

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD
DEL CUSCO**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



TESIS

**ACONDICIONAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS
PARA INCREMENTAR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE
LOS TURISTAS DE LOS ATRACTIVOS NATURALES DE
LOS FARALLONES Y CATARATAS DE TECSECOCHA EN
EL DISTRITO DE CCORCA - CUSCO 2022**

PRESENTADO POR:

- Br. SMILA MIJAIDA MAMANI OQUENDO
- Br. YESENIA CUSI QUISPE

**PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN TURISMO**

ASESORA:

DRA. GLORIA PAULINA CARDOSO
MOSCOSO

**CUSCO-PERÚ
2023**

INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro. CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, **Asesor** del trabajo de investigación/tesis titulada: ACONDICIONAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS PARA INCREMENTAR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS DE LOS ATRACTIVOS NATURALES DE LOS FARALLONES Y CATARATAS DE TECSECOCHA EN EL DISTRITO DE COORCA-USCO 2022.

presentado por: YESENIA CUSI QUISPE con DNI Nro.: 738.617.92

presentado por: SITICA MIJALDA HAMANI OQUEÑO con DNI Nro.: 75769868

para optar el título profesional/grado académico de LICENCIADA EN TURISMO

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 2 veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 8.....%.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y **adjunto** la primera página del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 18 de Enero de 2022



Firma
Post firma Gloria Paulina Cardoso Hascoco

Nro. de DNI 23849586

ORCID del Asesor 0000-0002-7920-9063

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: OID: 29259:3042|2527

NOMBRE DEL TRABAJO

**TESIS SMILA -YESENIA CON FORMATO -
11-01-23.docx**

AUTOR

SMILA MAMANI

RECUENTO DE PALABRAS

33373 Words

RECUENTO DE CARACTERES

184006 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

184 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

11.1MB

FECHA DE ENTREGA

Jan 15, 2024 11:17 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Jan 15, 2024 11:19 PM GMT-5**● 8% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 8% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 5% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a todos aquellos que siempre han estado conmigo y que siempre han sido mi inspiración, motivación, apoyo y fuerza, una mención especial a Dios, mi abuelo que está en el cielo, mi madre maravillosa, mi padre, abuelos, tíos y amigos. A la Carrera Profesional de Turismo, a mi directora de tesis, Dra. Gloria Cardoso, a todos los docentes cuyo apoyo y guía son la base de mi vida profesional.

Bach. Smila Mijaida Mamani Oquendo

Los pilares de mi vida y siempre serán mis padres, en especial mi padre Modesto Cusi quien me acompaña desde el cielo y me cuida en cada paso del camino, siempre mi inspiración.

A mis hermanos y compañeros que han sido fuente de inspiración, amor y apoyo para lograr este logro profesional.

Bach. Yesenia Cusi Quispe

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por siempre colmar mi vida de muchas bendiciones.

A mi asesora de tesis, docentes de la “carrera profesional de turismo”, a mi madre por su amor invaluable y ayuda incondicional, familiares y a todas las personas que han estado a mi lado y me han apoyado para hacer realidad este sueño...¡Gracias a todos!

Bach. Smila Mijaida Mamani Oquendo

A mí asesora de tesis Dra. Gloria Cardoso y gracias a todos los profesores de la prestigiosa carrera profesional de turismo.

A todos los que han contribuido a esta investigación, familiares y amigos, y por su apoyo incondicional en la consecución de este objetivo profesional y personal.

Bach. Yesenia Cusi Quispe

PRESENTACIÓN

SEÑOR DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS. Y
TURISMO ASI MISMO HONORABLES INTEGRANTES DEL JURADO
VERIFICADOR.

Mediante la presente tesis y de conforme del Reglamento de Grado y título de la Escuela Profesional de Turismo de la “Facultad de Ciencias Administrativas y Turismo”, ponemos a vuestra consideración el trabajo de indagación titulado: “ACONDICIONAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS PARA INCREMENTAR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS DE LOS ATRACTIVOS NATURALES DE LOS FARALLONES Y CATARATAS DE TECSECOCHA EN EL DISTRITO. DE CCORCA. - CUSCO 2022”, con el propósito de obtener el título “Profesional de Licenciado en Turismo”.

La actual tesis arriba al estudio del “nivel de satisfacción de los visitantes” que visitaron en los “Atractivos Naturales” de los Farallones y Cataratas de Tecsecocha, así como las condiciones de los servicios turísticos que se les brinda a los visitantes. Tras varias visitas de campo, análisis de la situación problemática y encuestas a los turistas visitantes , se pudo recolectar toda la información necesaria que fue procesada y permitió determinar los resultados pertinentes, y en función a ello se ha planteado la propuesta de acondicionamiento de servicios turísticos en los Atractivos Naturales de los Farallones y Cataratas de Tecsecocha.

El trayecto hacia los Atractivos Naturales de los Farallones y Cataratas de Tecsecocha, destaca por su belleza paisajística y significado cultural, que resalta

para una oferta turística que urge ser diversificada y con más opciones para la demanda turística dado que esta es cada vez más exigente.

El actual trabajo de indagación se enfocará al análisis, descripción de todas las cualidades y aspectos relevantes en cuanto a relieve, flora, fauna, destacando la belleza de los Atractivos Naturales de los Farallones y Cataratas de Tecsecocha, asimismo se describirá todos los servicios turísticos con los que cuenta el lugar de investigación, y su correlación con la complacencia de los visitantes.

Las tesis

INTRODUCCIÓN

Los recursos naturales con los que cuenta el Perú son innumerables, ya sea en sus tres regiones naturales como son: costa, sierra y selva, de los cual son unos cuantos los que se muestran al turista extranjero, además es un país que posee una cultura, teniendo una amplia oferta de medios turísticos para adaptarse a los diversos gustos turísticos. La ejecución de los servicios turísticos es gestionada e implementada tanto por el sector privado como por los restaurantes, hoteles, empresas de transporte y agencias de viajes. Al igual que el área pública, cuenta con la organización de espacios, accesibilidad, equipamientos turísticos, prestaciones básicas e interpretación de la propiedad. Para la integración armónica de estas prestaciones, es necesario tener un plan de trabajo con el fin de mejora continua. Los turistas y su flujo aumentarán.

El distrito de Ccorca cuenta con un envidiable atractivo natural que hoy en día esta escasamente difundido, pero que alberga unos preciosos paisajes naturales, en otras palabras, podría ser otro destino turístico para los turistas que les encanta la aventura y la naturaleza, en donde puede realizar varias actividades como la escalada de montaña, bird waching, bicicleta de montaña entre otros servicios turísticos.

Por dichos motivos mencionados es que presentamos el siguiente trabajo de investigación intitulado: “ACONDICIONAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS” PARA INCREMENTAR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS. PARA LOS ATRACTIVOS NATURALES DE LOS FARALLONES Y CATARATAS DE TECSECOCHA EN EL DISTRITO DE CCORCA – CUSCO. 2022”, el cual propone la optimización de los espacios turísticos en el actual recorrido, así como también el mejoramiento de la infraestructura turística para una mejor satisfacción del turista, para lo cual el contenido de esta tesis se resume de la

siguiente forma:

Primer Capítulo, incluye un diagnóstico de la condición real del lugar de estudio, considerando aspectos individuales (demográfico, social cultural y económico), descripción de la existencia de los recursos naturales y culturales que son atractivos, el proceso de invariación de los atractivos de la zona en estudio.

Segundo Capítulo, se identifica el universo, estas muestras de elementos probados y resultados y análisis de investigaciones realizadas a los tres grupos involucrados en el turismo (turistas nacionales y extranjeros) los cuales apoyaron las hipótesis desarrolladas en el estudio.

Tercer Capítulo, se plantea la propuesta técnica que permitirá mejorar el grado de satisfacción del turista, así como potenciar de las situaciones económicas de las personas del Distrito de Ccorca por medio de las siguientes priorizaciones:

Talleres de capacitación al personal que trabaja en el Sitio Arqueológico de los Farallones de Tecsecocha para una mejor atención al turista.

Finalmente, dicho trabajo de investigación incluye conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográfica y anexos.

RESUMEN

El presente trabajo de indagación intitulado: “Acondicionamiento de los Servicios Turísticos para Incrementar el grado de Satisfacción de los Turistas para los Atractivos Naturales de los Farallones y Cataratas de Tecsecocha en el Distrito de Ccorca - Cusco 2022” tiene por objetivo general: Determinar el “acondicionamiento de los servicios turísticos” se debe contar para aumentar el nivel de “satisfacción de los turistas” para los atractivos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha en el distrito de Ccorca-Cusco, 2022, en ese entender la investigación es esencialmente descriptivo. Esta tesis lleva un estudio analítico de nivel descriptivo, un enfoque transversal y cuantitativo. Además, la herramienta que se utiliza para recolectar datos de campo fue un cuestionario semiestructurado de opción múltiple de 16 ítems tanto para turistas nacionales como extranjeros, que son cerrados por diseño metodológico; A asimismo, se identificó la extensión muestral igual al universo (280), por lo que la muestra fue de 162. Los datos se clasificaron de acuerdo a las características de los datos, por lo que el estudio del producto se realizó mediante el programa SPSS, para determinar la estadística descriptiva y sus correspondientes resultados, para después plantear la propuesta respectiva para dicho estudio.

Por último se dio a conocer las conclusiones en la que se probó que: según el estudio de la condición real de los servicios turísticos mencionados de los Atractivos Naturales de los Farallones y Cataratas de Tecsecocha se pudo determinar que existe la carencia de una adecuada infraestructura turística, seguido de los medios y prestaciones que son ofrecidos por los negocios del mercado turístico y también indispensables para la satisfacción de los turistas, así como algunos de estas ornamentaciones hay cierto deterioro en el estado de conservación, y en algunos casos no existe, así también por otro lado a los servicios turísticos podemos decir que

al final del recorrido se pudo notar que los servicios higiénicos están abandonados , Con respecto a la infraestructura turística se pudo identificar que hay carencia de varios aspectos de infraestructura turística, además se puede ver la ausencia de centros de interpretación o una oficina de información turística, así como también de paradores turísticos para la compra de artesanía o recuerdo alusivos a dichos atractivos naturales y finalmente por cuanto al grado de “satisfacción de los turistas” que recorren los Farallones y Cataratas de Tecsecocha, este resultado ser relativamente medio para los visitantes.

Palabras clave: Acondicionamiento, “Servicios Turísticos, Satisfacción del Turista”, Atractivo Natural

ABSTRACT

The present research works entitled: "Conditioning of Tourists Services to Increase the Level of Satisfaction of Tourist for the Natural Attractions of the Farallones and Waterfalls of Tecsecocha in the District of Ccorca - Cusco 2022 has the general objective: Determine the conditioning of tourist services must be counted to increase the level of satisfaction of tourists for the natural attractions of the Tecsecocha cliffs and waterfalls in the Ccorca-Cusco district, 2022, in whichs case it is an essentially descriptive study. This work takes a levels of descriptive analytical researchs, cross-sectional and quantitative approach. Also, the instruments that was useds to collects the field datas was the semi-structured "multiple choice" questionnaire of 16 questions for both national and foreign tourists, which are closed in nature; in turn, the size of the sample was determined to be equal to that of the universe (280) therefore the sample was 162. The information was classified according to the particularity of the data, to later carry out a study of the product through the " SPSS program", to determine the descriptive statistics and their corresponding results, and then present the respective proposal for said study.

Finally, the conclusions were made known, in which it was proven that: according to the analysi that was carries out on the current situation of the tourist services of the Natural Attractions of the Farallones and Tecsecocha Falls, it was possibles to determine that there is a lack of a adequate tourist infrastructure, followed by the good and service that are offered by the companies of the tourist market and also essential for the satisfaction of tourists, as well as some of these ornamentations are with a certains level of deteriorations in their conservation and in somes case are nons-existents, so also in terms of tourist services we can say that at the ends of the tour it was possibles to notice that the hygienic services are abandoned. With respect

to the tourist infrastructure it was possible to identify that there is a lack of various aspects of tourist infrastructure, you can also see the absence of interpretation centers or a tourist information office, as well as tourist inns for the purchase of handicrafts or souvenirs alluding to said natural attractions and finally in terms of the levels of satisfaction of tourists who visit the Tecsecocha Farallones and Waterfalls, this turned out to be relatively average for visitors.

