



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACION
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO, HOTELERIA Y GASTRONOMIA**

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

“IMPACTO TURISTICO EN EL DISTRITO DE MARAS – CUSCO 2022”

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN TURISMO,
HOTELERIA Y GASTRONOMIA**

PERSENTADO POR:

DIANA MILAGROS CARRION PERCCA

ASESORA:

Mg. CLAUDIA EDITH LLONTOP DIEZ

LIMA, ABRIL 2022

DEDICATORIA

A Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud, ser el manantial de vida y darme lo necesario para seguir adelante día a día para poder lograr mi objetivo, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres que gracias al apoyo brindado puedo cumplir y estudiar lo que anhelo para mi futuro, que en cada momento siempre estén ahí cuando los necesito, que me apoyen en los momentos más difíciles. a ellos que cada día me alientan para ser mejor persona cada día.

A mi docente por su gran apoyo y motivación para la enseñanza que me brindan, por su apoyo y profesionalismo en el desarrollo de sus sesiones de clases y en cada momento que estén para mí.

Y con ansias de seguir aprendiendo agradeciendo para motivarnos a cumplir nuestras metas.

AGRADECIMIENTOS

1. A la Universidad Alas Peruanas por haberme permitido abrir las puertas de su institución para realizar mis estudios superiores, y haber confiado en mi capacidad como estudiante.
2. A los docentes de la Universidad Alas Peruanas, por darme conocimiento necesario para que pueda desenvolverme de la mejor manera en distintos lugares como son empresas, que involucran al rubro del turismo, agradecer también por compartirme sus experiencias como ejemplo para que yo tenga conocimiento y poder resolverlo de manera adecuada los problemas que se me presenten tanto como en la universidad y como en instituciones que yo participe.
3. A mis docentes por darme a conocer sus experiencias incitándome día a día a ser mejores como persona, cumplir con lo que nos proponemos para llegar a ser buenos profesionales en el rubro con una ética y virtud que siempre nos represente; actuar como verdaderos profesionales siempre con la humildad que nos caracteriza

INTRODUCCION

En este trabajo de investigación, se sabe que el turismo es una fase importante que con el tiempo ha ido generando diversos tipos de impacto las cuales son económico, social y cultural, estos impactos tienen como resultado positivo como también negativo según al lugar donde se esté realizando dicha actividad.

Según la Organización Mundial del Turismo – OMT menciona que el turismo ha sido confirmado ser una labor que financia demasadamente grande y fuerte, con una gran información para poder aportar en la economía del país. Como se sabe el movimiento turístico en general siempre impacta más allá del lugar que es más concurrido , debido a lo que paso, Orgaz (2014) en uno de sus ensayos dice que “El impacto económico y social negativo en el ecoturismo es una evaluación de la literatura que manifiesta que, el progreso del turismo siempre se ha sido beneficiado y ha afectado el recurso turístico al equilibrar los impactos que no sean positivos fruto de la misma en los 3 ámbitos; es decir, el económico, social y ambiental. Es por esto que los impactos del turismo día a día vienen siendo una preferencia y un asunto de tendencia a nivel global”.

También se sabe que el turismo no solo es involucrado al conocer nuevos o diferentes lugares y poder apreciar nuevas experiencias e involucrándose también con nuestra naturaleza que nos rodea y es por tal que Pérez en su frase de Manual del turismo sostenible manifiesta que: “el objetivo esencial del turismo sustentable es conservarse en el período, requiriendo para ello conseguir el mayor rendimiento, pero preservando los patrimonios y productos naturales que lo sostiene y venerando e implicando a los habitantes” (2004: 23 p.) esto resulta cierto si logramos observar en lo que sucede en diversos destinos turísticos o llamados también zonas que tiene demasiada demanda turística.

RESUMEN

La finalidad de mi presente trabajo es poder llegar a la conclusión de cómo está influyendo el turismo en el progreso económico del distrito de Maras-Cusco 2019, para ello se realizó una investigación exhaustiva para luego ser aplicado en un cuestionario dirigido a las personas involucradas y a los pobladores en el turismo de Maras.

Los resultados nos dan un aproximado y nos indica que el turismo es participe en el desarrollo económico y social en el distrito de Maras; y se ha visto y diversos estudios que la población es económicamente activa con un 55% que son medianamente adecuados y el 20% es inadecuado. Se ha visto diversos recursos turísticos que son muy accesibles es por ello el aprovechamiento turístico que se han integrado ya a circuitos en su actual uso, como son planta turística: alojamientos, restaurantes turísticos, agencias de viajes. Al final se pudo concluir que la participación de la PEA que es la encargada de la actividad turística de Maras es la que genera desarrollo en el aspecto socioeconómico de la población para que haya una mejor gestión; la planta turística y los recursos turísticos son los que han generado demanda y permiten que la incursión de la PEA (La Población Económicamente Activa) de Maras en la actividad turística. La propuesta que se hace en de involucrase más la población en el turismo podría lograr que crezca más la PEA turística por lo tanto si se logra podría generar más

congruencia de trabajo a la población local(comunidad) y conjuntamente podría beneficiar a los turistas, y también a las prestadoras de servicios turístico y finalmente el distrito de Maras.

INDICE

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTOS	3
INTRODUCCION	4
RESUMEN.....	5
CAPITULO I: DATOS GENERALES	9
1.1. NOMBRE DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	9
1.1.1 DATOS INFORMATIVOS.....	9
1.1.1.1 TURISMO	9
1.1.1.2 TIPOLOGIA DE TURISMO	10
1.1.1.4 OFERTA TURISTICA equipamiento	11
1.1.1.5 DEMANDA TURISTICA	12
1.1.1.6 FLUJO TURISTICO.....	18
1.1.1. 7 TURISTA.....	19
1.1.1. 8 PRODUCTO TURISTICO.....	22
1.1.1. 9 DESTINOS TURISTICOS.....	24
1.1.1.10 SERVICIO TURISTICO	28
71.1. 1.11 AGENCIAS DE VIAJE.....	30
1.1.2¿QUE ES UN IMPACTO?.....	31
1.1.2.1 PRINCIPALES CLASES DE IMPACTO DE UN PROYECTO.....	31
1.1.2.2 ¿QUE ES UN IMPACTO TURISTICO?.....	32
DISTRITO DE MARAS	33
1.1.3.1 Potencialidades del distrito de Maras	34
1.2 REALIDAD PROBLEMÁTICA EN EL DISTRITO MARAS	34
1.3 OBJETIVOS	36
1.3.1 OBJETIVO GENERAL	36
1.3.2 OBJETIVO ESPECIFICO.....	36
1.4 JUSTIFICACION	36
1.4.1 Justificación Teórica	37
1.4.2 Justificación práctica	37
1.4.3 Justificación Social	37
1.4.4 Justificación Metodológica.....	37
CAPITULO II.....	38

MARCO TEORICO	38
2.1. ANTECEDENTES	38
2.1.1.DISTRITAL	38
2.1.2 NACIONALES.....	39
2.1.3 INTERNACIONALES.....	40
4.1. BASES TEORICAS	41
4.1.1 Definición Conceptual.....	41
CONCLUSIONES.....	45
ANEXOS	46
Imagen N° 1: Distrito de Maras 2021.....	46
Imagen N°3: Moray	48
Imagen N° 4: templo San Francisco	49
Imagen N° 5: Mirador Maras.....	50
.....	52

INDICE DE FIGURAS

Ilustración 1.....	13
:Ilustración 2.....	17
Figura 3: Ilustración 3	23
Figura 4: Ilustración 4	26
Organigrama resultante: Figura 5 Ilustración 5.....	30
Ilustración 6.....	41

CAPITULO I: DATOS GENERALES

1.1. NOMBRE DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

IMPACTO TURISTICO EN EL DISTRITO DE MARAS – CUSCO 2022

1.1.1 DATOS INFORMATIVOS

1.1.1.1 TURISMO

El turismo está ligado diversas actividades que pueden realizarlo todo tipo de personas (turistas) durante los viajes que realizan en lugares que sea diferente a su entorno habitual, por un tiempo consecutivo inferior a un año, con fin de ocio, negocios, salud, etc.

Cuando hablamos de turismo nos referimos a la actividad que normalmente hacemos al momento de viajar o salir de nuestro lugar de confort hacia otro y en ese caso ya nos convertimos en turistas. Ejemplo es cuando nos preguntan que es el turismo y lo primero que se nos viene a la mente es “turismo es viajar” pero si hablamos exactamente de qué es el turismo como se mencionó anterior párrafo una persona que viaje de un lugar a otro por corto plazo ya lo llamamos turismo, no solo el motivo de viajar y relajarse es turismo es también cuando se viaja por trabajo, por salud, por visita a otros familiares u otros motivos ya se le puede llamar turismo.

