar los procesos de las actividades de ocio, fomentar emprendimientos y negocios enfocados al turismo, y sobre todo a satisfacer las necesidades del turista y que éste pueda recomendar esta zona para que de manera progresiva aumente la demanda turística.

**Tercera:** Se recomienda enfocarse en evaluar y dar el soporte por medio de capacitaciones y charlas, asimismo mejorar los servicios, potenciando sus procesos, sobre todo, dando productos que sean de calidad, tener un reporte sobre las experiencias y expectativas del turista, clasificándolas como negativas y positivas, para realizar acciones correctivas y obtener beneficios altos respecto a la oferta turística

**Cuarta:** Se recomienda realizar acciones de limpieza, envejecimiento y colocar señalizaciones informativas sobre las zonas turísticas, reglamentar el uso de materiales ecológicos en las edificaciones, y realizar un seguimiento a las futuras estructuras turísticas, las cuales no malogren el paisaje y no tengan un impacto visual que perjudique la naturaleza.



**Quinta:** Se recomienda promocionar y fomentar de manera ordenada, teniendo que reformar el turismo que en la actualidad se lleva, la municipalidad debe ser el fiscalizador, realizando acciones preventivas y evaluadoras a las operadoras de turismo, las cuales, deben adecuarse a las disposiciones, los operadores turísticos deben ser formales y deben prestar un servicio adecuado a los turistas, dejando al lado el lucro y realizando acciones para aumentar la demanda turística por medio de sus atenciones al turista, dicho estudio es base para posteriores investigaciones que tengan la finalidad de potenciar la actividad turística en esta zona.



### Referencias bibliográficas

- Arias, A., Castillo, M., & Panoso, A. (2012). *Análisis de las visiones del turismo en México*. Turismo Em Analise.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Pearson.
- Baena, G. (2017). Metodología de la investigación Grupo Editorial Patria Sistema de aprendizaje en línea Metodología de la investigación. *Javier Enrique Callejas*, 56-65.
- Ballart, J., & Tresserras, J. (2001). *Gestión del patrimonio cultural*. Barcelona: Ariel Patrimonio.
- Bermejo, R. (2014). *Del desarrollo Sostenible según Brundtland a la sostenibilidad como biomimesis*. San Sebastian.: Mexico.
- Bernal, C. (2012). *Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. . Bogotá: Pearson Educación de Colombia Ltda.
- Briones, G. (2012). La investigación social y educativa. *Tercer Mundo Editores*, 59. Obtenido de <https://metodoinvestigacion.files.wordpress.com/2008/02/metodologia-de-la-investigacion-guillermo-briones.pdf>
- Cabrer, B. (2008). *Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo*.
- Camacho, M. (2009). *Empleo juvenil y actividad turística en la Isla de Margarita en Venezuela*. Venezuela: Universidad de Oriente, Venezuela.
- Carrion, D., & Rodriguez, V. (2021). *Análisis de las estrategias de promoción turística de los prestadores de servicios turísticos del distrito de Callahuanca, provincia de Huarochirí, región Lima, en el año 2019*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Educación, Lima.
- Ceupe. (2022). *Funciones del operador turístico*. Obtenido de Ceupe Magazine: <https://www.ceupe.com/blog/funciones-del-operador-turistico.html>



Cohen, E. (2005). Principales tendencias en el turismo contemporáneo. *Política y Sociedad*, 11-24.

ComexPerú. (2021). *Reporte trimestral de desempeño turístico en el Perú*.

CONFIEP. (16 de Abril de 2019). *Turismo en Perú*. Obtenido de <https://www.confiep.org.pe/noticias/economia/turismo-en-peru/>

Congreso de la Republica. (23 de Setiembre de 2009). *Ley general de turismo*. Obtenido de Ley general de turismo: <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/per89826.pdf>

Dicks, B. (2000). *Heritage place and community*. Cardiff: University Walles.