Keywords: Conditioning, Tourist Services, Tourist Satisfaction, Natural Attraction

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO	3
PRESENTACIÓN	4
INTRODUCCIÓN.....	6
RESUMEN	8
ABSTRACT	10
ÍNDICE GENERAL.....	12
ÍNDICE DE TABLAS	17
INDICE DE FIGURAS	20
ASPECTOS GENERALES.....	22
1. ÁREA PROBLEMÁTICA	22
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	22
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	27
1.2.1. Problema General	27
1.2.2. Problemas Específicos	27
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
1.3.1. Objetivo General.....	27
1.3.2. Objetivos Específicos.....	28
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	28
1.4.1. Justificación Social	28
1.4.2. Justificación Practica	28
1.4.3. Justificación teórica	29
1.5. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	29
1.6. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	29
1.6.1. Delimitación Temporal.....	29
1.6.2. Delimitación Espacial.....	29

2. MARCO TEÓRICO	30
2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO	30
2.1.1. Antecedentes Internacionales	30
2.1.2. Antecedentes Nacionales	34
2.1.3. Antecedentes Locales	38
3. BASES TEÓRICAS.....	42
3.1. ACONDICIONAMIENTOS DE LOS SERVICIOS TURÍSTICO.....	42
3.2. TIPOS DE SERVICIOS TURÍSTICOS	42
3.2.1. Servicios de alojamiento	42
A. Establecimientos según la calidad	42
B. Establecimientos según su ubicación	42
3.2.2. Servicios de transporte	43
3.2.3. Servicios de guía turística	43
3.2.4. Servicios de animación turística	43
3.3. IMPORTANCIA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS.....	44
3.4. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DE SERVICIOS	47
3.5. CULTURA DE SERVICIO.....	50
3.6. ESTRATEGIAS DE DIRECCIÓN PARA LAS EMPRESAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS	53
3.7. LOS SERVICIOS TURÍSTICOS COMO PARTE DEL PRODUCTO TURÍSTICO Y COMO PRODUCTOS EN SÍ MISMOS	58
3.8. FLUJO TURISTICO	63
3.9. SATISFACCIÓN DEL TURISTA	63
3.10. MODELOS DE ESTRUCTURAS DE MEDIDA DE LA PERCEPCION DE LOS VISITANTES EN LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS	63
4. MARCO CONCEPTUAL	66
5. FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS	69
5.1. HIPÓTESIS GENERAL	69

5.2.	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	69
6.	DETERMINACIÓN DE LAS VARIABLES DE INVESTIGACIÓN	70
6.1.	VARIABLES DE LAS HIPOTESIS GENERAL 1:.....	70
6.2.	VARIABLES DE LAS HIPOTESIS ESPECIFICA	70
6.2.1.	De la Hipótesis Especifica 1.....	70
6.2.2.	De la Hipótesis Especifica 2.....	71
6.2.3.	De la Hipótesis Especifica 3.....	71
6.2.4.	De la Hipótesis Especifica 4.....	71
6.3.	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	72
	CAPÍTULO I.....	74
	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL DISTRITO DE CCORCA.....	74
1.1.	ASPECTO FÍSICO.....	74
1.1.1.	Ubicación y Localización.....	74
1.1.2.	Extensión	74
1.1.3.	Altitud	75
1.1.4.	Climatología.....	75
1.1.5.	Temperatura.....	76
1.1.6.	Topografía	76
1.1.7.	Vías de acceso.....	76
1.1.8.	Población	77
1.1.9.	Comunidades Y Anexos Del Distrito De Ccorca.....	77
1.1.10.	Idioma	78
1.1.11.	Reseña Histórica Del Distrito De Ccorca.....	78
1.1.12.	Religión	80
1.2.	RECURSOS NATURALES	81
1.2.1.	Suelo.....	81
1.2.2.	Hidrología	82
1.2.3.	Salud.....	82

1.3.	DATOS GENERALES	83
1.3.1.	Educación	83
1.3.2.	Reserva Arqueológica	83
1.3.3.	Flora.....	91
1.3.4.	Fauna.....	91
1.3.5.	Evidencias Arqueológicas.....	91
CAPÍTULO II.....		93
DISEÑO DE LA METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		93
2.1.	TIPO DE LA INVESTIGACIÓN	93
2.2.	NIVEL DE INVESTIGACIÓN	94
2.3.	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	94
2.4.	ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	94
2.4.1.	Identificación de los servicios turísticos análisis e interpretación: .	94
2.4.2.	Identificación de instalaciones turísticas.....	97
2.5.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	98
2.5.1.	Población	98
2.5.2.	Muestra	99
2.6.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION.....	101
2.6.1.	Técnicas.....	101
2.6.2.	Instrumento	101
2.7.	VALIDACIÓN EXTERNA DE LOS INSTRUMENTOS	102
2.8.	ANÁLISIS Y SISTEMATIZACIÓN DE DATOS	103
2.8.1.	Análisis de encuestas aplicadas a los turistas.....	103
2.8.2.	Descripción de los Resultados de la Variable de Acondicionamiento de los servicios turísticos de los Farallones y cataratas de Tecsecocha	132
2.9.	RESULTADOS INFERENCIALES	137
2.9.1.	Prueba de normalidad de variables de estudio	137

2.9.2.	Prueba de hipótesis de relación entre las dimensiones nivel de satisfacción turística y servicios turísticos	137
CAPÍTULO III.....		139
PROPUESTAS		139
3.1.	PROPUESTA DE LINEAMIENTOS DE POLÍTICA PARA EL ACONDICIONAMIENTO DE SERVICIOS TURÍSTICOS.....	139
3.1.1.	Cuadros matriz de las estrategias a desarrollar	142
3.2.	DESPLIEGUE DE LAS ESTRATEGIAS.....	144
3.2.1.	Reforzar la calidad de los trabajadores del sitio que tienen contacto directo con el turista	144
3.2.2.	Diseñar Instalaciones que Brinden el Descanso requerido en los recorridos	146
3.2.3.	Brindar una correcta orientación al visitante con la adecuada señalización.....	151
3.2.4.	Distribuciones estratégicas de los depósitos clasificados de los residuos sólidos.....	162
3.2.5.	Resultados Previstos	167
3.2.6.	Posibles Fuentes de Financiamiento.....	169
CONCLUSIONES.....		170
RECOMENDACIONES.....		172
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		173
ANEXOS		176

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Diferencias entre productos tangibles y servicios.....	50
Tabla 2 Operacionalización de Variables	72
Tabla 3 Mapa político del Distrito de Ccorca	77
Tabla 4 Comunidades del Distrito de Ccorca	78
Tabla 5 Alfa de Cronbach para la variable Acondicionamiento de servicios turísticos	102
Tabla 6 Alfa de Cronbach para la variable Satisfacción del Turística	102
Tabla 7 ¿Cómo se enteró del atractivo?	103
Tabla 8 Procedencia	104
Tabla 9 Edad.....	105
Tabla 10 Género	106
Tabla 11 Grado de instrucción	107
Tabla 12 Ocupación	108
Tabla 13 Con quienes visito el atractivo natural.....	109
Tabla 14 ¿Volvería a visitar el atractivo natural de los Farallones y Cataratas de Tecsecocha?	110
Tabla 15 ¿Considera Ud., que la accesibilidad hacia de los farallones y cataratas de Tecsecocha es suficiente?	111
Tabla 16 ¿Considera usted que las zonas de aparcamiento en el atractivo son adecuadas?.....	112
Tabla 17 ¿El atractivo natural cuenta con la implementación adecuada para ser considerada de calidad?.....	113
Tabla 18 ¿Los restaurantes cuentan con servicio de internet adecuado?.....	115
Tabla 19 ¿Las zonas de aparcamiento cuentan con servicio de luz eficiente?	116
Tabla 20 ¿Los restaurantes cuentan con servicio de agua adecuado?.....	117
Tabla 21 ¿En la ruta al atractivo natural, esta se encontraba bien señalizada de inicio a fin?.....	118
Tabla 22 ¿Los miradores turísticos que se encuentran ubicados cerca a los atractivos naturales son bien seguros y están bien señalizados?	119
Tabla 23 ¿Existe Centros de Interpretación donde brindan información sobre el valor y potencial de los recursos naturales que cuenta los farallones y cataratas de Tecsecocha?	120

Tabla 24 ¿Después de la visita al atractivo natural se puede encontrar souvenirs o artesanía como recordatorio del lugar que se visito?.....	121
Tabla 25 ¿Muy aparte del guía, existe una oficina de información turística gratuita?	122
Tabla 26 Todo el recorrido por el atractivo natural fue de mi total satisfacción y agrado	123
Tabla 27 El hospedaje y mi estadía los días que estuve en la ciudad del Cusco fue de mi total agrado.....	126
Tabla 28 Los restaurantes turísticos que visite llenaron todas mis expectativas	127
Tabla 29 La agencia de viaje que realizo el paquete turístico fue de mi total agrado	128
Tabla 30 El transporte turístico que me traslado siempre fue puntual y de calidad	129
Tabla 31 Existe buena seguridad en todos los sitios turísticos que visite.....	131
Tabla 32 Acondicionamiento de los servicios turísticos.....	132
Tabla 33 Atractivos turísticos	133
Tabla 34 Infraestructura turística básica	134
Tabla 35 Instalaciones Turísticas	135
Tabla 36 Grado de Satisfacción	136
Tabla 37 Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra.....	137
Tabla 38 Coeficiente de correlación y significancia entre la dimensión Nivel Satisfacción del turista y la dimensión Servicios Turísticos.....	138
Tabla 39 Matriz de las estrategias a desarrollar.....	141
Tabla 40 Técnicas para la adecuada atención al turista.....	144
Tabla 41 Mejoramiento de estructuras en el parador turístico de los Farallones de Tecsecocha	146
Tabla 42 Mejoramiento del área de descanso en los Farallones de Tecsecocha...	147
Tabla 43 <i>Mejoramiento de estructuras del segundo mirador turístico en los Farallones de Tecsecocha</i>	148
Tabla 44 Mejoramiento de las pasarelas entre el segundo y principal mirador turístico en los Farallones de Tecsecocha	149
Tabla 45 Mejoramiento de estructuras del mirador turístico principal en la Ruta de los Farallones de Tecsecocha.....	150
Tabla 46 Diseño de depósitos clasificados de residuos sólidos	164
Tabla 47 Diseño de un panel de agradecimiento al visitante	165

Tabla 48 Cartilla de evaluación de la percepción del turista.....	167
Tabla 49 Presupuesto de la propuesta.....	168

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Satisfacción General con respecto a los servicios turísticos en Cusco	25
Figura 2 Mapa político del Distrito de Ccorca	74
Figura 3 ¿Cómo se enteró del atractivo?	103
<i>Figura 4 Procedencia</i>	104
<i>Figura 5 Edad</i>	105
<i>Figura 6 Género</i>	106
Figura 7 Grado de instrucción	107
Figura 8 Ocupación	108
Figura 9 Con quienes visito el atractivo natural	109
Figura 10 ¿Volvería a visitar el atractivo natural de los Farallones y Cataratas de Tecsecocha?	110
Figura 11 ¿Considera Ud., que la accesibilidad hacia de los farallones y cataratas de Tecsecocha es suficiente?	111
Figura 12 ¿Considera usted que las zonas de aparcamiento en el atractivo son adecuadas?	113
Figura 13 ¿El atractivo natural cuenta con la implementación adecuada para ser considerada de calidad?	114
Figura 14 ¿Los restaurantes cuentan con servicio de internet adecuado?	115
Figura 15 ¿Las zonas de aparcamiento cuentan con servicio de luz eficiente?	116
Figura 16 ¿Los restaurantes cuentan con servicio de agua adecuado?	117
Figura 17 ¿En la ruta al atractivo natural, esta se encontraba bien señalizada de inicio a fin?	118
Figura 18 ¿Los miradores turísticos que se encuentran ubicados cerca a los atractivos naturales son bien seguros y están bien señalizados?	119
Figura 19 ¿Existe Centros de Interpretación donde brindan información sobre el valor y potencial de los recursos naturales que cuenta los farallones y cataratas de Tecsecocha?	121
Figura 20 ¿Después de la visita al atractivo natural se puede encontrar souvenirs o artesanía como recordatorio del lugar que se visito?	122
Figura 21 ¿Muy aparte del guía, existe una oficina de información turística gratuita?	123
Figura 22 Todo el recorrido por el atractivo natural fue de mi total satisfacción y agrado	

	124
Figura 23 El hospedaje y mi estadía los días que estuve en la ciudad del Cusco fue de mi total agrado	126
Figura 24 Los restaurantes turísticos que visite llenaron todas mis expectativas	127
Figura 25 La agencia de viaje que realizo el paquete turístico fue de mi total agrado	128
Figura 26 El transporte turístico que me traslado siempre fue puntual y de calidad	130
Figura 27 Existe buena seguridad en todos los sitios turísticos que visite	131
Figura 28 Acondicionamiento de los servicios turísticos	132
Figura 29 Atractivos turísticos	133
Figura 30 Infraestructura turística básica	134
Figura 31 Instalaciones Turísticas	135
Figura 32 Grado de Satisfacción	136
Figura 33 Situación actual	151
Figura 34 Condición Actual de las Áreas de Parqueo	152
Figura 35 Señalización turística interna: Ruta A - Tumbas	153
Figura 36 Señalización turística interna: Ruta B - Pinturas Rupestres	154
Figura 37 Ruta A - Cataratas de Tecsecocha	155
Figura 38 Talleres de Artesanía	156
Figura 39 Señales Informativas por zonas	157
Figura 40 Señales Informativas por zonas	158
Figura 41 Señales turísticas: zonas de descanso	159
Figura 42 Señales turísticas: servicios higiénicos	160
Figura 43 Señales turísticas: parador turístico	161

ASPECTOS GENERALES

1. ÁREA PROBLEMÁTICA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La actividad turística es uno de los segmentos que contribuye al crecimiento y economía de varios países a nivel mundial, constituyéndose como uno de los pilares económicos más relevantes dentro de cada PBI de cada país donde se desenvuelve el turismo en todas sus formas.