Estudiosos que están dedicados en esta actividad, nos indican que el turismo es una integración de disciplinas científicas (algunos lo llaman turismología, turismo grafía, turismología, u otras palabras similares).

Existe una regla para lograr distinguir entre unos viajes y otros: el principal es turístico, otro el desplazamiento que realizan con el motivo principal de los viajes es el descanso, las relaciones humanas, la diversión o la cultura; pero a pesar de eso aún se nos hace difícil poder distinguirlo.

También se puede decir que existen diversas motivaciones turísticas, esto significa, la razón principal del para realizar su viaje. Y, en consecuencia, se sabe deben existir otros viajes que no tienen esa condición. (Geraldin Ortiz, s.f.)

1.1.1.2 TIPOLOGIA DE TURISMO

El movimiento turístico está clasificado según al componente temporal, espacial o también de acuerdo a la finalidad del viaje. Cada modalidad turística une a un conjunto de amplio tipo de actividades.

Aquí dos grandes modalidades turísticas:

TURISMO TRADICIONAL: Se le llama al proceso de instalaciones de esparcimiento y alojamiento. Los turistas que han practicado este tipo de turismo normalmente presentan diferentes hábitos consumistas que demandan a servicios mejorados. Las actividades que están caracterizadas según la OMT son, la visita a destinos turísticos o también, a ciudades que haya atractivos culturales situadas normalmente en grandes ciudades.

- **TURISMO ALTERNATIVO:** El turismo tiene como finalidad de realizar viajes donde normalmente el turista o visitante es participe del entretenimiento que tienen contacto con la naturaleza y con lo cultural de la comunidad rural, indígenas y urbanas, siempre respetando los patrimonios naturales, culturales e históricos del lugar en el que se encuentran.

1.1.1.4 OFERTA TURISTICA equipamiento

“Según la OMT (1994) dice que el sistema turístico es un grupo de elementos que son interrelacionados entre sí que evolucionan de forma dinámica para configurar la naturaleza de la actividad turística.”

Cualquier tipo de mercado representa un intercambio entre los que venden y los que compran. Para que un lugar pueda participar en un mercado turístico y atraer un número mayor de visitantes, las características de la oferta turística deben ser únicas, especiales o suficientemente atractivo para diferenciar o destacar sobre otros destinos. Según Boullon la oferta es una cantidad de mercancía que entra en un mercado a un precio dado y por un periodo determinado.

Para que un servicio se convierta en oferta turística es necesario que los clientes sepan que, si existe, tanto a ello, es importante saber comercializar no por mantener los clientes sino para atraer otros potenciales.

El objetivo de la oferta turística es que el turista tenga una experiencia y satisfacción de viaje única, en síntesis, el éxito de una empresa depende mucho de las características de la oferta turística (riqueza, belleza y precio).

TIPOS DE OFERTA:

1. **BASICA:** Bienes y servicios que son especialmente turísticos como son las agencias, alojamiento, transportes, etc.
2. **COMPLEMENTARIA: Son posesiones** que no solo son turísticos, pero son de una gran demanda por turistas y que finalmente completan el producto turístico.
- **ACTIVIDADES DE OCIO Y ATRACCIONES TURISTICAS:** Son plazas, parques, atracciones y espectáculos.

- **SERVICIOS PUBLICOS:** Son centros de salud, seguridad, etc.
- **OTROS SERVICIOS:** Depende mucho del lugar donde el turista los pueda adquirir como son:
 - a. **SERVICIOS EN ORIGEN:** Financiamiento del del viaje, seguros de viajes, etc.
 - b. **SERVICIO EN DESTINO:** Son servicios de información turística, etc.

La oferta turística de un lugar incluye:

- Servicios: como son (restaurantes, hoteles, agencias de viaje, transporte)
- Equipamiento: centrales de autobuses, centros de salud, zonas recreativas, parques, etc.
- Infraestructura: carreteras, suministro de agua, tratamiento de basura, energía eléctrica.
- Transportes: Barco, avión, tren, etc. (CEUPE, s.f.)

1.1.1.5 DEMANDA TURISTICA

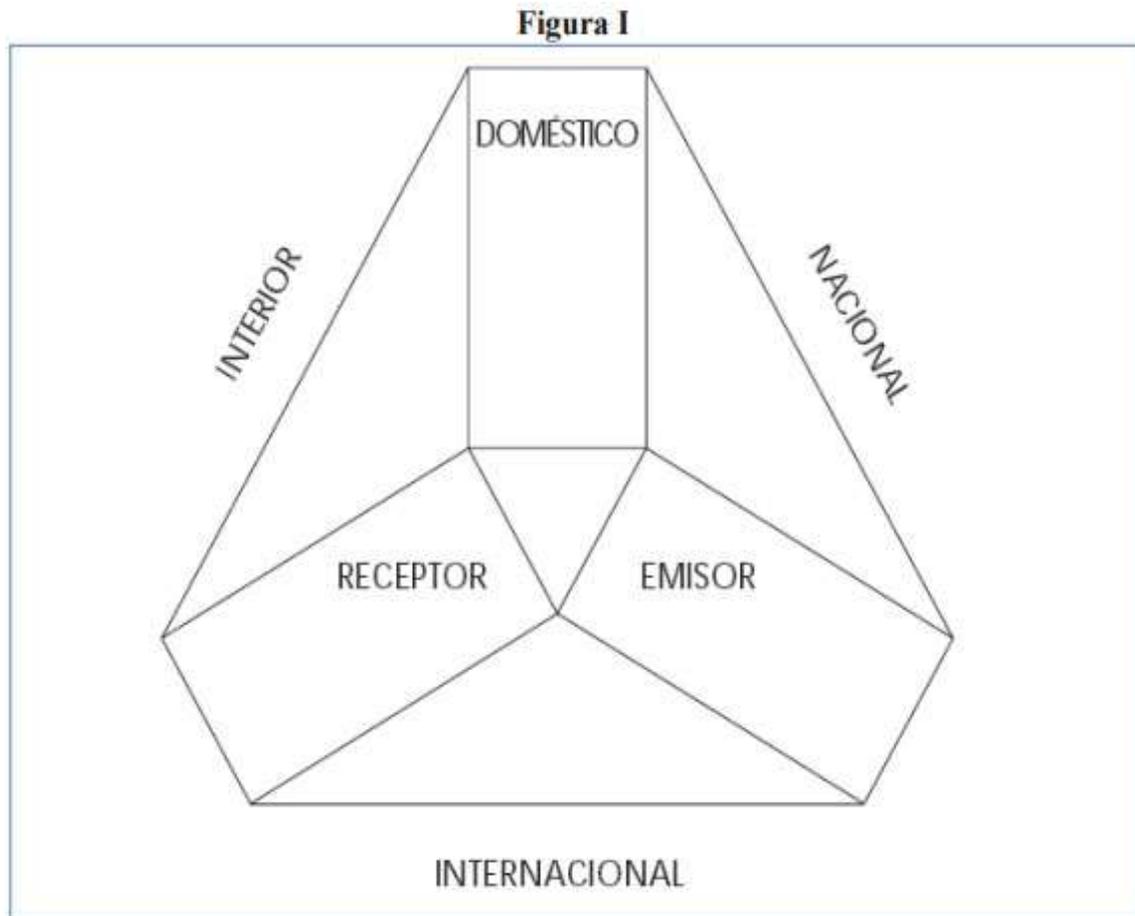
La demanda turística está relacionada con la toma de decisiones que el individuo realiza constantemente en el proceso de planificación de las actividades de ocio, y su determinación depende de numerosos factores no solo económicos, sino también psicológicos, éticos y físicos.

Según la OMT se define a la demanda turísticas al conjunto de turistas que individualmente o colectivamente están motivados por una serie de productos y servicios turísticos que tienen como objetivo cubrir sus necesidades económicamente, se define como la cantidad del producto turístico que cada consumidor está dispuesto a adquirir en un momento dado y en un precio determinado.

FORMAS DE TURISMO POR EL LADO DE LA DEMANDA

Las formas de turismo que se encuentran son las expresadas en la siguiente figura:

Ilustración 1



Así con sabiendo esto se puede distinguir el lugar y el destino elegido por los turistas como son las siguientes:

- **TURISMO DOMESTICO:** Son residentes que están visitando su propio país.
- **TURISMO RECEPTIVO:** Son los no residentes que proceden de un país.
- **TURISMO EMISOR:** Residentes de su mismo país que se dirigen a otros.