Eae Business School. (7 de Marzo de 2023). *Factores económicos de una empresa que deben tenerse en cuenta*. Obtenido de Retos en Supply Chain: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/factores-economicos-de-una-empresa-que-deben-tenerse-en-cuenta/>

Florez, D. (2008). *Modelo de Calgary de Crouch y Ritchie*.

Galván, B. (15 de Mayo de 2019). *Sector del turismo y el ocio en España*. Obtenido de <https://www.investinspain.org/es/sectores/turismo-ocio>

Gonzales, J., & Huanca, K. (2018). *Impacto de la actividad turística en el crecimiento de la Economía Regional de Cusco, 2000 - 2015*. Tesis de pregrado, Universidad Andina del Cusco, Cusco.

Gonzáles, N. (2018). Los 7 pasos básicos en el proceso de planificación. *Magenta*.

González, A., & Cortez, C. (2007). *Análisis de los factores sociales que influyen en el empoderamiento de los actores locales previo a la implementación de proyectos de desarrollo rural*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional Agraria.

Hernandez, Fernandez, & Baptista. (2006). *Metodología de la Investigación*. McGrall Hill.

Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.

Horkheimer, M., & Adorno, T. (1971). *Dialéctica del iluminismo*. Buenos Aires: Editorial Sur.



- Kapchan, D., & Strong, P. (1999). Theorizing the Hybrid. *The Journal of American Folklore*, 239-253.
- Malpartida, S. (2021). *¿Cómo contribuye el turismo en el crecimiento económico del país?* Universidad Ricardo Palma.
- Mamani, W. (24 de Noviembre de 2016). *Turismo*. Obtenido de Asesores en Turismo para Empresas e Instituciones públicas: <https://asesorenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>
- Martínez, E. (2019). *Gestión y oferta turística en la comunidad Atillo, Parroquia Cebadas, Cantón Guamote*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba.
- Martorell, A. (2004). *Propuestas para una Planificación Proactiva en un Bien del Patrimonio Mundial*. Madrid: UAM.
- Mateo, J. P. (2019). Satisfacción del cliente . [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/628122/LizanoF\\_E.pdf?sequence=3](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/628122/LizanoF_E.pdf?sequence=3), 10.
- MINCETUR. (2011). *Guía Metodológica para la Identificación, Formulación y Evaluación Social de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo, a Nivel de Perfil*. Lima.
- Ministerio de Economía Y Finanzas. (2011). *Turismo. Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos*. Editorial Arkabas.
- Ministerio de Economía Y Finanzas. (2011). *Turismo. Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos*.
- Morillo, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Vision Gerencial*, 135-158.
- Naranjo, R., & Martínez, M. (2022). La oferta turística: Precisiones teóricas para su análisis . *Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*, 407-423.



Organización Mundial de Turismo. (2018). *Yearbook of Tourism Statistics, Data 2012 – 2016*.

Obtenido de <https://data.worldbank.org/>

Organización Mundial del Turismo. (2021). *Turismo*. Madrid.

Organización Mundial del Turismo. (2022). *Glosario de términos de turismo*. Obtenido de

Unwto: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Pedagogía. (12 de Noviembre de 2018). *Ideas y beneficios de las actividades de ocio y tiempo*

*libre*. Obtenido de Forma Infancia: <https://formainfancia.com/actividades-ocio-tiempo-libre/>

Pizarro, L. (2016). *Percepción de los pobladores de la comunidad de Asunción para determinar si es posible implementar un programa de turismo rural comunitario como alternativa de desarrollo sostenible*. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.

Plaza, S. (2018). *La actividad turística en el ecosistema de la reserva de fauna andina Eduardo Avaroa y los impactos ambientales*. Tesis de pregrado, Universidad Mayor de San Andrés, La Paz.

Quesada, R. (2010). *Elementos de Turismo. Teoría, clasificación y actividad*. Costa Rica: EUNED.

Raz, A. (1999). Globalization and Symbolic Interactionism. *Studies in Symbolic Interaction* , 3-16.

Ritzer, G. (1993). *The McDonaldization of Society*. Newbury Park: Pine Forge Press.