El desarrollo de las prácticas turísticas tiende a cuestionar el conflicto entre destinos turísticos y no turísticos. Algunos sitios turísticos se convierten en destinos comunes y algunos lugares comunes se convierten en destinos turísticos. Así se convierten ciertas estaciones turísticas en lugares de gran atracción para el turista

Hablar de servicio turístico conlleva a asimilar y comprender que primeramente tienen un contenido físico limitado y que solamente se valora si es bueno o malo se orienta principalmente en el servicio propiamente dicho que se recibió. En la actualidad el turismo sigue evolucionando gracias a través de los medios de comunicación como son el internet y ahora las redes sociales, hoy por hoy el cliente puede interactuar con facilidad con las prestaciones que puede contar un hotel, medios de transporte y restaurantes turísticos, es aquí donde vemos que se pueden considerar el aspecto físico que conlleva, pero siempre será lo más relevante el servicio propiamente dicho que brindan las empresas turísticas

Según Orus (2021) hace referencia que en, según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2020), se empadronaron cerca de 400 millones de llegadas de visitantes extranjeros en todo el mundo, una caída significativa respecto al año anterior a consecuencia a las limitaciones puestas en la epidemia del coronavirus "COVID-19". Así también, la relevancia mundial del sector continua en su inefabilidad.

La industria del turismo también crea “directa e indirectamente más de 270 millones” de ubicaciones laborales. También, como anunció el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), contribuyó con más de 4,5 billones de dólares al P.I.B. mundial del anterior año. Los hoteles, las respectivas agencias de viajes, el transporte de viajeros y las actividades del sector de la inactividad atraen, en general, un importante capital público y privado.

La actividad turística en estos tiempos es considerada es uno de las fuentes de crecimiento económico para varios países eminentemente turísticos, así como también podemos decir que es una manifestación de transformación y desarrollo, más tangible en este proceso a escala global, los signos que muestran tales cambios notables tienen lugar de todos los campos. Y las partes territoriales de la globalización de la economía turística, el enfoque remoto, la nueva transmisión de los métodos, así como la gestión de la información y el turismo, también son competitivos en toda la escala del objetivo. La estabilidad ambiental y la autenticidad cultural como el nuevo elemento principal del programa de turismo, son áreas administrativas y públicas en las que la sociedad civil y el desperdicio y el desarrollo de las actividades viajan en el acto, independientemente de estos ciudadanos.

El rubro de la actividad turística es ahora una de las acciones de la economía y cultura están los más fundamentales que una nación o región suele esperar. El turismo engloba todas las actividades relacionadas con conocer y disfrutar de zonas y espacios vírgenes. Hay muchas variaciones de turismo porque habiendo distinto formas de turismo. “Turismo cultural, aventura”, ocio y relax. Así mismo, existen diversos individuos que practican diversos tipos de turismo, desde jóvenes, familias, personas mayores, parejas, amigos.

Individualmente de las posibles variaciones de la actividad turística, la








relevancia de esta acción se sostiene sobre dos columnas fundamentales. El primero tiene relación con la acción y dinamización de la economía que genera en las regiones específicas donde se desarrolla. Así, todas las naciones y regiones del globo se involucran en el rubro turismo como una acción económica separada que origina puestos de trabajo, obras de edificación, crecimiento de instalaciones de restauración y hotelería, desarrollo de las rutas aéreas, terrestres y marítimas, etc. Claramente, hay regiones en el mundo que se ubican como los destinos turísticos más fundamentales o dinámicos y otras que no. Esto tiene que ver con que los países puedan dedicarse a esta actividad y brindar más oportunidades a los visitantes.

Particularmente de las posibles variaciones de la actividad turística, la envergadura de esta acción se sostiene que la actividad y dinamización de la economía que origina en las regiones específicas donde se desarrolla dicha actividad. Así, todos los países y continentes del globo se involucran en la actividad turística como acción económica separada generadora de trabajo, proyectos de infraestructuras y edificación de instalaciones de restauración y hotelería, desarrollo de las rutas aéreas, terrestres y marítimas, etc. Claramente, existen lugares en el planeta que están consideradas como las atracciones turísticas más importantes o dinámicas y otras que no lo son. Esto tiene que ver con que los países presten atención a esta actividad y brinden más oportunidades a los visitantes.

Actualmente el consumidor turista ya sea extranjero o nacional, cuenta con una variada oferta de destinos y de información actualizada que recibe por medio de una diversidad de medios de comunicación, especialmente las redes sociales, que se han vuelto más racionales, “apreciamos las diferentes opciones existentes y prestamos atención a aquellas que satisfacen nuestras necesidades y ofrecen un mejor valor”. del producto turístico, sino también de muchos factores relacionados con las

actividades turísticas.

Figura 1 Satisfacción General con respecto a los servicios turísticos en Cusco

NIVEL DE USO (%)		SERVICIOS TURÍSTICOS EN GENERAL	Total	Nacionales	Extranjeros
			81,2	78,6	82,7
	94,7%	Restaurantes	84,6	81,1	86,6
	21,4%	Lugares de diversión nocturna	83,1	80,5	84,9
	66,6%	Lugares / tiendas para realizar compras / shopping	82,1	80,6	83,0
	90,0%	Alojamiento pagado	81,0	77,4	82,9
	57,2%	Agencia de turismo / viajes	77,8	71,1	80,2
	27,7%	Empresa de transporte terrestre interprovincial para llegar a Cusco	72,7	71,4	74,0
	71,4%	Línea aérea para llegar a Cusco	72,7	70,2	74,0

Fuente: Dirección General de investigación y Estudios sobre Turismo y Atesanía, 2018

Como podemos apreciar en la Figura N°02 el servicio de restaurante es el que más satisface a los turistas extranjeros con un 82.7%, y a los turistas nacionales en un 81.1% de satisfacción.

Cuando se trata sobre el tema del acondicionamiento turístico en sí, se necesita una larga lista de expertos con amplios conocimientos y años de experiencia. Es así que distintas intervenciones requieren especialistas de distintas disciplinas, desde la construcción hasta la ejecución, pasando por ingenieros civiles, sanitarios, eléctricos, económicos, industriales o del terreno. Arquitecto y curador. arqueólogos, antropólogos, biólogos, licenciados en las carreras de economía, turismo, administración, medio ambiente y archivo. redactor y asistente.

Según (Paladines, Suárez, & Capa, 2020) indican que la satisfacción del turista surge de la suma de muchos factores. Se identifican cinco extensiones de la calidad de la prestación según el patrón de calidad de la prestación de Parasuraman, et al. (1985). Los elementos concretos son el fin, la competencia de solución, la seguridad

y la afinidad. Todas estas dimensiones, salvo algunas, dependen directa o indirectamente de la persona que presta el servicio. Por ello, el factor humano es un factor central y determinante en el nivel de la calidad de servicios brindados, y su desempeño y actitudes dependen decisivamente de cómo se sientan los empleados en el trabajo.

Es importante conocer y llenar las expectativas del turista para que su viaje sea placentero, cubierto de buenos recuerdos; dicho esto la satisfacción del turista que va a estar medido va a estar en función a todos los servicios recibida en los diferentes espacios donde interactúe ya sea en la recepción y alojamiento de un hotel, en la limpieza del transporte, en la seguridad por donde transite y orden en la ciudad que visito. Es por ello que el presente estudio de indagación trata sobre la manera de adecuación de los servicios brindados a los turistas en el distrito de Ccorca y como se podría mejorar articular los productos o servicios turísticos, para así llenar las expectativas del turista que visita, particularmente en la zona donde se aprecia los recursos naturales como son los farallones y los acantilados de Tecsecocha que es su principal atractivo turístico.

El distrito de Ccorca se encuentra a unas tres horas y media de la ciudad del Cusco, es este de los sitios más alejados de nuestra ciudad, pero cuenta distintos atractivos culturales como los que destacan y comprende un tramo del Qhapaq Ñan se que encuentra bien conservado, así como también hermosos paisajes naturales en las afueras de la zona poblada; después tenemos los farallones de Tecsecocha que es un recurso natural impresionante, además las pinturas rupestres del hombre de Ccorca, el famoso Apu Mama Simona y entre otros paisajes ecológicos excelentes para realizar turismo vivencial.

Para resumir la problemática descrita líneas arriba es que vemos la necesidad

de articular varios servicios turísticos existentes, resaltar y valorar sus recursos naturales y paisajísticos conjuntamente implementar, mejorar y capacitar los servicios turísticos como serian alojamiento, restaurantes turísticos, seguridad y servicios de transporte para que a futuro se incremente la satisfacción del turista que visita la zona, porque nos preguntamos ¿Qué servicios turísticos serán necesarios implementar y articular para generar un nivel alto de satisfacción para el turista que visita los atractivos naturales del distrito de Ccorca?

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema General

¿De qué manera el acondicionamiento de los servicios turísticos en los atractivos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha en el distrito de Ccorca-Cusco, incrementará el nivel de satisfacción de los turistas que lo visitan?

1.2.2. Problemas Específicos

- a) ¿Cuál es la Situación Actual de los servicios turísticos en el distrito de Ccorca-2022?
- b) ¿Con que Infraestructura turística básica cuenta los atractivos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha en el Distrito de Ccorca-2022?
- c) ¿Cuáles son las instalaciones turísticas que tiene los atractivos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha en el Distrito de Ccorca-2022?
- d) ¿Cuál es el Nivel de Satisfacción de los turistas que hacen uso de los servicios turísticos en los atractivos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha en el Distrito de Ccorca-2022?

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Objetivo General

Elaborar una propuesta de acondicionamiento de los servicios turísticos para

incrementar el Nivel de Satisfacción de los Turistas para los atractivos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha en el distrito de Ccorca-Cusco, 2022.

1.3.2. Objetivos Específicos

- a) Identificar la situación actual de los Servicios Turísticos en el distrito de Ccorca-2022.
- b) Identificar la infraestructura turística básica con la que cuenta los atractivos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha en el Distrito de Ccorca-2022.
- c) Identificar las instalaciones turísticas que tiene los atractivos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha en el Distrito de Ccorca-2022.
- d) Determinar el nivel de satisfacción de los turistas que hacen uso de los servicios turísticos en los atractivos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha en el Distrito de Ccorca-2022.

1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. Justificación Social

La actual tesis de indagación mejorara el incremento del flujo turístico en el distrito de Ccorca, y su vez ingresos económicos mediante la articulación de pequeñas empresas de servicio en alojamiento, restaurantes y souvenirs, de esta manera se beneficiarían directamente con la actividad turística.

1.4.2. Justificación Práctica

La finalidad práctica brindara mayores herramientas sobre servicios turísticos para un incremento en la “satisfacción total del turista nacional y extranjero” mediante la implementación de nuevos servicios y capacitación de los servidores en atención al cliente en el distrito de Ccorca y en segundo lugar el progreso de la cualidad de su forma de vivir de la población del distrito de Ccorca con el turismo receptivo y de

aventura

1.4.3. Justificación teórica

En una primera instancia dicho trabajo de investigación brindara aportes en la parte teórica, en cuanto permitirá a futuras investigaciones relacionadas primero con el acondicionamiento de las prestaciones turísticas y la satisfacción del visitantes extranjero que visitan los atractivos naturales para incrementar los niveles de satisfacción por qué no los recursos culturales de un distrito, y además pondrá bases para tener una población más consciente y sensibilizada en cuanto al cuidado del medio ambiente.

1.5. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Las restricciones que se expusieron en el avance del proyecto de indagación están representadas por los consiguientes:

- Pocos estudios realizados sobre el distrito de Ccorca
- Limitado acceso a los datos generales del distrito
- Logística y tiempo insuficiente para desarrollar a profundidad el trabajo de investigación

1.6. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1. Delimitación Temporal

El actual trabajo de indagación se desarrolló en el año 2022, en el marco de la post pandemia y de la reactivación económica

1.6.2. Delimitación Espacial

La actual indagación que se realizó en los atractivos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha ubicados en el “Distrito de Ccorca”, Provincia de Cusco.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

2.1.1. *Antecedentes Internacionales*

Criollo (2019) en su indagación “Estudios del perfil y Satisfacción del turista de las cascadas del cantón Rumiñahui Provincia de Pichincha”, presentado ante la Universidad Central del Ecuador – Ecuador.

Conclusiones:

- Como resultado de esta investigación, una de las relevantes características del perfil de los visitantes de las cascadas de Luminai es que en su mayoría son jóvenes estudiantes entre 16 y 25 años y solteros acompañados de amigos o familiares, se concluyó que La persona promedio cuesta entre \$4 y \$20 buscar este tipo de atracción natural para efectuar actividades de carácter emocional como alternativas para recuperarse de la vida diaria, o para la salud física y mental. Quienes buscan el bienestar. Luego de identificar las principales características del perfil del visitante, cabe mencionar que este grupo prefiere recibir información sobre cascadas por recomendación de amigos y familiares y viajar en transporte privado.
- En resumen, la satisfacción general con la experiencia fue buena, pero hay algunas desventajas a mejorar: Sin embargo, los visitantes dicen que les gusta el hermoso paisaje del lugar y que volverán y recomendarán la cascada de Guangdong.
- En cuanto al comportamiento ambiental, la población encuestada expresó su preocupación por las preocupaciones ambientales, y si bien el comportamiento hacia el entorno natural fue en su mayoría apropiado para el sitio, el aporte de los visitantes sobre la aplicación de medidas contra la degradación ambiental

fue necesario y suficientemente efectivo. Sanciones para quienes destruyan el medio ambiente.