Existen 3 formas de turismo:

- **TURISMO INTERIOR:** Receptivo y Domestico.
- **TURISMO NACIONAL:** Emisor y Domestico .
- **TURISMO INTERNACIONAL:** Emisor y Receptivo

CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA TURISTICA

LA DEMANDA TURISTICA SE DIVIDE EN TRES GRUPOS:

- La demanda efectiva o actual: Es la cantidad de turistas que son partícipes de la actividad turística a realizar.
- La demanda no efectiva: Es el grupo de personas que no le gusta viajar por ningún motivo, dentro de este grupo se diferencia; la demanda potencial, que esta m.as referido a aquellas personas que viajaran en el futuro. Y la demanda diferida es aquella que no ha logrado viajar por algún problema en su entorno o en la oferta como si el caso fuera la actividad terrorista, falta de alojamiento, etc. y no olvidar que en este grupo la población no viaja por ser un lujo que es demasiado caro.
- El tercer grupo lo configura la no demanda, que se caracteriza por ser un grupo de gente adverso a los viajes.

A su vez, también pueden distinguir estableciendo dos conceptos nuevos: como son la desviación y suplantación de la demanda, es más al cambio que tiene una actividad turística puntual por otra (como, por ejemplo, una duración en apartamentos que esta sustituida por una permanecía en un hotel, debido a falta de áreas en los primeros); la desviación de la demanda, es producida cuando logra cambiar de ubicación geográfica de la misma (como, por ejemplo, por falta de vuelos hacia un lugar en específico). Ambos fenómenos pueden alterar las industrias turísticas locales.

Este concepto es más económico de estas magnitudes, esto haría mucha referencia a la capacidad que se tiene del gasto real de las personas ya que en muchos términos económicos la demanda es siempre una magnitud monetaria y no el número de consumidores. En este sentido, la OMT en sus definiciones enmarca el concepto de

gasto por turismo, el cual define como “el gasto realizado por un visitante o de parte de un visitante por causa de un viaje y durante su estancia en el destino”.

En esta definición hay seis variables importantes que deben ser tomadas en consideración por el concepto de gasto por turismo:

- Los precios del destino.
- Los precios en los destinos competidores.
- Las dimensiones de los mercados turísticos.
- La renta y riqueza de los demandantes de turismo
- Gustos y preferencias del consumidor.

Todos estos componentes configuran un marco de referencia para la demanda turística individual

Enfoque de la demanda

El principal objeto de estudio son las motivaciones de viaje que impulsan al individuo a trasladarse de su lugar habitual donde reside para el consumo de un determinado producto turístico. Dependiendo de las motivaciones, necesidades y deseos de la demanda se conforman distintos tipos de productos turísticos, esto implica que cada producto se adecuará a las exigencias de esa demanda específica para garantizar su plena satisfacción, pues no son las mismas necesidades a satisfacer en un producto «sol y playa» de turistas de la tercera edad con motivos recreacionales que turistas empresarios con motivos laborales.

En este sentido la OMT, basándose en las características de la actividad desarrollada, se clasifican los siguientes:

1. Turismo de sol y playa

2. Turismo urbano
3. Turismo de nieve
4. Turismo deportivo
5. Turismo de aventura
6. Turismo ecológico (ecoturismo)
7. Turismo rural
8. Turismo de salud
9. Turismo cultural
10. Turismo religioso
11. Turismo de formación
12. Turismo gastronómico
13. Turismo de negocios
14. Turismo de compras
15. Turismo alternativo
16. Turismo de excursiones

Factores relativos a las unidades demandantes

Según Maslow (1970), “dichas motivaciones vienen determinadas por necesidades que afectaran a todos los individuos y que estén dispuestas jerárquicamente en un orden para poder satisfacer al turista”. El orden jerárquico de estas necesidades es el siguiente:

- 1°. Necesidades fisiológicas (es un nivel más bajo en la jerarquía): como son el hambre, el frío, la sed, etc.
- 2°. Seguridad: Es estar libre del miedo y la ansiedad.
- 3°. Amor: Dar afecto y recibir amor.
- 4°. Estima: Sentir estima por uno mismo y por los demás.
- 5°. Autorrealización (es el nivel más alto en el grado de jerarquía): ósea sentirse completo.

Esta teoría, es cuando la necesidad de una persona es más básica de un grado de Maslow que se logran satisfacer, dejan de ser importantes para la persona, mostrando como nuevas motivaciones de conducta y las necesidades que están encuadradas en el siguiente nivel de la jerarquía. (Wilson Mamani Villasante, 2016)

: Ilustración 2



Fuente: Maslow, 1970.

1.1.1.6 FLUJO TURISTICO

Es aquel movimiento de personas, corriente (flujo turístico) que se traslada de una ubicación geográfica a otra con fines turísticos los cuales se pueden realizar de una manera terrestre, aérea, marítima. En tal proceso participan los países emisores y países receptores:

- **PAISES EMISORES:** Son aquellos que producen un movimiento de personas turísticas que se dirigen hacia otro punto geográfico turístico (principalmente son generados por países con alto nivel económico y social)

- **PAISES RECEPTORES:** son aquellos que atraen una cantidad de personas que se sienten atraídas por sus recursos histórico, natural, climático, arqueológico, gastronómico, cultural.

1.1.1. 7 TURISTA

Se le llama turista a las personas que se trasladan de un lugar fuera al suyo pero dentro de su país o fuera de su lugar de residencia por un motivo principal que es el de ocio y secundario por salud, y ya por otros motivos que son el trabajo y visita familiar que tiene la finalidad de poder aprender y aumentar su conocimiento cultural y que tiene una estancia en dicho destino mínimo una noche. Existiendo tipos de turistas y su clasificación que se pueden basar en el de tipos de turismo que existan. Identificaremos a cada turista según la cantidad según sus expectativas y grado en el que se adaptan y en la división que presento Valene L. Smith en su libro, << Host and Guests: The Anthropoloy of Tourism>>:

- **TURISTAS EXPLORADORES:** Mayormente tienen un alta jerarquia de adaptación al entorno social, son pocos en número, principalmente viajan por su cuenta les gusta participar y observar con la comunidad anfitriona son personas que frecuentan la tecnología como son (las cámaras, los suplementos alimenticios o los alimentos deshidratados, las grabadoras, los mapas, GPS, etc.) Favorecen al mercado del internet con importantes artículos divulgados en blogs con consejos de viaje que se conoce solamente a través de una experiencia que tienen con un destino turístico en específico.

- **TURISTAS ELITE:** En una menor cantidad más exigentes que los exploradores escogen de destinos poco comunes se mueven de una forma turística más organizada una mejor calidad de confort (alimentación, alojamiento, movilidad, etc)
- **TURISTAS EXCENRICOS:** El número es poco y es de fácil nivel de aclimatarse al medio local anfitrión, estos no participan de circuitos o rutas sino también viajan a lugares inusuales separados de la multitud con la finalidad de buscar emociones nuevas; con un nivel bajo de riesgo.
- **TURISTAS INUSUALES:** Encontrándose en mayor cantidad viajan de forma ocasional teniendo todo bajo una ruta organizada que se consigue por un intermediario y en grupo tratando de conseguir nuevas emociones y arriesgadas, donde sean aptos para la aventura con todos los servicios que se ha ofrecido.
- **TURISTAS CHARTER:** Se le denomina al flujo turístico que tiene mayor dependencia hacia el segmento de guías de turista, buscan visitar un destino turístico nuevo con cierta familiaridad y bajo riesgo, son gestionados según sus necesidades que presentan de manera momentánea del transcurso que son aconsejados por el guía de turismo sobre el transporte que deben de tomar, evitar ciertas acciones o lugares casi siempre identificados por algún color o insignia del intermediario. Smith los caracterizo como el fin de la homologación y estandarización de servicios organizados con todo incluido a precios competitivos (actividades turísticas, hotel comidas, transporte).