Rodríguez, M. (2016). *Enciclopedia virtual* . Málaga: Universidad de Málaga.

Rondon, M. (2020). *Análisis de la actividad turística en las Lomas de Lúcumo y su incidencia en la calidad de servicio, 2019*. Tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres, Lima.

Saldaña, J., & Cervantes, J. (Octubre de 2000). Mercadotecnia de servicios. *Revista Contaduría y Administración*, 199.



Sancho, A. (2011). *Introducción al turismo* . Organización Mundial del Turismo.

SEGITUR. (2012). Industria del turismo. *Ministerio de Industria Energía y Turismo* . España.

Sileo, S. (2012). Geografía y turismo, un encuentro espacial. *Revista de ciencias sociales*, 93-105.

Valverde, A. (2018). *Estudio de los componentes del producto turístico para el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Tinta, provincia de Canchis, departamento de Cusco, 2018*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Agustín.

Zárate, P. (15 de Mayo de 2020). *Cusco se quedó sin actividad turística y con el 30% de su PEA desempleada*. Obtenido de <https://elbuho.pe/2020/05/cusco-se-queda-sin-actividad-turistica-y-con-el-30-de-su-pea-desempleada/>



**ANEXOS**



**Anexo 1: Matriz de consistencia**

<b>Título: Análisis de la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco - 2022</b>			
<b>Problema</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Variable / Dimension</b>	<b>Metodología</b>
<p>¿Cómo es la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco – 2022?</p> <p><b>Problemas específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es la demanda en la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco – 2022?</li> <li>• ¿Cuál es la oferta en la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco – 2022?</li> <li>• ¿Cómo es el espacio geográfico donde se desarrolla la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco – 2022?</li> <li>• ¿Cuáles son los operadores de mercado en la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco – 2022?</li> </ul>	<p>Analizar la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco – 2022</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Describir la demanda en la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco – 2022</li> <li>• Determinar la oferta en la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco – 2022</li> <li>• Describir el espacio geográfico donde se desarrolla la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco – 2022</li> <li>• Describir los operadores de mercado en la actividad turística en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco – 2022</li> </ul>	<p><b>Variable</b></p> <p>Actividad turística</p> <p><b>Dimensiones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Demanda turística</li> <li>• Oferta turística</li> <li>• Espacio geográfico</li> <li>• Operadores de Mercado</li> </ul>	<p><b>Tipo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Básico</li> </ul> <p><b>Enfoque</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuantitativo</li> </ul> <p><b>Diseño</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• No experimental</li> </ul> <p><b>Población</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 95 turistas que visitan las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco</li> </ul> <p><b>Muestra</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 95 turistas que visitan las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco</li> </ul> <p><b>Técnica</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> </ul> <p><b>Instrumentos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuestionario</li> </ul>



Anexo 2: Matriz de instrumento

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala
Actividad turística	Demanda turística	• Proceso de planificación	1. ¿Cómo califica usted el proceso de planificación de actividades que proponen los operadores turísticos del circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?	1. Muy bueno 2. Bueno 3. Regular 4. Malo 5. Muy malo
		• Actividades de ocio	2. ¿Cómo califica usted las actividades de ocio que se puede realizar en el trayecto del circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?	
		• Factores económicos	3. ¿Cómo califica usted el factor económico en el desarrollo y realización de mejoras en el trayecto del circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?	
		• Factores sociales	4. ¿Cómo califica usted el factor social en el desarrollo y realización de mejoras en el trayecto del circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?	
	Oferta turística	• Servicios	5. ¿Cómo califica usted los servicios (restaurante, arrieros, etc.) que utilizo en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?	
		• Productos	6. ¿Cómo califica usted los productos que se le proporciono por parte de los operadores turísticos en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?	
		• Cliente turístico	7. ¿Usted cómo califica las expectativas del cliente turístico respecto a la oferta turística en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?	
		• Experiencia satisfactoria	8. ¿Cómo califica usted las experiencias satisfactorias que tuvieron en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?	
	Espacio geográfico	• Lugar geográfico	9. ¿Usted cómo califica el lugar geográfico donde se desarrolla el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?	
		• Zona turística	10. ¿Usted cómo califica las zonas turísticas establecidas en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?	
		• Area turística	11. ¿Cómo califica usted las areas turísticas que se crearon para satisfacer las necesidades en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?	
		• Complejo turístico	12. ¿Cómo califica usted los espacios de flora y fauna que componen el complejo turístico del circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?	
		• Centro turístico	13. ¿Usted cómo califica la creación de espacios centro del centro turístico del circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?	