Villalva (2018) en su investigación “Estudio del Nivel de Satisfacción de “La Perla Guayaquil para Potencializar ” cómo Atractivos Turísticos por medio de la utilización de la Web 2.0”, presentado ante la Universidad de Guayaquil – Ecuador.

Conclusiones:

- Una encuesta realizada mostró que los atractivos turísticos necesitan más información acerca de los requerimientos de sus usuarios para mejorar sus servicios y alejar a los consumidores de turismo de La Perla.
- Con fines de prosperidad de nuestros servicios y hacer más cómoda la estadía del visitante en nuestro atractivo turístico, necesitamos recabar toda la data a cerca de los requerimientos y experiencias de los visitantes en "La Perla" a través de nuestro sitio web.

Contreras (2021) en su investigación Calidad percibida de la prestación, Satisfacción e Intención de revisita del visitante en destinos turísticos de Boyacá, Colombia, presentado ante el Universidad Escuela de Administración de Negocios – Colombia.

Conclusiones

- Este estudio buscó evaluar la vinculación entre la eficacia del servicio percibida a nivel de destino y la satisfacción y las intenciones de retorno, y tener en cuenta las consecuencias personas del sexo y las edades en estas vinculaciones.
- Una revisión bibliográfica realizada mostró que la calidad de servicio percibida (CPSD) en destinos turísticos con características urbanas y de montaña se define como la evaluación del desempeño de las prestaciones recibidos por los visitantes a lo largo su estancia en un determinado destino turístico.

componente multidimensional. Cada nivel de esa propiedad o dimensión. Destino significa una entidad territorial que presenta y tiene límites físicos y administrativos para la profesión del viajero, su gestión, compuesta por una combinación o fusión de productos de viaje que brindan al viajero una experiencia integrada.

- Con esto en mente, se identificaron los siguientes aspectos para evaluar el CPSD. Se asume que estas dimensiones son los componentes básicos del CPSD como estructuras multidimensionales de segundo orden que permiten la formulación de la Hipótesis 1. Además, este estudio encontró que el componente CPSD impactó positivamente en los otros dos componentes, satisfacción (SA) e intención de revisita (IR).

Gonzalez (2013) en su investigación La Satisfacción de los turistas como táctica de mejoras en el producto turístico del Pueblo Mágico de Tepotzotlan., Estado de México, presentado ante el Instituto Politécnico Nacional - Escuela Superior de Turismo - México.

Conclusiones

- La satisfacción es un factor fundamental considerando su impacto en el visitante ya sea de manera positiva a través de referencias o negativamente a través de mala publicidad o quejas. Además, varios países son responsables del rol de la satisfacción, y “México no es la excepción”, pues a nivel nacional muestra la necesidad de desarrollar nuevas herramientas para evaluar esta variable a nivel local, especialmente para las ciudades mágicas. Debido a la baja implementación de evaluaciones, Tepotzotlán no cuenta con elementos específicos para promover actividades oficiales sobre herramientas de evaluación de productos y servicios.

- Esta indagación permite orientar las inversiones turísticas hacia planes que promuevan la satisfacción del visitante, el desarrollo de nuevas ofertas turísticas y la mejora de los bienes existentes. Algunos de los resultados obtenidos confirman que los visitantes pasan poco tiempo en Tepetzotlano, con un tiempo promedio reportado de 4.16 horas, lo que refleja la falta de actividades que se ofrecen a los visitantes.

Pineda & Ramírez (2017) en su investigación Medición de la prestación y cuidado al turista de los prestamistas de los servicios turísticos de la municipalidad de Restrepo, Meta. - Colombia, Universidad de los Llanos-Colombia, indicaron que los temas que necesitaban más información y confirmación eran el servicio y algunas cuestiones sobre las que había poca comprensión, como la relación calidad-precio de la oferta con una calificación más baja de servicio personalizado. Se pudo observar que los clientes sienten aún más el esfuerzo de los socios por brindar un buen servicio, dejando de lado de la prestación como factor clave en este rubro de mercado.

Conclusiones

- Los emprendedores sub estiman las habilidades de sus empleados en nombre del buen servicio y la buena atención, es decir. no son conscientes de las habilidades y capacidades de sus empleados.
- Se notó los escasos de tecnologías del conocimiento como sitios de internet y “marketing digital”, que son tácticas con el propósito de incrementar la fidelidad del demandante y las interacciones frecuentes.
- También se realizó la medición de la atención al usuario de las organizaciones que brindan la prestación turística de la ciudad de Ccorca para saber qué relevancia le brinda el turista a la prestación, por lo tanto, las empresas tenían una menor participación de ese factor al momento de la evaluación. y por lo

tanto es fundamental continuar mejorando la industria para educarla y actualizarla sobre los diferentes consumidores y expectativas de servicio al cliente.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Nakano (2019) en su averiguación preparación, del servicio turístico para aumentar el nivel de Satisfacción de los visitantes del complejo arqueológico de Tucume para conseguir el título profesional de Licenciados en Turismo y Negocios, presentado ante el Universidad Señor de Sipán – Pimentel.

Conclusiones

- Manifestaron que de acuerdo a un estudio de la condición real de las prestaciones turísticos en el “complejo arqueológico de Túcume”, se encontró donde algunos de ellos se tienen algo deteriorados y en algunos ejemplos irrelevantes.
- En cuanto a la complacencia de los visitantes que conocen el complejo Arqueológico de Tucume., es consecuentemente bajo, ya que la gran parte de los entrevistados no desea volver a recomendar ni arribar otra vez.
- Las tácticas condicionales determinadas corresponden al mejoramiento de la cualidad de la prestación en cuanto a atención al turista, servicio de entretenimiento, guías, gestión de residuos sólidos y mantenimiento del punto de salida.

Maza (2021) en su investigación acondicionamiento turístico para la mejora de las prestaciones Turísticos-Públicos del camino del Complejo Arqueológico Huacas Chotunas- Chornancap, Lambayeque”, presentado ante el Universidad Católica Santos Toribio de Mogrovejo – Chiclayo.

Conclusiones

- Reconocieron que poner en marcha este plan de inversión permitirá dar una oferta turística de mayor calidad, de manera que los visitantes estén más satisfechos cuando visiten el destino turístico, haciendo más accesibles los recursos.
- Para lograr los fines establecidos se optó por una única opción de solución, que forma una combinación perfecta de actividades que conducen a la adecuación del camino establecido para los turistas para mejorar el crecimiento turístico. destino turístico y llamar la suficiente atención al visitante.
- Se toma en cuenta que el diseño del plan muestra las situaciones del beneficio social, además es sustentable a largo plazo y cumple con la política y normativa nacional.

(Luna, 2019) en su investigación satisfacción del turista y su vínculo con las mejores prácticas en el turismo en clientes de IKARO-EIRL, Tarapoto, 2018, presentado ante el universidad-Cesar Vallejo – Lima, donde llegaron a las siguientes conclusiones:

Conclusiones

- Encontraron que hay una vinculación entre la “satisfacción y las buenas prácticas” turísticas en IKARO EIRL en el año 2,018. Los factores se relacionan según el examen Chi-Cuadrado de Pearson (χ^2), dicho producto muestra que χ^2 determinado como (12.63) > χ^2 como Tabla (9,49) , que se encuentra en la región donde se desmiente a la hipótesis contradictoria (H_0) Dicho producto muestra la relación entre ambos factores expuestos que la empresa debe manejar en conjunto.
- La satisfacción del cliente turista de la organización IKARO EIRL fue de 7% “baja”, 60% “media” y 33% “alta”. Una puntuación que indica un nivel aceptable

de Satisfacción y un nivel del Insatisfacción de una sola unidad de calculo que también está bajo el control de la empresa.

- El grado de buenas prácticas turísticas IKARO EIRL. -el nivel medio de la empresa en 2018 es de 10,63% y el nivel alto es de 27%. Este resultado muestra que la empresa necesita invertir aún más en mejorar sus procesos de mejores prácticas, ya que está fuertemente enfocada en el nivel promedio del 63%.

Pérez (2017) en su indagación Nivel de Satisfacción del turista nacional que Visitan el Distrito de Cajamarca-2017, presentado ante el Universidad Nacional de Cajamarca- Cajamarca.

Conclusiones:

- Atraer y retener una determinada cantidad de visitantes a un lugar final de descanso, va de la mano del cumplimiento de la expectativa que se ofresca. La plena satisfacción del visitante puede traer muchos beneficios al turismo y a la ciudad, de qué manera incrementar la posibilidad de que a población repita su visita, recomiende el destino a sus amigos o promueva el lugar de manera positiva. Además, con base en estas percepciones, se puede argumentar que la satisfacción general de los visitantes locales y nacionales que visitaron “Cajamarca” fue buena (69%), aunque a pesar de los problemas con diversos servicios turísticos, la consideran una zona con una naturaleza y conservación inigualables. área riqueza cultural y una población amable y confiable, pero su satisfacción fue regular para ellos (23%) porque no lleno con sus aspiraciones y también indican que podemos ser un sitio final con gran cantidad de turistas. Sí, sus prestaciones mejorarán y las ofertas turísticas sería diversa, al final solo uno (7%) demostró que el sitio turístico donde Cajamarca, cubrió con todas las

perspectivas trazadas, caracterizándolo como excelente.

- El perfil de un visitante que conoce “Cajamarca” tiene la siguiente información: el 53,2% son hombres y el 46.8%, de los cuales del 45% tiene entre 18 y 25años, el 35% local entre 26 y 40años, el 19%” entre 41 y 60años.
- La gran parte de los viajeros (44%) dijeron que planeaban viajes con sus esposas (14%), especialmente por motivos de estudio o negocios (26%). Los que vacacionaron en familia (10%) visitaron Cajamarca con amigos y solo uno (6%) viajó solo con niños.
- Las fundamentales prestaciones turísticas que necesitan los visitantes que conocen Cajamarca se basan:
 - Atractivos Turísticos, Es todo sitio, destino o evento de beneficio turístico que cuenta con medios natural y cultural anticipadamente designados para el crecimiento de actividades turísticas.
 - Las Plantas Turísticas altamente calificada, que se incluye en hoteles, restaurantes, agencias de viaje, transporte, centros de diversión, etc.
 - El Servicio Complementario, se trata de intereses en los que el Estado interviene más directamente, como la salud, el deporte, etc. también de los recursos de comunicación, banca, etc.
 - Por último, el papel de las entidades cajamarquinas que actúan en el sector turístico (DIRCETUR, POLTUR, DIGESA, etc.) en la supervisión de las prestaciones turísticas que brinda el rubro privado es formal, pues de acuerdo a los estudios realizados, los propios turistas clasifican. El servicio es regular debido a algunas dificultades que experimentan, sobre todo a pesar de que las normas cuentan con autoridades competentes en materia de atención al público y sanitaria, estos aspectos no realizan constantes y reiteradas

inspecciones para que esta situación pueda revertirse, tampoco contribuye mucho a mejorar el servicio y la calidad. Los servicios que brindan a los diversos sitios turísticos de Cajamarca, ya pesar del valioso potencial turístico, especialmente en nuestra provincia, poco hay que preocuparse por diversificar la oferta turística existente

2.1.3. Antecedentes Locales

Condori (2020) en su investigación Diagnostico de prestaciones turísticas en el Distrito de Pitumarca -Cusco 2020, presentado ante el Universidad Andina del Cusco – Cusco.

Conclusiones:

- Se ha establecido que los servicios que se ofrecen actualmente son insuficientes para las actividades turísticas, debido a que el espacio físico así como de institución privada y pública no es suficiente para realizar las actividades, lo que imposibilita el turismo y el desarrollo económico, considerando que la región cuenta con suficientes recursos, por ejemplo. “Cerro Ausangate, Cerro Vinicunca, Cañón de Ananiso, Glaciares Quelccaya”.
- Se constató que las prestaciones públicas de turismo del “distrito de Pitumarca” tienen edificaciones físicas inseguras en diferentes puntos de los recursos/atractivos, lo que genera insatisfacción e inseguridad en el visitante, considerando que el clima es diferente en los diferentes atractivos y esto es necesario para asegurar el bienestar de los que viajan. el visitante tiene opciones de diversos servicios. Por lo tanto, el 36% de estos servicios deficientes son deficientes en los resultados de la encuesta.
- En cuanto a las situaciones en las que se encuentran actualmente las prestaciones privadas, se puede mencionar que estos servicios son

incompletos, no se consideran protocolos de servicio en relación a las edificaciones físicas insuficientes, tienen poca información y tecnología en la atención al usuario, no están clasificados, por lo que es imposible realizar actividades que impliquen largas pernoctaciones debido a los malos servicios.

Huillca (2020) en su investigación Evaluación de la satisfacción de Turistas internacionales en la Ciudad del Cusco por medio del estudio factorial - 2018, expuesto ante el Universidad Andina del Cusco - Cusco.