- **TURISTAS MASA INCIPIENTE:** Son un grupo corriente o de flujo continuo y que en grupo forman una gran cantidad de la demanda a lugares conocidos turísticamente que ofrecen los principales atractivos del lugar, bajo nivel de riesgo, poca convivencia con la comunidad y gran popularidad.
- **TURISTAS MASA:** En mayor número viajan de forma permanente y representa el crecimiento turístico de lugares que sean accesibles a la clase media, la convivencia con la comunidad encargada del manejo que es más comercial. Es la cantidad de turista que por su mayor cantidad y popularidad afecta directamente en la comunidad local, destino turístico le da la importancia porque se convierte en la primera fuente económica a la actividad turística.
- **TURISTAS PSICOCENTRICOS:** También llamados turistas experienciales y son aquellos que escogen destinos conocidos con todas las comodidades, están decididos a tener un viaje planificado y prefieren comodidad, confort viajan con poca frecuencia y poco exigentes de acuerdo a su economía que es de entrada no muy alta.
- **TURISTAS ALOCENTRICOS:** Conocidos también como turistas existenciales y estos buscan destinos que no están desarrollados en su totalidad y los exploradores natos les encanta conocer gente local que no utilicen servicios turísticos masivos ellos son más exigentes en sus demandas para con sus viajes y lo hacen con mayor frecuencia pues su nivel de vida tiene una mayor entrada económica.

- **TURISTAS MEDIOCENTRICOS:** Son la mezcla de alocétricos y psicocentricos que siempre viajan de manera igual a destinos turísticos conocidos o zonas poco desarrolladas turísticamente les gusta participar en todo tipo de interacción, pero de diferencian a que este tipo de turistas prefieren restaurantes y hoteles de preferencia que sean de una cadena conocida e importante internacionalmente.

- **TURISTAS DE PLACER:** se les puede llamar también turistas hedonistas, este tipo de turistas buscan una experiencia diferente fuera de lo cotidiano buscando una separación del estrés y la tensión. Y viajan solamente por motivos recreacionales y de distracción tratando de caer en la rutina.⁹

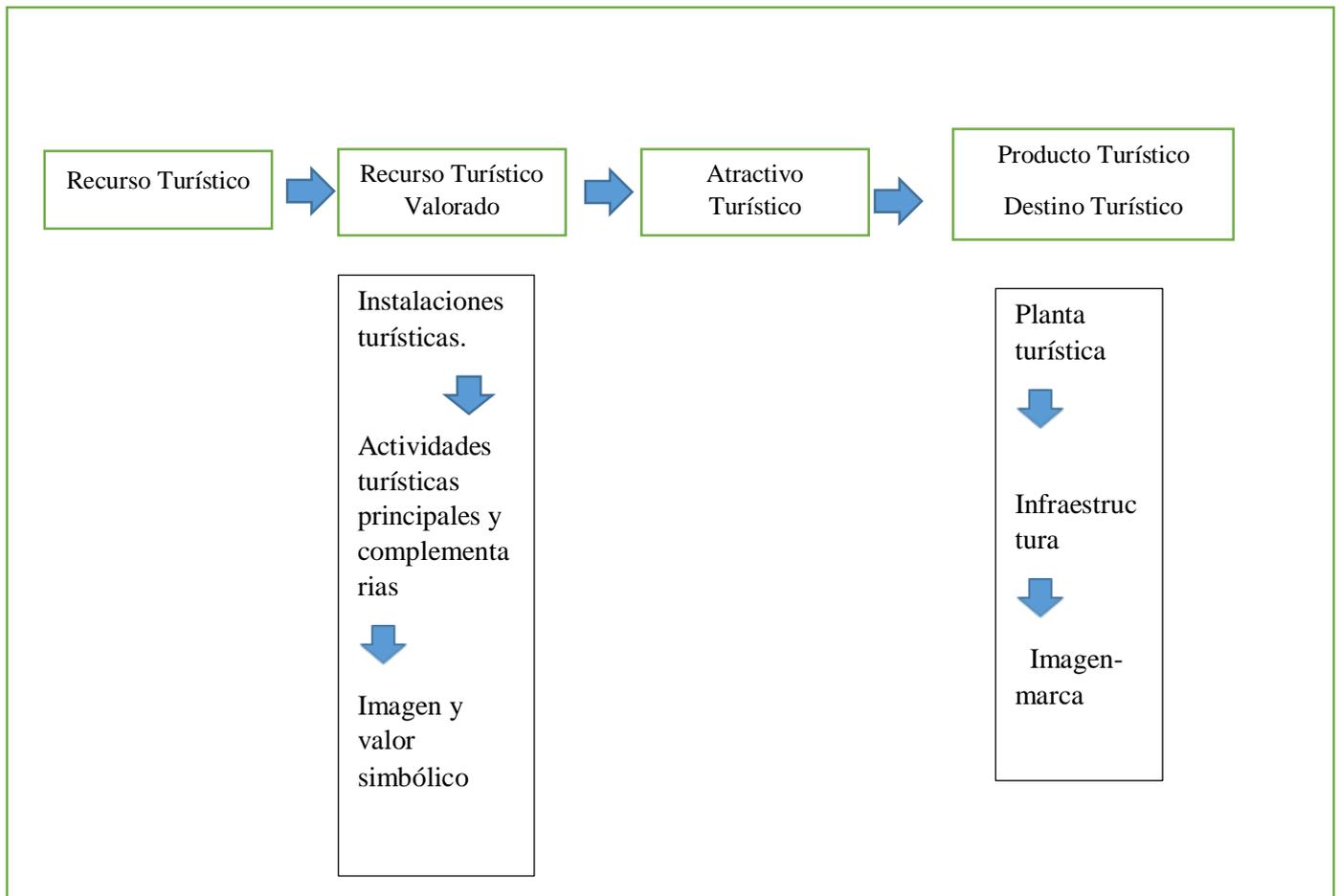
- **TURISTAS PEREGRINOS:** Son personas que viajan buscando una repuesta que se puede manifestar de tres maneras:
 1. . **EXPERIENCIAL:** Es la persona que tiene la sensación de haber perdido la autenticidad de la vida y la trata de buscar en otras sociedades
 2. **EXPERIMENTAL:** Es la persona que conoce diferentes estilos de vida gracias a sus viajes y experimenta con ellos para salir del estilo de vida propio.
 3. **EXISTENCIAL:** Es la persona que a causas de las experiencias resultado del viaje encuentra un nuevo centro existencial.

1.1.1. 8 PRODUCTO TURISTICO

Según MINCETUR se le llama producto turístico al conjunto de componentes que son tangibles e intangibles que están incluidos los recursos, atractivos turísticos, actividades recreativas, infraestructura, valores simbólicos e imágenes para lograr satisfacer las motivaciones y expectativas, que se perciben como una experiencia turística.

En el siguiente cuadro se muestra la relación secuencial y progresiva entre recurso, atractivo, producto y destino turístico.

: Ilustración 3



El producto turístico es un largo proceso en que las riquezas del destino están adecuadas según la necesidad del mercado dado. Un producto turístico representativo del destino, deben ser de acuerdo al posicionamiento y la marca de cada destino, son estos productos que están representados por los que lograran se consolidados en el mercado debido a la diferencia o característica. Estos son materializados por su lugar de posicionamiento del destino. En general el concepto de producto turístico en diferentes aspectos se

acerca al de destino, pues depende mucho de la escala del mercado en el que se participe, un producto constituye un destino turístico en ello mismo.

ETAPAS EN EL DESARROLLO DE UN PRODUCTO TURISTICO

El progreso del producto turístico se clasifica en tres, son etapas que se puede ver, junto con pasos y elementos que complementan igual de importantes.

LA ETAPA DE PLANIFICACIÓN

- Análisis del destino
- Concepto del producto turístico
- El Diseño del producto turístico
- Plan de acción para el desarrollo del producto turístico

(Pilar Olivares, 2014)

1.1.1. 9 DESTINOS TURISTICOS

Es destino turístico a todo espacio geográfico que tiene, rasgos particulares y característicos que cuentan con atractivos y servicios que nos hacen motivaciones y nos pueden facilitar la estadía de cada turista.

Son medios que permiten el acceso en buenas condiciones con un precio que tenga el valor merecido.

El respaldo de la población local que está involucrada en el desarrollo de diferentes aspectos que el turista debe tener ósea una experiencia única.

También puede ser una marca que esta comercializada teniendo en cuenta su carácter integral.

Un destino turístico puede ser de diferentes jerarquías; un ejemplo es que un destino puede ser un continente como SUDAMERICA, un país o un lugar en específico. También, entre ellos se pueden establecer redes con destinos más grandes, a fin de poder promover su comercialización.

Desde un punto de la oferta, se dice que un destino debe ser contemplado en condiciones a nivel de:

- Accesibilidad
- Atractivos
- Actividades
- Servicios directamente relacionados con la actividad turística
- Servicios básicos

Desde un punto de vista de la demanda, el destino turístico es un lugar donde el visitante busca elegir para su viaje de destino, con la finalidad de vivir una experiencia única que incluya, también atractivos culturales, naturales u otros, una oferta coordinada en los servicios que reciba en cliente.

