

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
ESCUELA DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN MANAGEMENT INTERNACIONAL



**INFLUENCIA DE LA OFERTA TURÍSTICA EN EL DESARROLLO
SOCIOECONÓMICO PERCIBIDO POR LOS POBLADORES DEL
DISTRITO DE TARATA, AÑO 2017.**

TESIS

Presentada por:

Br. MAYKEN EVELÍN LEÓN ARRAYA

Asesor:

Mgr. GUIDO PALUMBO PINTO

Para Obtener el Grado Académico de:

MAESTRO EN MANAGEMENT INTERNACIONAL

TACNA – PERU

2019

Agradecimientos

A la Universidad Privada de Tacna, a través de la escuela de Post Grado y a todo su personal docente, por impartirnos sus amplios conocimientos y permitirnos cumplir una de nuestras metas profesionales de la manera más exitosa posible.

A mi asesor el Mgr. Guido Palumbo Pinto por sus conocimientos, esfuerzo y dedicación orientada fundamentalmente a la dirección de esta investigación para obtener mi Grado de Magister.

Al Dr. Mario César Gálvez Marquina por ayudarme a perfeccionar mi investigación.

Finalmente, agradezco a los pobladores de Tarata por haber sido parte de esta investigación y brindarme su apoyo en la culminación de mí trabajo.

Dedicatoria

A Dios, por a haberme dado la vida, la voluntad y la oportunidad de estudiar y seguir luchando por cambiar este mundo. A mis Padres, por su sacrificio y esfuerzo, por darme una carrera profesional para mi futuro y por creer en mi capacidad, por estar siempre a mi lado cuando más los necesito, en los buenos y malos momentos su apoyo incondicional y el interés para que estudie y me desarrolle completamente en todos los aspectos de mi vida.

Índice de contenidos

Agradecimientos	ii
Dedicatoria	iii
Índice de tablas	vii
Índice de figuras	viii
Resumen	x
Abstract	xi
Introducción	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	4
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	5
1.2.1 Interrogante principal	5
1.2.2 Interrogantes secundarias	5
1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	6
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	6
1.4.1 Objetivo general	6
1.4.2 Objetivos específicos	6
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	7
2.1 Antecedentes de la investigación	7
2.2 Antecedentes nacionales	8
2.3 Antecedentes locales	10
2.2 BASES TEÓRICAS	10
2.2.1 El turismo	10
2.2.2 Desarrollo socioeconómico	34
2.2.3 El Distrito de Tarata	47
2.3 DEFINICIÓN DE CONCEPTOS	59
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	62
3.1 HIPÓTESIS	62
3.1.1 Hipótesis general	62
3.1.2 Hipótesis específicas	62

3.2 VARIABLES	62
3.2.1 Identificación de la variable independiente	62
3.2.2 Identificación de la variable dependiente	63
3.2.3 Operacionalización de las variables	65
3.3 TIPO y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	66
3.3.1 Tipo de investigación	66
3.3.2 Diseño de investigación	66
3.4 NIVEL DE INVESTIGACIÓN	66
3.5 AMBITO Y TIEMPO SOCIAL DE LA INVESTIGACIÓN	66
3.6 POBLACIÓN Y MUESTRA	67
3.6.1 Unidad de estudio	67
3.6.2 Población	67
3.6.3 Muestra	67
3.7 PROCEDIMIENTO, TECNICAS E INSTRUMENTOS	68
3.7.1 Procedimiento	68
3.7.2 Técnicas	68
3.7.3 Instrumentos	68
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	70
4.1 DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO	70
4.2 DISEÑO DE LA PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS	70
4.3 RESULTADOS	71
4.3.1 Características de la muestra.	71
4.3.2 Análisis descriptivo de la oferta turística	75
4.3.3 Análisis descriptivo del desarrollo socioeconómico.	80
4.4 PRUEBA ESTADÍSTICA	91
4.4.1 Prueba de la hipótesis general.	91
4.4.1 Prueba de la primera hipótesis específica.	93
4.4.1 Prueba de la segunda hipótesis específica.	95
4.4.1 Prueba de la tercera hipótesis específica.	97
4.5 DISCUSIÓN	98
4.5.1 Discusión con la hipótesis general.	98

4.5.2 Discusión con los objetivos específicos.	99
4.5.2 Discusión con los antecedentes.	100
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	101
5.1 CONCLUSIONES	101
5.2 RECOMENDACIONES	102
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	104
ANEXOS	108

Índice de tablas

Tabla 1. Operacionalización de las variables.	65
Tabla 2. Sexo de la muestra.	71
Tabla 3. Nivel educativo de población encuestada.	72
Tabla 4. Edad de los pobladores encuestados.	73
Tabla 5. Ocupación de los pobladores encuestados.	74
Tabla 6. Nivel de oferta turística.	76
Tabla 7. Conservación de los elementos del producto turístico.	77
Tabla 8. Promoción del producto turístico orientado a los consumidores.	78
Tabla 9. Manejo de los operadores del producto turístico.	79
Tabla 10. Nivel de desarrollo socioeconómico.	81
Tabla 11. Nivel desarrollo social.	82
Tabla 12. Nivel del bienestar de las comunidades receptoras.	83
Tabla 13. Nivel de conservación cultural.	84
Tabla 14. Nivel de participación comunitaria en el turismo.	85
Tabla 15. Nivel de desarrollo económico.	86
Tabla 16. Percepción del ingreso económico por concepto de turismo.	87
Tabla 17. Percepción del nivel de turistas que llegan a Tarata.	88
Tabla 18. Percepción de la calidad de actividades turísticas en Tarata.	89
Tabla 19. Percepción de la calidad de los productos y servicios a los turistas.	90
Tabla 20. Prueba de normalidad de datos.	91
Tabla 21. Contrastación de la hipótesis general.	92
Tabla 22. Contrastación de la primera hipótesis específica.	94
Tabla 23. Contrastación de la segunda hipótesis específica.	96
Tabla 24. Contrastación de la tercera hipótesis específica.	98

Índice de figuras

<i>Figura 1.</i> Ciclo de vida de los productos de Butler	24
<i>Figura 2.</i> Distribución de los paquetes turísticos	33
<i>Figura 3.</i> Mirador de Apacheta	51
<i>Figura 4.</i> La piedra del matrimonio	52
<i>Figura 5.</i> Iglesia de Tarucachi	53
<i>Figura 4.</i> Petroglifos de Anajiri	53
<i>Figura 7.</i> Iglesia antigua de Tarata	54
<i>Figura 8.</i> Museo municipal de Tarata	55
<i>Figura 9.</i> Camino Inca Santa María	56
<i>Figura 10.</i> Centro arqueológico Santa María	56
<i>Figura 11.</i> Cuevas de Qalaqala	57
<i>Figura 12.</i> Retén de Ticalaco	58
<i>Figura 13.</i> Baños termales de Putina	58
<i>Figura 14.</i> Sexo de los pobladores encuestados	71
<i>Figura 15.</i> Nivel educativo de la población encuestada	72
<i>Figura 16.</i> Edad de los pobladores encuestados	73
<i>Figura 17.</i> Ocupación de los pobladores encuestados	74
<i>Figura 18.</i> Dimensiones de la variable “Oferta turística”	75
<i>Figura 19.</i> Nivel de oferta turística	76
<i>Figura 20.</i> Conservación de los elementos del producto turístico	77
<i>Figura 21.</i> Promoción del producto turístico orientado a los consumidores	78
<i>Figura 22.</i> Manejo de los operadores del producto turístico	79
<i>Figura 23.</i> Dimensiones de la variable “Desarrollo socioeconómico”	80
<i>Figura 24.</i> Nivel de desarrollo socioeconómico	81
<i>Figura 25.</i> Nivel desarrollo social	82
<i>Figura 26.</i> Nivel del bienestar de las comunidades receptoras	83
<i>Figura 27.</i> Nivel de conservación cultural	84
<i>Figura 28.</i> Nivel de participación comunitaria en el turismo	85
<i>Figura 29.</i> Nivel de desarrollo económico	86

<i>Figura 30.</i> Percepción del ingreso económico del distrito	87
<i>Figura 31.</i> Percepción del nivel de turistas que llegan a Tarata	88
<i>Figura 32.</i> Percepción de la calidad de actividades turísticas	89
<i>Figura 33.</i> Percepción de la calidad de los productos y servicios	90

Resumen

La investigación buscó determinar si la oferta turística influye significativamente en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del Distrito de Tarata, año 2017. Para poder contrastar la hipótesis se desarrolló una investigación no experimental de diseño transversal de tipo correlacional-causal. En la investigación participaron 339 pobladores de Tarata a los que se les aplicó un cuestionario en escala de Likert. Los resultados descriptivos mostraron, sobre la variable *oferta turística*, que para el 43.66% de los pobladores encuestados, el nivel de oferta turística es regular, para el 35.40% es moderadamente bajo, para el 12.39% es moderadamente alto y para el 8.55% es bajo. Respecto a la variable *desarrollo socioeconómico*, el 49.56% de los pobladores lo perciben en un nivel regular, el 23.89% la considera moderadamente bajo, el 12.39% lo percibe moderadamente alto, el 7.67% se percibe en un nivel bajo y el 6.49% lo percibe en un nivel alto. Los resultados también mostraron, a través de la prueba de correlación de Spearman, que el desarrollo socioeconómico se halla correlacionado con la oferta turística del distrito ($p=,000$; $r_s=,471$), la conservación del producto turístico ($p=,000$; $r_s=,424$), la promoción del producto turístico orientado a los consumidores ($p=,000$; $r_s=,460$) y el manejo de los operadores del producto turístico ($p=,000$; $r_s=,485$).

Palabras clave: Turismo, oferta turística, desarrollo socioeconómico.

Abstract

The research sought to determine if the tourist offer significantly influences the socioeconomic development perceived by the residents of the District of Tarata, year 2017. In order to test the hypothesis, a non-experimental cross-sectional causal-causal design research was developed. The research involved 339 residents of Tarata who were questioned on a Likert scale. The descriptive results showed, on the tourism offer variable, that for 43.66% of the surveyed inhabitants, the level of tourist offer is regular, for 35.40% it is moderately low, for 12.39% it is moderately high and for 8.55% it is low. Regarding the socioeconomic development variable, 49.56% of the inhabitants perceive it at a regular level, 23.89% consider it moderately low, 12.39% perceive it moderately high, 7.67% perceive it at a low level and 6.49% perceive it at a low level, perceived at a high level. The results also showed, through Spearman's correlation test, that socio-economic development is correlated with the district's tourist offer ($p=,000$; $r_s=,471$), the conservation of the tourism product ($p=,000$; $r_s=,424$), the promotion of the tourist product aimed at consumers ($p =,000$; $r_s=,460$) and the management of touristic product operators ($p=,000$; $r_s=,485$).

Keywords: *Tourism, tourist offer, socioeconomic development.*

Introducción

La presente tesis titulada “Influencia de la oferta turística en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata año 2017”, fue realizada después de haber investigado y consultado diferentes fuentes bibliográficas. El turismo es una de las actividades más complejas dentro del actual proceso de globalización económica. Esta complejidad se define por utilizar directamente como insumo o recurso a comercializar, al individuo y la propia cultura y sus manifestaciones históricas y contemporáneas, además el entorno natural paisajístico de las sociedades donde se desarrolla. Los antecedentes de la investigación mayormente están basados al estudio de la oferta turística. La tesis nace a consecuencia de la “Problemática que surge en los pobladores del distrito de Tarata de cómo perciben la oferta turística y su relación en su nivel socioeconómico”, esto se agudiza con los problemas del gobierno regional y empresarios que no incentivan adecuadamente la oferta turística en el Distrito de Tarata.

Frente a esta realidad, se plantea el Problema General: ¿Cómo influye la oferta turística en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017?

El estudio de este problema y la búsqueda de su solución, materializa la presente investigación, orientada a la oferta turística. Así mismo la Oferta turística del distrito de Tarata ayudará a mejorar socioeconómicamente a la población del Distrito, también mejorará el uso de mecanismos los cuales las empresas comenzarán a tomar iniciativa y el gobierno.

El producto de esta investigación recaerá en la identificación de un nivel de oferta turística y el nivel de percepción del nivel socioeconómico de los pobladores del distrito de Tarata. En este estudio se podrá identificar el nivel de percepción de los pobladores del distrito de Tarata.

El objetivo General fue: Establecer la influencia de la oferta turística en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017. Y los objetivos específicos fueron: 1. Determinar el nivel de la oferta turística percibida por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017. 2. Determinar el nivel de desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017.

La hipótesis General planteada fue: La oferta turística influye significativamente en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017. Y las hipótesis específicas fueron: 1. El nivel de oferta turística percibida por los pobladores del distrito de Tarata es bajo. 2. El nivel de desarrollo socioeconómico percibida por los pobladores del distrito de Tarata es bajo.

Metodológicamente, se ha estructurado el tema de investigación, en cinco capítulos:

En el primer capítulo, se trata el planteamiento del problema, formulación del problema, justificación de la investigación, objetivos de la investigación, conceptos básicos de los cuales son definición de términos utilizados en la presente investigación, y los antecedentes de la investigación.

En el segundo capítulo, se trata de los fundamentos teóricos científicos de los cuales están divididos en fundamentos teóricos de la oferta turística, y los fundamentos teóricos sobre Desarrollo socioeconómico.

En el tercer capítulo, trata de la metodología utilizada, las hipótesis generales y específicas, las variables e indicadores, escalas de medición, tipo de investigación, diseño de la investigación, ámbito de estudio, población y muestra, el proceso de validez y confiabilidad del instrumento por juicio de expertos.

El cuarto capítulo, trata la parte esencial del trabajo porque es todo el análisis de resultados que nos permitirá comprobar las hipótesis planteadas, es la parte esencial del trabajo porque es el sustento afirmativo, cuantitativo y cualitativo del contraste de la hipótesis, nos presenta el análisis de los resultados del impacto que lleva la oferta turística y la percepción del nivel socioeconómico.

El quinto capítulo, trata de las conclusiones y recomendaciones que se tiene del trabajo de investigación.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo actualmente es una de las industrias que más ingresos está generando al Perú. En el diario “El Peruano” del 30 de diciembre del 2014 se publicó, de acuerdo a la Cámara Nacional de Turismo, que los ingresos por divisas en este sector habían alcanzado los 3,300 millones de dólares. Con respecto a Tacna, la cifra más alta de ingresos por divisas se registró la última semana de octubre con un monto de más de \$ 1'280,000 de dólares. Los principales factores que ocasionaron este gran ingreso de turistas, en su mayoría chilenos, es el tipo de cambio que en ese momento existía y los feriados largos en Chile.

Como sabemos, el principal motivo del turismo en Tacna es el comercial y de servicios de salud, es muy poco el desarrollo de otros tipos de turismo, a pesar de que Tacna cuenta con una oferta turística más amplia en otros sectores, como es el caso de los atractivos turísticos de Tarata. Este hecho podría afectar seriamente el ingreso de divisas a Tacna si las condiciones económicas cambian tanto en Chile como en Perú. Un alza del dólar podría reducir dramáticamente los ingresos de turistas en busca de centros comercial o servicios de salud. La Cámara Regional de Turismo de Tacna ha publicado a través de comunicados oficiales su preocupación ante la situación económica que se está viviendo, lo que podría afectar directamente al 70% del turismo en Tacna.

Por ello, es muy importante analizar la oferta turística actual que presenta la ciudad y lo haremos desde la ciudad de Tarata, para que de esta manera se puedan orientar los esfuerzos hacia el desarrollo de un turismo sostenible a partir de lo que ofrece esta ciudad, es decir, que no solo brinde un ingreso económico que puedan

aprovechar unos cuantos sectores, sino que sirva para las diversas comunidades de Tarata, cuidando el ambiente y sobre todo que pueda mantenerse en el tiempo. El turismo sostenible es el objetivo que actualmente se viene buscando en el mundo y Tacna no puede quedar rezagado en esta corriente, más aun, cuando el turismo tacneño es tan dependiente a las economías de Chile o Perú. Los resultados de esta investigación brindarán la información necesaria para el inicio de un turismo sostenible que toda la región pueda aprovechar

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Interrogante principal

¿Cómo influye la oferta turística en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017?

1.2.2 Interrogantes secundarias

- a. ¿Cómo influye la conservación del producto turístico en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017?
- b. ¿Cómo influye la promoción del producto turístico orientado a los consumidores en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017?
- c. ¿Cómo influye el manejo de los operadores del producto turístico en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017?

1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Debido que la investigación busca brindar información para la solución de la problemática del turismo en Tacna a través de lo que oferta Tarata, es que su justificación es del tipo aplicada. La investigación analizará la oferta turística de Tarata, determinando que tanto influye en el desarrollo de un turismo sostenible en esta región de Tacna. Los resultados obtenidos serán de suma importancia para la elaboración de un plan estratégico que permita generar un turismo sostenido en tres aspectos: el económico, el social y el ambiental. De esta manera, Tacna podrá generar recursos para los diversos grupos humanos de la región y así mejorar la calidad de vida de sus pobladores.

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo general

Determinar la influencia de la oferta turística en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017.

1.4.2 Objetivos específicos

- a.** Determinar la influencia de la conservación del producto turístico en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017.
- b.** Determinar la influencia de la promoción del producto turístico orientado a los consumidores en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017.
- c.** Determinar la influencia del manejo de los operadores del producto turístico en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

Orgaz (2013) en su investigación titulada: El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados; en ella concluye que dentro de los pilares del desarrollo sostenible, encontramos el desarrollo socioeconómico y la conservación y protección hacia el medio ambiente. Estos pilares pueden aplicarse al turismo, y como tal, aparecen nuevas tipologías y formas de turismo que pueden desarrollarse de forma sostenible.

Romano (1996) en su investigación “Impactos Socioculturales del turismo en San Antonio de Areco”. Concluye que el 90% de los encuestados respondió que estaba de acuerdo acerca de que la actividad turística proporciona mayores oportunidades socioeconómicas, aludiendo a la generación de empleo y a la entrada de divisas.

El 10% restante, en su mayoría, personas empleadas como administrativas y amas de casa de más de 50 años, respondió que estaba en desacuerdo. Se mostró más bien indiferente hacia la actividad turística, aludiendo a que el grupo de beneficiados pertenece a un sector muy cerrado.

Este comentario, también enunciado dentro del grupo del 90% que respondió afirmativamente, hace referencia a que la gran mayoría de los comercios, restaurantes y hoteles, son atendidos por sus dueños, no se contrata gente más allá de uno o dos empleados. Esto produce que si bien es cierto que el turismo genera trabajo, éste, es generado para aquellos que poseen la disponibilidad de poder instalarse un negocio.

Gonzales (2010) en su investigación “Síntesis histórica del proyecto de turismo social de 1943 - 1955 y diagnóstico de las características de los complejos hoteleros de Chapadmalal y embalse, creados en el marco de ese proyecto” determino que el 70% del turismo comprende las actividades que se realizan por personas extranjeras que viajan por relajación y por conocer una nueva cultura, el 30% son turistas nacionales que viajan para poder conocer y de igual manera para realizar negocios.

Villegas (2011) en su investigación: El turismo como contribución al sostenimiento socioeconómico de la población de Quintana Roo, el estudio dio como resultados 7 estrategias para que las comunidades y pobladores de la región de Quintana Roo, se preocupe para poder brindar una mejor atención y que los mismos pobladores trabajaran dentro de los recorridos turísticos para poder enseñar la cultura del pueblo y de sus lindos paisajes, de igual manera se indicó que el 50% del turismo es nacional y que el 12% son turistas de Estados Unidos y que el 38% Turismo Extranjero.

2.2 Antecedentes nacionales

Según Gisella (2010) en su investigación “Formulación de un Plan Estratégico Turístico para el distrito de San Jerónimo de Surco que fomente su Desarrollo Turístico Sostenible”, en ella concluye que el desarrollo sostenible, y concretamente, el turismo sostenible debe ser una condición indispensable, en la aplicación de todo tipo de turismo, y más aún, de toda actividad social. El turismo y todas las actividades que, como tal son multisectoriales y multidisciplinarias, contribuyen conjuntamente al desarrollo y conservación del medio ambiente; al desarrollo social y comunitario, en cuanto a la conservación y revalorando su cultura y creencias, así como al beneficio económico y de inversión.

Cruz (2006) en su investigación: Turismo alternativa de desarrollo de los pueblos y regiones del Perú - Caso: Distrito de Callahuanca, Distrito de Huarochirí Departamento de Lima, se realiza un diagnóstico general, análisis del comportamiento del ámbito de acción, identificación de problemas y análisis de su evolución con sus Indicadores. En la identificación de los principales problemas al referirse al sector Turismo dice: Existe escasa difusión y promoción del potencial turístico y de la artesanía, Los productos turísticos que puedan ofertarse no cuentan con infraestructura de apoyo como son: vías de acceso y comunicación, infraestructura hotelera y zonas de recreación y esparcimiento como atractivos al turista En otra parte, trata referente a las prioridades, o a problemas de atención inmediata, pero no de asignación de recursos para el sector turismo y propone, Promover la difusión del Potencial turístico de la Región • Desarrollar proyectos orientados a elevar y poner en valor los centros turísticos más importantes Referente a actividad Artesanal, Desarrollar proyectos pilotos artesanales con el uso de nueva tecnología, utilización de recursos de la zona e intensivos de mano de obra orientados principalmente al mercado externo.

Baldarrago (2010) en su investigación: Turismo y desarrollo económico local: el caso del Cañón del Colca en el distrito de Caylloma- Arequipa, este proyecto propone el desarrollo de la actividad turística organizada en el Cañón del Colca, destino turístico ubicado en el distrito alto andina de Caylloma (Arequipa), que muestra una tendencia creciente. La realidad muestra que este lugar posee muy bajos niveles de vida y bienestar social, ante esto y las características propias del territorio con un paisaje hermoso de su belleza natural, ante esto el turismo puede ser una alternativa de desarrollo local, o de complemento y fortalecimiento del ámbito rural, proponiéndolo no sólo como un proceso especializado en ofertar naturaleza, paisaje y lo andino, sino generando empleo y valor agregado a las actividades o ciclos económicos existentes en la zona (agricultura, ganadería, artesanía, etc.).Dentro de este contexto propone la adaptación de un desarrollo turístico más integrado y que ha sido llamado también “comunitario”. En el que impera un desarrollo turístico de pequeña escala, donde prevalecen los pequeños

negocios familiares o comunales. La apropiación de los beneficios turísticos se queda en la propia comunidad (mayores ingresos y empleo). La intervención de las grandes empresas turísticas es reducida. En este modelo, el desarrollo local es viable en tanto que las comunidades jueguen un papel más activo en la planificación del desarrollo turístico, para lo cual, las organizaciones e instituciones locales deberían tener un papel protagónico.

2.3 Antecedentes locales

Chura (2015) en su investigación: Relación entre la oferta y la demanda de las agencias de viajes que realizan turismo de aventura en la ciudad de Tacna, La demanda del turismo de aventura por las agencias de viaje en la ciudad de Tacna, en el año 2015, fue 50,0% regularmente satisfecha y 33,3% insatisfecha; sólo 10,0% fue muy satisfecha y 6,7% fue satisfecha.

2.2 BASES TEÓRICAS

2.2.1 El turismo

El turismo es una actividad socioeconómica relativamente joven, que se ha generalizado a lo largo del mundo gracias a los diversos sectores que convoca para que pueda hacerse realidad, entre ellos están los sectores económicos y las disciplinas académicas.

Definir el turismo no es tarea fácil debido a los amplios aspectos que tiene, por ello, existe un amplio debate entre los académicos para poder originar una definición que sea aceptada por todos. Por ese motivo, es necesario empezar diciendo que no existe una definición correcta o incorrecta del turismo, ya que todas ellas describen de alguna manera esta actividad.

Es así que estudiar el turismo puede hacerse desde diferentes perspectivas y disciplinas, pues se involucran en ella diversos elementos para poder realizarla.

A nivel universitario, el turismo comienza a interesar a los académicos en el período que comprendió entre 1919 y 1938, fechas en las que se realizaron las dos guerras mundiales. Es así, que en este periodo, la Europa que salía de la Primera Guerra Mundial dio nacimiento a destacados economistas que empezaron a publicar trabajos en busca del resurgimiento de sus naciones y poniendo como alternativa el desarrollo turístico. Entre las escuelas más populares de ese entonces destacó la escuela berlinesa de economía con destacados teóricos tales como Glucksmann, Schwinck o Bormann (Sancho, 2018, p. 45)

Durante la Segunda Guerra Mundial, en la universidad de Berna en Suiza, los profesores W. Hunziker y K. Krapf entregaron al mundo una definición de turismo y la concebían como aquella suma de fenómenos y de relaciones que aparecen durante los viajes y las estancias entre los que no residen en ese lugar, de esta forma, si una persona no tiene un vínculo de residencia permanente en un lugar y no lo está haciendo bajo alguna remuneración, entonces, se puede decir que está haciendo turismo (Sancho, 2018, p. 45).

La definición de la Universidad de Berna, surgió en 1942, en un momento en el que mundo vivía la Segunda Guerra Mundial y no consideraba que el turismo podría ser realizado en masa como sucedió décadas después, por aquellos años era una práctica típica de familias adineradas. Por ese motivo, su definición es demasiado amplia y no esclarece plenamente lo que es el turismo. Una de las críticas más importantes que tiene es el uso de la palabra *fenómeno* sin establecer con claridad qué significa esto en el turismo (Sancho, 2018, p. 45).