Conclusiones

- Encontraron que de acuerdo al análisis factorial el 33.1 por ciento de los turistas están satisfechos con las prestaciones turísticas en el distrito del Cusco, el 27,9 por ciento están totalmente satisfechos y por otro lado el 10,2 por ciento de los visitantes no están plenamente contentos con el turismo. servicios desde Cuzco.
- El 22,9% de los turistas está satisfecho con la atención del hotel, el 38,3% está completamente satisfecho y el 23,4% está insatisfecho. El 70,6% está satisfecho con el servicio de restaurante y el 9,1% está insatisfecho, el 34,3% está satisfecho con el servicio de transporte y el 33,8% está satisfecho. El 72,9% está satisfecho con el servicio de la agencia de viajes y el 14% está insatisfecho. El 61,5% de los visitantes está satisfecho con el servicio de guía turístico y el 24,2% no está satisfecho.
- Resultó que el 51,5% y el 25,3% de los turistas no están satisfechos con los servicios de los lugares de entretenimiento. El 61,7% de la información turística está satisfecho con el servicio del museo y el 22,1% no está satisfecho, el 70,3% de los visitantes está satisfecho y el 17,8% no. El 77,3% de los sitios arqueológicos están satisfechos, mientras que el 13,1% no lo están.

- El 59,2% de la satisfacción del turista está relacionado con las prestaciones de restauración, “museos”, agencias de viaje, lugares arqueológicos y prestaciones de hospedaje por orden de importancia. Y en un 40.8 por ciento, en posición de relevancia, se refiere a guías turísticas, lugares de entretenimiento, informes del turismo y finalmente prestación de transporte.

Ccuno & Flores (2021) en su investigación Oferta de presentaciones Cultural y la satisfacción de turistas en el centro histórico de la ciudad de Cusco, periodo 2019, presentado ante el “Universidad nacional de San Antonio Abad del Cusco” – Cusco, donde llegaron a las siguientes conclusiones:

Conclusiones

- Determinaron que La oferta de presentaciones culturales tiene un impacto significativo en la satisfacción de los visitantes que conocen el “centro histórico del Cusco”, debido a que los productos reflejan una alta correlación entre los factores de la venta de momentos festivos y la comodidad del turista, con un grado “p-value” de significado. De 0.000., por debajo a 0,05 y el Coeficiente de Spearman de 0.467 próximo a 01 y positivos. Es decir, a una alta oferta de eventos culturales, como música y danza en el centro Histórico de la Ciudad del Cusco, se tendrá mayor cantidad de turistas satisfechos.
- El centro histórico de la ciudad del Cusco ofrece actividades culturales que actualmente no son apreciadas por los cusqueños. Del total de turistas encuestados, el 53% afirmó que es regular, pues al 50% de los turistas encuestados les falta comunicación, innovación y originalidad en la música que disfrutan, mientras que el 62% de los bailes cusqueños piensan regularmente. Los turistas pierden la originalidad del baile por no contar con el vestuario adecuado.

- Existe bajo grado de Satisfacción de los visitantes que conocen el lugar mencionado. Del total de turistas encuestados el 51% indica que la experiencia de la satisfacción es mala, debido a los factores como los componentes concretos, confidencialidad, aforo de contestación, seguro y empatico que no se desarrollan adecuadamente en favor del turista. El 44% indica la infraestructura física y la falta de mantenimiento son pésimos, ahora el 68% indica que la seguridad es regular.

3. BASES TEÓRICAS

3.1. ACONDICIONAMIENTOS DE LOS SERVICIOS TURÍSTICO

Al respecto MINCETUR (2011), indica que el acondicionamiento turístico como una tarea con métodos encaminada a amoldar la infraestructura y/o los servicios turísticos a un espacio adecuado mediante su implementación, mejora, ampliación o restauración con la finalidad de brindar al visitante una propuesta turística adecuada.

3.2. TIPOS DE SERVICIOS TURÍSTICOS

3.2.1. Servicios de alojamiento

Según CEUPE (2022) indican que alojamiento temporal para turistas. El alojamiento representa como un lugar de descanso, refugio y llegada para aquellos que visitan un lugar atractivo.

Asimismo, este beneficio incluye otros servicios acompañantes como son: habitación donde se puede consumir alimentos, bebidas, etc. Denominado lugar de diversión.

Las instalaciones que ofrecen varían en eficacia y establecimiento:

A. Establecimientos según la calidad:

- Hotel de 01 estrella.
- Hotel de 02 estrellas.
- Hotel de 03 estrellas.
- Hotel de 04 estrellas.
- Hotel de 05 estrellas.

B. Establecimientos según su ubicación:

- Alojamiento urbano: Están ubicados en áreas urbanas (reunión de personas y expansión de infraestructura).

- Posadas oriundos: Están ubicados en lugares donde predomina lo natural en la zona (playas, montañas, bosques o ciudades).

3.2.2. Servicios de transporte

Son servicios contratados por los turistas para trasladarlos, incluidos equipajes y mercancías, de un lugar a otro. La mayoría de los destinos turísticos ofrecen servicios de viaje para satisfacer las necesidades de ubicación y entretenimiento de los viajeros.

Hay 3 tipologías de traslado:

- Transportes terrestres: tren, autobús, moto, bicicleta, coche.
- Transportes aéreos: Aviones (pequeño o privado), helicóptero o teleférico (teleférico, telesilla, funicular).
- Transportes acuáticos: Crucero, transbordadores, yates, veleros, lanchas a motor, canoas, botes inflables, lanchas rápidas.

3.2.3. Servicios de guía turística

Estas prestaciones se relacionan a las orientaciones que reciben los visitantes por parte de los guías turísticos que logren beneficiarse lo más que se pueda las virtudes que cuenta un lugar en específico.

Es decir, son las formas de brindar información, consejos que son recibidos por los turistas para conocer más sobre el lugar en el que se encuentran y navegar con seguridad de la mano de los expertos encargados de llevar a los turistas a las mejores zonas del sitio. El objetivo primordial es proporcionar al turista una experiencia cómoda, segura y rentable. Como tal, es un servicio que muchos consideran al momento de llegar a un lugar.

3.2.4. Servicios de animación turística

Son acciones realizadas por animadores turísticos de forma individual o grupal

para entretener a los turistas, fomentar la participación y hacer más agradable el tiempo de vacacione.

Además, estos entretenimientos turísticos se adaptan al perfil de cada turista, incluyendo la edad, el género y la personalidad para que puedan disfrutarlo al máximo. Además, las actividades varían según la ubicación, como piscinas, cruceros, hoteles, playas y montañas.

3.3. IMPORTANCIA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

Las prestaciones turísticas son fundamentales para cumplir con las necesidades y expectativas elementales de los visitantes, como un hospedaje, alimentación, movilidad y orientación. Además, la provisión de suplementos que no siempre son necesarios. B. Entretenimiento para los turistas, pero un servicio muy demandado, que hace más atractivo y atractivo el destino.

Es una prestación que los turistas buscan cada vez más por los beneficios que ofrece, pues la garantía de unas buenas vacaciones ha aumentado significativamente

Por lo tanto, uno de los temas examinados en esta guía es la visualización del punto de vista del turista. Aquí, hemos analizado en detalle 13 prestaciones que tienen que exponerse adecuadamente en dichos atractivos para el turismo que tienen que satisfacer las demandas del cliente.

- **Señalizaciones:** Dicha atracción tendrá que contar con señalización segura orientada al visitante desde la entrada de la atracción, entre tramos que contengan recorridos internos, informando a los visitantes sobre los medios turísticos que alberga, las prestaciones que ofrece y las posibles acciones. desarrollo.
- **Interpretación del patrimonio:** Cada atractivo turístico utiliza el asesoramiento externo de expertos para identificar los recursos clave a interpretar, teniendo

en cuenta las iniciativas propuestas por la dirección y utilizando las herramientas disponibles para este fin y dispone de tácticas para opinión del recurso existente. Use paneles separados ubicados analógicamente en el mismo contexto o use ubicaciones interpretativas en relación con el número y los segmentos de visitantes.

- **Guías Locales:** Dicho atracción debe estar equipada con un número determinado de guías de calidad asociadas a los servicios de presentación de recursos humanos, determinación, control de lenguas extranjeras y llamadas. De igual forma, la Dirección de Atracciones tiene que proporcionar un sistema de formación y actualización de este personal.
- **Espectáculo:** Aquí nos referimos a las formas apropiadas en que las actividades artísticas musicales, de danza o teatrales continúan ocurriendo en las atracciones de CTN para representar la riqueza educativa del lugar que guarda la atracción. De igual forma, las zonas dejadas para estas acciones deben analizarse en la práctica, tomando en consideración que se tratan de áreas abiertas en el mismo sitio arqueológico que impidan el desgaste de las reliquias culturales y los inconvenientes de los visitantes.
- **Instalación:** Estos edificios deben implementarse al interior de los medios naturales o recurso cultural sin comprometer los paisajes, deben construirse utilizando materiales locales siempre que sea posible, deben estar en equilibrio con la naturaleza del lugar y, la simplicidad y la simplicidad del diseño. completamente mantenido
- **Senderos:** El servicio adecuado de los sistemas de senderos debe ser una prioridad al administrar las atracciones, especialmente si la caminata es de alguna dificultad. Diseñe los pasillos para que tengan suficiente espacio para

que dos personas se muevan, tengan áreas de reposo separadas para grupos y estén claramente marcados para que los turistas no puedan salir de estos pasillos.

- **Servicio higiénico:** Cada atracción debe proporcionar servicios sanitarios como parte de los servicios administrativos básicos asociados con la atracción. Estos pueden construirse por separado siempre que se asegure el correcto drenaje de las aguas residuales o se mantenga la armonía visual en relación con el ambiente y el valor monumental.
- **Manejo de residuos sólidos:** Los atractivos en sí generan diferentes residuos sólidos para las actividades turísticas. Por lo tanto, los sistemas de eliminación deben implementarse a través de un programa de gestión en torno a las tres 'R'.
- **Descanso:** Es necesaria una zona tranquila antes y durante los largos recorridos por el sitio a través del alojamiento y la perspectiva del turista. Estos espacios deben tener el tamaño y la comodidad que esperan los visitantes.
- **Tiendas:** Las tiendas que vendan artesanías locales de alta calidad, souvenirs o accesorios relacionados con el turismo deben ubicarse estratégicamente en las secciones de salida relacionadas con las atracciones y áreas.
- **Seguridad:** Las atracciones deben implementar técnicas efectivas de seguridad para los visitantes a fin de proporcionar una advertencia adecuada sobre los peligros potenciales en el sendero o para evitar riesgos innecesarios asociados con el almacenamiento estacional de artículos particulares.
- **Cafetería y venta de alimentos y bebidas:** Es imperativo que los servicios de alimentación y refrigerio se brinden dentro del atractivo y brinden productos de

calidad. Los concesionarios y sus meseros deben estar capacitados no solo en el manejo de alimentos, sino también en el entorno de las atracciones que atienden.

- **Punto de salida:** Se recomienda instalar la salida de la atracción por separado de la entrada. Esto enriquecerá la experiencia del turista, la cual debe estar ligada principalmente a los servicios de estacionamiento, acceso directo a los servicios de transporte, paneles de agradecimiento a los visitantes y posibles proyectos del lugar, motivación al regreso, voluntariado por parte de los turistas Información sobre donaciones. También recomendamos habilitar un stand de artesanías como centro de venta estratégico y como buzón de sugerencias y quejas.

Siguiendo a Boullón (2006) arriba, señaló que las fundamentales prestaciones turísticas que se les brinda a los visitantes extranjeros que están contenidos en un subsistema denominado 'Instalaciones Turísticas'. ser desarrollado. Esta instalación turística debe ser gestionada por una actividad pública o privada y consistir en establecimientos dedicados a la prestación de servicios básicos como alojamiento, restauración a través de la venta de alimentos y bebidas. Espectáculos y actividades de ocio con estructuras para evolucionar actividades puramente de carácter turístico como tiendas de souvenirs, mirador, posadas turísticas y rutas de senderismo. Otros servicios igualmente relacionados como interpretación con correcta información y señalización, servicios de guía, parking, vertederos, taquillas y casetas de seguridad.

3.4. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DE SERVICIOS

Según Iglesias Tovar (1998) “los mercados de prestaciones son aquellos en los que se brindan productos que en ese momento no se pueden tocar o disfrutar, por ejemplo una actividad, un transporte” (p.24).

En los mercados de servicios se realizan transacciones de bienes que son intrínsecamente intangible y se diferencia de los productos manufacturados no solo por sus características intangibles sino también por otras características que se detallan a continuación:

1. Naturaleza intangible. El servicio no se puede tocar. Es solo una experiencia.

Si te vas de viaje, puedes traer "recuerdos" y fotos. Pero al final, solo recupera las imágenes y los sentimientos que le dejó este viaje: sus propias vivencias.

2. No existe transferencia de la propiedad. Comprar un producto tangible como una computadora le da al comprador un control total sobre para qué se usa, dónde se coloca, cuándo y cómo se usa. Sin embargo, cuando compras un servicio, no adquieres la propiedad, sino su uso. Por ejemplo, cuando un cliente compra una habitación de hotel, está comprando el alquiler de esa habitación. Por supuesto, no tiene que traer su televisor o cama de hotel al día siguiente.