Es así, que el destino construye una unidad de negocio con la finalidad de administración debe enfocarse más en ciertos criterios de competitividad, tiene el fin de poder generar beneficios sociales y económicos. Esta manera de visión pide cierta capacidad administrativa, con el fin de poder desarrollar instrumentos comunes que nos permitan medir y planificar los resultados de la gestión.

CICLO DE UN DESTINO

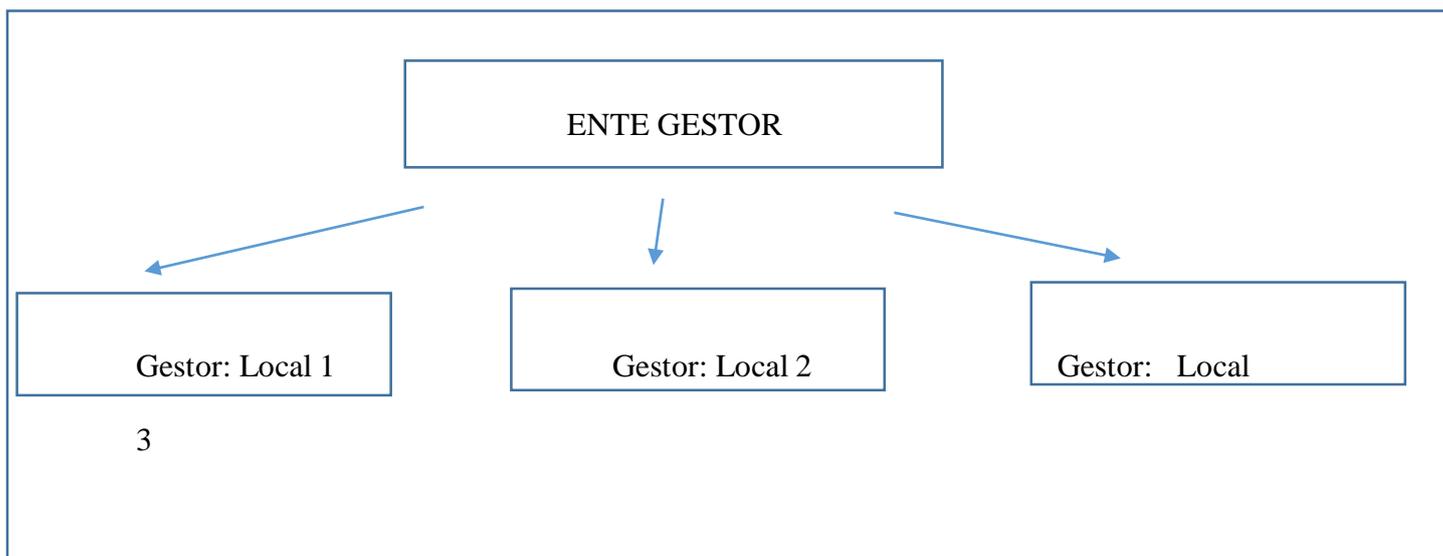
El ciclo de vida de un destino se puede admirar en etapas diferentes de su progreso, tales que son tomadas en cuenta para una eficiente administración. Es muy importante que tengamos que considerar que hay factores externos que pueden influir en el proceso de desarrollo del destino turístico. Se muestran cinco etapas en el desarrollo de un destino turístico que son:

- a) Exploración
- b) Involucramiento
- c) Desarrollo
- d) Consolidación
- e) Estancamiento
- f) Rejuvenecimiento
- g) Decadencia

GESTION DEL DESTINO TURISTICO

- Gestionar y manipular y la estrategia de comunicación del destino a diferentes mercados a los que quiera dirigirse

: Ilustración 4



MODELO PROPUESTO PARA LA GESTIÓN DE UN DESTINO TURÍSTICO

“Como se sabe el turismo es una industria demasiado competitiva. Desde el momento que un visitante o persona llega al destino ya sea turístico u otro hasta el momento que se va, el valor percibido que se ha tomado por él está afectado por diversas experiencias. Como es vital que diferentes componentes detrás de estas experiencias sean gestionados y coordinados, para que su valor percibido por cada turista durante su visita sea maximizado. Para eso, y para poder competir con otros destinos y/o lugares, se deben desarrollar productos y servicios de un valor alto para los visitantes. Por lo tanto, se quiere que varios componentes trabajen de manera conjuntiva como una unidad. Desde un punto de vista de gestión, así hablamos aquí de una común visión colectiva y de fuertes alianzas, para lograr diseñar estrategias, multidisciplinarias e intersectoriales, pero de manera muy coordinada. Para que tal efecto, y como se ha mencionado, el modelo de gestión público y privado para distintos destinos turísticos propone la conformación del ente gestor”.

Con esto se busca lograr una buena gestión coordinada del destino turístico, liderada técnicamente en el marco de una estrategia coherentemente. Es importante destacar lo siguiente:

- Se unifica los recursos (, financieros, materiales, humanos).
- Se puede beneficiar de la experiencia de cada miembro y sus instituciones.
- Se mantiene la independencia de cada actor involucrado.
- Se puede compartir responsabilidades que sean individuales o institucionales de manera muy coordinada.
- Se pueden desarrollar el manejo del liderazgo a partir de la objetividad de dichas propuestas que son técnicamente respaldadas por sus miembros.

(PROMPERU, 2014)

1.1.1.10 SERVICIO TURISTICO

Concepto:

El servicio turístico es creado por el hombre que busca satisfacer según las necesidades de cada visitante que tiene como característica que lo puedan diferenciar de otros de su mismo género. Los servicios turísticos tienen diversas propiedades que están íntimamente ligadas a ellos:

Es un medio que da para poder alcanzar un fin. Usualmente esto pasa porque estos turistas que viajan en su tiempo libre u ocio, lo hacen para poder realizar actividades de todo tipo con relación al turismo.

No simplemente viajan porque deseen subir a un barco, avión, micro o para estar en un hotel, sino para poder disfrutar lo que el destino elegido les va a ofrecer. Estos servicios

cumplen lograr, con el requisito de les facilita el desplazamiento, alojamiento de los turistas como así también buscan satisfacer otras necesidades de cada visitante.

Generalmente satisfacen las necesidades de un carácter muy transitorio, todo esto termina cuando el viaje termina y los turistas regresan a sus lugares de origen.

La ubicación que se tiene de los que prestan los servicios ya sean tradicionales siempre es fuera de la ciudad o que es de un país de residencia de quien contrata el servicio. Esto sucede que, porque el turista necesita trasladarse a otro destino para poder disfrutar de los servicios contratados en su viaje.

Los servicios turísticos a diferencia de otros como lo es de los servicios en general, se añaden, en situaciones muy comúnmente, es decir, que el consumidor paga por adelantado los servicios que se brindara a futuro.

“La importancia de coordinación adecuada entre cada prestador turísticos y cada uno de los proveedores turísticos, puede evitar discrepancias entre los servicios que se ofrecieron y se vendieron. Y los que realmente brindan en cada destino. Esto se rompe por lo que se ha desarrollado en líneas arriba, por ejemplo: quienes venden el viaje, no son quienes prestan el servicio al destino elegido por los servicios contratados.”

Pero, si hay un trabajo que es conscientemente profesional, en esta cuestión se evitarán cortocircuitos entre el Mix de oferta (son servicios que se ofrecieron en el lugar de origen del turista: transporte, alojamiento, excursiones, etc.) y el Mix de servicios (son servicios que finalmente son brindados a los turistas una vez que se encuentran en viaje). Por ejemplo, que el primer grupo es abstracto, inmaterial y el segundo es material, tangible y concreto. El Mix de servicios debe cumplir con las promesas dadas del Mix de oferta.