En la década de los 80, los profesores Burkart y Medlik consideraban que el turismo eran aquellos desplazamientos que una persona hacía de manera corta y temporal a lugares distintos al sitio donde residía o trabajaba, así también consideró que esta actividad debería requerir actividades distintas a las habituales mientras se permanecía en ese lugar (Sancho, 2018, p. 45).

Cómo se puede observar, se empiezan a introducir ya en las definiciones de turismo la palabra desplazamiento, que nos hace referencia a los viajes y vacaciones que hoy conocemos, lo cual se contrapone con residencia y labores de trabajo para poder diferenciarla. Esta nueva versión de la definición de turismo no consideraba aquellos viajes que se realizaban por motivo de trabajo o aquellos en los que no necesariamente se requiere hacer cosas distintas, es decir, si se viajaba para visitar a un familiar, en otro lugar, pero realizamos la misma rutina que hacíamos en nuestra residencia no eran considerados actividades turísticas (Sancho, 2018, p. 45).

También en la década de los 80, Mathieson y Wall utilizan una definición parecida a la de Burkart y Medlik pero con algunas modificaciones, para estos teóricos el turismo debería ser considerado como los movimientos temporales que realiza una persona, en lapsos de tiempo menores a un año, a lugares fuera de la residencia habitual y sin que tenga que estar relacionado al trabajo, así como aquellos lugares que han sido diseñados para el descanso y confort de aquellos que quieren alejarse de la rutina (Sancho, 2018, p. 45).

Cómo se observa, esta nueva definición, además de considerar la connotación de viaje, también nos hace referencia al espacio de tiempo y además, ya vislumbra la gran industria turística al entender que puede haber lugares que brinden el servicio de lograr el máximo descanso de las personas que lo visitan (Sancho, 2018, p. 45).

Finalmente, en la década de los 90, la Organización Mundial del Turismo establece algunos puntos para poder tener una definición universal de turismo considerando los aspectos teóricos que se fueron desarrollando hasta la fecha, de esta manera, se consideraba que el turismo era la actividad que realizaba una persona durante un viaje o la estancia que realizaba en algún lugar que era diferente a su entorno habitual, asimismo, consideró que el turismo debería incluir un periodo de tiempo inferior a un año con el objeto de realizar actividades de ocio, trabajo o de otra índole (Sancho, 2018, p. 45).

Esta es la definición de turismo que más se ha aceptado a lo largo del mundo, pues se la considera bastante amplia y sobre todo sensible al resumir de manera concreta aquellas características del turismo que son importantes, estos son:

- Propone que los viajes de tipo turístico podrían tener diferentes motivos como es el ocio el trabajo o cualquier otro.
- También pone límite temporal a las vacaciones, el cual es menor de un año, un período bastante amplio tomando en cuenta que en muchos países las vacaciones de las instituciones públicas, sobre todo en las académicas no exceden los 3 meses, por lo que considerar el período como un año permitiría enmarcar viajes adecuados para el descanso.
- Propone que se realicen actividades durante el viaje que se está realizando.
- Asimismo, considera que el turismo son las actividades fuera del entorno habitual lo cual necesariamente obliga a considerar turistas a aquellos que han viajado.

Sobre el entorno habitual, durante los años 90, se buscó establecer con claridad a qué se refería la OMS con esta definición, es así que aclaró que el entorno habitual de un individuo es el área que lo circunda en el lugar donde vive, además de todos los lugares que visita frecuentemente. De esta manera, si una persona viaja por trabajo a una ciudad por menos de un año se considera turismo y si lo hace por más de un año y además realiza las mismas actividades en el lugar donde ha viajado podremos decir que ya es parte de su entorno habitual y, por consiguiente, no estará haciendo turismo (Sancho, 2018, p. 46).

2.2.1.1 La oferta turística

Desde el punto de vista económico se entiende por oferta a la cantidad de servicios o productos que ingresan en el mercado para que sean adquiridos por los consumidores a un determinado precio y durante un periodo de tiempo establecido. Cuando la oferta hace referencia a bienes, es posible que aquellos que no pudieron ser vendidos puedan ser almacenados para venderlos después, sin embargo, esto no puede ser realizado también con los servicios, pues a diferencia de los bienes, lo que expira es el tiempo para brindar el servicio, es así que su oferta se renueva y si no es utilizada se pierde. De tal manera, que cuando se habla de servicios turísticos, se hace referencia a oferta turística, la cual se busca poner en conocimiento de los potenciales consumidores (Ibáñez y Cabrera, 2015, p. 181).

Un turista, es en realidad, un consumidor potencial de productos turísticos, es también el que determina qué productos pueden ingresar al mercado. Actualmente, en el mundo, los consumidores son más exigentes cada día, no solamente se pueden tener ofertas locales o nacionales. Gracias al desarrollo de las redes sociales masivas, la oferta turística es de todo el mundo, a través de los correos electrónicos o las páginas de Facebook se pueden conocer la existencia de confortables resorts o viajes a distintas partes del mundo como nunca antes en la historia del hombre (Ibáñez y Cabrera, 2015, p. 181).

La oferta turística comprende dos componentes importantes el primero es la infraestructura y la segunda la superestructura.

La infraestructura es considerada el conjunto de los bienes y servicios que tiene un país y con la cual se sostiene la estructura social y productiva del mismo. Dentro de las infraestructuras se puede considerar a la educación, los servicios públicos, el transporte, la energía, la vivienda y las comunicaciones. Una de las principales funciones que tiene la infraestructura es la de lograr vínculos entre los asentamientos humanos y lograr que las necesidades de las personas se puedan

resolver gracias a ella. Otra forma de infraestructura que se da en un país es el conjunto de instituciones que brindan servicios de salud, vivienda y educación (Ibáñez y Cabrera, 2015, p. 181).

La infraestructura puede ser dividida en externa o interna. La externa, generalmente, es aquella infraestructura que puede ser útil a cualquier sector sin que pertenezca exclusivamente a alguno de ellos. En algunas ocasiones puede favorecer más a uno que otro sector. La estructura interna es aquella que, en primer lugar, brinda los servicios al mismo sector en el cual se desarrolla para que pueda desarrollar sus actividades adecuadamente y de otro lado, es el conjunto de redes que brindan servicio a todas las actividades que realiza una ciudad (Ibáñez y Cabrera, 2015, p. 181).

Por otro lado, la superestructura es el conjunto de organismos que se especializan en un rubro, para nuestro caso es el turismo. De esta manera, la superestructura turística involucra tanto a instituciones públicas y privadas que buscan cambiar y optimizar, si es necesario, la manera en que funcionan todos los elementos que integran la superestructura, con el objeto de producir y vender diferentes servicios para lograr la conformación del sistema turístico. Por ese motivo, la existencia de una superestructura que logre optimizar un sistema adecuado y eficiente es muy importante para que se logre en las metas planteadas por todas las ilusiones que apoyan el turismo. Si se quiere que en un sector poblacional la industria turística que brinda tenga importantes ingresos, es necesario darle importancia a cada uno de los organismos especializados que la conforman (Ibáñez y Cabrera, 2015, p. 181).

Siguiendo a Ibáñez y Cabrera, (2015, p. 181), los componentes de la oferta turística reúnen un conjunto de elementos los cuáles son:

a. Planta turística:

Son todos aquellos servicios que pueden adquirir los turistas y que se han desarrollado gracias a subsistemas, los cuales se han llegado a integrar gracias a dos elementos, uno es el equipamiento que tienen los subsistemas y el otro las instalaciones en las cuales se desarrolla el turismo. Para que una planta turística pueda ser operada es necesario la existencia de materia prima y, en el caso del turismo, este se obtiene de los aportes naturales y culturales de una región y que luego van a pasar a ser denominados atractivos turísticos.

b. Atractivos turísticos:

Los atractivos turísticos han sido divididos en cinco categorías:

- **Sitios naturales:** Entre ellos se pueden encontrar aquellos que han sido formados por la naturaleza como las montañas, lagos, planicies, lagunas, ríos, caídas de agua, cavernas y grutas, lugares en los que se puede observar la flora y la fauna, sitios para la pesca, caminos paisajistas, parques nacionales y las reservas de flora y fauna.
- **Manifestaciones culturales históricas y museos:** Son aquellas que son el producto de la cultura de una región y que se pueden manifestar y exhibir en los museos, obras técnicas y de arte, lugares históricos con restos de culturas antiguas, sitios arqueológicos y ruinas.
- **El folclor:** Es folclor es aquella manifestación de la cultura que es practicada por una comunidad entre ellas están las religiosas, los mercados, las creencias populares, las ferias, las artesanías, la música, las artes populares, las danzas, la gastronomía y la arquitectura popular.

— **Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas:** Esto hace referencia aquellas actividades que se realizan aprovechando la modernidad entre las que están las exportaciones mineras, industriales, agropecuarias, las obras de arte contemporáneo y el centro de desarrollo científico técnico.

— **Acontecimientos programados:** Son aquellos atractivos que surgen por alguna fecha en especial y que da origen a eventos artísticos, ferias, acontecimientos deportivos, exposiciones, fiestas religiosas concursos y carnavales.

c. Equipamiento e instalaciones:

El equipamiento e instalaciones se refiere a todo el equipo con el que cuentan los establecimientos que son administrados, ya sea por el sector público o el privado y que tiene como objeto prestar servicios básicos al turismo, esto se dividen en:

— **Alojamientos:** Entre ellos se puede tener a los hoteles, las hosterías, los moteles, las pensiones, los condominios, las cabañas, las posadas, las casas rodantes, el camping, las cabañas y las camas que brindan las casas familiares.

— **Alimentación:** Es el equipamiento que brinda soporte alimenticio a través de restaurantes, kioscos, cafeterías, restaurantes típicos o comedores de mercado.

— **Esparcimiento:** Es el equipamiento que está destinado aumentar el ocio en las actividades de turismo a través de bares, clubs nocturnos, cines, teatros, casinos, parques temáticos, clubes deportivos o discotecas.

- **Otros servicios:** Son aquellos equipamientos que permiten mejorar la oferta turística y entre los que están las agencias de viaje, las guías la forma de comercio, la manera de informar los lugares para cambiar moneda, los transportes, las guarderías, los estacionamientos y los centros de primeros auxilios

d. Las instalaciones:

Esto hace referencia a aquellas construcciones que se realizan con el objeto de lograr el desarrollo de las actividades que tienen un propósito turístico. En muchas circunstancias, aquellos servicios complementarios que se dan en los hoteles y restaurantes pueden ser desarrollados como negocios independientes. Las instalaciones se clasifican de la siguiente manera:

- **Instalaciones de agua y playa:** Es el desarrollo instalaciones como espigones, carpas o tiendas.
- **De montaña:** La construcción de miradores, refugios, teleféricos circuitos de caminata entre otros.
- **Generales:** Entre ellas encontramos los vestuarios. las piscinas. las canchas de golf. tenis y otros deportes.

2.2.1.2 El sistema turístico

De acuerdo a Sancho (2018, p. 48) es necesario entender que cuando se habla de turismo, hay que analizarlo tomando en cuenta que su resultado es un complejo producto de diversas interrelaciones que se producen entre los factores que van a hacer posible la vivencia de experiencias turísticas. Estos factores tienen a estar interrelacionados y a evolucionar de manera dinámica, de tal manera que el turismo cambia con los años.

El sistema turístico es aquel conjunto de elementos que se interrelacionan entre sí, con el objeto de brindar a las personas que se trasladan a este lugar, un servicio distinto al que tiene en su rutina diaria, de tal manera, que si uno de estos elementos no se desarrolla correctamente, la experiencia turística será desagradable. En ese sentido, los sistemas turísticos necesitan una coordinación adecuada de todos los elementos para garantizar el buen servicio a los clientes, en este caso a los turistas (Sancho, 2018, p. 48).

Concretamente Sancho (2018, p. 48) ha podido establecer la existencia de cuatro elementos importantes para poder establecer un sistema turístico:

a. La demanda:

Cuando se habla de demanda, se hace referencia a la totalidad de consumidores o posibles personas que tengan que tiendan a consumir los bienes y servicios que la industria turística les ofrece, en concreto, estamos hablando de los turistas, quienes buscarán, cuando realicen turismo, a aquellos elementos necesarios para vivir una experiencia agradable durante su viaje.

b. La oferta:

Como ya se analizó en el punto anterior, la oferta es el conjunto de todos los productos turísticos que se brinda a los turistas, el cual involucra de manera activa a todos los operadores y personas que se interrelacionan en el lugar de recreación para que los turistas vivan una experiencia reconfortante.

c. El espacio geográfico:

El espacio geográfico se refiere al aspecto físico en el cual los turistas van a realizar la actividad, es decir, van a demandar el

producto turístico para poder realizar su viaje. El espacio geográfico es el lugar en el cual la población, en el que se desarrolla el atractivo turístico, reside. Si bien, muchas veces la población no es parte de la propia experiencia turística, es importante tenerlos en cuenta a la hora de planificar cualquier tipo de producto turístico o actividad turística, pues la experiencia de los turistas, actualmente, se busca que sea integra.

- d. Los operadores de mercado:** En turismo, cuando se habla de operadores de mercado, se está haciendo referencia a aquellas instituciones privadas o públicas cuyo objeto es poner en el mercado la oferta turística a los turistas que la demandan. Sin los operadores de mercado no se podría acceder a la oferta turística, pues no habría el intermediario entre el atractivo turístico y los demandantes para poder realizar el viaje turístico. Entre ellas podemos encontrar a las agencias de viajes, los organismos estatales para la promoción del turismo y aquellos profesionales que buscan incentivar esta industria con el objeto de desarrollar sus poblaciones circundantes.

2.2.1.3 El producto turístico.

El producto turístico son todos aquellos atractivos turísticos que han sido preparados y diseñados con el objeto de dar un servicio turístico a una demanda concreta, estos atractivos no necesariamente tienen que ser naturales, también pueden ser artificiales, como es el caso de los resorts, quienes ofrecen, en un espacio determinado, elementos de esparcimiento para que los turistas o huéspedes pasen una estancia reconfortante disfrutando de sus vacaciones (Virgen, 2014, p. 87).

Sin embargo, la evolución de esos espacios con destinos turísticos sigue una evolución que ha sido analizada por autores como Miossec, quien propuso la evolución del espacio turístico, Chadeffaud, quién estableció un modelo diacrónico

para poder analizar concretamente el turismo y Butler, quien teorizó que los destinos turísticos tenían un ciclo de vida que se debería tener en cuenta al momento de planificarlos (Virgen, 2014, p. 87).

a. El modelo de Miossec:

Este modelo ha subsistido hasta hoy y se utiliza para poder entender cómo se pueden adaptar nuevos centros de recreación, este modelo propone que los espacios turísticos se desarrollan de manera espontánea, debido al surgimiento de búsquedas o demandas con el objeto de hacer turismo. Asimismo, considera que debido al desarrollo que sucede en los lugares donde se puede hacer turismo, es que también pueden surgir espacios que se pueden ofrecer a los turistas. Según este modelo, se pueden templar cinco fases. En la primera no existe aún ni siquiera la iniciativa de tener un espacio turístico, es decir, no existe nada relacionado al turismo es un área prácticamente desconocida por aquellos que buscan hacer turismo y, por consiguiente, nadie la visita, no tiene infraestructura que pueda soportar o brindar servicios como la alimentación o las habitaciones a esta fase se le denomina fase 0. Sin embargo, conforme se van creando servicios para los pocos turistas que empiezan a llegar a este espacio, es que surgen las fases 1, 2 y 3, en el cual es se puede ver que en el territorio surgen estructuras que se van especializando y delimitando con el objeto de brindar a los turistas, que vienen a visitar este espacio casi desconocido, momentos de confort que permitan experiencias agradables. Es en este momento, en el que empiezan a aparecer problemas en el atractivo turístico, pues durante el crecimiento el entorno se vuelve dinámico, la demanda crece a un ritmo acelerado y la inversión se fortalece con el objeto de brindar mejor servicio a los turistas, lo cual, en muchas ocasiones, puede generar una sobreoferta en el lugar en el que se va desarrollando el

producto turístico. Por ese motivo, surge la fase número 4, llamada *de saturación*, en la cual se empieza a perder la identidad del destino turístico que inicialmente surgió para atraer los turistas, pues la excesiva oferta desarrollada en el atractivo lo convierte en un híbrido que empieza a ofrecer una gran diversidad de cosas. Por ese motivo, los turistas empiezan a buscar otros sitios para recrearse y la demanda empieza a decrecer o crece muy lentamente en el lugar turístico, esto conlleva a dejar de construir más oferta turística y poco a poco se inicia el declive del atractivo turístico ofertado. En la última fase, que muy rara vez ocurre, se produce una alianza entre las autoridades, inversionistas y la población local con el objeto de salvaguardar el atractivo turístico para poder conservarlo como destino turístico que buscan recrearse, pero, como bien lo menciona el autor de esta teoría, es una fase que rara vez se ha producido en el mundo.

b. La teoría de los ciclos económicos de Chadeffaud:

Según esta teoría, los destinos turísticos evolucionan en tres fases: En la primera fase se puede observar que se crea el destino turístico y se concreta la relación entre las expectativas que tienen los demandantes de ofertas turísticas y la creación de esta, con el objeto de satisfacer la demanda de los consumidores turísticos. En la segunda se logra una madurez de la oferta turística puesta en el mercado, tiene como característica una importante inversión para lograr una evolución rápida como destino, se diversifica la oferta turística en este espacio para poder mejorar la oferta hacia el turista, por lo que se incrementa la demanda. En la tercera fase, según esta teoría, se puede observar un estancamiento entre la oferta propuesta y la demanda turística, lo que hace que poco a poco los turistas dejen de ir, provocando la disminución de los precios de los servicios

ofertados, lo que afecta directamente a los trabajadores del lugar en el cual estaba el espacio turístico, finalmente cae hasta su declive total.

c. El modelo de ciclo de vida de los productos de Butler:

Esta teoría, a pesar de ser considerada por muchos como sencilla y con poco fundamento conceptual, es la que más se utiliza actualmente para poder entender la vida de los productos, muchos teóricos toman esta teoría como referencia para poder establecer cómo evoluciona un destino turístico y cuáles son los procesos que se requieren para poder llevarla a cabo, entre los aportes más importantes que ha logrado llevar a debate es el entendimiento de cómo uno un producto turístico surge y desaparece.

Como se mencionó el modelo de ciclo de vida de los productos de Butler es una de las más difundidas, busca analizar cómo se comporta la demanda turística y cómo esto afecta a los distintos centros turísticos que brindan la atención, con el objeto de incrementar los visitantes y lograr el máximo desarrollo turístico del lugar. Según la teoría del ciclo de vida, la evolución de todo producto turístico sólo es temporal y en él se pueden distinguir cinco etapas: El descubrimiento, el inicio, el desarrollo la consolidación, el estancamiento y el pos estancamiento. Este modelo entiende, que en la fase de estancamiento, se puede observar una saturación del centro turístico, el cual ya no evoluciona de manera favorable ni se logra el incremento del número de turistas, lo que hace que los servicios que se han establecido colapse o busquen renovarse proponiendo un nuevo producto turístico (Virgen, 2014, p. 88).

Además de los impactos turísticos que puede ocasionar el producto turístico en una región, es importante también señalar que las áreas en las cuales se desarrolla logra un avance en cuanto a su economía y la manera como el mundo llega a percibir

la zona. Desde esta perspectiva, el ciclo de vida de los productos se inicia de manera lenta y, debido a la oferta que se tiene, es que se inicia un crecimiento más acelerado logrando, muchas veces, una estabilidad, lo cual, luego de un tiempo, llega a la declinación, en este momento el flujo de visitas al atractivo turístico decrece hasta el punto en que la estructura ya no pueda soportar la falta de ingresos y colapse (Virgen, 2014, p. 88).

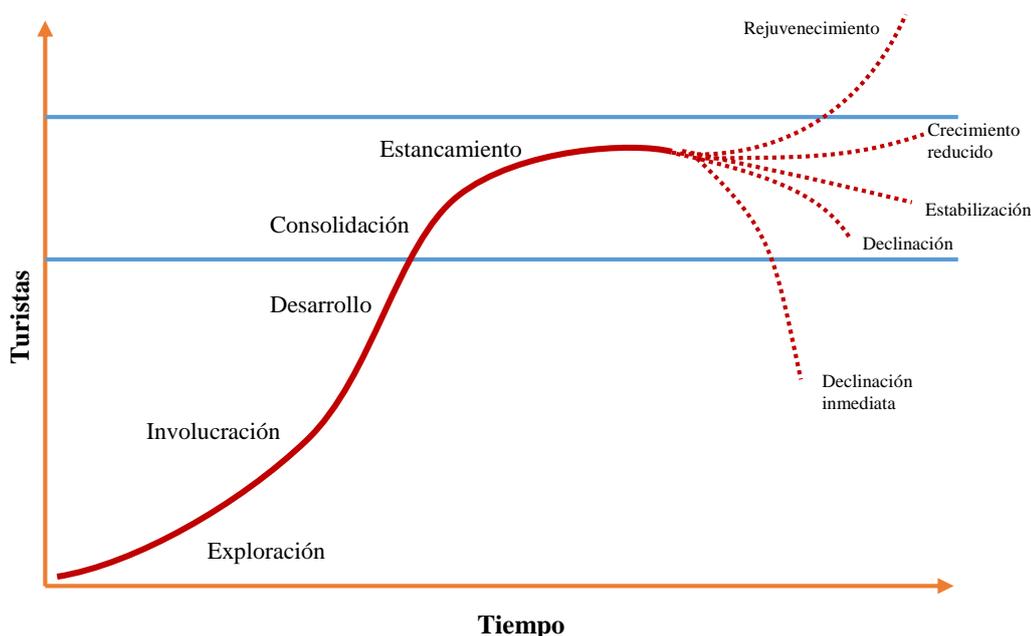


Figura 1. Ciclo de vida de los productos de Butler, tomado de Virgen (2014, p. 89)

En las últimas fases del ciclo de vida de los atractivos turísticos se presenta una saturación de la oferta, es decir, empiezan a faltar aquellas estructuras necesarias para brindar un buen servicio, como es el transporte y alojamiento. Se incrementa el número de personas que empiezan a residir en el lugar, es decir, hay una acelerada expansión demográfica, lo que también produce diversos tipos de resentimientos sociales en aquellas poblaciones que vivían en el lugar desde antes de que se la oferta turística. Es así, que los pequeños grupos de turistas que llegaban en un inicio, y los cuales podían ser atendidos con la infraestructura que se tenía en el lugar, se incrementa y ya no se da abasto a los alojamientos (Virgen, 2014, p. 88).

Seguidamente, debido a la popularidad del área y al incremento de turistas que se ven satisfechos, al no encontrar los servicios adecuados por la alta saturación de personas que la visitan, hace que la afluencia decrezca y se reduzca los ingresos de la región.

2.2.1.4 Diseño de los productos turísticos.

Uno de los principales retos para realizar actividades turísticas es la creación de productos que satisfagan a necesidades de los turistas, quienes esperan productos novedosos y rentables que puedan disfrutar en un ambiente cálido, económico y pueden hacer vida social (Cardet, Palao y González, 2018, p. 4).

Estudios acerca de las actividades turísticas, han determinado que existen brechas que pueden ser analizadas para establecer la manera cómo se pueden crear nuevos productos turísticos, este procedimiento consta de siete etapas estructurales que se realizan en forma sistemática y una octava que se hace para evaluar las siete anteriores (Cardet, Palao y González, 2018, p. 4).

Según Cardet, Palao y González (2018, p. 4) estas etapas son:

a. Etapa 1: preparación inicial.

En la preparación inicial se busca establecer un equipo de trabajo que está integrado por personas conocedoras de las actividades turísticas entre directivos, profesionales y entidades dedicadas al turismo de la zona. Estos profesionales utilizarán su conocimiento y experiencia para el diseño de un producto turístico sostenible, que brinde rentabilidad económica y que tenga la capacidad de satisfacer las necesidades de los clientes modernos. Para esta etapa se aconseja considerar a aquellos directivos y profesionales de la zona que hayan tenido experiencia explotando productos turísticos o con las rutinas turísticas de la región. Es importante que en esta etapa se realizan

capacitaciones para actualizar a los profesionales que integran el equipo, de acuerdo a la actividad turística que se busca realizar con los conocimientos que tienen los expertos para gestionar un producto adecuado.

b. Etapa 2: establecimiento de las oportunidades que pueden llevar al desarrollo de nuevos productos turísticos.

En esta etapa, los profesionales realizan un análisis del macroentorno, gracias a la recopilación de datos por el ambiente externo, es decir, aquellos factores económicos, sociales, ambientales, políticos y legales que puedan interferir en el desarrollo de producto turístico. En esta fase también se seleccionan los mercados a los cuales se va a dirigir la oferta, se establecen los perfiles de los visitantes y finalmente, se evalúa económicamente a cada segmento del público al cual se va a dirigir el producto. En esta fase, también se establece los competidores que podrían afectar el normal funcionamiento del producto turístico diseñado. Para distinguirlos, es necesario encontrar aquellos que ofrezcan productos y servicios similares a los que se están diseñando, a las empresas que se dedican a la promoción de productos similares y, a los atractivos cercanos a la región que pueden atraer la atención de los turistas.

c. Etapa 3: Estructuración del nuevo producto.