	<b>Operadores de Mercado</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Consumidor final</li></ul>	14. ¿Cómo califica usted las experiencias satisfactorias que tuvieron en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?
		<ul style="list-style-type: none"><li>• Producto turístico</li></ul>	15. ¿Usted cómo califica el producto turístico que compone el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?
		<ul style="list-style-type: none"><li>• Destino turístico</li></ul>	16. ¿Usted cómo califica el destino turístico del circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?
		<ul style="list-style-type: none"><li>• Oferta complementaria</li></ul>	17. ¿Cómo califica usted las ofertas complementarias que se le ofrecieron en el desarrollo del circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?



Anexo 3: Instrumento de recolección de datos

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



**Cuestionario**

La siguiente encuesta está dirigida a los turistas que visitan las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco, el cual servirá para recopilar información necesaria que será utilizada en la ejecución del proyecto que tienen por objetivo analizar la actividad turística en el circuito de las Siete Lagunas del distrito de Ocongate de la Provincia de Quispicanchi, Cusco. A continuación, se presenta una serie de preguntas. Lea cuidadosamente cada una de ellas y seleccione la alternativa con la que esté de acuerdo, marcando con una X.

Marque con una X en el recuadro correspondiente de acuerdo a las siguientes preguntas, cuya escala de apreciación es el siguiente:

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo

N°	PREGUNTA	1	2	3	4	5
	<b>VARIABLE: ANALISIS DE LA ACTIVIDAD TURISTICA</b>					
1	¿Cómo califica usted el proceso de planificación de actividades que proponen los operadores turísticos del circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?					
2	¿Cómo califica usted las actividades de ocio que se puede realizar en el trayecto del circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?					
3	¿Cómo califica usted el factor económico en el desarrollo y realización de mejoras en el trayecto del circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?					
4	¿Cómo califica usted el factor social en el desarrollo y realización de mejoras en el trayecto del circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?					



5	¿Cómo califica usted los servicios (restaurante, arrieros, etc.) que utilizo en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?					
6	¿Cómo califica usted los productos que se le proporciono por parte de los operadores turísticos en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?					
7	¿Usted cómo califica las expectativas del cliente turístico respecto a la oferta turística en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?					
8	¿Cómo califica usted las experiencias satisfactorias que tuvieron en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?					
9	¿Usted cómo califica el lugar geográfico donde se desarrolla el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?					
10	¿Usted cómo califica las zonas turísticas establecidas en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?					
11	¿Cómo califica usted las áreas turísticas que se crearon para satisfacer las necesidades en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?					
12	¿Cómo califica usted los espacios de flora y fauna que componen el complejo turístico del circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?					
13	¿Usted cómo califica la creación de espacios centro del centro turístico del circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?					
14	¿Cómo califica usted las experiencias satisfactorias que tuvieron en el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?					
15	¿Usted cómo califica el producto turístico que compone el circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?					
16	¿Usted cómo califica el destino turístico del circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?					
17	¿Cómo califica usted las ofertas complementarias que se le ofrecieron en el desarrollo del circuito de las siete lagunas del distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchi, Cusco?					



#### Anexo 4: Evidencias fotográficas



Fuente: Imágenes propias



Fuente: Imágenes propias



Fuente: Imágenes propias



Fuente: Imágenes propias



Fuente: Imágenes propias



Fuente: Imágenes propias



Fuente: Imágenes propias



Fuente: Imágenes propias





Fuente: Imágenes propias