3. No se pueden almacenar. Si una organización que fabrica ropa excede su capacidad de producción, puede almacenarla en un solo lugar hasta que se vuelva a necesitar. Las organizaciones de prestaciones, por otro lado, no suelen guardar sus propios bienes. Si el autobús no vende todos los espacios, no tiene sentido dejar los asientos en el suelo cuando el viaje está a punto de comenzar.

Así que si no los vendes, los has perdido.

4. Las prestaciones se venden primero y después se producen y usan simultáneamente. Los bienes tangibles se fabrican, venden y consumen, mientras que los servicios normalmente se compran y consumen en el momento en que se fabrican. Si compras tu billete a través de una agencia de viajes, el servicio de transfer no se realizará hasta que subas al avión y

despegues, pero lo has pagado por adelantado.

5. **Las prestaciones no se llevan hasta los usuarios, sino los clientes al servicio.** Los bienes de consumo son distribuidos por empresas más cercanas al consumidor, mientras que los servicios requieren que los clientes viajen al sitio de fabricación para recibir el servicio. Por ejemplo, una fábrica de refrescos vende sus productos en quioscos, lo que facilita la compra, pero por el contrario, no se acerca a la Torre Eiffel. Tengo que ir a París para verlo.
6. **Las prestaciones no pueden devolverse una vez utilizados.** No hay forma de que se devuelva una noche en una habitación de hotel. Eventualmente recuperarás tu dinero. Alternativamente, puede comprar un televisor y devolverlo a la tienda si no funciona correctamente.
7. **La cualidad de la prestación depende, en parte, de la participación del cliente.** Debido a que el Servicio se brinda de persona a persona o, si eso no es posible, a través de instalaciones, maquinaria o equipo que debe utilizar, necesitamos su cooperación.
8. **Los servicios tienen mayores limitaciones de producción.** Las organizaciones de servicios tienden a limitar la producción ya que deben aumentar la estructura, el personal y las instalaciones en proporción a aumentos significativos en la actividad. Por ejemplo, un hotel tiene una cierta capacidad, por lo que solo puede alojar a un determinado número de clientes.
9. **Dificultad de estandarizar los servicios.** En la gran parte de los casos, la manufactura de bienes está estandarizada para que el trabajo sea rentable. Los clientes intervienen en la "producción" de los servicios, haciendo que cada servicio sea único y diferente de los demás.

Tabla 1 Diferencias entre productos tangibles y servicios

PRODUCTO TANGIBLE	SERVICIOS
Naturalezas tangibles	Naturalezas intangibles
Se traspa la propiedad del bien	No hay transferencia de propiedad solo uso
Se suelen almacenarse	No se puede almacenar, son perecederos.
Se manufacturan, venden e ingieren	Se venden primero y se producen y usan después
Los bienes se llevan hasta los clientes	Los usuarios se desplazan al lugar donde el servicio se presta
Se suelen devolver si su uso no es satisfactorio	No se pueden devolver
El usuario no puede ser parte en la calidad del producto	La calidad de la prestación está en función, en parte, de la participación del usuario.
Facilidad de homogeneizar la producción de bienes	Dificultad de estandarizar las prestaciones

Fuente: Servicios Turísticos (2019)

3.5. CULTURA DE SERVICIO

Esta cultura evidencia el servir y complacer a los clientes. Una cultura de prestación debe comenzar con la alta gerencia y trasladarse al resto de la fuerza laboral. Implica la convicción de que los clientes son lo primero. Una cultura de prestación empodera a los trabajadores para resolver las dificultades de los clientes. Esta cultura se sustenta en un mecanismo de recompensas fundamentado en la satisfacción del usuario. Es un proceso de moral y convicción en una empresa que promueve el concepto de que brindar una prestación de calidad a sus clientes es la principal preocupación de la empresa.

Los servicios tienen cuatro características: inviolabilidad, indivisibilidad, heterogeneidad y no permanencia.

Intangibilidad

Según Kotler (1997), a diferencia de los bienes, las prestaciones no suelen verse, degustarse, sentirse, oírse ni olerse antes de su compra. Por ejemplo, un hospedaje, no vende su habitación, sino que vende el derecho a su uso durante un tiempo determinado. Robert Lewis (Kotler, Bowen, Makens, 1989) “Quienes adquirieron el servicio pueden irse con las manos vacías, pero no con la cabeza vacía, sino con recuerdos para compartir con los demás” (p.82)

Para disminuir la incertidumbre/duda que generan los intangibles, los visitantes buscan evidencias tangibles que les den alcances y confianza en el servicio. Diversos aspectos tangibles indican la cualidad de la prestación intangible.

Inseparabilidad

El gran número de los servicios turísticos requieren la presencia tanto del proveedor del servicio como del turista para realizar la transacción. Los empleados que establecen contacto con los turistas forman parte del servicio final. Un restaurante puede servir buena comida, pero si los camareros muestran poco interés o brindan un servicio desatento, entonces la experiencia global dentro del restaurante no recibirá la mejor puntuación.

La inseparabilidad también significa que los turistas forman parte del servicio. Cuando vamos a cenar no estamos solos, sino que compartimos el restaurante con otros clientes que decidieron ir a comer, y ellos también forman parte de la experiencia de servicio.

Otro aspecto de la indivisibilidad es que los usuario y los trabajadores deben comprender el mecanismo de entrega de servicios, lo cual implica que ciertos servicios que brinda el hotel no están incluidos en la tarifa, sino que se deben abonarse aparte. Los turistas deben estar al tanto de aquellos servicios incluidos y

aquellos por los que deben pagar un costo extra, en caso de contratarlos. En este sentido, la labor de los empleados como encargados de hacerle llegar al turista dicha información es muy importante.

Heterogeneidad

Los servicios son diferentes, variables, debido a que la calidad de los prestadores turísticos se modifica en cuanto a ofrecimiento, espacio y tiempo. Existen varias causas de la heterogeneidad, las cuales limitan el control de la calidad:

1. Los servicios se producen y se consumen de manera simultánea.
2. Las exigencias de los productos fluctuante dificultan la entrega de bienes consistentes en tiempos de demanda excesiva.
3. Un alto nivel de relación con los que intermediarios de los bienes y los clientes finales que son turistas significa que la consistencia del producto depende de la habilidad y el buen desenvolvimiento de los que proveen en el momento del intercambio.

Tomemos como ejemplo un cliente que se aloja una noche y recibe un servicio excelente en el bar del restaurante del hotel, pero al concurrir al día siguiente para desayunar el mismo empleado le brinda un servicio mediocre, quizás por alguna eventualidad de carácter personal. Las heterogeneidades o falta de solidez en los productos turísticos es una de los fundamentales motivos de escasa satisfacción de los usuarios en la industria hotelera (KOTLER, BOWEN, MAKENS; 1997, p.83).

Carácter perecedero

El servicio no se puede guardar. Un bus de 60 asientos que vendió solo 40 asientos en su travesía no puede vender 80 asientos en su próximo viaje. La ganancia perdida por no vender los 20 asientos restantes no se recupera. Debido a su carácter efímero, algunos servicios pueden cobrar el derecho de reservaciones garantizadas

aun cuando no vayan a consumir el servicio. Por ejemplo, antes de alojarnos en un hotel nos piden un depósito previo de reserva en garantía, o también es el caso de aquellos restaurantes que empezaron con ausencias son una oportunidad de venta perdida, por lo que estamos comenzando a cobrar derechos a los clientes que no se presentan a una reserva.

3.6. ESTRATEGIAS DE DIRECCIÓN PARA LAS EMPRESAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Los profesionales del turismo deben tomar medidas para proporcionar pruebas que ayuden a los clientes potenciales a percibir los servicios como tangibles. Los materiales promocionales, las apariencias de los trabajadores y el entorno físico de la organización de las prestaciones que ayudan a que el servicio en si sea específico. Por ejemplo, los profesionales del turismo deben tomar medidas para proporcionar a los clientes potenciales pruebas que les ayuden a percibir un servicio como una habitación específica para huéspedes o un espacio de reunión.

El vendedor suele ser el primer punto de contacto del cliente potencial con la empresa. Un vendedor bien vestido que responde a las preguntas de manera profesional y rápida contribuye en gran medida a ayudar a los clientes a obtener una imagen a favor del hotel.

La evidencia física viene en muchas formas. Las servilletas envueltas alrededor de los vasos de la habitación sirven como un recordatorio para los huéspedes de que sus vasos están limpios. Toallas decorativas colgadas por un ama de llaves en una cama en una habitación de hotel o crucero para indicar que la habitación ha sido limpiada.

Todo en el negocio de la hospitalidad te dice algo. Alojarse en Ducal Suites ofrece un alojamiento seguro, limpio y cómodo a un precio asequible. Los huéspedes

no esperan porteros ni alojamiento lujoso, sino cosas sencillas como una recepción, un buen servicio y un vestíbulo con comodidades modestas.

Atuendo comercial

La industria de la hospitalidad se ha vuelto muy sensible a la imagen y apariencia visual general conocida como 'ropa de negocios'. Para competir con eficacia, el dueño de una empresa debe diseñar una prenda comercial efectiva y tener cuidado de no imitar el atuendo comercial de los competidores.

Alrededores físicos

La evidencia real mal manejada puede dañar la imagen de una empresa. Mensajes negativos transmitidos por evidencia real inapropiada, publicidades en letreros desactualizados, en mal estado, estacionamientos y jardines mal cuidados y llenos de basura, empleados desarreglados, etc. son señales envían mensajes negativos.

Se debe prever/diseñar/ejecutar un espacio físico para fortalecer que el producto se posea en la mentalidad del cliente. Los empleados de un hotel de lujo tienen que vestir ropa formal, los encargados de recreación de un hotel, por ejemplo, en Playa del Carmen, deben usar ropa deportiva cómoda. Las comunicaciones corporativas también necesitan fortalecer su posicionamiento. En conclusión, las empresas de servicios turísticos deben revisar todas las evidencias concretas para garantizar que cada una transmita la imagen deseada a sus clientes objetivo.

Destacar las ventajas de la no propiedad

Al captar la prestación, el usuario no es dueño del bien. falta de propiedad, como una de las características importantes del servicio, puede considerarse como una ventaja. Por ejemplo, las empresas se benefician de negociar contrato de alojamiento y contar con personal para el mantenimiento. Las ventajas de la no

propiedad incluyen el pago de las habitaciones solo cuando se usan, sin tener que mantener los apartamentos ni los servicios adicionales que estos generan.

Manejos de los trabajadores

En la industria hotelera, los trabajadores son una parte importante de los servicios turísticos y del marketing mix. Esto significa que las áreas de personal y marketing de una empresa deben trabajar en estrecha colaboración. Las organizaciones hoteleras tienen 2 clases de cliente: empleadores y empleados. La labor de entrenar e incentivar a los trabajadores para que brinden una buena prestación se llama marketing interno. Hoy en día, no es suficiente contar con un departamento de marketing tradicional dirigida hacia los clientes externos. Hoy el trabajo del departamento de marketing involucra el estímulo en el pensamiento que está orientado para el cliente en todos los trabajadores de la empresa.

Manejo del riesgo percibidos

Los usuarios compradores de bienes relacionados con la hostelería se sienten incómodos porque no conocen los productos de antemano. Supongamos que una vendedora es designada por su gerente de ventas para organizar una junta regional de ventas, y que ella nunca ha organizado una junta ni ha trabajado con los hoteles y sus salones, estará, por lo tanto, nerviosa y ansiosa debido a la responsabilidad que recae sobre ella. Si la reunión se lleva cabo adecuadamente, el gerente de ventas estará complacido con ella, de lo contrario, será quien deba asumir la culpa por la mala organización. La vendedora, en este caso, una empleada con una tarea asignada tiene que confiar en el vendedor del hotel. Los buenos vendedores de los hoteles disminuirán los temores del cliente, comentándole la cantidad de eventos que ya organizaron, mostrando fotos, testimonios de clientes, realizando un paseo en las instalaciones del hotel para ganar la confianza y reducir el temor de su cliente.

Una forma de reducir las preocupaciones de los clientes es alentarlos a probar los servicios del hotel en situaciones de bajo riesgo. Los hoteles y centros de recreación ofrecen viajes vivenciales conocidos como "FAM TOURS" del sector turismo. Los viajes previos reducen la intangibilidad de su producto al permitir que sus clientes de referencia sepan de antemano qué servicios se brindarán. El alto nivel de riesgo que perciben las personas al comprar productos relacionados con la hospitalidad aumenta su lealtad a las empresas que han entregado productos consistentes en el pasado.

Manejos de la capacidad y las demandas

La gestión de la capacidad y la demanda son funciones clave del marketing turístico, ya que los servicios son temporales. En primer lugar, el sistema operativo debe adaptarse para mantener el negocio funcionando al máximo de su capacidad. En segundo lugar, debe recordar que su objetivo es crear clientes satisfechos.