En esta etapa se establecen cuáles son los objetivos que el producto turístico deberá cumplir, lo cual debe corresponder con los operadores que gestionarán el destino turístico en la región en la que se va a desarrollar. Para poder diseñar el nuevo producto, se deben recabar todas las ideas que incluyan los gustos tendencias de mercado y preferencias de los nuevos consumidores, tomando en

cuenta la infraestructura que se tiene. Una vez se ha desarrollado la idea, se hará un análisis de los recursos empresariales y los canales de distribución para ofertar el nuevo producto turístico.

d. Etapa 4: Proceso de prestación de producto turístico.

En esta etapa se establece cuál es el proceso que se realizará en el espacio turístico ofertado, es decir, se establecerán los horarios, el tiempo de servicio, las épocas más convenientes para hacer promociones y se analizará la estacionalidad de los viajeros para generar ofertas novedosas. De la misma manera, se establecerán las facilidades que se brindan a los turistas para desplazarse hacia el espacio turístico, lo cual incluye transporte y accesos desde distintos sitios, es importante considerar que no todos aeropuertos o terminales terrestres llegan al destino turístico ofertado, por lo cual, debe considerarse un medio de transporte que facilite el ingreso de turista a la nueva oferta presentada.

e. Etapa 5: proceso de comercialización.

En esa etapa es importante establecer qué estrategias de posicionamiento se van a utilizar para que el turista prefiera nuestro servicio, es importante entender que en esta parte los operadores turísticos y las agencias de viajes adquieren una importancia especial, pues son ellos quienes tienen el contacto directo con los turistas y a quienes les recomendarán el nuevo producto turístico. En esta etapa también se debe hacer un mix de comunicación del producto, el cual va a servir de guía a los operadores y agencias de viajes para poder dar a conocer todos los servicios que el nuevo producto turístico ofrece.

f. Etapa 6: Estudio de la viabilidad medioambiental y económica.

Estudiar la factibilidad de un producto turístico, no solamente debe hacerse desde el punto de vista empresarial, también involucra el análisis medioambiental que tenga, es importante establecer un equilibrio entre el dinero que se pueda ganar con el impacto ambiental que pueda tener el nuevo producto, de esta manera, se evitará problemas con el entorno o ambiente en el cual se desarrolla el producto turístico, pues podría afectar seriamente la vida cotidiana de sus pobladores.

g. Etapa 7: Implementación del producto turístico.

Esta etapa de implementación, hace referencia a las acciones que se necesitan para poder lanzar y desarrollar un nuevo producto, de esta manera, se establece cuáles son las secuencias y prioridades que se necesitan para ejecutar el presupuesto. Así como la fecha de inicio y fin de la construcción e implementación de nuevo producto turístico.

h. Etapa 8: Evaluación y retroalimentación del producto.

En esta etapa se busca analizar las etapas previas para establecer un control de calidad que puede ayudar a mejorar la gestión del nuevo producto turístico, es importante considerar que las críticas y recomendaciones deben tomarse en cuenta para ser incorporadas en el diseño de producto y así tener una mejora continua, esto evitará que los errores detectados se mantengan en el tiempo y afecte la calidad de servicio que se ofrece.

2.2.1.5 *Los atractivos turísticos.*

La atraktividad turística se entiende como aquel conjunto de equipos y servicios que tiene atributos multidimensionales y que tiene como objeto brindar una experiencia no cotidiana al turista (De Freitas y De Sevilha, 2017, p. 511).

La atraktividad turística puede ser evaluada a partir de tres aspectos importantes. El primero está relacionada al número de recursos existentes en los destinos turísticos, así como sus atractivos naturales y artificiales que tiene; el segundo aspecto es considerar la percepción que tienen los turistas acerca de la experiencia que se tuvo al reconocer los recursos y atracciones del destino; finalmente, la elaboración de la atraktividad se logra integrando las dos anteriores con entrevista a los turistas y aquellos operadores que se encargan de dar con ellos (De Freitas y De Sevilha, 2017, p. 511).

En cuanto la *reactividad* percibida por los turistas, se considera importante establecer la facilidad de acceso que tuvieron para poder llegar al atractivo turístico, la infraestructura con la que contó el atractivo, los servicios de apoyo que tuvieron los turistas para poder realizar sus actividades, los ambientes con que contaba la ciudad, los recursos del lugar en el que se encuentra el atractivo turístico, el ambiente físico y psicológico, así como aquellos atributos culturales que enriquecieron la experiencia turística (De Freitas y De Sevilha, 2017, p. 511).

En cuanto a los atractivos turísticos, en la literatura que se encuentra disponible de turismo, generalmente consideran como un sinónimo los recursos turísticos y los atractivos turísticos, sin embargo, es importante diferenciar estas definiciones. Los recursos turísticos son aquellos elementos que se encuentran disponibles con el objeto de resolver una necesidad turística o llevar a cabo una actividad turística, es decir, los recursos turísticos son todos aquellos recursos naturales, hidráulicos, forestales o humanos que pueden servir para, a partir de ellos, establecer una actividad turística. La idea de un recurso como elemento que sirve

para resolver necesidades de las personas, permite entender también que los recursos deben tener ciertos atributos para poder cumplir con el fin de la satisfacción de necesidades, es decir, un recurso es turístico cuando tiene la capacidad de satisfacer una necesidad turística que se desarrolla gracias al diseño que se hace de este recurso para ponerlo en oferta (Navarro, 2015, p. 351).

Por otro lado, el atractivo turístico tiene otra connotación, se entiende por atractivo a aquel elemento que atrae, es decir, un atractivo turístico tiene la capacidad de incentivar la demanda del consumidor turístico atrayéndolo con el objeto de que se ha conocido. El término atractivo turístico, en realidad, es un anglicismo que viene de *tourist attraction*, esto quiere decir que en inglés el término es *disfrutable* o *interesante* en vez de atractivo, lo cual se acerca más a lo que realmente obtienen los turistas para al tener un contacto sensorial con la oferta turística que están consumiendo (Navarro, 2015, p. 351).

Cómo se puede entender, los recursos turísticos originan atractivos turísticos, es decir, si una localidad cuenta con playas que aún no son visitadas y que no cuentan con estructura necesaria para lograr un turismo adecuado, puede ser convertido en un atractivo turístico si se establece una estructura adecuada para que los turistas tengan una experiencia placentera cuando la visita. Los atractivos turísticos entonces, tienen como sustento al recurso turístico, el cual es la base sobre la que se crea el atractivo. De esta manera, un recurso se transforma en atractivo para que sea conocido y visitable, en ese sentido, es un error confundir un recurso turístico con un atractivo turístico, pues se entiende que uno se encuentra diseñado para recibir turistas mientras que el otro no. Lograr que un recurso turístico se vuelve atractivo es una conversión que implica la implementación instalaciones y el desarrollo de ciertas actividades que permitan hacer que el turista pueda disfrutar de su estadía en ese lugar, en consecuencia, podríamos decir que los atractivos turísticos son aquellos recursos turísticos convertidos (Navarro, 2015, p. 351).

Otros aspectos importantes que diferencian los recursos turísticos y los atractivos lo llevan a la perspectiva del objeto. Es decir, un recurso turístico no deja de serlo siempre y cuando no haya recibido algún tipo de proceso de conversión a través de distintas gestiones deliberadas, que busquen favorecer el contacto con los visitantes y transformarlo en un atractivo turístico (Navarro, 2015, p. 351).

El atractivo turístico, por otro lado, se transforma en un producto turístico cuando este producto, además de tener un espacio con las instalaciones adecuadas, cuenta con procedimientos posteriores para la comercialización y poner el espacio turístico a disposición de la demanda que en este caso son los turistas (Navarro, 2015, p. 351).

Un atractivo turístico, lleva a entenderlo como un estímulo que busca incrementar las visitas turísticas desarrollando actividades turísticas. Como se sabe, los turistas no se movilizan para conocer los recursos turísticos de una región, sino para vivir experiencias turísticas en un recurso turístico convertido. A modo de ejemplo, se tiene a los turistas que buscan pasar un día de playa, ellos no buscan una playa en la cual no se encuentre ningún tipo de servicio para pasar el día como son restaurantes, servicios higiénicos y hospedaje, pues sería una experiencia bastante incómoda para las personas, imaginemos que vamos a una playa alejada en la cual no se tienen uno de esos servicios. Sin embargo, si acudimos a una playa que cuente con toda la infraestructura para satisfacer todas las necesidades de turista, entonces estaremos hablando de atractivos turísticos que satisfacen la necesidad de pasar el día de playa (Navarro, 2015, p. 351).

Asimismo, es posible que un mismo recurso turístico pueda producir distintos atractivos turísticos, como ejemplo se tiene una montaña, la cual es un recurso turístico, pero si a esta se le adapta las condiciones para que alguien pueda ser escala, a la vez caminata de alta montaña y ciclo vías para que hagan bicicleta de alta montaña, entonces tenemos un recurso turístico convertido en tres atractivos turísticos que se ofertan a los turistas (Navarro, 2015, p. 351).

De la mano con los atractivos turísticos se encuentran las representaciones, la representación es aquel aspecto o deseo que se quiere satisfacer en el consumidor turístico. Ejemplo, cuando la vamos a la playa, lo que se busca es descansar a la orilla del mar, si hablamos de la montaña, lo que se busca es pasar un momento de esparcimiento junto a la naturaleza. Un mismo atractivo turístico puede tener varias representaciones, en el caso de la montaña, si se quiere hacer escala de alta montaña esto representa la aventura y si se quiere hacer camping esto representaría la tranquilidad. De esta manera, los recursos turísticos cuentan con una representación que da origen a un atractivo turístico

2.2.1.6 Los operadores turísticos.

En muchas ocasiones se define a los operadores turísticos y a las agencias de viajes como si fueran lo mismo, sin embargo, cada uno tiene un rol distinto en los sistemas turísticos que se están ofertando.

Los operadores turísticos tienen la responsabilidad de proveer y operar los servicios necesarios para que una persona o una familia puedan desarrollar sus vacaciones de manera confortable en algún atractivo turístico. Para ello, busca contratar y reservar aquellos elementos indispensables para el viaje como son las comidas, el hotel, el transporte, las excursiones, las guías y en algunas ocasiones el transporte aéreo (Chillogalli y Tigasi, 2018, p. 33).

Por otro lado, las agencias de viaje tienen como objetivo el vender los paquetes turísticos que han desarrollado varios operadores turísticos. De esta manera, mientras que el operador diseña y planea una oferta turística, la agencia de viajes tiene como objetivo ponerla en contacto con el consumidor para que se adquiera (Chillogalli y Tigasi, 2018, p. 33).

Muchos operadores buscan proveer y seleccionar distintos atractivos turísticos para ofertarlos y entregarlos a las agencias de viaje, quienes se especializan en comunicarle a los consumidores potenciales y estos paquetes pueda

ser consumidos. De esta forma, las agencias de viaje tratan directamente con los turistas y con los operadores turísticos para gestionar los pagos necesarios y se concrete el acuerdo de las vacaciones (Chillogalli y Tigasi, 2018, p. 33).

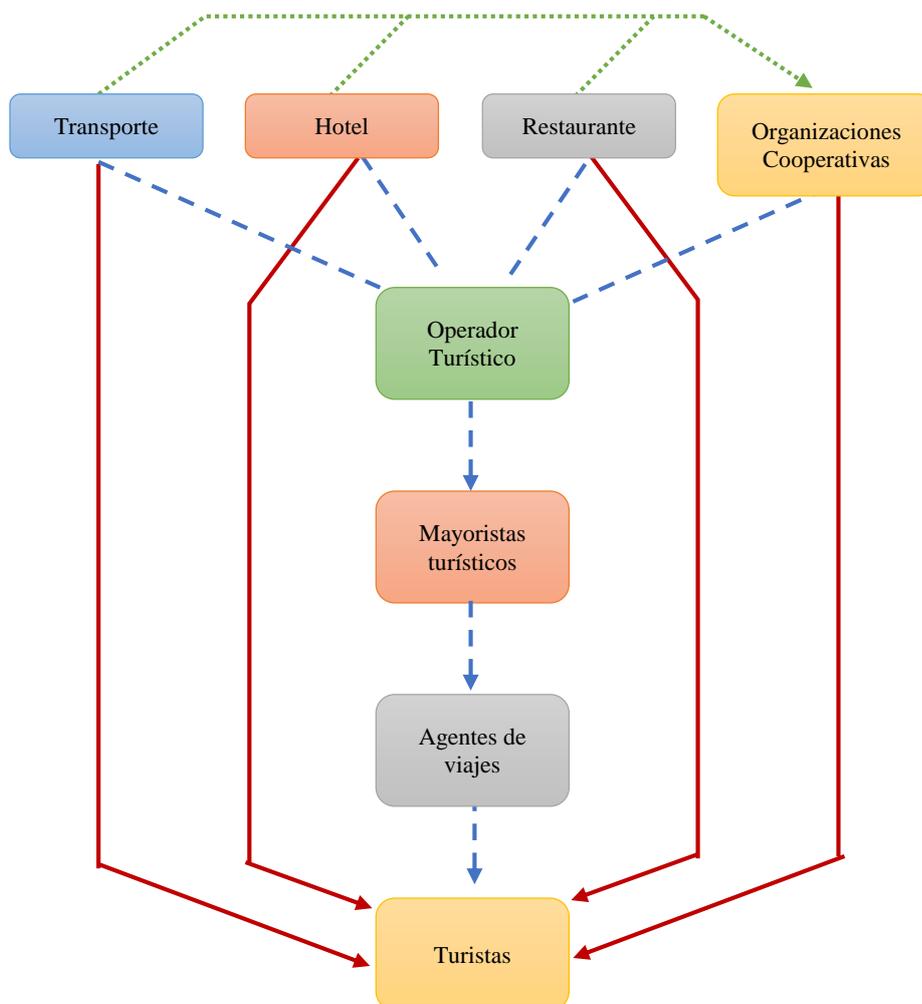


Figura 2. Distribución de los paquetes turísticos, tomado de Chillogalli y Tigasi (2018, p. 34)

Un operador turístico tiene el objeto de distribuir, a través de canales, aquellos elementos necesarios para ofertar un paquete turístico a los consumidores, este proceso de distribución se inicia cuando los operadores turísticos establecen alojamientos, alimentación, transporte y otros servicios necesarios para la actividad turística. A esto se llama paquete turístico, es decir, los paquetes turísticos es el conjunto de elementos que van a ser utilizados por los turistas con el objeto de que

se concrete de manera satisfactoria la realización de una actividad turística (Chillogalli y Tigasi, 2018, p. 34).

Los paquetes turísticos que son elaborados por los operadores son distribuidos a las agencias mayoristas internacionales, quienes sirven de intermediario, muchas veces, para que las agencias de viajes puedan ponerlo en contacto de los turistas (Chillogalli y Tigasi, 2018, p. 34).

2.2.2 Desarrollo socioeconómico

El desarrollo socioeconómico es considerado como todas aquellas actividades en la que se involucra los factores sociales y económicos, los cuales fomentan un crecimiento en la economía y en el bienestar de la sociedad y que pueden ser medibles a través de indicadores comparativos que nos dan una idea, a largo plazo, si la comunidad ha sufrido un desarrollo o un incremento de esos indicadores (Angulo, 2012, p. 12).

Luego de la Segunda Guerra Mundial, a partir de 1945, el mundo sobrevive a tres hechos catastróficos de la historia moderna, según (Angulo, 2012, p. 12) estos son:

- La Primera Guerra Mundial que sucede entre 1914 y 1918.
- La década de 1920, en la cual se agudiza el desempleo, la inflación y se producen problemas económicos muy importantes en la economía internacional, sobre todo en la Europa de la posguerra, sin embargo, en América, principalmente en Estados Unidos, surge un auge excepcional.
- En la década de 1930 surge la gran la gran depresión y posteriormente sobreviene la Segunda Guerra Mundial.

Este último hecho, es el producto de resultado de distintos aspectos económicos y políticos que encara a las potencias aliadas a luchar en contra de los pensamientos nazistas y fascistas que surgieron, producto de los acuerdos que se realizaron al finalizar la Primera Guerra Mundial, los cuales llevaron a que tanto Alemania como Italia sufran de un desempleo y desigualdades políticas importantes (Angulo, 2012, p. 12).

Una vez acabada la guerra y con el objeto de unificar a las naciones, surgieron instituciones como la ONU, quienes establecen los mecanismos para desarrollar económica y socialmente a las naciones, de esta forma, se puede definir el desarrollo socioeconómico como la situación en la que los pueblos promueven su progreso y mejoran su niveles de vida dentro de una libertad mayor, con el uso de instituciones nacionales e internacionales que logren promocionar el incremento económico y el desarrollo social en los pueblos (Angulo, 2012, p. 12).

Para Angulo (2012, p. 12) el desarrollo socioeconómico necesariamente involucra diversos conceptos como son la evolución, la riqueza, el progreso y el crecimiento.

a. La riqueza:

La riqueza basada en la libre competencia económica, surge como un principio de la libertad individual que es el derecho a la propiedad privada y difundida a partir del siglo XVIII. Desde esa perspectiva, la riqueza se refiere al potencial productivo que tiene una comunidad y que se debe traducir en el conjunto máximo de bienes que una región puede conseguir, en función a su naturaleza de suelo, clima y recursos. Desde esta perspectiva, el desarrollo socioeconómico se entiende como el proceso permanente y acumulativo que logra cambios y transformaciones en la estructura económica y social para

lograr un óptimo funcionamiento de los sistemas sociales comunitarios.

b. Progreso:

Esta definición se asocia directamente con la aplicación de las ciencias a las actividades productivas en la que se incorporan las situaciones sociales. El progreso es parte de la idea de desarrollo y puede hacer referencia a la preocupación del adelanto técnico y a la aplicación de nuevas maneras de aprovechar los factores productivos y lograr avances económicos.

c. Evolución:

Idea que surge a partir de la biología, que involucra una secuencia natural de cambio y de mutación gradual espontánea. Siguiendo la línea de proceso económico, la revolución exige transformaciones profundas y cambios estructurales en las diversas instituciones, logrando el equilibrio en la comunidad en la que se practica.

d. Crecimiento:

Este concepto es más reciente y se asocia a las teorías macroeconómicas y se originan luego de la década de los 1920 y 1930. El crecimiento es considerado como la expansión del sistema capitalista, el cual debería buscar el continuo incremento de su capital a través de la producción.

2.2.2.1 *Desarrollo social*

Luego de la tierra, el trabajo y el capital el cuarto elemento fundamental del desarrollo es el capital humano. Gracias a él, se logra la producción de un país que,

finalmente, ayuda al desarrollo socioeconómico de la población, de esta manera, la mano de obra es una fuente principal, conjuntamente con la materia prima, para poder comercializar cualquier tipo de producto en una región (Orrala, 2016, p. 3).

En este proceso de crecimiento económico, cuando se cumplen las metas y expectativas que se han establecido y tomando en cuenta los resultados logrados a través de trabajo, se busca el desarrollo de las comunidades, poniendo en práctica el desarrollo social que idealmente debería ser sustentable (Orrala, 2016, p. 3).

El desarrollo social consiste transformar la vida de los distintos individuos, no sólo desde el aspecto económico. Por ese motivo, involucra a la totalidad de la población, quienes deben estar comprometidos en realizar un trabajo bien organizado y así lograr que los beneficios lleguen a total de la comunidad para lograr un buen vivir que es el anhelo de todos (Orrala, 2016, p. 3).

El desarrollo social se enmarca en el sostenimiento y la dinamización de las costumbres, valores, forma de vida, creencias y cualquier otro aspecto que caracteriza y hace única a una comunidad. Involucra a toda la población quienes deben realizar trabajos organizados para lograr objetivos comunitarios y así lograr un buen vivir, pues el desarrollo no sólo consiste en la transformación de la vida de las personas de manera plena y no solo en el aspecto económico (Orrala, 2016, p. 3).

Para entender cómo surge el desarrollo social hay que remontarse a finales del Siglo XX. Durante los años en los que se realizaba la transición entre el Siglo XX y el XXI, los diferentes gobiernos empezaron a implementar políticas regionales, experimentando posiciones protagónicas en función aspectos problemáticos cómo eran la gobernanza, la corresponsabilidad y el desarrollo social (Padierna y García, 2017, p. 133).

De estas tres, el desarrollo social fue ampliamente estudiado desde el ámbito de las ciencias sociales, administrativas y políticas, así como las diferentes

disciplinas gubernamentales que buscaron establecer tareas, diseñar e implementar distintas políticas públicas con el objeto de lograr el desarrollo social de las personas (Padierna y García, 2017, p. 133).

Esos estudios mostraron una gran evidencia a lo largo del mundo, de que los gobiernos afrontaban serios problemas políticos, económicos y sociales producto, no sólo de la modernidad tecnológica, sino también de la extensión de la pobreza, la desigualdad, el deterioro de los servicios públicos, la exclusión social de muchos de los integrantes de las comunidades, así como la violación de los Derechos civiles, sociales y humanos que se presentaban continuamente (Padierna y García, 2017, p. 133).

De esta manera, se tomó en cuenta las nociones de desarrollo social que buscan conceptualizar y objetivar de manera operativa cuáles son los mejores caminos que se deben seguir para mejorar la vida de la población en todos los aspectos, sobre todo en la salud, la educación, la seguridad social, el empleo y la igualdad de derechos humanos (Padierna y García, 2017, p. 133).

Sin embargo, se pudo evidenciar que la noción de derecho y desarrollo social experimentó una apropiación paradójica, pues de un lado, se observó que había diversos sectores que utilizaban las definiciones de desarrollo social para demandar a los gobiernos mejores políticas y servicios públicos, mientras que por el otro lado, desde el sector académico se ha utilizado la noción de desarrollo social para establecer visiones técnicas en la que la sociedad, los actores que tiene y sus procesos más elementales se codifican a través de distintos procedimientos que se basan en necesidades, incentivos y conductas para mejorar los mecanismos de gestión y administración. De esta manera, un gobierno cuando utiliza el desarrollo social, busca priorizar los resultados de gestión, desplazando los componentes políticos que tiene, importando más el aspecto técnico que la directa resolución de problemas que demanda la sociedad (Padierna y García, 2017, p. 133).

Durante los últimos 20 años, se han establecido distintas posturas técnico-liberales que han buscado posicionar, de manera privilegiada, el estudio de la atención de los problemas sociales que surgen en los diferentes gobiernos en los campos de la salud, el empleo, la educación y la seguridad social, tenido como pilares el funcionamiento democrático y la despolitización social. De ahí, que surge la propuesta de cambio del tipo de gestión político-administrativa que se centra en resultados pues lo consideran improductivos (Padierna y García, 2017, p. 133).

Naturalmente, el mundo vive marcados problemas de desigualdades sociales. Esta creciente problemática pública ha generado tensiones y violencias, bloqueando el logro de las metas sociales más urgentes que requiere la población. De esta forma, uno de los aspectos más importantes del desarrollo social es el disenso, lo cual es parte de la idea misma el desarrollo social y que no se ha desarrollado. El disenso, desde la perspectiva de las ideas políticas, es el desacuerdo que se tiene o que se genera en un grupo humano respecto a las políticas públicas que se vienen desarrollando (Padierna y García, 2017, p. 133).

Un tema de bastante preocupación para las instituciones internacionales ha sido siempre desarrollo social, el cual se ha plasmado en instrumentos pilares del desarrollo del hombre y de los que se encuentran la declaración universal de los Derechos Humanos, realizado por las Naciones Unidas en 1948 y el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales presentado también para Naciones Unidas en 1966. De manera constante, el desarrollo social ha sido vinculado a las definiciones de bienestar y la mejora de la calidad de vida de los individuos de las regiones de los distintos países. Ya en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, se ha podido establecer que los individuos necesitan satisfacer sus derechos económicos, sociales y culturales de manera prioritaria e indispensable, con el objeto de lograr que tengan la dignidad que merece y se desarrollen libremente por su condición propia del ser humano. De esta manera, el desarrollo social comprende también a los individuos a que tengan derecho a una seguridad social, a tener un trabajo digno y a conseguir durante toda su vida un

nivel adecuado de vida como aspecto fundamental, que le permita desarrollarse (CEPAL, 2018, p. 12).

Sin embargo, el derecho y desarrollo social, no es una actividad que corresponde únicamente a un gobierno, por ello, el pacto internacional de derechos económicos, sociales y culturales establece que para que se logre, debe existir una voluntad compartida entre los distintos gobiernos para promover el progreso social de las personas y así, elevar la calidad de vida ciudadana de los individuos en libertad. Otros de los aspectos importantes, que son necesarios para lograr el derecho al desarrollo social, es el derecho al trabajo, el seguro social a la salud y a la seguridad ciudadana, la protección del Estado a la familia, no sólo en los momentos en los cuales se tenga maternidad, sino a lo largo de niñez y adolescencia para que no sufran explotación económica y social (CEPAL, 2018, p. 12).

En ese sentido, puede establecerse que el desarrollo social es el encaminamiento que tienen las personas de una región con el objeto de lograr una continua elevación de su nivel de vida, no sólo desde el aspecto material, sino también desde el espiritual y el que involucra a todos los miembros de la sociedad, los cuales deben desenvolverse en un marco de respeto y de cumplimiento de los derechos humanos y libertades fundamentales que sus gobiernos han reconocido y que son promovidos por instituciones internacionales como la Naciones Unidas (CEPAL, 2018, p. 12).

Esto obliga aquel Desarrollo Social requiera la eliminación de las diversas formas de desigualdades y se fomente en los distintos gobiernos que se ejerciten libremente los derechos civiles y políticos, además de los derechos económicos, sociales y culturales sin que exista algún tipo de discriminación (CEPAL, 2018, p. 12).