71.1. 1.11 AGENCIAS DE VIAJE

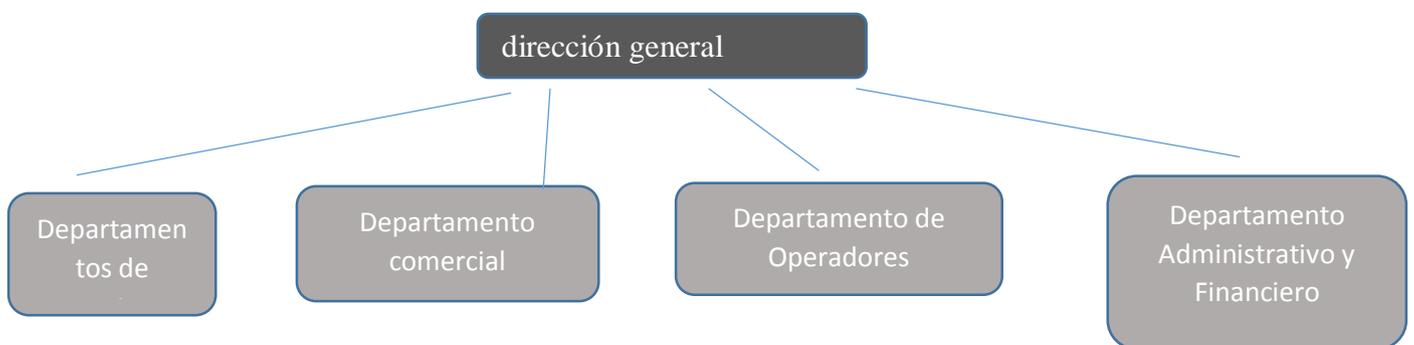
Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), “existe una definición de las agencias de viajes que es: “Tienen la consideración de agencias de viajes las empresas constituidas en forma de sociedad comercial, anónima o limitada que, en posesión del título-licencia correspondiente, se dedican profesional y comercialmente en exclusividad al ejercicio de actividades de mediación y/o organización de servicios turísticos, pudiendo utilizar los medios propios en la prestación de los mismos”. De acuerdo a esta definición las agencias poseen las siguientes funciones:

Al ser intermediarios entre los clientes y los prestadores, cumplen una función importante que es la de distribución cuando comercializan los productos turísticos.

Cumplen con funciones de gestión interna, como son actividades contables y administrativas, comunes a cualquier otra actividad económica.”

Organigrama resultante:

Ilustración 5



(Cecilia Zlemenson Rojo, s.f.)

1.1.2 ¿QUE ES UN IMPACTO?

Se puede decir que el termino impacto según el diccionario de uso español viene (impactus) que significa efectos muy intensos dejados en alguien o en algo por cualquier tipo de suceso. También se podría decir que es como expresión del efecto de una acción, que se comenzó a utilizar en varias investigaciones y trabajos mayormente en trabajos relacionados del medio ambiente ya que se afirma que el impacto de un proyecto sobre medio ambiente es una situación que habría evolucionado sin realización del proyecto ya que es una alteración neta positiva o negativa en calidad de vida de un ser humano. Su tarea principal del impacto es constituir una gran dificultad para diversos proyectos y programas. Cuando se mide un impacto concreto, trata de determinar lo que se alcanzó.

Este impacto se puede realizar entre elementos que sean iguales o diferentes entre si un ejemplo sería cuando una pelota golpea o choca un vidrio o también cuando un meteorito impacta con otro meteorito o también que el meteorito impacte en un lugar.

(Blanca Esther Libera Morilla , 2007)

1.1.2.1 PRINCIPALES CLASES DE IMPACTO DE UN PROYECTO

- Impacto Social
- Impacto Económico

Impacto Social. – Son efectos que intervienen en la comunidad en general, mediante un análisis y administración de las consecuencias sociales que pueden ser intencionadas o no, positivas o negativas de dichas intervenciones. También se podría decir que el impacto social son cambios que suceden en comunidades o personas que tienen como

resultado un cambio inducido externamente; estos cambios pueden afectar al empleo, propiedades, producción. Estilo de vida, salud hasta en los derechos individuales.

Impacto Económico. - – Este impacto es el más explorado por la literatura, es más perceptible porque se puede demostrar en un corto plazo y son más simples de medir que los demás, aunque aún no se ha demostrado un método de medición delineado y aceptado. Para poder contar el impacto económico se debe a que el desarrollo de la cadena multifacética afecta a muchas actividades productivas; la importancia de este análisis radica en la producción de conocimiento que se puede utilizar por gobiernos y organizaciones no gubernamentales para así reducir los perjuicios del turismo o potenciar las experiencias positivas de todos los involucrados. (S. Rodrigues Marins, V. Feder Mayer y A. C. Fratucci , 2015).

1.1.2.2 ¿QUE ES UN IMPACTO TURISTICO?

El impacto de turismo es el resultado de una interacción que produce el fenómeno que es manifestado entre el vínculo que se da ente un turista, un área del destino y la población. (José Lazaro Quintero Santos , 2004)

DISTRITO DE MARAS

El distrito está localizado en el departamento de Cusco, la cual limita a 52 Km en dirección Norte oeste de la ciudad Imperial del Cusco, y a 16 Km de la ciudad de Urubamba, tiene un área aproximada de 131.85 Km²

Las Coordenadas son:

- Latitud Sur: 138° 20'40"
- Longitud Oeste: 72°09'33"
- Altitud máxima: 4181 m.s.n.m. Partes altas del Distrito.
- Altitud mínima: 2810 m.s.n.m. Parte baja del Distrito
- Altitud media: 3385 m.s.n.m. Parte central (Maras)**Fuente especificada no válida..**

“Con una población aproximada de 5 794 Habitantes. El distrito es famoso por albergar hasta 3 mil pozos de sal natural, conocidos como las salineras de Maras. Está a una altura de 3028 m.s.n.m. Este pequeño poblado se encuentra en una llanura rodeada de montañas con nevados que crean un ambiente templado seco y con bastantes precipitaciones. Posee dos estaciones durante el año. La primera es la época de lluvias (de octubre a marzo) que se caracteriza por la abundante caída fluvial. La temperatura máxima en esta época llega a los 20 ° C durante el día, mientras que durante las noches llega a los 7 ° C. En la época seca (de abril a septiembre), la temperatura llega a 21° C durante el día y 1° C en las noches. Es en esta época del año donde el cielo se nota más despejado. Sin embargo, las lluvias pueden ocurrir todos los días.” (boletos Machupicchu, s.f.)

1.1.3.1 Potencialidades del distrito de Maras

1. Salineras:
2. Moray
3. Templo San Francisco
4. Mirador

1.2 REALIDAD PROBLEMÁTICA EN EL DISTRITO MARAS

Se ha visto que la actividad turística se ha convertido una manera de desarrollo en la sociedad, que ha sido demostrado tras traer importantes beneficios económicos, convirtiéndose, en algunos casos, como lo es en el caso principal y motor en el eje de la vida de una comunidad como lo es el distrito de Maras.

(2019) Maras siendo un distrito que cuenta con diversos atractivos turísticos reconocidos a nivel nacional e internacional como patrimonio turístico, siendo también parte de circuitos turísticos y teniendo una gran afluencia turística; no cuenta con servicios básicos como son: restaurantes, hoteles (alojamientos), agencias turísticas, y otros servicios turísticos que deben ser necesarios para el visitante. Este problema genera cuestionamientos respecto a que el distrito no ha impulsado emprender este sector del turismo sabiendo la gran afluencia diaria que se tiene de visitantes con respecto a los atractivos como Moray, Salineras, el Templo San Francisco y otros como también los servicios de turismo de aventura que ofrecen que son los circuitos de cuatrimotos, ziplane, etc. que si es considerable; a diferencia del distrito de Chinchero o de Ollantaytambo estos distritos si se han desarrollado como un lugar turístico adaptable con una oferta y demanda turística alta que la comunidad es beneficiada .

Por tal caso nos incita a hacer un evaluación del impacto que genera el turismo en el distrito de Maras desde varios puntos y aspectos como son de lo: Social, cultural y económico, para saber la causa y consecuencia del por qué la actividad turística no ha generado mayor desarrollo turístico en el distrito de Maras.

Habiendo indagado y recolectando información de diversas fuentes y lo principal habiendo visitado el mismo lugar; se ha podido observar referente a lo económico y a lo social que a pesar de tener buena afluencia turística e ingresos económicos la población le falta ser participe, como por ejemplo ser informada de todo movimiento del lugar (atractivos turísticos) el ingreso, la salida, etc. y sobre todo ser capacitada para que puedan saber qué medidas están bien o que no para lograr una buena gestión y que tanto como la entidad encargada de la gestión y la comunidad sean beneficiadas .

(2021) En la actualidad también hay otro factor importante que influye demasiado a esta problemática es el tema de la pandemia (COVID19) sabiendo que esta enfermedad ha sido como un golpe ya que no solo afecto al distrito sino también a todo el mundo. Esta enfermedad también es un factor muy importante que afecta a la falta de servicios turísticos del distrito por falta de visitantes y no habiendo ingresos económicos como es poca demanda y oferta turística.