Por ejemplo, los días festivos como el Día del Padre, representan para los restaurantes las mayores oportunidades de ventas durante el año. Para aprovechar completamente esta oportunidad, los gerentes transforman el restaurante en buffet, en donde el cliente se sirve de acuerdo a sus gustos, los mozos solo se ocupan de proveerles la bebida y llevar la cuenta, lo cual efectiviza más la dinámica, da una mayor rotación de mesas, hace que se requiera menos personal y se aproveche el espacio de mejor manera.

Además, el hecho de que las fuentes de comidas que estén en "baño María" calentando de manera permanente la comida (con una rotación de aproximadamente 20 y 30 minutos por fuente), permiten tener una comida de muy buena calidad.

Cuando los hoteles o restaurantes operan en su máxima capacidad, es

probable que surjan problemas. Según Kothler (1997, p.90), Las investigaciones muestran que las quejas de los usuarios incrementan cuando los servicios públicos funcionan al 80 % o más de su capacidad. Un restaurante, por ejemplo, puede tener más clientes de los que su personal de servicio y cocina pueden atender, y esto da como resultado una experiencia negativa para los clientes. En consecuencia, es posible que estos no regresen y que hagan comentarios negativos sobre el restaurante a potenciales clientes. Equilibrar la demanda y la suficiencia es clave para ser exitoso en la industria hotelera.

Manejo de las consistencias

Este es uno de las variables de triunfo más relevantes de la empresa. El término "consistencia" significa que el cliente recibe el producto esperado sin sorpresas desagradables. En hotelería esto quiere indicar, por ejemplo, que una llamada para despertar solicitada a las 7:00 AM ocurrirá como se planeó y que el 'Coffe break' ordenado para las 3:00 PM para el descanso de la reunión estará servido.

La solidez parece una actividad lógica y manejable, pero, por el contrario, no es para nada simple, ya que existen muchos factores que intervienen en contra de ella. La política de la empresa puede no ser clara. Además, la metodología y la normativa en la empresa a menudo causan discrepancias en el servicio sin darse cuenta.

Por ejemplo, un cliente corporativo del Holiday Inn que ha organizado una conferencia exitosa para 100 personas, apreció el servicio del hotel y llamó dos años después para reservar el mismo lugar. El cliente había pagado todas las cuentas a tiempo y esperaba que el personal de ventas del hotel respondiera de la misma manera. En vez de eso, al cliente se le comunicó que era esencial que proporcionara una galanía financiera y avisar el número de habitaciones. El cliente explicó que dos

años antes no le solicitaron esa garantía, y que los participantes a la conferencia siempre habían hecho sus propias reservaciones para las habitaciones, así que el cliente no podía asumir la responsabilidad por los que no asistirían, pero sí se haría responsable por el alquiler del salón, los recesos y las comidas. Como respuesta, al cliente se le dijo que ahora había un nuevo gerente de ventas quien exigía el apego a las políticas corporativas. Holiday Inn perdió esa cuenta; un hotel de la competencia se interesó en adaptarse a las necesidades del cliente y logró la cuenta.

La demanda fluctuante puede afectar la consistencia. Si un bar de estación de servicio atiende dos familias de cuatro personas cada una, y repentinamente ingresa un contingente de estudiantes, los empleados no serán capaces de ofrecer un buen servicio a todos, aunque el bar tenga una buena administración. Los gerentes deben esforzarse por desarrollar un producto lo más consistente posible. Los clientes actuales son muy conocedores, por lo que esperan y exigen la consistencia del producto.

3.7. LOS SERVICIOS TURÍSTICOS COMO PARTE DEL PRODUCTO TURÍSTICO Y COMO PRODUCTOS EN SÍ MISMOS.

Estructura del Mercado Turístico

El diseño del mercado turístico es un componente económico que realiza estudios y análisis sobre realidades económicas del turismo en base de la oferta de productos y prestaciones turísticos y del mercado en el que existe demanda que interesa y motiva su consumo y/o explotación. estos productos y prestaciones turísticas. Por ende, el mercado local del turismo es donde se unen la demanda y las ofertas turísticas (Iglesias, 1998, p.34).

Las ofertas turísticas

Una propuesta en el turismo es un grupo de productos y prestaciones, medios

e infraestructura disponibles en un lugar particular para que los turistas los utilicen y disfruten.

Los recursos turísticos se basan en los atractivos, que son la motivación principal de la visita de los turistas y con lo que tiene un determinado lugar programado de llegada. Estos suelen ser de disposición natural, con precedente – monumental, educacional o folklórico, y es los que motivan a los visitantes a viajar y la razón de ir a visitar ese lugar. Por ejemplo, unos turistas viajan a Salta, a la procesión de la Virgen del Milagro; su motivación principal de visita al destino, es esta procesión religiosa.

La infraestructura consiste en aquellos factores físicos que se necesitan para desarrollar las actividades públicas o privadas. Esta sección incluye aeropuertos, rutas, medios de transporte y puertos.

Una empresa de turismo es una empresa que presta servicios directamente a los turistas. Son básicamente establecimientos de alojamiento (hoteles, apartamentos, campings, posadas), agencias de transporte y recepción que aceptan y organizan las estancias de los viajeros. Es importante tener en cuenta que los clientes no se mudan a un destino debido a hoteles o nuevas rutas, sino que sus motivaciones de viaje se centran en el atractivo del destino.

La infraestructura facilita el acceso y la estancia y ayuda a dotar de más recursos a los atractivos, por lo que es importante mantener los recursos en buen estado, ya que por muchos hoteles que hubiera en una zona degradada, no serían visitados por nadie.

El turismo no solo es un beneficio directo para las organizaciones turísticas, especialmente el sector hotelero, agencias de turismo y empresas transportistas, sino que también proporciona sinergias en miras de dar productividad hacia otros bienes y/o servicios de consumo. Construir y operar un hotel no solo afecta a unas pocas

personas que realizan ciertos servicios, sino que también requiere muebles, albañiles, electricistas, cocinas y alimentos, etc. que muestran claramente la interrelación entre el turismo y otros sectores industriales. Pocas industrias tienen un impacto tan positivo en la economía general como el turismo. Sin embargo, las mismas interdependencias e interdependencias con otros sectores significan que las actividades turísticas son inherentemente complejas. Porque la prestación del servicio final requiere la intervención obligatoria de muchas empresas o instituciones, la mayoría de las cuales están involucradas durante todo el proceso. Pensemos tan solo que, en el caso expuesto, si un hotel no dispone de agua, gas o electricidad, resultaría imposible que su actividad pueda ser llevada a cabo.

La demanda turística

La exigencia de un producto o prestación es la cantidad que un grupo sueña y suele comprar en condiciones específicas. Comprende a todos los turistas que personal o colectivamente se desplazan afuera de su residencia cotidiana motivadas por los productos o prestaciones turísticas para retribuir las obligaciones del ocio, recreación, descanso, esparcimiento, cultura y tiempo de vacaciones. A los grupos que se desplazan por motivos profesionales o empresariales se les denomina turismo de negocios.

Las causas más importantes del incremento del turismo son: el crecimiento económico, la tecnología y la existencia de transportes rápidos, cómodos y baratos.

El producto / servicio

Los productos que vemos surgen de las necesidades del consumidor/usuario. Según Iglesias Tovar (Iglesias, 1998; p. 149), un bien es un grupo de cualidades físicas y psicológicas (tangible e intangible) que los consumidores consideran como un bien y/o servicio determinado para complacer sus carencias y deseos. reunirse.

Un producto consta de dos factores o elementos: una parte concreto y una parte intangible. La parte tangible consiste en el propio producto proporcionado por el fabricante, y la parte intangible consiste en la imagen, que está directamente relacionada con las percepciones encontradas luego de que un cliente y/o consumidor haya probado el producto.

Por lo general, los consumidores crean expectativas con base en sus percepciones y la información que tienen, imaginando cómo se verá el producto, cómo lo usarán y qué productos quieren alcanzar de él. Por tanto, la fracción invisible, más importante que la parte visible es la que depende de la percepción del consumidor.

Por otro lado, es difícil definir claramente el concepto de productos turísticos:

- Como un producto turístico hace el acoplamiento de una singularidad de productos y/o servicios (alojamiento, restaurantes, atracciones), tiene varios componentes).
- Comprar un producto turístico es comprar expectativas y querer cumplir esas expectativas.
- Los productos turísticos son intangibles, la experiencia.

En definitiva, también se puede decir que los productos turísticos son la respuesta a las necesidades a través de las experiencias.

Componentes del producto turístico

Una oferta turística normalmente consiste en una variedad de bienes y servicios, todos los cuales son necesarios para lograr la satisfacción del consumidor/usuario.

Las ofertas turísticas dependen en gran medida de bienes y/o servicios no esenciales, todos ellos son sustanciales para su correcto funcionamiento. No tiene sentido construir grandes hoteles en lugares inaccesibles, ya que no hay carreteras,

electricidad, agua potable u otros elementos esenciales para las actividades.

De este modo, identificamos diferentes tipos de componentes que mezclados de forma adecuada dan valor a la oferta turística global:

Medios turísticos:

- Asociado al agua: playa y río, mar.
- Asociados a la tierra: clima, bosques, paisajes, cuevas.
- Asociados a la historia: museos, restos arqueológicos.
- Asociados al hombre: gastronomía, artesanías, fiestas populares.

Infraestructura e instalaciones civiles básicas:

- transporte aéreo, terrestre y marítimo.
- Alojamientos.
- Infraestructura e instalación pública: aeropuertos, carreteras, limpieza, alumbrado, que permiten el acceso a los recursos e instalaciones anteriores (hotel, buses).
- Componentes complementarios: normalmente privados, pero suelen ser de gestión pública: teatros, bares, casinos, parques temáticos.

El uso correcto de todos estos componentes crea un producto turístico atractivo. Por otro lado, un factor clave de éxito es un producto turístico viene dado por los recursos que posee, ya que son la fuente de atracciones que motivan a los turistas a su desplazamiento.

Hablando de productos turísticos, también se hace referencia a los paquetes turísticos que contienen servicios básicos de transporte y alojamiento y otros servicios que pueden clasificarse como tales servicios alternativos que lo complementan.

El producto turístico resulta ser el acoplamiento de todos esos servicios, por lo tanto, existen los intermediarios, las agencias de viajes, que une la oferta con la

demanda, es decir, los paquetes turísticos (oferta) y la demanda (turistas). Las mayoristas y los tour-operadores son los grandes productores de viajes, porque la combinación de diferentes elementos proporciona al mercado un producto turístico completo.

3.8. FLUJO TURISTICO

Flujo turístico (arroyo): Grupo de individuos que se movilizan de una zona a otra con finalidad para el sector turismo y forman una ruta continua con cualidades específicas que les posibilitan practicar acciones de ocio (Astete, 2013, p. 26)

3.9. SATISFACCIÓN DEL TURISTA

De acuerdo con (Yoon & Uysal, 2005), En su texto *Investigating the Influence of Motivation and Satisfaction on Destination Attachment*, argumenta que la satisfacción del turista es una medida de los beneficios que obtiene un visitante de un lugar y el estado que expresa es una valoración positiva que se puede dar del logro del objetivo. respuesta esperada por Los corazones y gratas opiniones de los turistas luego de conocer el lugar.

3.10. MODELOS DE ESTRUCTURAS DE MEDIDA DE LA PERCEPCION DE LOS VISITANTES EN LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

De acuerdo con Beerli & Marti (2004), mediante su texto “Cualidades Turísticas e Imágenes Percibidas de los Destinos Turísticos”, proporciona una estructuración para medir la satisfacción del turista en diferentes aspectos relacionados con su estancia en lugares de interés turístico, modelo y aplicado en Lanzarote, España. Un lugar donde se estableció la dimensión a explorar en relación a las experiencias acumuladas en sus viajes. Estas son las dimensiones que analizamos:

- **Recurso natural y cultural:** En esta extensión, la estimación natural o instructivo que transmite un atractivo visitado se cree que es fundamental para

la percepción de las imágenes de los destinos y un aspecto vital para la correcta exposición de los medios asignados dentro de los atractivos turísticos, evaluados a través de la interpretación y el estado de conservación.

- **Infraestructura general, turística y de ocio:** Se sustenta en valoraciones turísticas de equipamientos básicos como servicios sanitarios y restauración. Señales turísticas, plataformas de observación, instalaciones turísticas como posadas para turistas y otras instalaciones adecuadas para actividades turísticas. Finalmente, existen instalaciones de ocio proporcionadas por las atracciones. Destaca las diversas ofertas, presentaciones y ocupaciones del personal que está en relación precisa con los turistas.
- **Entorno medioambiental y social:** Evaluar el mantenimiento y conservación ambiental de los lugares turísticos y su manejo razonable acorde a los desechos sólidos producidos. Por otra parte, también se valora muy positivamente la presencia de los municipios anfitriones en la prestación de servicios turísticos.
- **Imagen afectiva:** Esto se deriva de las experiencias positivas de los visitantes en las atracciones turísticas. Esto se mide por su voluntad de volver a visitar la atracción o recomendarla a familiares y amigos.

Haciendo hincapié en esta síntesis, Kim y Richardson (2003), en su estudio sobre el impacto de las imágenes de destino aplicadas a Viena, encontraron que las fundamentales variables que participan en la experiencia turística son los destinos naturales y patrimoniales, las exigencias fundamentales y las comodidades. Aspectos cognitivos relacionados con las cualidades de la población que acoge y los efectos generados en el ambiente en el que se desenvuelven las acciones turísticas, e imaginarios afectivos.