Además de lo ya descrito, se ha establecido que el desarrollo social incluye también el derecho a un trabajo digno, a lograr una nutrición adecuada y conseguir

estándares elevados de salud y educación. De esta manera, si se quiere que una comunidad tenga un desarrollo social adecuado, se buscará eliminar la pobreza y todas las formas de discriminación y explotación que afectan el nivel de vida de las personas (CEPAL, 2018, p. 12).

Otro hito importante que surgió en el concepto del desarrollo social, fue la que se logró en la Cumbre Mundial Sobre Desarrollo Social realizada en 1995 en Copenhague. En esta Cumbre, por primera vez, los gobiernos realizaron una reunión al nivel político más alto, en el que se discutieron asuntos de desarrollo social, de esta manera, se estableció que el objetivo social de los gobiernos debería ser: mejorar la calidad de vida de las personas, por ese motivo en la Cumbre, se incluyó definiciones que establecían los principios del desarrollo social y como debería lograrlo. Es así, que en el párrafo 25 de la declaración firmada en la Cumbre de Copenhague, se ha establecido que los jefes de estado y los gobiernos, deberían sostener una visión política ética, económica y espiritual en un horizonte amplio para lograr el desarrollo social, el cual debe estar basado únicamente en la dignidad humana, la igualdad los Derechos Humanos, la paz, el respeto, la responsabilidad mutua, la democracia y la cooperación, así como el respeto irrestricto a aquellos valores religiosos, éticos y culturales de las personas a los cuales gobiernan. Sólo de esta manera, se logrará promocionar el progreso social y mejorar la condición humana de todos los individuos que conforman las naciones (CEPAL, 2018, p. 12).

Como se entiende, en la Cumbre se reforzó los términos de acción para lograr el desarrollo social y que se materialicen un conjunto de aspectos fundamentales que necesitan la existencia de instituciones democráticas que busquen al respeto de Derechos Humanos y trabajen en función de las libertades fundamentales, sin importar la diversidad cultural de las naciones. La nueva concepción de desarrollo social, de manera implícita, establece que la perspectiva necesaria para lograr el desarrollo social es la inclusión social, al reconocer que los seres humanos somos diferentes, pero que somos necesarios para que participemos socialmente en cada Estado (CEPAL, 2018, p. 12).

La declaración de Copenhague desarrolló una lista de diez compromisos que asumen los gobiernos y que podrían servir de guía a las políticas de desarrollo social, estos compromisos son reconocidos por los gobiernos como generadores de entornos propicios para lograr desarrollos jurídicos, económicos y políticos en aras de lograr el máximo desarrollo social posible (CEPAL, 2018, p. 12).

Estos son:

- a. Promoción de la integración social, gracias al fomento de sociedades estables justas y seguras.
- b. El gobierno se basa en la promoción y protección de la totalidad de los Derechos Humanos.
- c. Erradicar las formas de discriminación.
- d. Buscar la tolerancia entre los individuos.
- e. Respeto irrestricto a la diversidad.
- f. Buscar la igualdad de oportunidades de las personas.
- g. Lograr la equidad de género.
- h. Lograr el acceso universal y equitativo a tener una educación de calidad.
- i. Lograr el acceso universal y equitativo a tener una salud de calidad.
- j. Buscar la participación de todas las personas sobre todo los más desfavorecidos y vulnerables.

2.2.2.2 *Desarrollo económico*

El nacimiento de la economía moderna, como estudio científico, surge al lado del capitalismo de los Siglos XVIII y XIX. De esta manera, definiciones como capital, riqueza y propiedad realizadas por los teóricos de la época, adelantan que el desarrollo de la sociedad es la consecuencia de la acumulación de valor de estas. En ese sentido, el valor guarda una estrecha relación con el trabajo, el cual se entiende como el proceso que busca producir mercancías. Al otro lado del mundo, en la Rusia antigua, se consideraba que el valor es resultado del trabajo, el cual es una actividad social fundamental para lograr la producción (López y Villamizar, 2017, p. 3).

A finales de Siglo XIX, surgen los economistas neoclásicos, quienes dan surgimiento a las corrientes que dominan la disciplina actualmente y que analizan cómo debería ser el crecimiento a base de la inversión, de esta manera, se establece un nivel de desarrollo en la sociedad en base al espacio del capital, así como la mejor manera de aprovechar las ventajas comparativas y competitivas de las sociedades. De esta forma, la actividad económica busca ser relacionada con la acción libre del mercado basado en el capital privado, provocando que la empresa sea el motor fundamental para lograr el crecimiento económico. A consecuencia de ello, el desarrollo de un pueblo se une directamente al crecimiento económico que, en este caso, lo tienen los empresarios, quienes gracias a su iniciativa empresarial se puede alcanzar (López y Villamizar, 2017, p. 3).

En los años 30, luego de la crisis del capitalismo, es el Estado quién se propone como coautor de crecimiento económico, sin que esto involucre la desaparición de la empresa, por consiguiente, el desarrollo deja de ser una acción privada libre para ser parte de asuntos estatales, es decir se asume ya como políticas públicas. De esta manera, se modifica la trayectoria lineal que sea establecido de crecimiento para considerar la incertidumbre respecto al futuro, lo cual se explica

bien a través de los ciclos económicos, con los cuales el desarrollo requiere de ciertas condiciones que se dan a largo plazo (López y Villamizar, 2017, p. 3).

Luego de la Segunda Guerra Mundial, que provoca la crisis mundial conocida como la Guerra Fría, los países de los hemisferios occidental y oriental buscan el desarrollo de teoría para el fortalecimiento de relaciones económicas a nivel internacional, que buscaron, no solamente, el desarrollo de un pueblo, sino también el de toda la comunidad, sobre todo en Europa, en la que los problemas de posguerra lograron la independencia de muchos países y en consecuencia, surgieron conflictos políticos, militares y económicos entre el capitalismo y el socialismo (López y Villamizar, 2017, p. 3).

Diversos enfoques estudiaron el desarrollo económico, a partir de las propuestas de crecimiento como motor de desarrollo, según López y Villamizar (2017, p. 3) estos enfoques son:

a. Desarrollo como crecimiento:

En la primera mitad del Siglo XX, surge el enfoque de que el crecimiento era desarrollo y se justificaba a través de la filosofía de la entropía de la colonización, que explicaba que el desarrollo surge a partir del impulso que se daba a la industria y a la movilización de la masa de trabajo. Este tipo de enfoque hace énfasis en el crecimiento medido a través de ratios y mediciones económicas de tipo acumulativas, especialmente en la economía subdesarrollada.

b. Subdesarrollo como etapa:

Este es un enfoque inductivo, en el que se generaliza la importancia de la mano de obra en una estructura que se dice que se ha diversificado poco, lo que provoca una baja productividad, pues la falta de capital y la escasa capacidad para lograr la inversión genera

un mínimo ahorro. En consecuencia, su subdesarrollo es producto de una secuencia histórica de escasez producida por la poca estructura social.

c. Desarrollo económico concebido como el cambio estructural y global:

Este conjunto de modelos neoclásicos tiene un sustento en la teoría económica moderna y que utiliza, como medio de análisis, a la estadística. El objetivo es la generalización de crecimiento económico a través del impulso de aspectos que busca la expansión económica como eje fundamental de una política de desarrollo que se mide a través de indicadores sociales.

De esta manera, el vertiginoso avance que ha presentado el mundo en comparación de los años 90 no deja de ser sorprendente. Si bien, el cambio que presentan los siglos anteriores con respecto al Siglo XXI son asombrosos, es a partir de los años 90 que la aceleración sin precedente de la tecnología se presenta con más rapidez en comparación con los siglos anteriores, sin embargo, este avance en todas las áreas no ha permitido la erradicación de la pobreza, es así, que entre 1000 y 1200 millones de personas viven con un promedio de \$360 al año. En regiones y países de Asia, América Latina, el Caribe y África inclusive se ve personas que solamente puede satisfacer sus necesidades vitales, careciendo de toda oportunidad para lograr una calidad de vida adecuada, como si lo vienen haciendo en países más desarrollados que tienen crecimiento sostenibles y permanentes (Aguilar, 2017, p. 1)

Estudios de desarrollos económicos del mundo, han demostrado que no existe a nivel global los suficientes hospitales, ni puesto de salud que puedan atender de manera adecuada a las personas que requieran los servicios que brindan. No hay una infraestructura necesaria para garantizar una calidad de vida adecuada

ni infraestructura para la realización de actividades económicas que ayuden a la producción de riquezas o el transporte de los productos para lograr la subsistencia de las comunidades (Aguilar, 2017, p. 1).

Es así, que la producción y el aumento de los bienes en todos los órdenes se configura a través del proceso del desarrollo económico, por ese motivo, se busca que los países alcancen, de alguna manera, un crecimiento acelerado y constante, pues, de no hacerlo, no se podría disminuir la pobreza ni lograr que las personas logren niveles de vida adecuados para ellos (Aguilar, 2017, p. 1).

Para lograr un desarrollo económico se necesita muchas cosas entre ellas se tiene a las personas quienes deben adquirir mejores y mayores conocimientos y tecnología para ponerla en práctica. Además, se debe aprender a cultivar la tierra para lograr mejores cosechas, capacitarse para el uso de maquinarias y herramientas que produzcan más de lo que se hace de manera manual. Se necesita capacitarse para lograr desempeñarse como administradores de empresas, ya sean fábricas o pequeñas empresas.

Sin embargo, ningún individuo puede producir ni más ni menos según su capital, es decir, el conjunto de recursos físicos y materiales que se tiene permitirá establecer la cantidad de producción de bienes y servicios que una comunidad podrá realizar, de esta manera, si un conjunto de bienes y servicios que cuentan no son lo suficientemente amplios para poder satisfacer la necesidad de toda una comunidad, entonces, estaremos hablando de que existe una carencia de necesidades satisfechas (Aguilar, 2017, p. 1).

Uno de los mejores ejemplos de desarrollo económico se tiene en el Japón al final de la Segunda Guerra Mundial, que acabó con una economía totalmente desplomada. Sin embargo, luego de la reconstrucción que inició, empezó un rápido proceso de crecimiento económico, lo cual permitió que en la década de 1970 llegué a la cumbre de crecimiento y, por consiguiente, haya alcanzado un alto nivel de

desarrollo económico, es así que en la literatura se lo conoce como el milagro económico de Japón. A pesar de que en los últimos 20 años Japón ha mostrado un estancamiento en términos económicos, nadie niega que es una gran potencia de la economía mundial, lo que ha permitido que muchos países la estudian para entender cómo enfrentaron sus dificultades y que reformas y políticas utilizaron para poder lograr el milagro japonés (Correa, 2017, p. 26).

El desarrollo económico busca el resultado de una sinergia compleja en la cual se involucran diferentes factores, por lo cual, es imposible establecer un único Factor que lo produzca, pues el desarrollo económico es la consecuencia de interrelaciones entre distintas variables, tanto internas como externas, que logra un crecimiento en este rubro (Correa, 2017, p. 26).

2.2.3 El Distrito de Tarata

2.2.3.1 Historia de Tarata

La historia de Tarata puede ser dividida en diferentes etapas que se describe a continuación (Municipalidad Provincial de Tarata, 2015):

a. Etapa prehistórica:

El estudio prehistórico de Tarata permite encontrar trabajos arqueológicos en la cueva de Karu, que muestran que el poblamiento de esta región se inició hacia el año 7000 a.C. No existe mucho trabajo relacionados a la parte prehistórica de más de lo hallado en la cueva de Karu, sin embargo, arqueólogos encontraron asentamientos arcaicos en el sitio denominado Cano en las alturas de Tarata, cerca de la ciudad actual, en el cual se pueden ver petroglifos y pinturas rupestres.

b. Aparición de Tiyawanaku:

Con la llegada de Tiyawanaku, la región de Tarata pasó a formar parte de la influencia altiplánica del Tiahuanaco, que tuvo su centro en el lado este del lago Titicaca, en lo que ahora es la frontera entre Perú y Bolivia, se cree que, debido a factores climáticos y geográficos, es que las colonias Tiahuanaco se expandieron buscando nuevos recursos en la región de Tarata por lo que aún se puede observar aspecto representativo de ese periodo.

c. Llegada de los aymaras:

Cuando cae Tiahuanaco, en el segundo milenio de nuestra era, aparece en Tarata el pueblo Aymara, provenientes del lado suroccidental del lago Titicaca, quienes tuvieron un profundo impacto en la forma de vida de los habitantes de Tarata. Estos aymaras eran los lupacas. Los lupacas eran una nación prestigiosa aymara que anexaron el territorio de Tarata y convivieron con la población autóctona, sometiéndola a un proceso de cambio cultural que provocó la desaparición del idioma nativo y la identidad étnica. Este proceso duró hasta la colonia, en la cual no quedó rastro de los aspectos autóctonos del lugar, prueba de ello se tiene la presencia de chullpas o mausoleos, símbolo de la cultura Aymara que se encuentra en distintas partes de Tarata.

d. Llegada de los incas:

A mediados del Siglo XV, los incas conquistan la región sometiendo los aymaras y a los primigenios pobladores del valle a quienes se les denominó yuncas, que en quechua significa habitante del valle. Es así, que la provincia de Tarata pasa a ser parte de la organización Inca, quienes la organizaron en dos grupos, el primero el de los

Lupaca que estuvieron al sur del Río Lagujira y el otro grupo, el de los pobladores originarios, llamados yumkas que estuvieron al norte del mismo río. Sin embargo, la caída inca permitió que los aymaras recuperen su libertad sometiendo a los yumkas y absorbiendo los culturalmente con el tiempo. Durante el período Inca se construyó, por este lugar, una extensa red vial del Tahuantinsuyo, se considera que esta se realizó a mediados del Siglo XV durante el reinado de Pachacutec y se prolongó hasta la muerte de Huáscar.

e. Época colonial:

Durante esta época, Tarata fue un importante centro indígena en la cual se construyeron hermosas iglesias y se fundó nuevamente el pueblo original con fecha 3 de enero de 1741. Durante el período colonial se construyó el templo de San Benedito Abad que es patrono de la ciudad de Tarata, el cual empezó a construirse 1611 y quedó inaugurada el 3 de enero de 1741. Asimismo, durante este período, nace la evangelización que convirtió a los indígenas a la fe cristiana. Un aspecto histórico importante es la marcha de los pobladores de Tarata en los primeros años del Siglo XIX bajo el valeroso cacique Kopaja quienes se dirigieron a Tacna para apoyar al prócer Francisco de Zela en el levantamiento contra el dominio español.

f. La república:

Durante esta época Bolívar en el año de 1824 crea el distrito político realiza la creación política del distrito de Tarata el cual fue promulgado años más tarde, gracias al presidente Manuel Pardo, el 12 de noviembre de 1874 señalándose como sus distritos ah Sticke, Tarucachi, Tarata, Ticaco y Candarave.

g. Ocupación chilena:

Una vez fue derrotado el ejército peruano en el Campo de la Alianza, éste se replegó al norte y es así que surgen pasajes duros en la historia de Tacna, entre ellas está la ocupación de Tarata, que quedó anexado a Chile durante el cautiverio. En Tarata, al igual que en Tacna el gobierno chileno inició la política de chilenización, pidiendo a los pobladores que renuncien a su nacionalidad peruana y adopten la chilena, así como la adopción de costumbres propias del país extranjero. De esta manera, se prohibió el consumo de kuca, pisco y usar luces durante la noche en las viviendas.

h. Reincorporación a la patria:

La entrega de Tarata se realizó durante el gobierno del presidente Augusto B Leguía, el primero de septiembre de 1925. En la actualidad el primero de septiembre es la fiesta más importante de Tarata en la que se observa el respeto irrestricto hacia el Perú y en el que la población realiza el ritual de la chaya, en honor a la bandera peruana.

2.2.3.2 Atractivos turísticos de Tarata

Tarata está ubicada a 3700 m sobre el nivel del mar y tiene una superficie de 281996 kilómetros cuadrados y es una de las cuatro provincias que conforman el departamento de Tacna, se encuentra administrada por el gobierno Regional de Tacna y tiene como capital la ciudad de Tarata (Rendón, 2009)

Entre los principales atractivos turísticos que cuenta la ciudad se tiene:

a. El mirador de Apacheta

Es un mirador natural que se encuentra ubicado en el paso más elevado entre la carretera de Tacna-Tarata en la cual se construyó una capilla en honor a San Martín de Porras. En este sitio los viajeros realizan pagos a los Apus en un lugar en el cual hay un montículo de piedras, agradeciendo el haber permitido que lleguen sanos al lugar, para ello dejan parte de sus cabellos cejas o algo de ropa como ofrenda.



Figura 3. Mirador de Apacheta, tomado de Rendón (2009).

b. La piedra del matrimonio

Cercano de la ciudad de Tarata hay una formación geológica particular que ha provocado muchas leyendas. Una de ellas es la de una pareja enamorada que venían a la parte alta de Tarata con el objeto de casarse pues sus padres no aceptan la relación que sostenían, sin embargo, fue tan inmenso el amor que tenía que los jóvenes caminaron mucho durante la noche y al encontrarse en la parte del río Estique, cerca la carretera, en un camino de herradura se sentaron a descansar. Sin

embargo, cuando estuvieron descansando a eso de la medianoche, se oyó un sonido como una campana que usan los sacerdotes, al despertar vieron una iglesia abierta e iluminada y en ella un sacerdote. Temerosos e ilusionados acudieron a ella y se casaron para nunca más salir, es así que cuando amaneció los rayos de sol los convirtieron en piedra, por eso a ese lugar se le conoce como la pareja de novios en el cual se aprecia a un sacerdote que los va a casar.

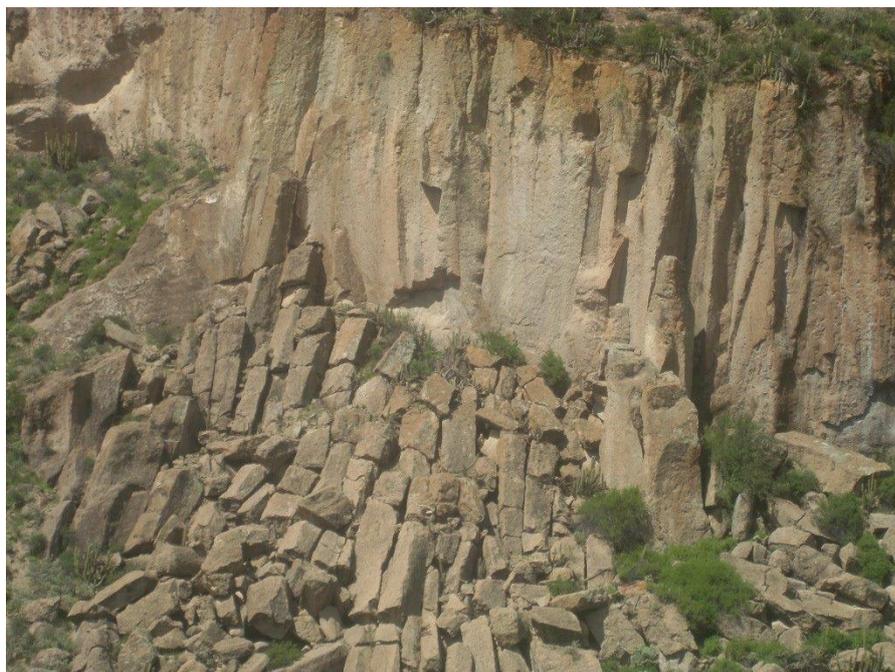


Figura 4. La piedra del matrimonio, tomado de Rendón (2009).

c. La iglesia de Tarucachi

Construida en el Siglo XIX, fue realizada con una arquitectura clásica, con líneas sencillas en las cuales se han añadido algunos ornamentos. El color de la iglesia es muy especial, pues ha sido creado a base de tintes extraídos de un tubérculo llamado Llocche, el cual da una coloración azul a las cúpulas de la iglesia. Para poder pintarla se utilizó la colaboración de todos los pobladores, quienes recolectaron una gran cantidad de tubérculo para amasarla y darle ese color. La iglesia fue de adobe y techos de paja para que soporte la lluvia, sin embargo, los

vientos la afectaron por lo que el alcalde Eleuterio Ale decidió poner un techo de material noble para que sea más estable.



Figura 5. Iglesia de Tarucachi, tomado de Rendón (2009).

d. Petroglifos de Anajiri

Son pinturas rupestres que se hallan en la zona con motivos mágico-religiosos actividades de casa y acciones domésticas, talladas en piedras a través de la técnica del percutado y raspado, una de las principales figuras es el quenista de Anajiri.



Figura 6. Petroglifos de Anajiri, tomado de Rendón (2009).

e. La iglesia antigua de Tarata

Es una iglesia parroquial considerada la más antigua de la región de Tacna, fue inaugurada el 3 de enero de 1741, en esta iglesia se venera a San Benedicto, patrono de la ciudad y en ella se encuentra la primera partida de bautizo fechada el 29 de marzo de 1613.



Figura 7. Iglesia antigua de Tarata, tomado de Rendón (2009).

f. Museo municipal de Tarata

En este museo se exhibe como parte de proyecto implementación de circuito turístico de Santamaría de Tarata, en el cual participó un conjunto multidisciplinario de profesionales. En el museo se muestra un conjunto de materiales de uso doméstico utilizados por los primeros pobladores de Tarata, así como herramientas agrícolas y tinajas que se utilizaron para la maceración y fermentación de la chicha ancestral.



Figura 8. Museo municipal de Tarata, tomado de Rendón (2009).

g. Camino Inca Santa María

Es un camino que constituye parte de los ramales registrados por el qhapaq ñan o red de caminos incas y que atraviesa la provincia de Tarata, mostrando hermosos caminos prehispánicos que se encuentran en muy buen estado, el cual ha soportado por años la carga de animales.



Figura 9. Camino Inca Santa María, tomado de Rendón (2009).

h. Centro arqueológico Santa María

Este sitio se encuentra ubicado en el distrito en el sector Yunga de Tarata y ocupa un área de 4000 metros cuadrados, en los cual se puede encontrar estructuras con hornacita, accesible a través del camino Inca. Este sitio fue un asentamiento con recintos y terrazas que se edificó en el período intermedio tardío y es reconocido como el asentamiento primigenio de la población prehispánica de Tarata.



Figura 10. Centro arqueológico Santa María, tomado de Rendón (2009).

i. Cuevas de Qalaqala

Estás cuevas, en el sector Yunga, de Tarata consta de pequeños abrigos y concavidades en la roca, en cuya base se ve la mampostería prehispánica, esto ha sido realizado con piedras de 10 a 15 m que se han unido a través del mortero, las estas cavidades tuvieron un carácter funerario.



Figura 11. Cuevas de Qalaqala, tomado de Rendón (2009).

j. Retén de Ticalaco

Ubicado también en la región Yunga de Tarata, es un área de 1000 metros cuadrados que se accede por el camino Inca, en este lugar se hallan dos grandes peñas en la que existen pinturas rupestres hechas con ocre, en el cual se pueden observar camélidos en actitud de alerta, se considera que los dibujos son pertenecientes a la época pre cerámica.



Figura 12. Retén de Ticalaco, tomado de Rendón (2009).

k. Baños termales de Putina

Ubicada a un kilómetro del pueblo Ticaco, se le atribuye a esta fuente de aguas termales poderes curativos para combatir las enfermedades del reumatismo, bronquiales o artritis.

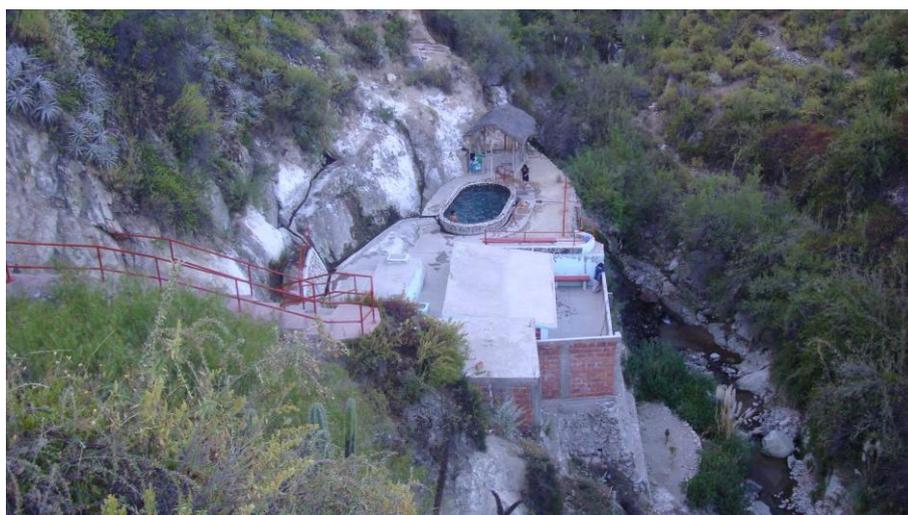


Figura 13. Baños termales de Putina, tomado de Rendón (2009).