A nivel internacional la actividad turística que moviliza mayores recursos y lleva un recorrido por diferentes áreas de la economía va creciendo más y más. las rentas son más elevadas e incrementan la curiosidad de distintas culturas con el fin de enriquecer o afirmar la propia. (TOMÁS FRANCO ALIAGA* Y ÓSCAR GARCÍA GUILLEN** , 1999)

El impacto turístico en el Perú ha evolucionado gracias a los estudios alcanzados en el desarrollo de la actividad turística (legislación, gestión, tipología, etc.) tomando un

papel de diferentes actores implicados durante el desarrollo de la actividad, esta industria multidisciplinar no puede llevarse a cabo sin ningún apoyo de instituciones públicas y privadas. Cabe destacar que el cambio se logra hacer teniendo el apoyo de los propios residentes y turistas.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar el impacto turístico en el distrito de Maras- Cusco

1.3.2 OBJETIVO ESPECIFICO

- Determinar el impacto social en el distrito de Maras- Cusco
- Determinar el impacto económico en el distrito de Maras – Cusco

1.4 JUSTIFICACION

Mediante este trabajo de investigación se dará a conocer el impacto social en el turismo interno del distrito de maras

Se escogió el tema porque busca analizar la importancia de los impactos que genera la actividad turística en sus tres dimensiones (económica, sociocultural y ambiental) en el distrito de Maras -Cusco.

1.4.1 Justificación Teórica

Teóricamente la presente investigación se realiza teniendo en cuenta las teorías realizadas por diferentes autores sobre los impactos económicos, socioculturales y ambientales que el turismo genera. Esta investigación atribuirá generando aportes como: definiciones y teorías en base a la investigación que aportará para investigaciones posteriores.

1.4.2 Justificación práctica

La presente investigación determinará los impactos positivos y negativos del turismo en sus tres dimensiones en el distrito de Maras, para que toda la población conozca a más detalle todos los efectos que se genera a consecuencia del turismo, de tal manera que la información sea de utilidad para así se pueda tomar decisiones y además servir para la aplicación prácticas de futuras investigaciones.

1.4.3 Justificación Social

Después de analizar dichos resultados, este estudio tiene como finalidad de aportar y brindar recomendaciones a la población de Maras, que permitirá que lo apliquen durante una actividad turística para que obtengan mejores resultados y así poder contribuir al desarrollo de la población.

1.4.4 Justificación Metodológica

La investigación se justifica metodológicamente debido a que la recolección de datos se aplica en técnica de encuesta y como instrumento un cuestionario; dichos datos que se encontraron son de importancia para generar más aportes al estudio, y permitirá llegar a un objetivo plantado.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1 DISTRITAL

- a. Solenka Yanina Bustinza Villano realizó una investigación de título <<Actividad Turística del Camino Inca y sus Impactos en la Comunidad de Piscacucho distrito de Ollantaytambo>> para la universidad Andina del Cusco 2017.**

La investigación tiene como propósito mejorar el desempeño en el trabajo y se concientice a los pobladores con respecto a la atención que se le debe tener al turista para traer buena imagen al país.

La metodología que utilizó la autora es un enfoque cuantitativo, con tipo de investigación básica- descriptiva.

La investigación tuvo como conclusión conociendo los impactos socioeconómicos que general el turismo rural, referente al turismo y su organización; los pobladores ya tienen conocimientos básicos respecto al turismo rural gracias a los cursos emprendidas por la municipalidad. (SOLENKA YANINA BUSTINZA VILLANO, 2017)

2.1.2 NACIONALES

- a. **Oscar tinoco G. presentó un artículo que tiene de título <<Los Impactos del Turismo del Perú>> para Industrial Data.**

El artículo tiene como propósito <<analizar la relación entre ambos aspectos, en función de compatibilidad de enfoques en beneficio a la actividad turística.>>

La metodología utilizada en el artículo se puede aplicar en la actividad turística, como implementar un complejo turístico en un área protegida.

La conclusión del artículo es que el sector público y privado deben trabajar en coordinación para capacitar sobre la calidad en el sector turístico como por ejemplo hacer campañas permanentes de educación ambiental donde todos los sectores estén comprometidos con la actividad turística. (Oscar Tinoco G., 2003)

- b. **Vargas Domínguez, Yakelyn Yanett realizó una investigación con título “Impactos del turismo en el área de conservación regional Humedales de Ventanilla - Lima 2018” para la Universidad Cesar Vallejo.**

La investigación tiene como propósito reconocer los impactos que produce el turismo en la población.

La metodología utilizada se dio “desde un enfoque cualitativo ya que describe las expresiones sobre el área de conservación regional Humedales de Ventanilla, por tal se hizo la descripción de categorías y subcategorías, empleando el diseño fenomenológico”.

La autora llegó a la conclusión que en el aspecto ambiental, social y económico causa mayor conciencia en los pobladores, colaboradores y visitantes, realizando programas de apoyo como charlas etc. Para así se mantenga en conservación en el área. (Vargas Domínguez, Yakelyn Yanett, 2018)

2.1.3 INTERNACIONALES

3. **Chen Mok, Susan y García Cousin, Kathia (2010) presentaron una investigación titulada <<Percepción del Impacto del Turismo en el Roble 2 de Puntarenas, Costa Rica>> para la Universidad de Costa Rica San José.**

La investigación tiene como propósito ver los elementos que conforman la cultura local, seguido de un análisis del impacto y consecuencia del turismo.

La metodología utilizada por los autores es: observación no participante, aplicación de una encuesta representativa y entrevistas informantes claves.

En la investigación llegaron a la conclusión de que el turismo es una industria que genera crecimiento y desarrollo en diversos factores como es económico, ecológico y geopolíticos. (Chen Mok, Susan; García Cousin, Kathia, 2010)

4. **Agustin Ruiz Lanuza presentó una investigación que tiene de título << El impacto del turismo en los Sitios Patrimonio de la Humanidad. Una revisión de las publicaciones científicas de la base de datos Scopus >> para la Universidad de Guanajuato (México).**

La investigación tiene como propósito sistematizar dar evidencia a lo disponible en la literatura internacional de las experiencias de la investigación sobre lo que incide en el turismo en lugares declarados como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

La metodología utilizada está basada en la técnica del análisis de contenido, sistematizado en el mismo entorno y analiza la incidencia del turismo que se considera positiva o negativa.

A la conclusión que llegó la autora es que las publicaciones que se revisó con el sistema de la fuente Scopus es propositivo; donde se propone distintos tipos de estrategias para que cumplan con los postulados del turismo cultural y sostenible. (Agustin Ruiz Lanuza*, 2015)

4.1.BASES TEORICAS

4.1.1 Definición Conceptual

IMPACTO DEL TURISMO

Son resultados de una interrelación de fenómenos que es manifestado con el vínculo que tienen entre turistas, el destino y la población. Estos impactos son asociados a una “CAPACIDAD DE CARGA” quien logra determinar los costes y beneficios del desarrollo del turismo. Por tal, las actividades turísticas deben ser enmarcadas dentro del **TURISMO SOSTENIBLE** para así garantizar la integridad cultural. (José Lazaro Quintero Santos , 2004)

Ilustración 6

Autor	Definición
Wendy Colombino Cano	Los impactos del turismo generan beneficios y también traen daños que afectan a la biodiversidad y los recursos naturales de dicho lugar. (Wendy Colombino Cano, 2013)

<p>Turismo Sostenible</p>	<p>Se denomina impacto a las consecuencias positivas y negativas que trae dicha actividad; Se puede analizar estos impactos en función a sus tres dimensiones: impacto sociocultural, impacto económico e impacto ambiental. (Turismo Sostenible, 2017)</p>
<p>José Lázaro Quinteros Salas</p>	<p>El impacto de turismo es el resultado de una interacción que produce el fenómeno que es manifestado entre el vínculo que se da ente un turista, un área del destino y la población. (José Lazaro Quintero Santos , 2004)</p>
<p>Eduardo Lizarralde y Enrique Ferro</p>	<p>Los indicadores sociales y laborales que son desarrollados, permiten que se pueda obtener resultados que se faciliten al análisis y a la interpretación del impacto del turismo. (Eduardo Lizarralde y Enrique Ferro, 2015)</p>
	<p>El turismo toma un papel importante en la economía global, pero también afecta de una manera desfavorable en</p>

**Bock, Braunagel, School,
Freiburg**

dimensión social y ambiental. (Bock,
Braunagel, School, Freiburg , (2000))

4.1.2 Dimensiones

Según Elí Roger Tarrillo Guevara usó las siguientes dimensiones para su investigación que tiene de título “Impactos del turismo en la localidad de Obrajillo, desde la percepción de los pobladores en la provincia de Canta, Lima, 2017”: (Elí Roger Tarrillo Guevara, 2017)

4.1.2.1 Impacto Económico. – Este impacto es el más explorado por la literatura, es más perceptible porque se puede demostrar a corto plazo y son más simples de medir que los demás, aunque aún no se ha demostrado un método de medición delineado y aceptado. Para poder dispartir el impacto económico se debe a que la estructura de la cadena multifacética afecta a diferentes actividades que producen; la importancia de esta evaluación que radica en la producción de conocimiento que se puede utilizar por gobiernos y organizaciones no gubernamentales para así reducir los perjuicios del turismo o potenciar las experiencias positivas de todos los involucrados. (S. Rodrigues Marins, V. Feder Mayer y A. C. Fratucci , 2015)

4.1.2.2 Impacto Social. – Han sido descritos de tal forma en el que el turismo y los viajes se transforman en valores sociales y colectivos. También son definidos como la manera en que el turismo afecta en sus sistemas de valores individuales, patrones de comportamiento, estilo de vida y calidad de vida. (MORAL CUADRA, Salvador *, 2018)

4.1.2.3 Impacto Cultural. – Son cambios que son provocados por artes, costumbres, rituales y arquitectura de la comunidad, son también cambios a largo plazo y que traen resultados del desarrollo turístico. Estos impactos afectan a la memoria colectiva provocando una pérdida de identidad. (turismo sostenible, 2017)

CONCLUSIONES

1. El distrito de Maras es un lugar muy conocido por sus atractivos, pero no llega a ser un producto completo por la falta de servicios turísticos.
2. La población debe ser capacitada para que así haya una buena gestión y se logre el aumento de servicios turísticos para que el turista este satisfecho(a) y se pueda cumplir sus necesidades.
3. Falta más participación de la población para mejorar la gestión turística del distrito de Maras.

ANEXOS

Imagen N° 1: Distrito de Maras 2021.



Imagen N° 2: Salineras





Imagen N°3: Moray



Imagen N° 4: templo San Francisco



Imagen N° 5: Mirador Maras



Imagen N° 6: Calle Belen



Imagen N° 7: Mapa del distrito de Maras

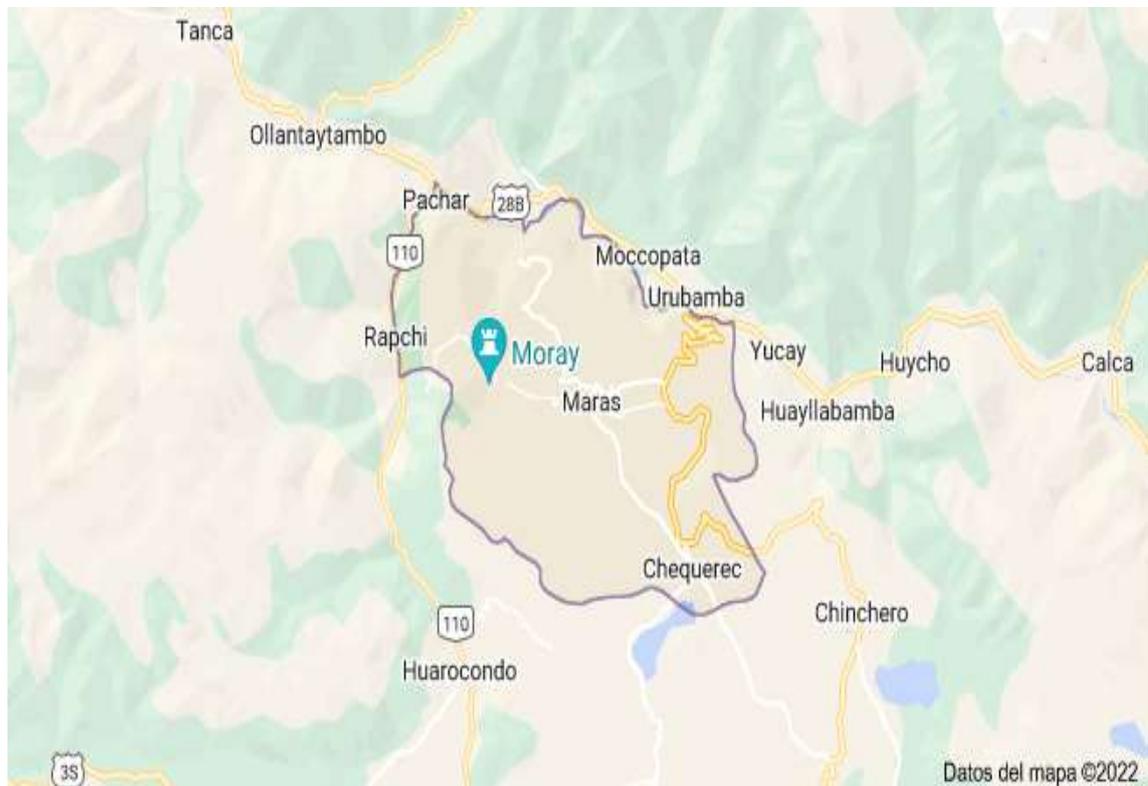


Imagen N° 8: Camino a Maras



Imagen N° 9

Bienes patrimoniales





BIBLIOGRAFÍA

SOLENKA YANINA BUSTINZA VILLANO. (2017). *Repositorio Andina* . Obtenido de http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/1235/3/Solenka_Tesis_bachiller_2017.pdf

Agustin Ruiz Lanuza*. (2015). *Redalyc*. Obtenido de http://www.pasosonline.org/Publicados/13515/PS515_17.pdf

Blanca Esther Libera Morilla . (marzo de 2007). *Scielo*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352007000300008

Bock, Braunagel, School, Freiburg . ((2000)). *CEUPE*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/impacto-turistico-dimension-economica-ambiental-social.html>

boletos Machupicchu. (s.f.). Obtenido de <https://www.boletomachupicchu.com/clima-tiempo-maras/>

CEUPE. (s.f.). Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/oferta-turistica.html>

Chen Mok, Susan; García Cousin, Kathia. (2010). *Redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/729/72918027003.pdf>

Eduardo Lizarralde y Enrique Ferro. (2015). *Impacto del Turismo* . Obtenido de <https://www.thinktur.org/media/EOI-Impacto-turismo-2015.pdf>

Elí Roger Tarrillo Guevara. (2017). *Docplayer* . Obtenido de <https://docplayer.es/117027278-Facultad-de-ciencias-empresariales.html>

Geraldin Ortiz. (s.f.). *aula senior*. Obtenido de [Turismo1c-with-cover-page-v2.pdf](#)

José Lazaro Quintero Santos . (Diciembre de 2004). *Dialnet*. Obtenido de <file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet->

[LosImpactosEconomicosSocioculturalesYMedioambienta-1180522.pdf](#)

MORAL CUADRA, Salvador *. (noviembre de 2018). Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/cccss/2018/11/impactos-socioculturales-turismo.html>

Oscar Tinoco G. (Agosto de 2003). Obtenido de <file:///C:/Users/HP/Downloads/5982-Texto%20del%20art%C3%ADculo-20743-1-10-20140321.pdf>

Pilar Olivares. (mya de 2014). *PROMPERU*. Obtenido de <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf>

PROMPERU. (ma de 2014). Obtenido de https://cooperacionsuiza.pe/wp-content/uploads/2019/06/conceptos_basicos.pdf

S. Rodrigues Marins, V. Feder Mayer y A. C. Fratucci . (2015). *REDALYC* . Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180732864007.pdf>

TOMÁS FRANCO ALIAGA* Y ÓSCAR GARCÍA GUILLEN** . (1999). *dialnet*. Obtenido de <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=bibliuned:ETFSerie6-B461610A-B95E-0AE4-FEBF-A41F66340169&dsID=Documento.pdf>

turismo sostenible. (9 de abril de 2017). Obtenido de <https://sites.google.com/site/turismosostenibleteccancun/2-la-actividad-turistica-y-sus-impactos-ambientales-y-culturales/2-1-impactos-ambientales-y-culturales-de-la-actividad-turistica>

Turismo Sostenible. (22 de Marzo de 2017). Obtenido de <https://sites.google.com/site/turismososteniblewilson2/la-actividad-turistica-y-sus-impactos-ambientales-y-cultutales>

Vargas Domínguez, Yakelyn Yanett. (2018). *Repositorio UCV*. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/35302/VARGAS_DY.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Wendy Colombino Cano. (26 de febrero de 2013). *SLIDE SHARE*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/Wendyscc/impactos-del-turismo-16794619>

Wilson Mamani Villasante. (24 de Noviembre de 2016). Obtenido de <https://asesorenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>