2.3 DEFINICIÓN DE CONCEPTOS

a. Atractivo turístico:

Es aquel elemento que atrae, es decir, un atractivo turístico tiene la capacidad de incentivar la demanda del consumidor turístico atrayéndolo con el objeto de que se ha conocido. El término atractivo turístico, en realidad, es un anglicismo que viene de *tourist attraction*, esto quiere decir que en inglés el término es *disfrutable* o *interesante* en vez de atractivo, lo cual se acerca más a lo que realmente obtienen los turistas para al tener un contacto sensorial con la oferta turística que están consumiendo (Navarro, 2015, p. 351).

b. Desarrollo socioeconómico:

Es considerado como todas aquellas actividades en la que se involucra los factores sociales y económicos, los cuales fomentan un crecimiento en la economía y en el bienestar de la sociedad y que pueden ser medibles a través de indicadores comparativos que nos dan una idea, a largo plazo, si la comunidad ha sufrido un desarrollo o un incremento de esos indicadores (Angulo, 2012, p. 12).

c. Oferta turística:

Desde el punto vista económico se entiende por oferta a la cantidad de servicios o productos que ingresan en el mercado para que se adquiridos por los consumidores a un determinado precio y durante un periodo de tiempo establecido. Cuando la oferta hace referencia a bienes, es posible que aquellos que no pudieron ser vendidos puedan ser almacenados para venderlos después, sin embargo, esto no puede ser realizado también con los servicios, pues a diferencia de los bienes, lo que expira es el tiempo para brindar el servicio, es así que su oferta se renueva y si no es utilizada se

pierde. De tal manera, que cuando se habla de servicios turísticos, se hace referencia a oferta turística, la cual se busca poner en conocimiento de los potenciales consumidores (Ibáñez y Cabrera, 2015, p. 181).

d. Operadores turísticos:

Tienen la responsabilidad de proveer y operar los servicios necesarios para que una persona o una familia puedan desarrollar sus vacaciones de manera confortable en algún atractivo turístico. Para ello busca contratar y reservar aquellos elementos indispensables para el viaje como son las comidas, el hotel, el transporte, las excursiones, las guías y en algunas ocasiones el transporte aéreo (Chillogalli y Tigasi, 2018, p. 33).

e. Producto turístico:

Son todos aquellos atractivos turísticos que han sido preparados y diseñados con el objeto de dar un servicio turístico a una demanda concreta, estos atractivos no necesariamente tienen que ser naturales, también pueden ser artificiales como es el caso de los resorts, quienes ofrecen, en un espacio determinado, elemento de esparcimiento para que los turistas y huéspedes pasen una estancia reconfortante disfrutando de sus vacaciones (Virgen, 2014, p. 87).

f. Recursos turísticos:

Son aquellos elementos que se encuentran disponibles con el objeto de resolver una necesidad turística o llevar a cabo una actividad turística, es decir, los recursos turísticos son todos aquellos recursos naturales, hidráulicos, forestales o humanos que pueden servir para, a partir de ellos, establecer una actividad turística. La idea de un recurso como elemento que sirve para resolver necesidades de las personas, permite entender también que los recursos deben tener ciertos atributos para poder cumplir con el fin

de la satisfacción de necesidades, es decir, un recurso es turístico cuando tiene la capacidad de satisfacer una necesidad turística que se desarrolla gracias al diseño que se hace de este recurso para ponerlo en oferta (Navarro, 2015, p. 351).

g. Sistema turístico:

Es aquel conjunto de elementos que se interrelacionan entre sí con el objeto de brindar a las personas que se trasladan a este lugar un servicio distinto al que tiene en su rutina diaria, de tal manera que, si uno de estos elementos no se desarrolla correctamente, la experiencia turística será desagradable. En ese sentido, los sistemas turísticos necesitan una coordinación adecuada y de todos los elementos para garantizar el buen servicio a los clientes, en este caso a los turistas (Sancho, 2018, p. 48).

h. Turismo:

El turismo es la actividad que realizaba una persona durante un viaje o la estancia que realizaba en algún lugar que era diferente a su entorno habitual, asimismo, consideró que el turismo debería incluir un periodo de tiempo inferior a un año con el objeto de realizar actividades de ocio, trabajo o de otra índole (Sancho, 2018, p. 45).

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 HIPÓTESIS

3.1.1 Hipótesis general

La oferta turística influye significativamente en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017.

3.1.2 Hipótesis específicas

- a. La conservación del producto turístico influye significativamente en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017.
- b. La promoción del producto turístico orientado a los consumidores influye significativamente en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017.
- c. El manejo de los operadores del producto turístico influye significativamente en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017.

3.2 VARIABLES

3.2.1 Identificación de la variable independiente

Variable independiente: La oferta turística.

Desde el punto vista económico se entiende por oferta a la cantidad de servicios o productos que ingresan en el mercado para que se adquiridos por los consumidores a un

determinado precio y durante un periodo de tiempo establecido. Cuando la oferta hace referencia a bienes, es posible que aquellos que no pudieron ser vendidos puedan ser almacenados para venderlos después, sin embargo, esto no puede ser realizado también con los servicios, pues a diferencia de los bienes, lo que expira es el tiempo para brindar el servicio, es así que su oferta se renueva y si no es utilizada se pierde. De tal manera, que cuando se habla de servicios turísticos, se hace referencia a oferta turística, la cual se busca poner en conocimiento de los potenciales consumidores (Ibáñez y Cabrera, 2015, p. 181).

3.2.1.1 Indicadores

- Nivel de conservación del producto turístico.
- Nivel de promoción del producto turístico orientado a los consumidores.
- Nivel de manejo de los operadores del producto turístico

3.2.1.2 Escala de medición

- Alto
- Moderadamente alto
- Regular
- Moderadamente bajo
- Bajo

3.2.2 Identificación de la variable dependiente

Variable dependiente: El desarrollo socioeconómico.

Es considerado como todas aquellas actividades en la que se involucra los factores sociales y económicos, los cuales fomentan un crecimiento en la economía y en el bienestar de la sociedad y que pueden ser medibles a través de indicadores comparativos que nos dan una idea, a largo plazo, si la comunidad ha sufrido un desarrollo o un incremento de esos indicadores (Angulo, 2012, p. 12).

3.2.2.1 *Indicadores*

a. Nivel de desarrollo social

- Nivel del bienestar de las comunidades receptoras.
- Nivel de la conservación cultural.
- Nivel de la participación comunitaria en el turismo.

b. Nivel de desarrollo económico

- Percepción del ingreso económico del distrito por concepto de turismo.
- Percepción del número de turistas que llegan a Tarata.
- Percepción del tipo de actividades turismo que se practica en Tarata.
- Percepción de los productos y servicios que se ofrecen a los turistas

3.2.2.2 *Escala de medición*

- Alto
- Moderadamente alto
- Regular
- Moderadamente bajo
- Bajo

3.2.3 Operacionalización de las variables

Tabla 1

Operacionalización de las variables.

Variable	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Categoría	Escala
Variable independiente: Oferta turística	Test de oferta turística compuesto de 15 ítems en escala de Likert	- Conservación del producto turístico.	- Nivel de conservación del producto turístico.	— Alto	Ordinal
		- Promoción del producto turístico orientado a los consumidores.	- Nivel de promoción del producto turístico orientado a los consumidores.	— Moderadamente alto	
		- Manejo de los operadores del producto turístico.	- Nivel de manejo de los operadores del producto turístico.	— Regular	
				— Moderadamente bajo	
Variable dependiente: Desarrollo socioeconómico	Test de desarrollo socioeconómico compuesto de 23 ítems en escala de Likert	- Desarrollo social.	- Nivel de desarrollo social.	— Alto	Ordinales
		- Desarrollo económico.	- Nivel de desarrollo económico.	— Moderadamente alto	
				— Regular	
				— Moderadamente bajo	
				— Bajo	

Nota: Elaboración propia

3.3 TIPO y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

3.3.1 Tipo de investigación

La investigación es considerada básica, pues incrementará el conocimiento teórico respecto a la problemática encontrada sobre el desarrollo socioeconómico de los pobladores del Distrito de Tarata, así como el conocimiento referido a la oferta turística del mismo distrito.

3.3.2 Diseño de investigación

La investigación se halla dentro del enfoque cuantitativo, en ese sentido se ha realizado una investigación no experimental de diseño transversal de tipo correlacional causal, pues se buscó encontrar la relación causal entre las variables estudiadas.

3.4 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El nivel de la investigación se halla en el relacional, el mismo que busca encontrar relaciones causales entre las variables.

3.5 AMBITO Y TIEMPO SOCIAL DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se desarrolló en el Distrito de Tarata de la Región de Tacna. Los datos se recolectaron de julio a diciembre del año 2017. La unidad de análisis estuvo constituida por los pobladores del Distrito de Tarata con más de 18 años.

3.6 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.6.1 Unidad de estudio

La unidad de estudio es el poblador de Tarata que a la fecha de la realización de la investigación se halla viviendo en ese distrito.

3.6.2 Población

La población según el INEI al 30 de junio del 2017 era de 3196 pobladores.

3.6.3 Muestra

Para establecer la muestra se utilizó la fórmula para poblaciones finitas la cual es la siguiente:

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

Donde:

N: Tamaño poblacional

Z: Valor tabular de la distribución normal estandarizada para un nivel de significancia del 95% (1.95)

p: proporción de las unidades de análisis con una de las características de interés.

q: 1-p

e: Error permisible (5%)

El desarrollo de la fórmula para poblaciones finitas nos da como resultado que la muestra estará conformada por 343 pobladores.

3.7 PROCEDIMIENTO, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.7.1 Procedimiento

Para poder levantar información, se realizó el siguiente procedimiento:

- Se viajó, durante tres meses a Tarata, para poder encuestar a los pobladores.
- Se tabularon las encuestas para poder analizarlas.
- Se utilizó el programa SPSS V23 para poder realizar los análisis descriptivos e inferenciales que permitan cumplir los objetivos de la investigación.

3.7.2 Técnicas

Para el levantamiento de datos se utilizó la encuesta, esta técnica de levantamiento de información permite abarcar un gran número de encuestados como es el caso de la presente investigación.

3.7.3 Instrumentos

Los instrumentos utilizados fueron dos cuestionarios de elaboración propia:

El primero fue el *Test de oferta turística* y está compuesta de 15 ítems en escala de Likert. Las dimensiones son:

- a. Conservación del producto turístico (5 ítems).

- b. Promoción del producto turístico orientado a los consumidores (5 ítems).
- c. Manejo de los operadores del producto turístico (5 ítems).

El segundo instrumento es el *Test de desarrollo socioeconómico* y está compuesto de 23 ítems en escala de Likert. Las dimensiones son:

- a. Aspecto económico (16 ítems)
- b. Aspecto social (7 ítems)

Para probar la validez de los instrumentos se solicitó a tres jueces expertos que los calificaran. Para poder probar el grado de acuerdo entre los jueces expertos se realizó la prueba de V de Aiken (Anexo 3) que muestran valores cercanos al 1 en todos los criterios que los jueces expertos evaluaron.

Para poder probar la fiabilidad del instrumento se realizó una prueba piloto en campo, para ello se encuestó a 30 pobladores de Tarata, se tabularon los datos y se los analizó con la prueba de Alfa de Cronbach. Respecto al Test de Oferta Turística la prueba arrojó un $p=,827$ y en el test de desarrollo socioeconómico se obtuvo un $p=,903$. Ambos valores indican que los instrumentos son fiables.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

El trabajo de campo se realizó de la siguiente manera:

- Se viajó cada sábado durante tres meses a la ciudad de Tarata para poder levantar la información.
- Para poder realizar la encuesta se explicó a cada encuestado los objetivos de la investigación.
- Los cuestionarios fueron numerados conforme se los fue obteniendo hasta llegar al número de 343 cuestionarios desarrollados.
- Los cuestionarios fueron tabulados y analizados a través del software estadístico SPSS v.23

4.2 DISEÑO DE LA PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

Para poder presentar los resultados se ha seguido el siguiente orden:

- Presentación descriptiva de las características de la muestra.
- Presentación descriptiva de la variable Oferta turística.
- Presentación descriptiva de la variable Desarrollo socioeconómico.

4.3 RESULTADOS

4.3.1 Características de la muestra.

Tabla 2

Sexo de la muestra.

Sexo	f	%
Hombre	204	60.18
Mujer	135	39.82
Total	339	100.00

Nota: Elaborado en base a los cuestionarios aplicados.

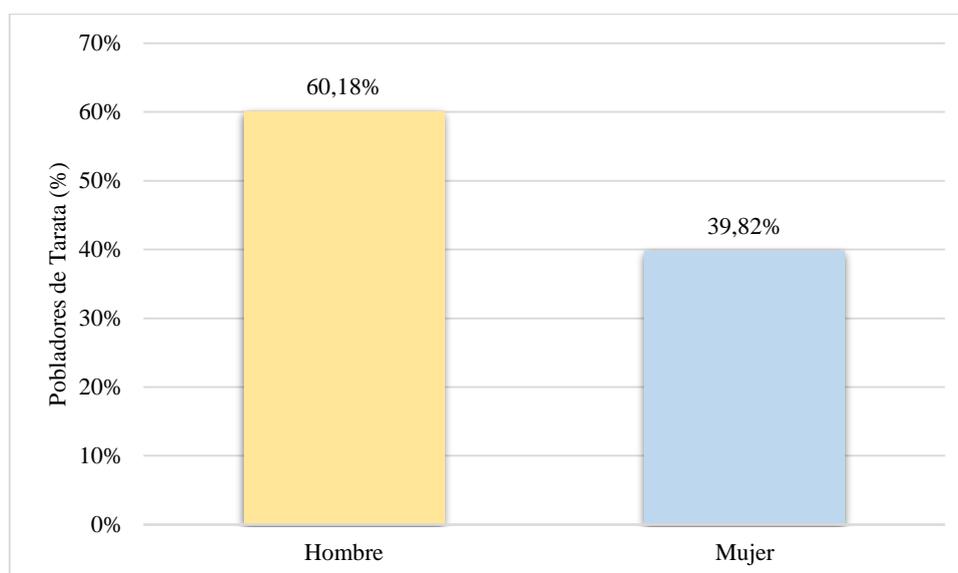


Figura 14. Sexo de los pobladores encuestados, tomado de la Tabla 2.

La Tabla 2 y Figura 41 nos muestra el sexo de la muestra, como se aprecia el 60.18% fueron hombres y el 39.82% fueron mujeres.

Tabla 3*Nivel educativo de la población encuestada.*

Estudios	f	%
Primaria completa	46	13.57
Secundaria incompleta	67	19.76
Secundaria completa	141	41.59
Técnica incompleta	20	5.90
Técnica completa	27	7.96
Universitaria incompleta	23	6.78
Universitaria completa	15	4.42
Total	339	100.00

Nota: Elaborado en base a los cuestionarios aplicados.

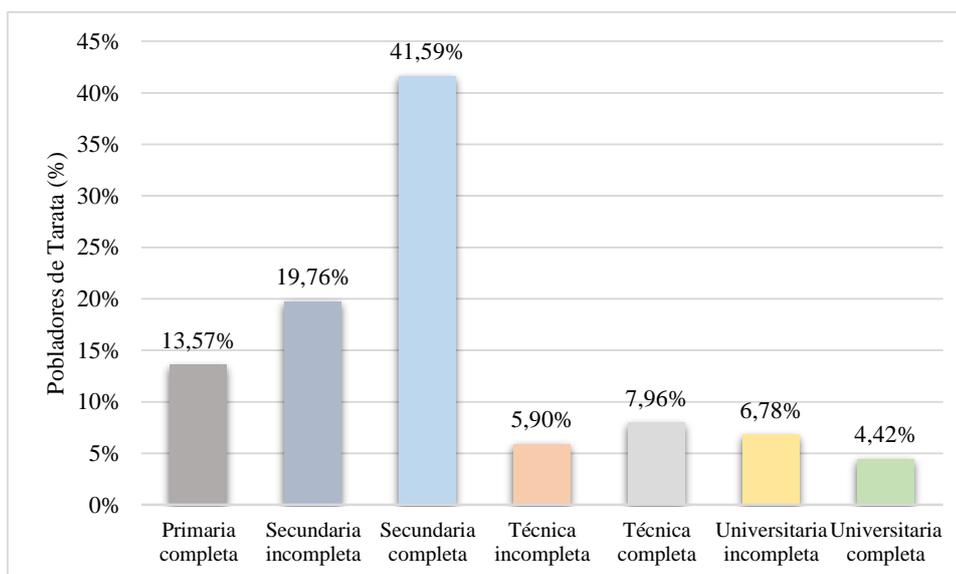


Figura 15. Nivel educativo de la población encuestada, tomado de la Tabla 3.

La Tabla 3 y Figura 15 nos muestra el nivel educativo de la población encuestada, como se puede apreciar el 41.59% de los pobladores tienen secundaria completa, el 19.76% secundaria incompleta y el 13.57% primaria completa. Los demás datos se pueden observar en la respectiva tabla.

Tabla 4*Edad de los pobladores encuestados.*

Edad	f	%
De 18 a 23 años	18	5.31
De 24 a 29 años	13	3.83
De 30 a 35 años	130	38.35
De 36 a 41 años	27	7.96
De 42 a 47 años	69	20.35
De 48 a 53 años	19	5.60
De 54 a 59 años	26	7.67
De 60 años a más	37	10.91
Total	339	100.00

Nota: Elaborado en base a los cuestionarios aplicados.

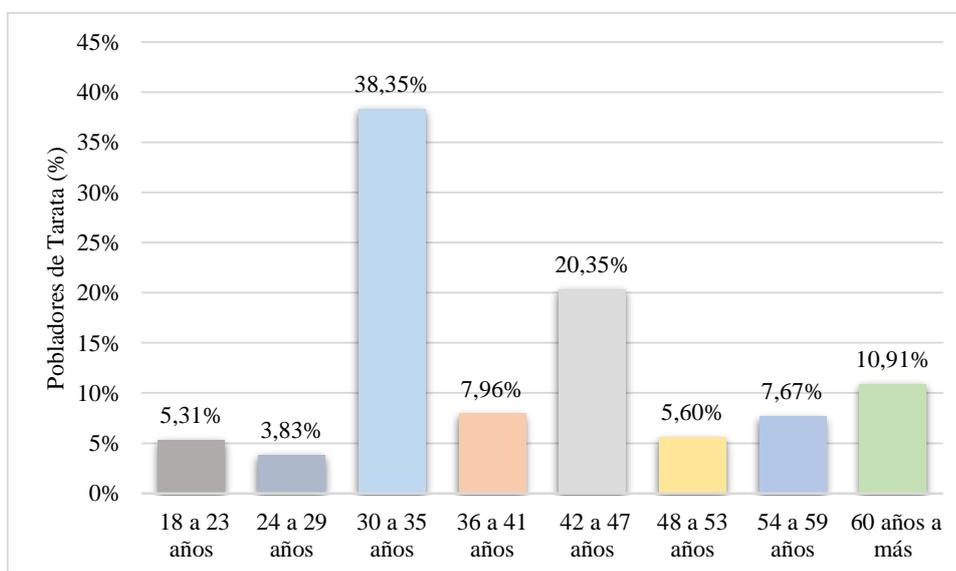


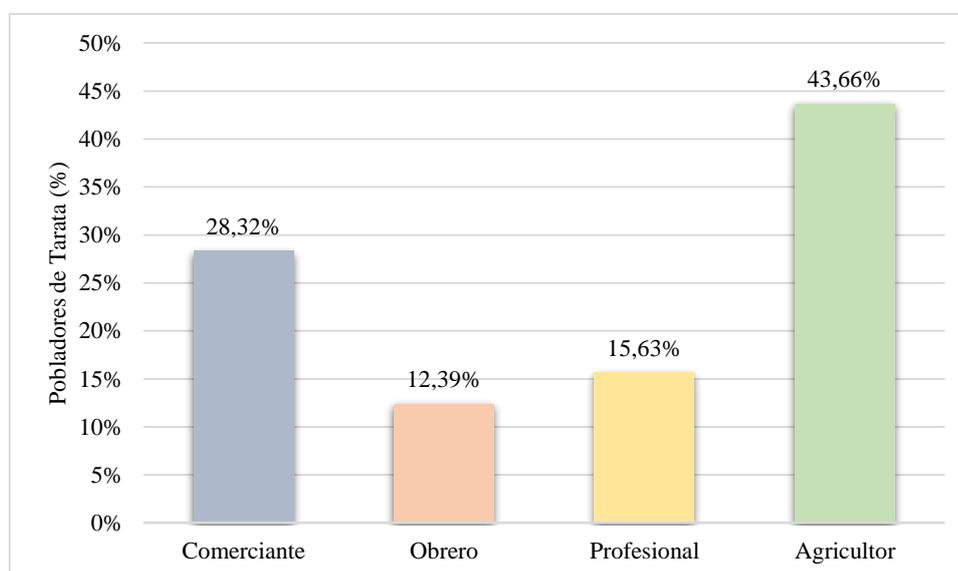
Figura 16. Edad de los pobladores encuestados, tomado de la Tabla 4.

La Tabla 4 y Figura 16 nos muestra la edad de los pobladores encuestados, como se aprecia el 38.35% de los pobladores tienen entre 30 y 35 años, el 20.35% entre 42 y 47 años. Los demás datos se los puede observar en la respectiva tabla.

Tabla 5*Ocupación de los pobladores encuestados.*

Ocupación	f	%
Comerciante	96	28.32
Obrero	42	12.39
Profesional	53	15.63
Agricultor	148	43.66
Total	339	100.00

Nota: Elaborado en base a los cuestionarios aplicados.

*Figura 17.* Ocupación de los pobladores encuestados, tomado de la Tabla 5.

La Tabla 5 y Figura 17 nos muestra la ocupación de los pobladores encuestados, como se puede apreciar, el 42.66% es agricultor, el 28.32% se dedica al comercio, el 15.63% realiza actividades según su carrera profesional y el 12.39% es obrero.

4.3.2 Análisis descriptivo de la oferta turística

Para establecer el nivel de la oferta turística se analizó la variable a través de las dimensiones: Conservación del producto turístico, promoción del producto turístico orientado a los consumidores y manejo de los operadores turísticos de la distribución del producto turístico.

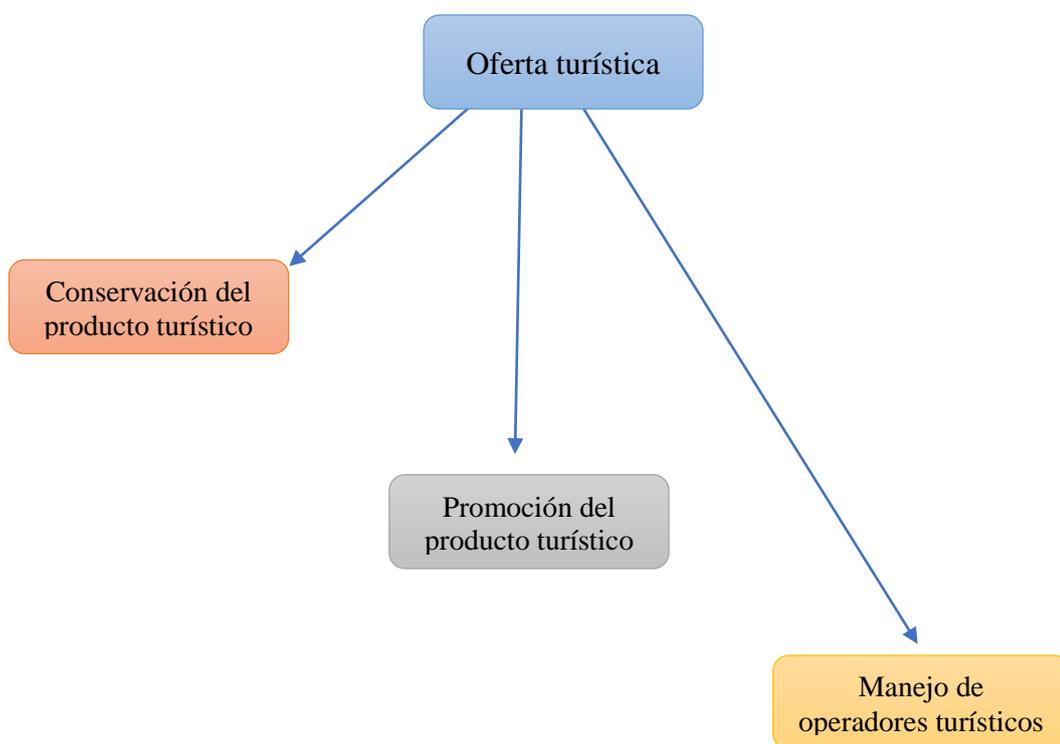


Figura 18. Dimensiones de la variable “Oferta turística” que se analizan descriptivamente.

Tabla 6
Nivel de oferta turística.

Categoría	f	%
Bajo	29	8.55
Moderadamente bajo	120	35.40
Regular	146	43.66
Moderadamente alto	42	12.39
Total	339	100.00

Nota: Elaborado en base a los cuestionarios aplicados.

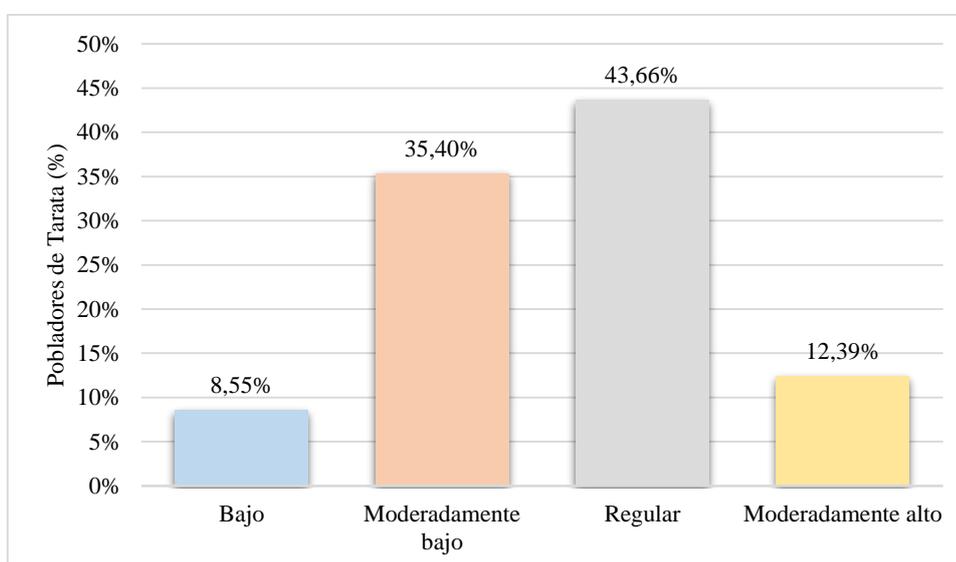


Figura 19. Nivel de oferta turística, tomado de la Tabla 6.

La Tabla 6 y Figura 19 nos muestran el nivel de la variable “Oferta turística” que se ha establecido como resultado del análisis de sus cuatro dimensiones. Como se puede apreciar, para el 43.66% de los pobladores encuestados el nivel de oferta turística es regular, para el 35.40% el nivel es moderadamente bajo, para el 12.39% es moderadamente alto y para el 8.55% es bajo. Esto nos indica que, para los pobladores de Tarata, no se viene ofertado adecuadamente los atractivos turísticos que tiene el distrito lo cual evita que se incremente el flujo de turistas a la ciudad.

Tabla 7*Conservación de los elementos del producto turístico.*

Categoría	f	%
Bajo	34	10.03
Moderadamente bajo	96	28.32
Regular	165	48.67
Moderadamente alto	38	11.21
Alto	6	1.77
Total	339	100.00

Nota: Elaborado en base a los cuestionarios aplicados.

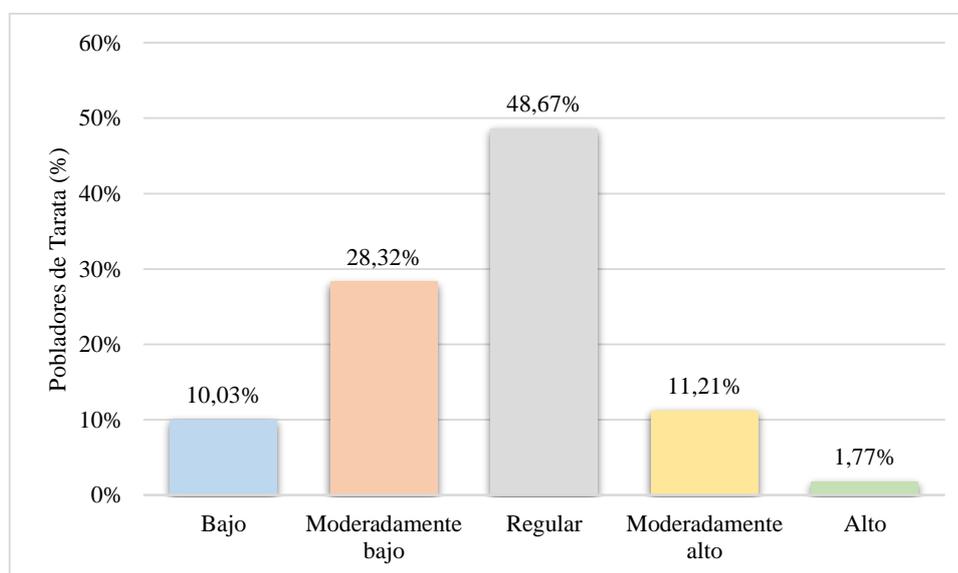


Figura 20. Conservación de los elementos del producto turístico, tomado de la Tabla 7.

La Tabla 7 y Figura 20 nos muestra el nivel de conservación del producto turístico del Distrito de Tarata percibido por los pobladores encuestados. Como se puede apreciar, para el 48.67% de los pobladores los elementos turísticos ofertados están conservados de manera regular, para el 28.32% se han conservado en un nivel moderadamente bajo, para el 11.21% en un nivel moderadamente alto, para el 10.03% en un nivel bajo y para el 1.77% en un nivel alto. Esto nos indica, que los pobladores perciben que la conservación del producto turístico no se realiza de manera adecuada lo cual puede afectar el estado de lo ofertado a los turistas.

Tabla 8*Promoción del producto turístico orientado a los consumidores.*

Categoría	f	%
Bajo	27	7.96
Moderadamente bajo	93	27.43
Regular	169	49.85
Moderadamente alto	45	13.27
Alto	5	1.47
Total	339	100.00

Nota: Elaborado en base a los cuestionarios aplicados.

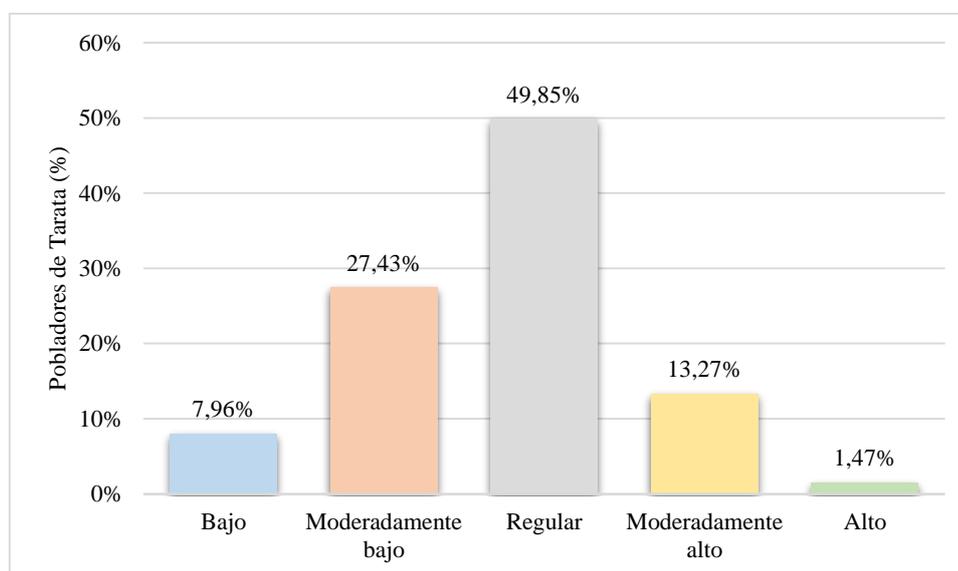


Figura 21. Promoción del producto turístico orientado a los consumidores, tomado de la Tabla 8.

La Tabla 8 y Figura 21 nos muestra el nivel de promoción conservación de los elementos del producto turístico del Distrito de Tarata percibido por los pobladores encuestados. Como se puede apreciar, para el 49.85% de los pobladores los productos turísticos ofertados están promocionados de manera regular, para el 27.43% se han promocionado en un nivel moderadamente bajo, para el 13.27% en un nivel moderadamente alto, para el 7.96% en un nivel bajo y para el 1.47% en un nivel alto. Estos resultados indican que los pobladores perciben que los atractivos turísticos podrían promocionarse de una mejor manera a favor del Distrito y así incrementar el flujo de turistas hacia Tarata.

Tabla 9*Manejo de los operadores del producto turístico.*

Categoría	f	%
Bajo	25	7.37
Moderadamente bajo	117	34.51
Regular	149	43.95
Moderadamente alto	40	11.80
Alto	8	2.36
Total	339	100.00

Nota: Elaborado en base a los cuestionarios aplicados.

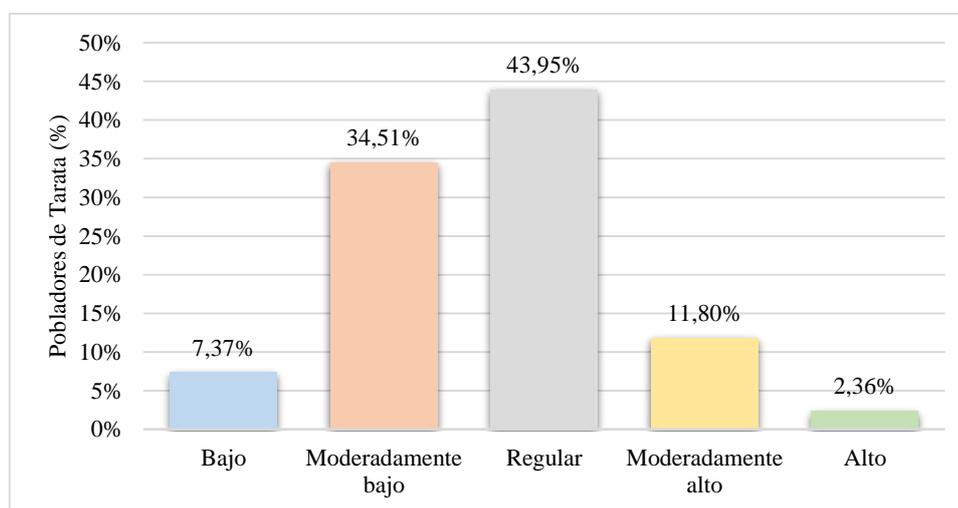


Figura 22. Manejo de los operadores del producto turístico, tomado de la Tabla 9.

La Tabla 9 y Figura 22 nos muestra el nivel de manejo de los operadores del producto turístico del Distrito de Tarata percibido por los pobladores encuestados. Como se puede apreciar, para el 43.95% de los pobladores los productos turísticos ofertados están manejados por operadores turísticos de manera regular, para el 34.51% se han manejado en un nivel moderadamente bajo, para el 11.80% en un nivel moderadamente alto, para el 7.37% en un nivel bajo y para el 2.36% en un nivel alto. Estos resultados indican, que los pobladores de Tarata perciben que los operadores turísticos podrían realizar un mejor para gestionar el turismo hacia esa región y poner en oferta los atractivos turísticos a los turistas que quieren llegar a Tarata.

4.3.3 Análisis descriptivo del desarrollo socioeconómico.

Para establecer el nivel de desarrollo socioeconómico se analizó la variable a través de las dimensiones: Desarrollo social (con sus sub dimensiones bienestar de las comunidades receptoras, nivel de conservación cultural y nivel de participación comunitaria en el turismo) y desarrollo económico (con sus sub dimensiones percepción del ingreso económico del distrito por concepto de turismo, percepción del nivel de turistas que llegan a Tarata, percepción de la calidad de actividades turísticas que se practican en Tarata y percepción de la calidad de los productos y servicios que se ofrecen a los turistas).

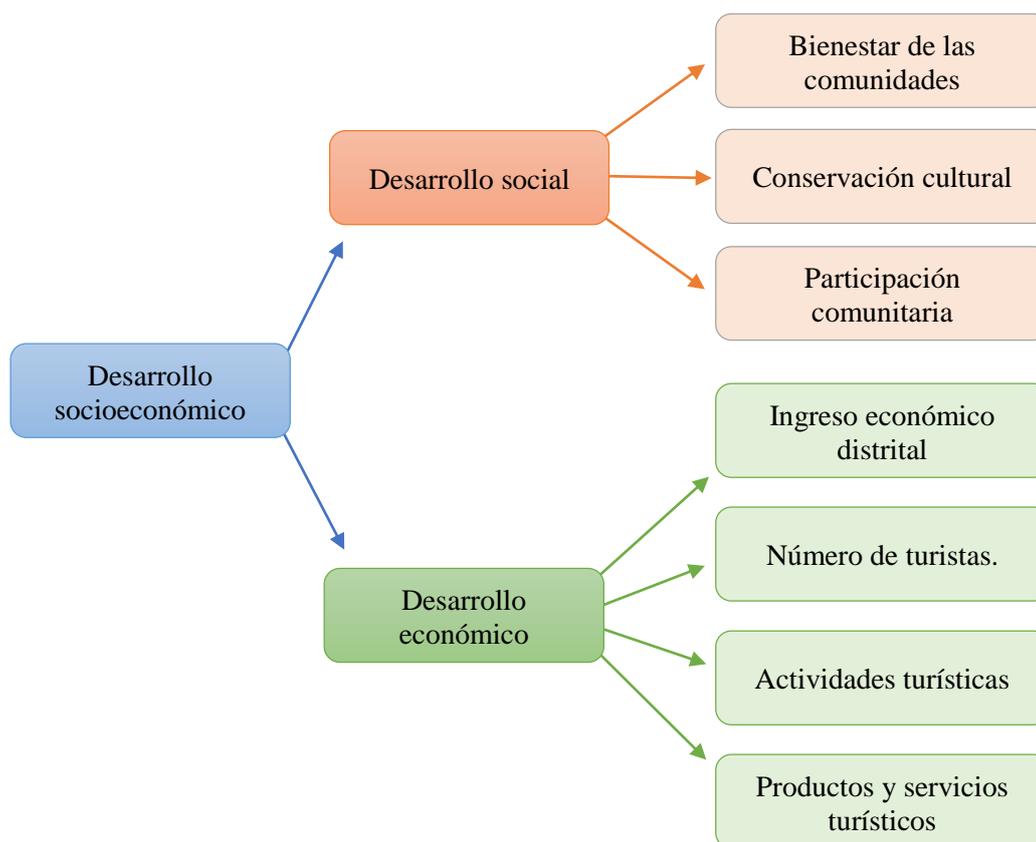


Figura 23. Dimensiones de la variable “Desarrollo socioeconómico” que se analizan descriptivamente.

Tabla 10
Nivel de desarrollo socioeconómico.

Categoría	f	%
Bajo	26	7.67
Moderadamente bajo	81	23.89
Regular	168	49.56
Moderadamente alto	42	12.39
Alto	22	6.49
Total	339	100.00

Nota: Elaborado en base a los cuestionarios aplicados.

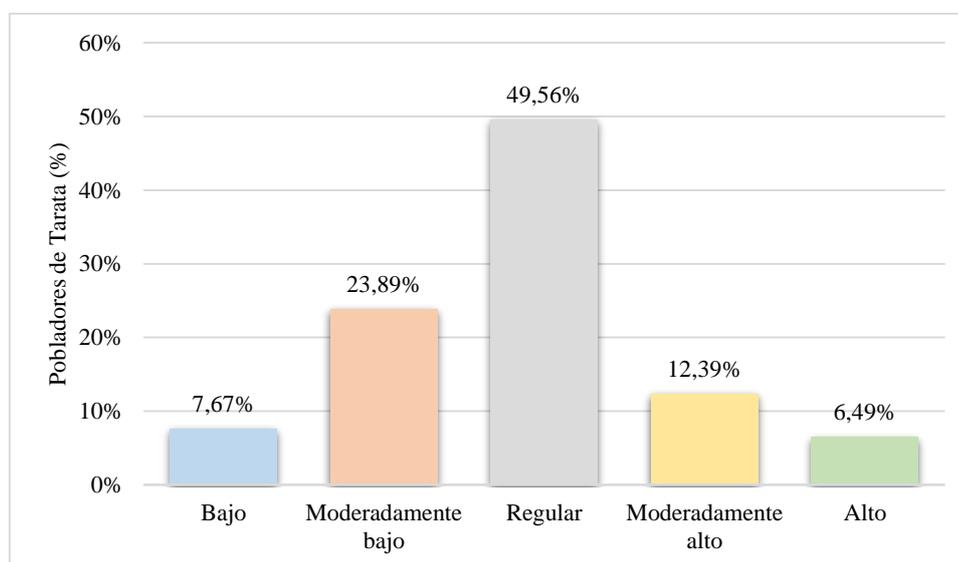


Figura 24. Nivel de desarrollo socioeconómico, tomado de la Tabla 10.

La Tabla 10 y Figura 24 nos muestra el nivel de desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores de Tarata. Como se puede apreciar, el 49.56% de los pobladores perciben que el nivel de desarrollo socioeconómico es regular, el 23.89% considera que el nivel es moderadamente bajo, el 12.39% lo percibe en un nivel moderadamente alto, el 7.67% se percibe en un nivel bajo y el 6.49% lo percibe en un nivel alto. Estos resultados indican, que para casi el 50% de los pobladores del Distrito de Tarata, el desarrollo socioeconómico de su distrito es el adecuado.

4.3.3.1 Análisis descriptivo del desarrollo social.

Tabla 11
Nivel de desarrollo social.

Categoría	f	%
Bajo	19	5.60
Moderadamente bajo	63	18.58
Regular	151	44.54
Moderadamente alto	82	24.19
Alto	24	7.08
Total	339	100.00

Nota: Elaborado en base a los cuestionarios aplicados.

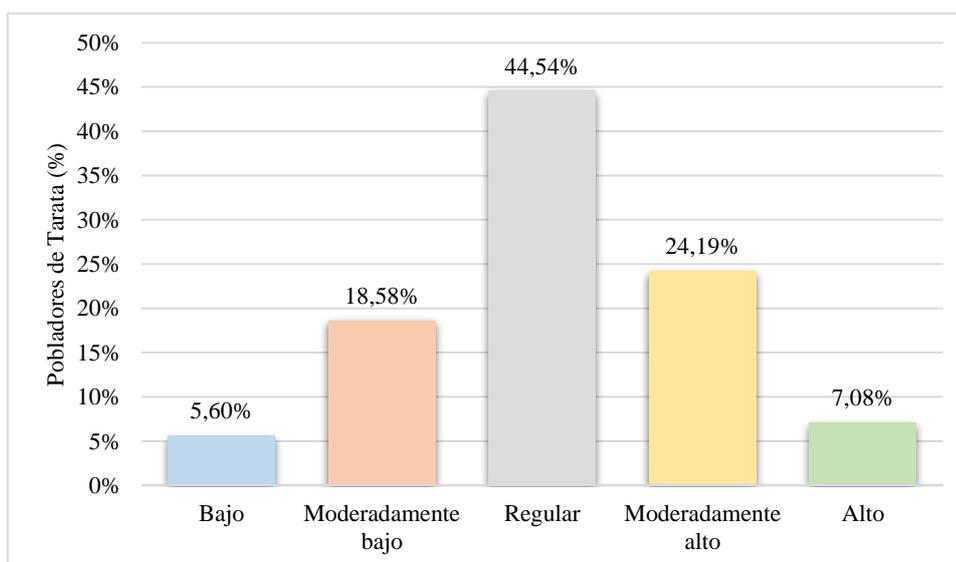


Figura 25. Nivel desarrollo social, tomado de la Tabla 11.

La Tabla 11 y Figura 25 nos muestra el nivel de desarrollo social percibido por los pobladores de Tarata. Como se puede apreciar, el 44.54% de los pobladores perciben que el nivel de desarrollo social es regular, el 24.19% considera que el desarrollo social está en un nivel moderadamente alto, el 18.58% lo percibe en un nivel moderadamente bajo, el 7.08% lo percibe en un nivel alto y el 5.60% lo percibe en un nivel bajo. Es decir, para cerca del 50% el desarrollo social no es el adecuado.

Tabla 12*Nivel del bienestar de las comunidades receptoras.*

Categoría	f	%
Bajo	41	12.09
Moderadamente bajo	152	44.84
Regular	72	21.24
Moderadamente alto	68	20.06
Alto	6	1.77
Total	339	100.00

Nota: Elaborado en base a los cuestionarios aplicados.

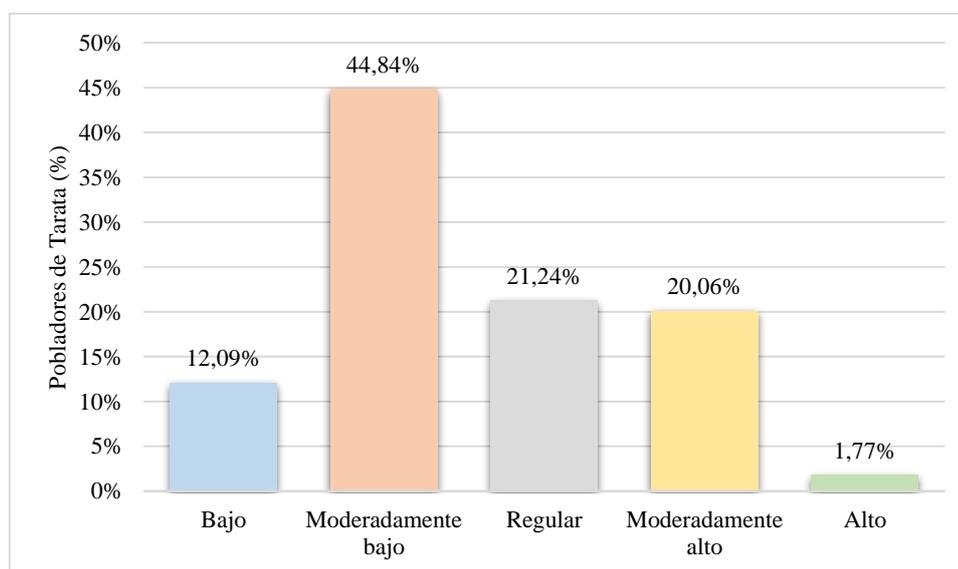


Figura 26. Nivel del bienestar de las comunidades receptoras, tomado de la Tabla 12.

La Tabla 12 y Figura 26 nos muestra el nivel de bienestar de las comunidades receptoras percibido por los pobladores de Tarata. Como se puede apreciar, el 44.84% de los pobladores perciben que el nivel de bienestar de las comunidades receptoras es moderadamente bajo, el 21.24% considera que el bienestar de las comunidades receptoras está en un nivel regular, el 20.06% lo percibe en un nivel moderadamente alto, el 12.09% lo percibe en un nivel bajo y el 1.77% lo percibe en un nivel alto. Es decir, para más del 50% de los pobladores de Tarata su comunidad no recibe un bienestar acorde con las ofertas turísticas que ofrece a los turistas.

Tabla 13*Nivel de conservación cultural.*

Categoría	f	%
Bajo	271	79.94
Moderadamente bajo	68	20.06
Total	339	100.00

Nota: Elaborado en base a los cuestionarios aplicados.

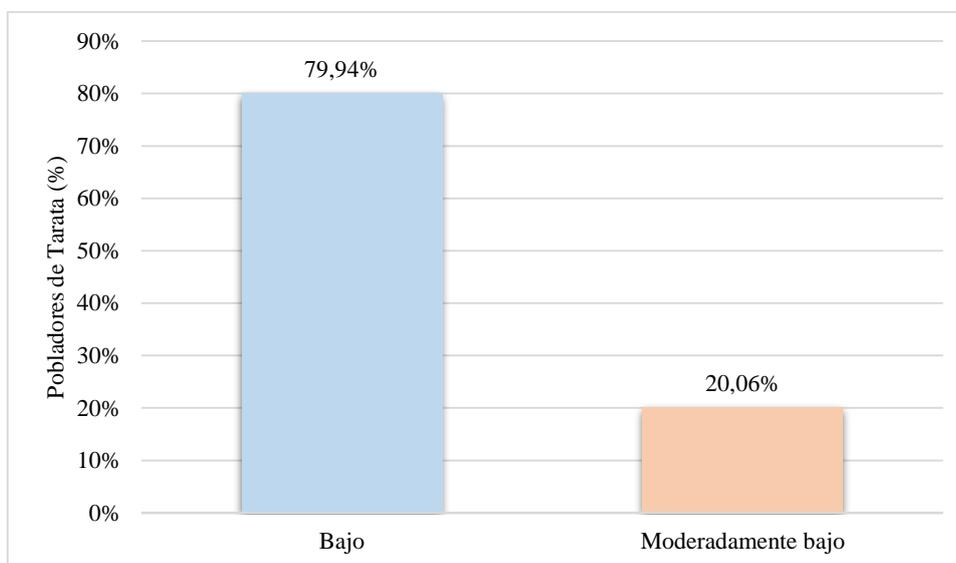


Figura 27. Nivel de conservación cultural, tomado de la Tabla 13.

La Tabla 13 y Figura 27 nos muestra el nivel de conservación cultural percibido por los pobladores de Tarata. Como se puede apreciar, el 79.49% de los pobladores perciben que el nivel de conservación cultural es bajo, mientras que el 20.06% lo percibe en un nivel moderadamente bajo. Estos datos nos muestran que la percepción de los pobladores, es que no se está conservando culturalmente su comunidad, por lo que las instituciones y operadores del turismo en el Distrito de Tarata, deben dar a conocer con más entusiasmo las costumbres y aspectos culturales de la zona a los turistas que la visitan.

Tabla 14*Nivel de participación comunitaria en el turismo.*

Categoría	f	%
Moderadamente bajo	17	5.01
Regular	44	12.98
Moderadamente alto	69	20.35
Alto	209	61.65
Total	339	100.00

Nota: Elaborado en base a los cuestionarios aplicados.

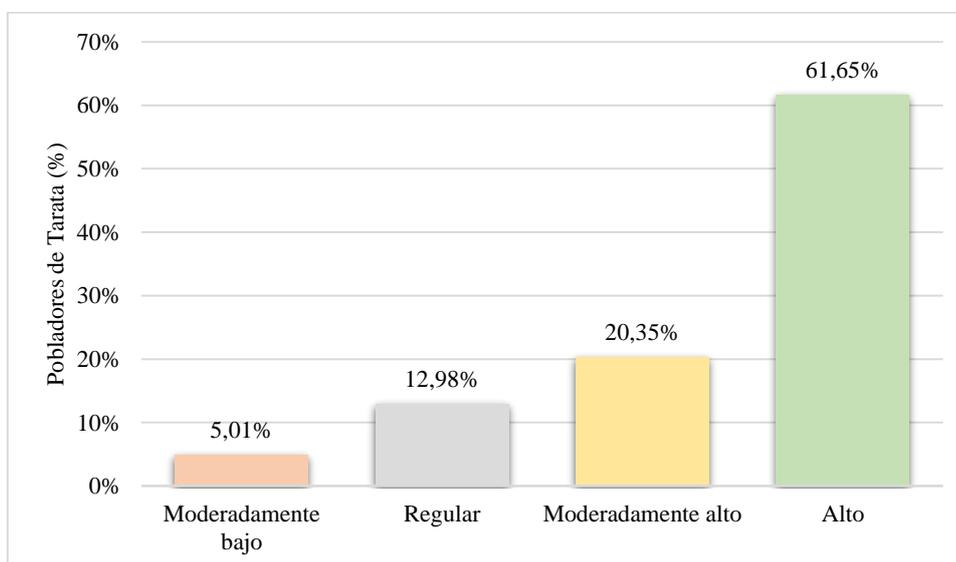


Figura 28. Nivel de participación comunitaria en el turismo, tomado de la Tabla 14.

La Tabla 14 y Figura 28 nos muestra el nivel de participación comunitaria en el turismo percibido por los pobladores de Tarata. Como se puede apreciar, el 61.65% de los pobladores perciben que la participación comunitaria es alta, el 20.35% considera que la participación comunitaria está en un nivel moderadamente alto, el 12.98% lo percibe en un nivel regular y el 5.01% lo percibe en un nivel moderadamente bajo. Es decir, para más del 60% de los pobladores de Tarata existe una alta participación de la comunidad en el turismo que se ofrece en ese Distrito, sin embargo, tomando en cuenta los datos anteriores, también se puede apreciar de que a pesar de que participan activamente no perciben que esto mejor su bienestar.

4.3.3.2 Análisis descriptivo del desarrollo económico.

Tabla 15

Nivel de desarrollo económico.

Categoría	f	%
Bajo	21	6.19
Moderadamente bajo	76	22.42
Regular	155	45.72
Moderadamente alto	63	18.58
Alto	24	7.08
Total	339	100.00

Nota: Elaborado en base a los cuestionarios aplicados.

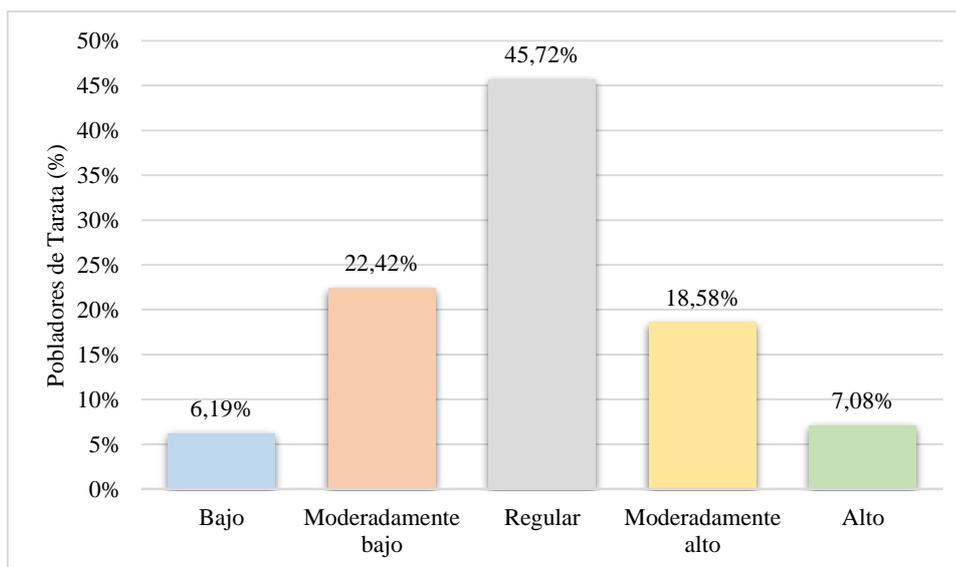


Figura 29. Nivel de desarrollo económico, tomado de la Tabla 15.

La Tabla 15 y Figura 29 nos muestra el nivel de desarrollo económico percibido por los pobladores de Tarata. Como se puede apreciar, el 45.72% de los pobladores perciben que el nivel de desarrollo económico es moderadamente bajo, el 22.42% considera que el desarrollo económico está en un nivel moderadamente bajo, el 18.58% lo percibe en un nivel moderadamente alto, el 7.08% lo percibe en un nivel alto y el 6.19% lo percibe en un nivel bajo. Es decir, para más del 40% de los pobladores de Tarata el desarrollo económico no es el adecuado.

Tabla 16

Percepción del ingreso económico del distrito por concepto de turismo.

Categoría	f	%
Bajo	26	7.67
Moderadamente bajo	112	33.04
Regular	165	48.67
Moderadamente alto	31	9.14
Alto	5	1.47
Total	339	100.00

Nota: Elaborado en base a los cuestionarios aplicados.

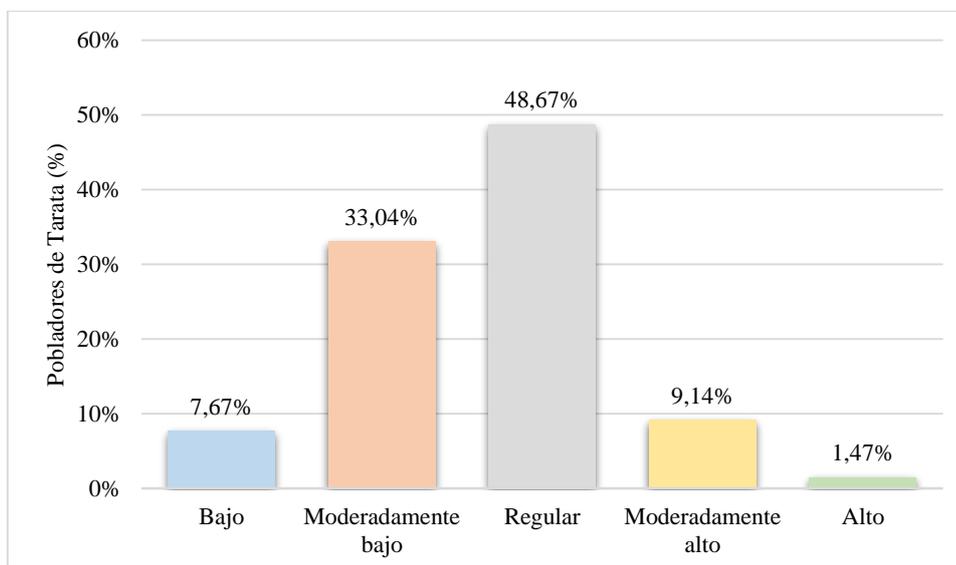


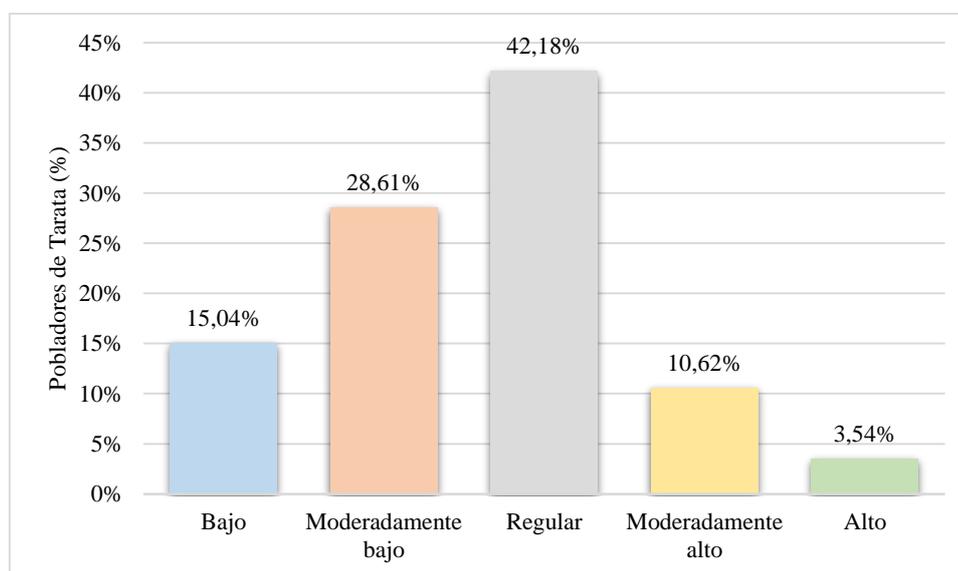
Figura 30. Percepción del ingreso económico del distrito por concepto de turismo, tomado de la Tabla 16.

La Tabla 16 y Figura 30 nos muestra la percepción de los pobladores de Tarata sobre el ingreso económico del distrito por concepto de turismo. Como se puede apreciar, el 48.67% de los pobladores perciben que el nivel de ingreso económico del distrito por concepto de turismo es regular, el 33.04% lo considera moderadamente bajo, el 9.14% lo percibe en un nivel moderadamente alto, el 7.67% lo percibe en un nivel bajo y el 1.47% lo percibe en un nivel alto. Esto nos indica que para más del 90% de los pobladores los ingresos por turismo no son los adecuados.

Tabla 17*Percepción del nivel de turistas que llegan a Tarata.*

Categoría	f	%
Bajo	51	15.04
Moderadamente bajo	97	28.61
Regular	143	42.18
Moderadamente alto	36	10.62
Alto	12	3.54
Total	339	100.00

Nota: Elaborado en base a los cuestionarios aplicados.

*Figura 31.* Percepción del nivel de turistas que llegan a Tarata, tomado de la Tabla 17.

La Tabla 17 y Figura 31 nos muestra el nivel de turistas que llegan a Tarata percibido por los pobladores de Tarata. Como se puede apreciar, el 42.18% de los pobladores perciben que el nivel de turistas que llegan a Tarata es regular, el 28.61% considera que el nivel de turistas que llegan está en un nivel moderadamente bajo, el 15.04% lo percibe en un nivel bajo, el 10.62% lo percibe en un nivel moderadamente alto y el 3.54% lo percibe en un nivel alto. Es decir, para más del 40% de los pobladores de Tarata el nivel de turistas que llegan a Tarata no es el adecuado.

Tabla 18

Percepción de la calidad de actividades turísticas que se practican en Tarata.

Categoría	f	%
Bajo	42	12.39
Moderadamente bajo	140	41.30
Regular	108	31.86
Moderadamente alto	41	12.09
Alto	8	2.36
Total	339	100.00

Nota: Elaborado en base a los cuestionarios aplicados.

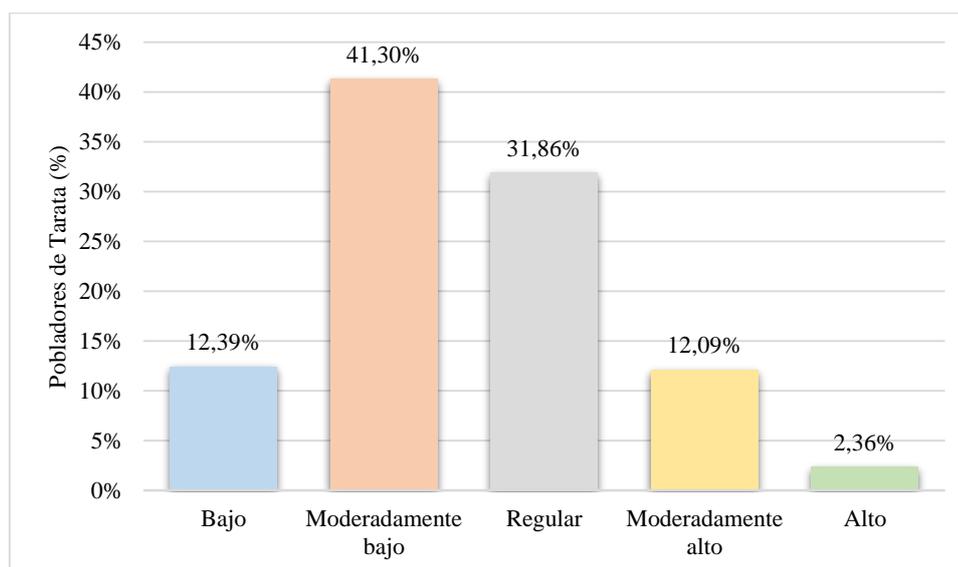


Figura 32. Percepción de la calidad de actividades turísticas que se practican en Tarata, tomado de la Tabla 18.

La Tabla 18 y Figura 32 nos muestra el nivel de la calidad de actividades turísticas que se practican en Tarata percibido por los pobladores. Como se puede apreciar, el 41.30% de los pobladores perciben que la calidad de actividades turísticas que se practican en Tarata es moderadamente bajo, el 31.86% considera que el nivel de turistas que llegan está en un nivel regular, el 12.39% lo percibe en un nivel bajo, el 12.09% lo percibe en un nivel moderadamente alto y el 2.36% lo percibe en un nivel alto. Es decir, para más del 80% de los pobladores de Tarata la calidad de las actividades turísticas no son los adecuados.

Tabla 19

Percepción de la calidad de los productos y servicios que se ofrecen a los turistas.

Categoría	f	%
Bajo	46	13.57
Moderadamente bajo	97	28.61
Regular	154	45.43
Moderadamente alto	32	9.44
Alto	10	2.95
Total	339	100.00

Nota: Elaborado en base a los cuestionarios aplicados.

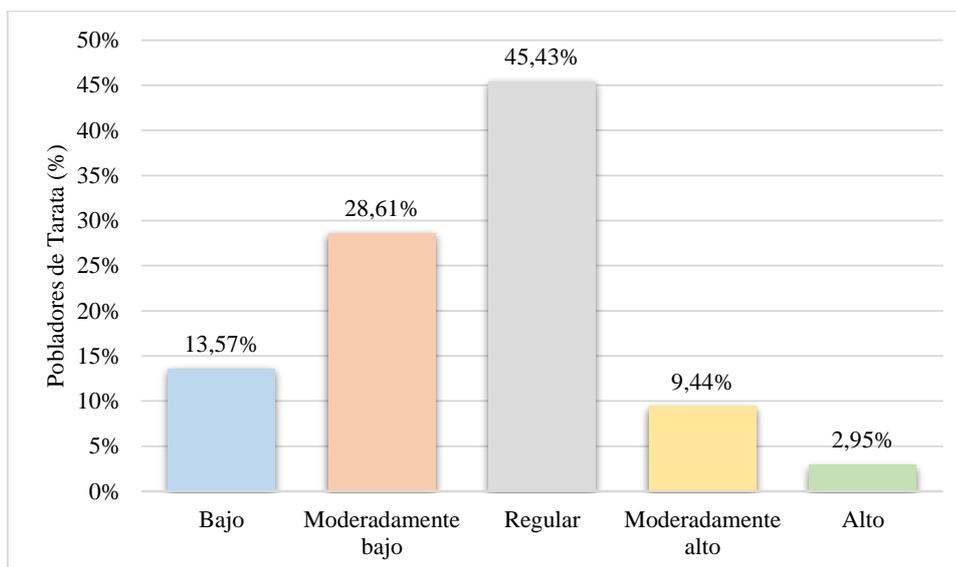


Figura 33. Percepción de la calidad de los productos y servicios que se ofrecen a los turistas, tomado de la Tabla 19.

La Tabla 19 y Figura 33 nos muestra el nivel de la calidad de los productos y servicios que se ofrecen a los turistas percibido por los pobladores de Tarata. Como se puede apreciar, el 45.43% de los pobladores perciben que la calidad de los productos y servicios que se ofrecen a los turistas es regular, el 28.61% considera que es moderadamente bajo, el 13.57% lo percibe en un nivel bajo, el 9.44% lo percibe en un nivel moderadamente alto y el 2.95% lo percibe en un nivel alto. Es decir, para más del 85% de los pobladores de Tarata el nivel de la calidad de los productos y servicios que se ofrecen a los turistas no es el adecuado.

4.4 PRUEBA ESTADÍSTICA

Tabla 20

Prueba de normalidad de datos.

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Conservación del producto turístico	.099	339	.000
Promoción del producto turístico	.095	339	.000
Manejo de los operadores del producto turístico	.088	339	.000
Oferta turística	.085	339	.000
Desarrollo socioeconómico	.063	339	.003

Nota: Elaborado en base a los cuestionarios aplicados.

Para poder establecer la prueba de hipótesis, en primer lugar, se analizará la normalidad de datos a través de la prueba de Kolmogorov-Smirnov con la corrección de la significación de Lilliefors, en vista de que los casos observados son mayores a 50. Como se puede apreciar en la Tabla 20, los valores de la prueba son menores a 0,05; lo cual nos indica que los datos no tienen distribución normal. Por ello, para poder probar las hipótesis, se utilizará la prueba no paramétrica de correlación de Spearman.

4.4.1 Prueba de la hipótesis general.

a. *Formulación de hipótesis*

Para contrastar la hipótesis general se plantea la hipótesis nula y alterna:

H_0 : La oferta turística no influye significativamente en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017.

H_a : La oferta turística influye significativamente en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017.

b. Nivel de significancia

Para poder contrastar la hipótesis se ha establecido como Nivel de Significancia (alfa) $\alpha = 0.05$

c. Estadístico de prueba

En vista de que los datos no presentan distribución normal, el estadístico a utilizar es el coeficiente de correlación de Spearman, su fórmula es:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n d_i^2}{r(r^2 - 1)}$$

Donde:

r_s = Coeficiente de correlación por rangos de Spearman.

D = Diferencia entre los rangos (X menos Y).

N = Número de datos.

Tabla 21. Contratación de la hipótesis general.

Contratación de la hipótesis general.

		Desarrollo socioeconómico	
Rho de Spearman	Oferta turística del Distrito de Tarata	Coeficiente de correlación	,471
		Sig. (bilateral)	.000
		N	339

Nota: Elaborado en base a los cuestionarios aplicados.

d. Lectura del p-valor y r_s

En la Tabla 21 se observa el estadístico de correlación de Spearman que arroja un $p = ,000$ que indica la *existencia de relación* entre las variables, asimismo, el coeficiente de correlación da un valor de $r_s = ,471$ que, de acuerdo a lo propuesto por Martínez *et al* (citado en Reguant, Vilá y Torrado, 2018, p. 55), es una *correlación positiva débil* que, al ser positiva, indica que es *directa*, es decir, el incremento de la oferta turística incrementará débilmente el desarrollo socioeconómico del Distrito de Tarata . Por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis general.

4.4.1 Prueba de la primera hipótesis específica.

a. Formulación de hipótesis

Para contrastar la primera hipótesis específica se plantea la hipótesis nula y alterna:

H_0 : La conservación del producto turístico no influye significativamente en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017.

H_a : La conservación del producto turístico influye significativamente en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017.

b. Nivel de significancia

Para poder contrastar la hipótesis se ha establecido como Nivel de Significancia (alfa) $\alpha = 0.05$

c. Estadístico de prueba

En vista de que los datos no presentan distribución normal, el estadístico a utilizar es el coeficiente de correlación de Spearman, su fórmula es:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n d_i^2}{r(r^2 - 1)}$$

Donde:

r_s = Coeficiente de correlación por rangos de Spearman.

D = Diferencia entre los rangos (X menos Y).

N = Número de datos.

Tabla 22. Contrastación de la primera hipótesis específica.

Contrastación de la primera hipótesis específica.

		Desarrollo socioeconómico	
Rho de Spearman	Conservación del producto turístico	Coeficiente de correlación	,424
		Sig. (bilateral)	.000
		N	339

Nota: Elaborado en base a los cuestionarios aplicados.

d. Lectura del p-valor y r_s

En la Tabla 22 se observa el estadístico de correlación de Spearman que arroja un $p = ,000$ que indica la *existencia de relación* entre las variables, asimismo, el coeficiente de correlación da un valor de $r_s = ,424$ que, de acuerdo a lo propuesto por Martínez *et al* (citado en Reguant, Vilá y Torrado, 2018, p. 55), es una *correlación positiva débil* que, al ser positiva, indica que es *directa*, es decir, el incremento en la conservación del producto turístico incrementará débilmente el

desarrollo socioeconómico del Distrito de Tarata. Por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la primera hipótesis específica.

4.4.1 Prueba de la segunda hipótesis específica.

a. Formulación de hipótesis.

Para contrastar la segunda hipótesis específica se plantea la hipótesis nula y alterna:

H_0 : La promoción del producto turístico orientado a los consumidores no influye significativamente en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017.

H_a : La promoción del producto turístico orientado a los consumidores influye significativamente en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017.

b. Nivel de significancia.

Para poder contrastar la hipótesis se ha establecido como Nivel de Significancia (alfa) $\alpha = 0.05$

c. Estadístico de prueba.

En vista de que los datos no presentan distribución normal, el estadístico a utilizar es el coeficiente de correlación de Spearman, su fórmula es:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n d_i^2}{r(r^2 - 1)}$$

Donde:

r_s = Coeficiente de correlación por rangos de Spearman.

D = Diferencia entre los rangos (X menos Y).

N = Número de datos.

Tabla 23. Contrastación de la segunda hipótesis específica.

Contrastación de la segunda hipótesis específica.

		Desarrollo socioeconómico	
Rho de Spearman	Promoción del producto turístico orientado a los consumidores	Coefficiente de correlación	,460
		Sig. (bilateral)	.000
		N	339

Nota: Elaborado en base a los cuestionarios aplicados.

d. Lectura del p-valor y r_s

En la Tabla 23 se observa el estadístico de correlación de Spearman que arroja un $p = ,000$ que indica la *existencia de relación* entre las variables, asimismo, el coeficiente de correlación da un valor de $r_s = ,460$ que, de acuerdo a lo propuesto por Martínez *et al* (citado en Reguant, Vilá y Torrado, 2018, p. 55), es una *correlación positiva débil* que, al ser positiva, indica que es *directa*, es decir, el incremento en la promoción del producto turístico orientado a los consumidores incrementará débilmente el desarrollo socioeconómico del Distrito de Tarata. Por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la segunda hipótesis específica.

4.4.1 Prueba de la tercera hipótesis específica.

a. *Formulación de hipótesis.*

Para contrastar la tercera hipótesis específica se plantea la hipótesis nula y alterna:

H_0 : El manejo de los operadores del producto turístico no influye significativamente en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017.

H_a : El manejo de los operadores del producto turístico influye significativamente en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017.

b. *Nivel de significancia.*

Para poder contrastar la hipótesis se ha establecido como Nivel de Significancia (alfa) $\alpha = 0.05$

c. *Estadístico de prueba.*

En vista de que los datos no presentan distribución normal, el estadístico a utilizar es el coeficiente de correlación de Spearman, su fórmula es:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n d_i^2}{r(r^2 - 1)}$$

Donde:

r_s = Coeficiente de correlación por rangos de Spearman.

D = Diferencia entre los rangos (X menos Y).

N = Número de datos.

Tabla 24. Contrastación de la tercera hipótesis específica.**Contrastación de la tercera hipótesis específica.**

		Desarrollo socioeconómico	
Rho de Spearman	Manejo de los operadores del producto turístico	Coeficiente de correlación	,485
		Sig. (bilateral)	.000
		N	339

Nota: Elaborado en base a los cuestionarios aplicados.

d. Lectura del p-valor y r_s

En la Tabla 24 se observa el estadístico de correlación de Spearman que arroja un $p = ,000$ que indica la *existencia de relación* entre las variables, asimismo, el coeficiente de correlación da un valor de $r_s = ,485$ que, de acuerdo a lo propuesto por Martínez *et al* (citado en Reguant, Vilá y Torrado, 2018, p. 55), es una *correlación positiva débil* que, al ser positiva, indica que es *directa*, es decir, en el manejo de los operadores del producto turístico incrementará débilmente el desarrollo socioeconómico del Distrito de Tarata. Por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la tercera hipótesis específica.

4.5 DISCUSIÓN

De acuerdo a los resultados se realizará una discusión con la hipótesis general, los objetivos específicos y con los antecedentes.

4.5.1 Discusión con la hipótesis general.

La hipótesis general que se planteó fue: La oferta turística influye significativamente en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017. Para poder contrastarla se utilizó la prueba de correlación de Spearman en vista de que los datos tenían distribución normal. La

prueba arrojó un valor inferior a 0,05 ($p=,00$) lo cual permite afirmar que las variables en estudio están correlacionadas, asimismo se halló un coeficiente de correlación de $r_s=,471$ (ver Tabla 20), lo que indica que la correlación es positiva, débil y directa. Los datos permiten afirmar que el incremento de la oferta turística incrementará débilmente el desarrollo socioeconómico del Distrito de Tarata.

4.5.2 Discusión con los objetivos específicos.

El primer objetivo específico buscó determinar la influencia de la conservación del producto turístico en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017. Para ello, utilizando el Coeficiente de correlación de Spearman, se pudo comprobar que las variables se hallan correlacionadas de manera directa y con una débil intensidad ($p=,000$; $r_s=,424$). Los datos analizados, permiten afirmar que los esfuerzos que haga el Distrito de Tarata por conservar sus atractivos turísticos, tendrá una influencia directa en el desarrollo socioeconómico de su distrito, lo cual beneficiará directamente a los pobladores de la zona (Ver Tabla 22).

El segundo objetivo específico que se planteó fue el de determinar la influencia de la promoción del producto turístico orientado a los consumidores en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017. Para ello, utilizando el Coeficiente de correlación de Spearman, se pudo comprobar que las variables se hallan correlacionadas de manera directa y con una débil intensidad ($p=,000$; $r_s=,460$). El levantamiento de datos permite afirmar que, si el Distrito de Tarata promociona sus productos turísticos teniendo en cuenta a los consumidores, entonces, habrá una influencia directa en el desarrollo socioeconómico del distrito (Ver Tabla 23).

Como tercer objetivo específico se planteó el de determinar la influencia del manejo de los operadores del producto turístico en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017. Para ello, también se

utilizó el Coeficiente de correlación de Spearman, con lo que se comprobó que las variables se hallan correlacionadas de manera directa y con una débil intensidad ($p=,000$; $r_s=,485$). El resultado de la prueba permite afirmar que, si los operadores turísticos que trabajan en el distrito se esfuerzan por manejar mejor su gestión, entonces, habrá una influencia directa en el desarrollo socioeconómico del distrito (Ver Tabla 24).

4.5.2 Discusión con los antecedentes.

Los resultados hallados en la investigación permiten respaldar las siguientes investigaciones:

Orgaz (2013) quien concluyó que el turismo comunitario es uno de los pilares del desarrollo sostenible, el desarrollo socioeconómico y la conservación y protección hacia el medio ambiente.

Romano (1996) quien halló que el 90% de los encuestados estaba de acuerdo acerca de que la actividad turística proporciona mayores oportunidades socioeconómicas, aludiendo a la generación de empleo y a la entrada de divisas.

Gisella (2010) quien llegó a la conclusión de que el turismo contribuye conjuntamente al desarrollo y conservación del medio ambiente; al desarrollo social y comunitario, en cuanto a la conservación y revalorando su cultura y creencias, así como al beneficio económico y de inversión.

Baldarrago (2010) quien concluyó que el turismo viene generando empleo y valor agregado a las actividades o ciclos económicos existentes en la zona (agricultura, ganadería, artesanía, etc.). Dentro de este contexto, propone la adaptación de un desarrollo turístico más integrado y que ha sido llamado también “comunitario”.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Primera

La oferta turística influye significativamente en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017. Se halló una correlación directa y débil entre las variables ($p=,000$; $r_s=471$) con la prueba de correlación de Spearman.

Segunda

La conservación del producto turístico influye significativamente en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017. Se halló una correlación directa y débil entre las variables ($p=,000$; $r_s=424$) con la prueba de correlación de Spearman.

Tercera

La promoción del producto turístico orientado a los consumidores influye significativamente en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017. Se halló una correlación directa y débil entre las variables ($p=,000$; $r_s=460$) con la prueba de correlación de Spearman.

Cuarta

El manejo de los operadores del producto turístico influye significativamente en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017. Se halló una correlación directa y débil entre las variables ($p=,000$; $r_s=485$) con la prueba de correlación de Spearman.

5.2 RECOMENDACIONES

Primera

A los estudiantes universitarios e instituciones públicas, se recomienda realizar más estudios sobre las estrategias de la oferta turística y contar con indicadores que ayuden a poder recabar mucha más información sobre el desarrollo socioeconómico, de igual forma, apostar por estudios de esta magnitud para que las empresas puedan afianzarse y entregar un mejor servicio, y a su vez el estado pueda apoyar con otros tipos de turismo en el distrito de Tarata.

Segunda

Al Gobierno regional de Tacna, promover programas y alianzas estratégicas para fomentar diferentes tipos de turismo, a su vez, determinar las necesidades que existe en el distrito para que con ellos se pueda maximizar los recursos para una mejor estrategia.

Tercera

Se recomienda a las Autoridades Universitarias deberían promover la creación de un Bufete de profesionales y alumnos los cuales asesoren a costos mínimos a las empresas en materia de tipos de turismo en provincias de Tarata.

Cuarta

Con respecto al Nivel de oferta turística, se recomienda a la Dirección Regional de Turismo de Tacna, analizar los datos obtenidos para considerar la realización de un plan estratégico a largo plazo, enfocándose en una investigación sobre cada tipo de turismo para así poder saber de manera más concreta que producto le interesa más. Esto ayudara a encontrar las fortalezas, amenazas y oportunidades del distrito de Tarata.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, I. (2017). *Principios de desarrollo económico*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Angulo, C. (2012). *Elaboración de un texto der desarrollo socioeconómico*. Universidad Nacional del Callao, Callao.
- Baldárrago, E. (2010). *Turismo y desarrollo económico local: El caso del Cañón del Colca en la provincia de Caylloma*. Arequipa: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Camarena, S., Del Castillo, B., Ramírez, B., & Zambrano, C. (2013). *Una Revisión Literaria del Impacto del Turismo en el Desarrollo Económico*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
- Cañero, P. (2018). *Impactos del turismo comunitario y sostenibilidad en comunidades rurales de Puerto Plata (República Dominicana)*. Tesis doctoral, Universidad de Córdoba, Córdoba.
- Cardet, E., Palao, R., & González, Y. (enero-junio de 2018). Procedimiento para el diseño de productos turísticos basados en el patrimonio de un municipio. *Revista Retos de la Dirección, Vol. 12(Nro. 1)*, 1-16.
- Chillogalli, F., & Tigasi, R. (2018). *Definir el perfil del turista emisor que maneja las agencias de viajes internacionales IATA en la ciudad de Cuenca durante el año 2017*. Tesis para optar título profesional, Universidad de Cuenca, Cuenca.

- Chura, J. (2015). *Relación entre la oferta y la demanda de las agencias de viajes que realizan turismo de aventura en la ciudad de Tacna*. 2016: Universidad Privada De Tacna.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2018). *Hacia una agenda regional de desarrollo social inclusivo. Bases y propuesta inicial*. Santiago: Fondo CEPAL.
- Correa, F. (junio de 2017). Desarrollo económico de Japón: de la génesis al llamado milagro económico. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, Vol. 25(Nro. 1), 57-73.
- Cruz, S. (2006). *Turismo alternativa de desarrollo de los pueblos y regiones del Perú - Caso: Distrito de Callahuanca, Provincia de Huarochiri Departamento de Lima*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- De Freitas, M., & De Sevilha, M. (2017). Factores de atractividad turística percibida. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*, 509-530.
- Gisella, F. (2010). *Formulación de un plan Estratégico Turístico para el distrito de san Jerónimo de Surco que fomente su desarrollo turístico sostenible*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Gonzales, C. (2010). *Síntesis histórica del proyecto de turismo social de 1943 - 1955 y diagnóstico de las características de los complejos hoteleros de Chapadmalal y embalse, creados en el marco de ese proyecto*. Argentina: Universidad Abierta Interamericana.
- Ibáñez, R., & Cabrera, C. (2015). *Teoría general del turismo: Un enfoque global y nacional* (2da Edición ed.). México: Fondo Universidad Autónoma de Baja California Sur.

- Lárraga, R., Rivera, R., & Vega, J. (2018). *Diseño del producto turístico*. Málaga: Universidad Autónoma Chapingo.
- López, J., & Villamizar, O. (2017). Desarrollo económico y violencia: una aproximación no lineal. *Revista de la Universidad de La Salle*.
- Molina, R., Contreras, R., Lemus, E., & Olvera, R. (2017). *Un modelo de cómo generar desarrollo económico y social sustentable: la Metropolización de la región Laja – Bajío*. México: Editorial Pearson.
- Municipalidad Provincial de Tarata. (2015). *Historia de Tarata*. Obtenido de <http://www.munitarata.gob.pe/portal/historia>
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: Conceptualización, clasificación y valoración. *Revista Cuadernos de Turismo* (Nro. 35), 335-357.
- Orgaz, F. (2013). *El Turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados 2013*. República Dominicana: Universidad Tecnológica de Santiago.
- Orrala, F. (2016). *Productos artesanales y desarrollo socioeconómico de la Comuna El Tambo*. Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena-Ecuador.
- Padierna, M., & García, M. (2017). *Lo político en las subjetivaciones. Una década de investigaciones desde el análisis político de discurso*. México: Taller de Edición de Plaza y Valdés.
- Prebisch, R. (2017). *El desarrollo económico de la América Latina y algunos de sus principales problemas*. Costa Rica: CEPAL.

- Ramos, M., & Solís, M. (2014). *Desarrollo Económico en el crecimiento Empresarial*. La Paz: ECORFAN.
- Reguant, M., Vilà, R., & Torrado, M. (4 de julio de 2018). La relación entre dos variables según la escala de medición con SPSS. *Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 45-60.
- Rendón, D. (27 de enero de 2009). *Circuitos Turísticos de Tacna*. Obtenido de http://circuitosdetacna.blogspot.com/2009/01/ruta-tarata-ticaco_27.html
- Romano, P. S. (1996). *Impactos Socioculturales del Turismo en San Antonio de Areco*. Argentina: Universidad Abierta Interamericana.
- Sancho, A. (2018). *Introducción al turismo*. Barcelona: OMT Organización Mundial del Turismo. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/02/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-la-OMT.pdf>
- Sojo, C. (2012). *Desarrollo Social en América Latina: Temas y desafíos para las políticas públicas*. Costa Rica: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Villegas, A. (2011). *El turismo como contribución al sostenimiento socioeconómico de la población de Quintana Roo*. México: Universidad Politécnica de México.
- Virgen, C. (2014). *Turismo y desarrollo sustentable. Un acercamiento al estudio del turismo*. México: Fondo Universidad Federal de Paraná.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

TITULO: INFLUENCIA DE LA OFERTA TURÍSTICA EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO PERCIBIDO POR LOS POBLADORES DEL DISTRITO DE TARATA, AÑO 2017.

<p>PROBLEMA GENERAL: ¿Cómo influye la oferta turística en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS:</p> <p>a. ¿Cómo influye la conservación del producto turístico en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017?</p> <p>b. ¿Cómo influye la promoción del producto turístico orientado a los consumidores en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017?</p> <p>c. ¿Cómo influye el manejo de los operadores del producto turístico en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL: Determinar la influencia de la oferta turística en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <p>a. Determinar la influencia de la conservación del producto turístico en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017.</p> <p>b. Determinar la influencia de la promoción del producto turístico orientado a los consumidores en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017.</p> <p>c. Determinar la influencia del manejo de los operadores del producto turístico en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL: La oferta turística influye significativamente en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017.</p> <p>HIPOTESIS ESPECIFICAS:</p> <p>a. La conservación del producto turístico influye significativamente en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017.</p> <p>b. La promoción del producto turístico orientado a los consumidores influye significativamente en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017.</p> <p>c. El manejo de los operadores del producto turístico influye significativamente en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de Tarata, año 2017.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE Oferta turística</p> <p>Indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nivel de conservación del producto turístico. - Nivel de promoción del producto turístico orientado a los consumidores. - Nivel de manejo de los operadores del producto turístico. <p>VARIABLE DEPENDIENTE desarrollo socioeconómico</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nivel de desarrollo social. - Nivel de desarrollo económico
---	---	--	--

TIPO Y DISEÑO	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>TIPO DE INVESTIGACION La investigación es considerada básica.</p> <p>DISEÑO DE LA INVESTIGACION: La investigación es transversal de tipo correlacional-causal.</p>	<p>POBLACIÓN La población según el INEI al 30 de junio del 2017 era de 3196 pobladores</p> <p>MUESTRA 343 pobladores.</p>	<p>TÉCNICAS Para ambas variables se utilizará la encuesta.</p> <p>INSTRUMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> — Test de oferta turística — Test de desarrollo socioeconómico

Anexo 2: Instrumento de recolección de datos.

Test de oferta turística y desarrollo socioeconómico

Sexo: M F Edad: _____ Ocupación: _____

Nivel académico:

- () Sin nivel
 () Inicial
 () Primaria Incompleta
 () Primaria Completa
 () Secundaria Incompleta
 () Secundaria. Completa
 () Superior No Universitaria Incompleta
 () Superior No Universitaria Completa
 () Superior Universitaria Incompleta
 () Superior Universitaria Completa

Marque según considere, de acuerdo a la siguiente escala:

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

OFERTA TURÍSTICA						
Nro.	Conservación del producto turístico	1	2	3	4	5
1	Conozco detalladamente los atractivos Turísticos del distrito de Tarata					
2	Existe características tangibles y/o intangibles destacadas en el distrito de Tarata					
3	Existen atractivos turísticos destacados en el distrito de Tarata					
4	En el distrito de Tarata el Turismo no está desarrollado					
5	En Tarata no existe una guía de lugares Turísticos					
<i>Promoción del producto turístico orientado a los consumidores</i>		1	2	3	4	5
6	Existen rutas de acceso a los atractivos turísticos en Tarata					
7	Existe comunicadores o guías en los atractivos turísticos					
8	El gobierno incentiva la promoción del distrito de Tarata					
9	Considera que los agentes turísticos (gobierno) del distrito están difundiendo los atractivos turísticos					
10	Los agentes turísticos (gobierno) les ha brindado capacitación sobre atención al turista					
<i>Manejo de los operadores del producto turístico</i>		1	2	3	4	5
11	Existen operadores turísticos formales, los cuales tienen promociones para los turistas					
12	Hay un control ordenado de los operadores que brindan paquetes turísticos					
13	Son confiables los operadores turísticos					
14	Siempre recomiendo alguna de las Empresas que brindan los servicios de turismo.					
15	Los pobladores son parte de las empresas que brindan alguna excursión o guía al turista					

DESARROLLO SOCIOECONOMICO						
DESARROLLO SOCIAL						
Bienestar de las comunidades receptoras						
		1	2	3	4	5
1	La Municipalidad Provincial de Tarata respalda las iniciativas empresariales para el desarrollo de la actividad turística					
2	La Municipalidad Provincial de Tarata apoya el desarrollo de la actividad turística por el bienestar social de la población					
Conservación cultural						
		1	2	3	4	5
3	La Municipalidad Provincial de Tarata promueve el seguimiento y control del cumplimiento de objetivos de desarrollo turístico y la evaluación de impactos del turismo, en la etapa de planificación turística					
4	La Municipalidad Provincial de Tarata capacita a la población para impulsar el desarrollo del turismo en el distrito.					
Participación comunitaria en el turismo						
		1	2	3	4	5
6	La Municipalidad Provincial de Tarata coordina con las instancias superiores de la administración pública (Ministerios, Gobierno, institutos autónomos, etc.) y el sector privado (grandes, medianos y pequeños empresarios) para promover la actividad turística.					
7	Con frecuencia la Municipalidad Provincial de Tarata promueve la participación comunitaria, a través reuniones de información y consulta a la comunidad sobre las actividades de desarrollo turístico.					
8	La Municipalidad Provincial de Tarata informa oportunamente los objetivos municipales dirigidos a desarrollar la actividad turística del distrito.					
DESARROLLO ECONÓMICO						
Percepción del ingreso económico del distrito por concepto de turismo						
		1	2	3	4	5
9	Estoy satisfecho/a con respecto a su calidad de vida en Tarata (salud, bienestar social, educación y vivienda)					
10	Estoy satisfecho/a con respecto a la infraestructura de uso compartido (instalaciones deportivas, complejos de ocio y entretenimiento)					
11	Mi nivel de ingresos me permite tener acceso a una mejor educación.					
12	Tengo un buen nivel de ingresos.					
13	Los beneficios económicos generados por la actividad turística sustentan la economía en mi hogar.					
Percepción del número de turistas que llegan a Tarata						
		1	2	3	4	5
15	La visita de turistas al distrito de Tarata beneficia económicamente a sus pobladores.					
16	El tiempo de permanencia del turista afecta positivamente a la economía de la población del distrito de Tarata?					
17	El número de turistas al distrito de Tarata se ha incrementado en los últimos tres años.					
Percepción del tipo de actividades turismo que se practica en Tarata						
		1	2	3	4	5
18	Hay diversidad de actividades turísticas en el distrito de Tarata.					
19	Hay un control ordenado en los procesos de actividades a realizar al turista en los Paquetes Turísticos					
20	El distrito de Tarata posee actividades turísticas que no se practica en la actualidad para el turista.					
21	El distrito de Tarata posee actividades turísticas que no se promocionan en la actualidad para el turista.					
22	Siempre recomiendo alguna de las actividades que brindan los servicios de turismo.					
Percepción de los productos y servicios que se ofrecen a los turistas						
		1	2	3	4	5
23	Hay calidad en los productos que se ofrece a los turistas en el distrito de Tarata.					
24	Hay calidad en los servicios que se ofrece a los turistas en el distrito de Tarata.					
25	Cada cierto periodo existen mejoras en los servicios turísticos en el distrito de Tarata.					

Rangos del test de oferta turística

Dimensiones oferta turística

	Mínimo	Máximo
Bajo	5	8
Moderadamente bajo	9	12
Regular	13	17
Moderadamente alto	18	21
Alto	22	25

Escala oferta turística

	Mínimo	Máximo
Bajo	15	26
Moderadamente bajo	27	38
Regular	39	51
Moderadamente alto	52	63
Alto	64	75

Rangos del test de desarrollo socioeconómico

Escala desarrollo socioeconómico		
	Mínimo	Máximo
Bajo	23	41
Moderadamente bajo	42	59
Regular	60	78
Moderadamente alto	79	96
Alto	97	115

Dimensión desarrollo social		
	Mínimo	Máximo
Bajo	7	12
Moderadamente bajo	13	18
Regular	19	23
Moderadamente alto	24	29
Alto	30	35
Bienestar de las comunidades receptoras / Conservación cultural		
	Mínimo	Máximo
Bajo	2	3
Moderadamente bajo	4	5
Regular	6	6
Moderadamente alto	7	8
Alto	9	10
Participación comunitaria en el turismo		
	Mínimo	Máximo
Bajo	3	5
Moderadamente bajo	6	7
Regular	8	10
Moderadamente alto	11	12
Alto	13	15

Dimensión desarrollo económico		
	Mínimo	Máximo
Bajo	16	28
Moderadamente bajo	29	41
Regular	42	54
Moderadamente alto	55	67
Alto	68	80
Percepción del ingreso económico del distrito por concepto de turismo		
	Mínimo	Máximo
Bajo	5	8
Moderadamente bajo	9	12
Regular	13	17
Moderadamente alto	18	21
Alto	22	25
Percepción del número de turistas que llegan a Tarata / Percepción de los productos y servicios que se ofrecen a los turistas		
	Mínimo	Máximo
Bajo	3	5
Moderadamente bajo	6	7
Regular	8	10
Moderadamente alto	11	12
Alto	13	15
Percepción del tipo de actividades turismo que se practica en Tarata		
	Mínimo	Máximo
Bajo	7	12
Moderadamente bajo	13	18
Regular	19	23
Moderadamente alto	24	29
Alto	30	35.0

Anexo 3: Validación de expertos.



**"INFLUENCIA DE LA OFERTA TURÍSTICA EN EL
DESARROLLO SOCIOECONÓMICO PERCIBIDO
POR LOS POBLADORES DE LA PROVINCIA DE
TARATA AÑO 2017"**



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe, Kilber Gorúa del Águila Documento Nacional
de Identidad N° 04633126, MAGISTER
EN Agronegocios, Docente de la UPT, Gerente
General del Proyecto Especial Tacna
.....

hago constar que evalué mediante JUICIO DE EXPERTOS, el instrumento de
recolección de información con fines académicos; considerándolo válido para el
desarrollo de los objetivos planteados en la investigación denominada:
"INFLUENCIA DE LA OFERTA TURÍSTICA EN EL DESARROLLO
SOCIOECONÓMICO PERCIBIDO POR LOS POBLADORES DE LA
PROVINCIA DE TARATA AÑO 2017".

Constancia que se expide en Tacna, en el mes de Marzo del 2018.

.....
DNI - 04633126



UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

ESCUELA DE POST GRADO



**DISEÑO DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN:
ENCUESTA-CUESTIONARIO "INFLUENCIA DE LA OFERTA TURÍSTICA EN EL DESARROLLO
SOCIOECONÓMICO PERCIBIDO POR LOS POBLADORES DE LA PROVINCIA DE TARATA AÑO 2017"**

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del juez: Sarab del Aguila, Kilber
- 1.2. Cargo e institución donde labora: Proyecto Especial Tacna
- 1.3. Nombre del instrumento evaluado: "INFLUENCIA DE LA OFERTA TURÍSTICA EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO PERCIBIDO POR LOS POBLADORES DE LA PROVINCIA DE TARATA AÑO 2017"
- 1.4. Autor (es) del instrumento: **MAYKEN EVELIN LEÓN ARRAYA**

II.- ASPECTOS DE EVALUACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.					96 %
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					100 %
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					95 %
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					94 %
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad suficiente.					92 %
6. PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados.					90 %
7. CONSISTENCIA	Basado en aspecto teórico-científico.					98 %
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					99 %
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.					97 %
10. APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.					100 %

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: FAVORABLE PARA SU APLICACIÓN

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 96.1%

Lugar y fecha: 16/03/2018
Teléfono N°: 949 990027


 Firma del Experto Informante
 DNI: 04633126



**“INFLUENCIA DE LA OFERTA TURÍSTICA EN EL
DESARROLLO SOCIOECONÓMICO PERCIBIDO
POR LOS POBLADORES DE LA PROVINCIA DE
TARATA AÑO 2017”**



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe, Renato Rodolfo Durneo Alvarón, Documento Nacional
de Identidad N° 45697286 MAGISTER
EN Management Internacional, Docente de la
Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann

hago constar que evalué mediante JUICIO DE EXPERTOS, el instrumento de recolección de información con fines académicos; considerándolo válido para el desarrollo de los objetivos planteados en la investigación denominada: “INFLUENCIA DE LA OFERTA TURÍSTICA EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO PERCIBIDO POR LOS POBLADORES DE LA PROVINCIA DE TARATA AÑO 2017”.

Constancia que se expide en Tacna, en el mes de Marzo del 2018.

DNI- 45697286



UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
ESCUELA DE POST GRADO



**DISEÑO DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN:
ENCUESTA-CUESTIONARIO "INFLUENCIA DE LA OFERTA TURÍSTICA EN EL DESARROLLO
SOCIOECONÓMICO PERCIBIDO POR LOS POBLADORES DE LA PROVINCIA DE TARATA AÑO 2017"**

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del juez: Burneo Alvarón, Renato Rodales
 1.2. Cargo e institución donde labora: Docente UNSTG
 1.3. Nombre del instrumento evaluado: "INFLUENCIA DE LA OFERTA TURÍSTICA EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO PERCIBIDO POR LOS POBLADORES DE LA PROVINCIA DE TARATA AÑO 2017"
 1.4. Autor (es) del Instrumento: **MAYKEN EVELIN LEÓN ARRAYA**

II.- ASPECTOS DE EVALUACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.					95 %
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					100 %
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					90 %
4.ORGANIZACION	Existe una organización lógica.					95 %
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad suficiente.					95 %
6.PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados.					90 %
7.CONSISTENCIA	Basado en aspecto teórico-científico.					90 %
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					95 %
9.METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.					95 %
10.APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.					90 %

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: FAVORABLE PARA SU APLICACIÓN

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 93.5%

Lugar y fecha: 16/03/2018
Teléfono N°: 984721474

Firma del Experto Informante
DNI: 45697286



**"INFLUENCIA DE LA OFERTA TURÍSTICA EN EL
DESARROLLO SOCIOECONÓMICO PERCIBIDO
POR LOS POBLADORES DE LA PROVINCIA DE
TARATA AÑO 2017"**



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe, EDGARD ENRIQUE WONG COPAJA, Documento Nacional de Identidad N° 71247916, MAGISTER, EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS, ADMINISTRADOR DEL COLEGIO DE INGENIEROS DEL PERÚ – CONSEJO DEPARTAMENTAL DE TACNA, Y GERENTE DE MARKETING DE IDEAS RGA.S.R.L., hago constar que evalué mediante JUICIO DE EXPERTOS, el instrumento de recolección de información con fines académicos; considerándolo válido para el desarrollo de los objetivos planteados en la investigación denominada: "INFLUENCIA DE LA OFERTA TURÍSTICA EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO PERCIBIDO POR LOS POBLADORES DE LA PROVINCIA DE TARATA AÑO 2017"

Constancia que se expide en Tacna, en el mes de Marzo del 2018.

EDGARD ENRIQUE WONG COPAJA
DNI - 71247916



UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

ESCUELA DE POST GRADO



DISEÑO DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN:
ENCUESTA-CUESTIONARIO "INFLUENCIA DE LA OFERTA TURÍSTICA EN EL DESARROLLO
SOCIOECONÓMICO PERCIBIDO POR LOS POBLADORES DE LA PROVINCIA DE TARATA AÑO 2017"

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del juez: **WONG COPAJA, EDGARD ENRIQUE**
- 1.2. Cargo e institución donde labora: **ADMINISTRADOR CIP TACNA, GERENTE DE MARKETING EN IDEAS RGE S.R.L.**
- 1.3. Nombre del instrumento evaluado: **"INFLUENCIA DE LA OFERTA TURÍSTICA EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO PERCIBIDO POR LOS POBLADORES DE LA PROVINCIA DE TARATA AÑO 2017"**
- 1.4. Autor (es) del instrumento: **MAYKEN EVELIN LEÓN ARRAYA**

II.- ASPECTOS DE EVALUACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.					95%
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					98%
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					91%
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					85%
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad suficiente.					91%
6. PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados.					93%
7. CONSISTENCIA	Basado en aspecto teórico-científico.					85%
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					85%
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.					90%
10. APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.					91%

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: FAVORABLE PARA SU APLICACIÓN

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90.4%

Lugar y fecha: 16/03/2018

Teléfono N°: 952881111.

Firma del Experto Informante

DNI: 71247916