Asimismo, “Bigné y Sánchez (2001)”, en un análisis sobre la evaluación de la representación de los sitios de carácter turístico de Torre Vieja, encontraron que las extensiones básicas para calcular las perspectivas turísticas eran la presentación del atractivo turístico, la limpieza y la sociabilidad. Mismo entorno, infraestructuras básicas de calidad y ofertas turísticas ofrecidas. Todo ello combinado contribuye al correcto posicionamiento del destino, un elemento clave de la careta emocional en cual se proyecta en la cabeza del cliente. Hay que mencionar estos temas medidos en la aprehensión de un destino varían según la clase de tours turísticos efectuados en la zona y situaciones del área geográfica, técnicas, de sociedad y las económicas que se consideran. Entre todos estos temas, sin embargo, es necesario el destacamento de las urgencias en buscar la integración del lugar turístico en el procesamiento general de resarcimiento total al turista.

4. MARCO CONCEPTUAL

Servicios Turísticos

Argumenta que las prestaciones turísticas son un cúmulo de diferentes tareas que están interrelacionadas y trabajan en armonía y coordinación para satisfacer las necesidades de servicio de un flujo turístico en particular. Consiste en un grupo de tecnologías destinadas a vender bienes turísticos a los consumidores, los turistas (Martínez, 2009).

Atractivo turístico

Conjunto de aspectos tangibles y/o intangibles susceptibles de convertirse en productos turísticos que suelen repercutir en el desarrollo de las tomas de iniciativas turísticas (SEGITTUR, 2013, p.30).

Equipamientos turísticos

Son los aspectos fundamentales de las ofertas turísticas, los factores de naturaleza, cultural y humano que suelen provocar la exclusión de los visitantes extranjeros. (SEGITTUR, 2013, p.34).

Excursionistas

Personas que viajan fuera de su lugar de residencia habitual por menos de 24 horas (MEF, 2011, p.13).

Infraestructuras turísticas

Incluye operaciones fundamentales, regularmente medidas gubernamentales, relacionadas con ingresos, comunicación, abastecimiento de agua, gestión de residuos, puerto, aeropuerto, etc. (SECTUR, revisado el 25 de noviembre de 2018, párr. 9).

Instalaciones turísticas

Todas las estructuras especiales (excluyendo estructuras de instalaciones)

cuyo cometido fue asimilar las prácticas de diligencias puramente turísticos (SECTUR, revisado el 25 de noviembre de 2018, párr. 10).

Ofertas turísticas

La propuesta turística es el grupo de productos y prestaciones, medios e infraestructura arreglados y diseñados para ser puestos a disposición en el mercado para uso o consumo de los visitantes extranjeros (SEGITTUR, 2013, p. 25).

Productos turísticos

El producto de una serie de prestaciones combinados realizados por organizaciones enfocados en servicios a la medida de las exigencias de los visitantes, empezando desde la ida y terminando en el regreso. Estos servicios se convierten en bienes solo en el instante en que se consumen realmente (Boullón, 2002, p.9).

Recursos turísticos

Las grandes tradiciones y valores de las representaciones de lo natural, la profusión arqueológica y las representaciones históricas tangibles e intangibles forman la base de los productos turísticos (MEF, 2011. p. 15).

Servicios turísticos

Las prestaciones turísticas son el grupo de resultados, acciones y tareas encaminados a satisfacer las necesidades de los turistas y prestar servicios personales que contribuyan a la promoción, el acercamiento, el uso y la consecución de su disfrute de los productos del turismo (Cantú, 2003, citado por Muñoz, 2016, p. 15).

Turistas

Las personas que por voluntad propia viajan a un país fuera de su propio territorio o circunstancias normales y permanezcan por lo menos pernoctan una noche y por el contrario no más de un año (MEF, 2011, p. 13).

Viajes/Turismo

La noción de viaje hace acotación a las diligencias de los viajeros. Un viajero es alguien que viaja entre dos ubicaciones geográficas diferentes por cualquier motivo y por cualquier período de tiempo (OMT, 2018, pág. 28).

Visitante

Es todo individuo que se moviliza a un sitio diferente al de su ambiente cotidiano y cuyo fin fundamental de visita, por otro lado no es la de ejecutar una acción remuneración en el sitio que se visitó (MEF, 2011, p. 13).

5. FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS

5.1. HIPÓTESIS GENERAL

Si hay una propuesta de Acondicionamiento de los Servicios Turísticos entonces se podrá Incrementar el nivel de satisfacción de los turistas para los atractivos turísticos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha en el distrito de Ccorca – Cusco,2022.

5.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- a) La situación actual de los servicios turísticos es buena y podrá incrementar los niveles de Satisfacción de los turistas que visitan el distrito de Ccorca.
- b) La infraestructura turística básica en los atractivos naturales en los farallones y cataratas de Tecsecocha del distrito de Ccorca es óptima.
- c) Las instalaciones turísticas en los atractivos naturales en los farallones y cataratas de Tecsecocha del distrito de Ccorca son suficientes.
- d) El nivel de satisfacción de los turistas que hacen uso de los servicios turísticos en los atractivos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha del distrito de Ccorca es alto.

6. DETERMINACIÓN DE LAS VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

Las variantes de indagación de cualquier etapa de indagación o experimentar con la ciencia, son los elementos que se suelen manipular y medir. También, cada factor que puede tomar diferentes valores representa una variable científica e incide en el producto de las investigaciones experimentales.

Una variable es una cualidad que suele cambiar, un cambio que suele cuantificar u observar. La definición de variables se ejecuta a los individuos y demás seres vivientes, cosas, acciones y hechos que toman valores diferentes con respecto a las variables en cuestión. Las variables son valiosas para la indagación científica cuando están relacionadas con otros factores, es decir, cuando forman parte de una suposición o teorema. En dicho ejemplo se les llama comúnmente constructores o estructuras virtuales (Hernández R., 2006), así tenemos:

- Variables independientes
- Variables dependientes
- Variables intervinientes

6.1. VARIABLES DE LAS HIPOTESIS GENERAL 1:

- V1= Acondicionamiento del Servicio Turístico
- V2= satisfacción del turista

6.2. VARIABLES DE LAS HIPOTESIS ESPECIFICA

6.2.1. De la Hipótesis Especifica 1

- V1= Servicios turísticos

6.2.2. De la Hipótesis Específica 2

- V1= Infraestructura turística básica

6.2.3. De la Hipótesis Específica 3

- V1= Instalaciones turísticas

6.2.4. De la Hipótesis Específica 4

- V1= Nivel de satisfacción de los turistas
- V2= Servicios Turísticos

6.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 2 Operacionalización de Variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
<p>Variable 1: Acondicionamiento de los Servicios Turísticos</p>	<p>"Los servicios turísticos son el conglomerado de actividades y diligencias hacia un destino reconocido que ofrece conformidad en miras de satisfacer las demandas turísticas. Entre los cuales se tienen los alojamientos, alimentación, transportes y guías" (CEUPE, 2021).</p>	<p>Servicio Turístico</p> <p>Infraestructura Turística Básica</p> <p>Instalaciones Turísticas</p>	<p>Accesibilidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Transporte • Estado de conservación • Nivel de comodidad del transporte <p>Equipamiento</p> <p>Servicios de Transporte</p> <p>Establecimientos de alimentación</p> <p>Servicio de Alojamiento</p> <p>Agencia de viajes</p> <p>Servicios Básicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agua • Luz • Internet <p>Estado de los miradores turísticos</p> <p>Estado de los Centros de interpretación</p> <p>Estado de los Paneles interpretativos</p> <p>Estado de la Señalización Turística</p> <p>Zonas de estacionamiento</p> <p>Número y zonas de descanso</p> <p>Accesibilidad para personas discapacitadas</p> <p>Boletería</p> <p>Paradores turísticos</p> <p>Grado de Satisfacción de los Atractivos turísticos visitados</p>

Variable 2: Satisfacción del Turista	"Que hace referencia a la valoración individual o subjetiva de cada expectativa referenciada por el visitante y que en su gran mayoría es valorada por medio de mediciones escalares. Esta dimensión circunstancialmente es medible según el grado de satisfacción de la persona turista"	Grado de Satisfacción	Grado de Satisfacción del servicio hotelero Grado de Satisfacción del servicio de restaurantes Grado de Satisfacción del servicio de Agencia de Viajes Grado de Satisfacción del servicio de Transporte Grado de Satisfacción del servicio de Vigilancia
---	---	--------------------------	--

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL DISTRITO DE CCORCA

1.1. ASPECTO FÍSICO

1.1.1. Ubicación y Localización

La localidad de "Ccorca" integra el Departamento del "Cusco" y está ubicado al Nor-Este del distrito del "Cusco", entre los 13° 38'05" a 13° 31'28" de latitud sur y los 71° 1 0' 01 de longitud oeste. ". Los distritos de Ccorca están delimitados por:

- En el Norte: Con la provincia de Anta así también con Poroy.
- En el Este: La localidad de Ccorca, provincia de Cusco.
- En el Oeste: La localidad de Chinchapullquio, en Anta.
- En el Sur: La provincia de Paruro.

Figura 2 Mapa político del Distrito de Ccorca



Fuente: GoogleMap

1.1.2. Extensión

La superficie total del distrito de Ccorca es de 188,56 km², equivalente a 0,16 del Departamento de Cusco. Ccorca consta de 08 parroquias, 04 dependencias y 01 centro poblado, que funge como cabecera distrital.

- Centro del poblado 8.69 km²
- Ccorca Ayllus 5,00 knl
- San Isidro de Ccarhuis 16.95 km²
- Qori-marca 4.431 km²
- Huayllay 5.73 km²
- Cusibamba 25.34 km²
- Totoras 40.31 km²
- Rumaray 12.88 km²
- Quishuarcancha 2.06 km²
- Total 121.58 km²

1.1.3. Altitud

En toda la demarcación del distrito, el suelo es muy accidentado, desde los 3,350 mts sobre el ras del mar (el punto más bajo de la ruta) hasta los 3.548 m.s.n.m. en el “Centro” Recreativo Mayumbamba pertenencia de Don Isaac Gutiérrez en el foco de la ciudad del distrito. Nivel del mar La zona más elevada sobre el ras del mar corresponde al paso de Alcowarcuna, ubicado a 11 km de la via de salida “Cusco”- Colca a 3,900 metros a nivel marítimo y Apuma “Simona” a 4.350 metros a nivel marítimo. Arribándose por un desvío frente al municipio de Quishuarcancha. Esta diversidad topográfica hace que la región sea dueña de paisajes paisajísticos inigualables.

1.1.4. Climatología

La locación de Ccorca tiene variantes climatológicas, sequías consecuentes, fuertes precipitaciones pluviales, inundación, altos grados de calor y friajes muy pronunciadas. Esto se debe precisamente a que su topografía es muy diferente, lo que resulta en diferentes microclimas durante diferentes ciclos estacionales

(primaveras, veranos, otoños e inviernos).

La locación de Ccorca su peculiaridad es por tener un clima transitorio entre el clima cálido de la zona quechua y el clima frígido del departamento sunita.

Las precipitaciones sobre el río son abundantes, especialmente de diciembre a abril. La condición climática en el área de Ccorca es mayormente fresco y progresivamente fresca, especialmente en las poblaciones de la sierra. templadas en ciudades del cañón que agrupan ciudades que todavía están en o próximo al cauce del Hatunmayo.

1.1.5. Temperatura

Dependiendo de la hora del día y del día, la temperatura local fluctúa en diferentes valores. Se registran los cambios de temperatura de -2°C a 25°C . Las temperaturas más bajas son en mayo, junio y julio con 'escarcha' por la noche. Según el SENAMI:

1.1.6. Topografía

El aspecto topográfico del área es desigual, con cuestas superiores al 12 %, con variables geomorfológicas determinantes en el progreso y reproducción de los pamos cultivables, lo que permite distinguir zonas agroecológicas, así como oleaje moderado a pronunciado, se distinguen diferentes espacios geográficos, que van de pendiente, suelo de calidad agrícola, rango medio a bueno.

1.1.7. Vías de acceso

El centro poblado de la localidad de Ccorca tiene cerca de 22 km de caminos. Conecta Puquín (distrito de Santiago) y el distrito de Colca con el tramo encargado de la dirección del tránsito y comunicación (carretera - Colca - Cusco) donde se ha confirmado el mantenimiento y mantenimiento, y se dispone de los siguientes medios de transporte:

- Ciclismo.
- Cuatrimotos.
- Caminatas.
- Empresas de taxis de Qapacñan.
- Bus particular.

La ruta de transporte urbano toma alrededor de cuarenta y cinco minutos en dirección a la ciudad del distrito y toma un promedio de 2 horas para caminar partiendo del “Puente de Independencia” en el sector de Santiago del Cusco.

1.1.8. Población

Tabla 3 Mapa político del Distrito de Ccorca

Comunidad	Total	Hombres	Mujeres
Ccarhui	195.00	98.00	97.00
Ccorcca-Ayllus	222.00	110.00	112.00
Qorimarcas	194.00	97.00	97.00
Cusibambas	482.00	220.00	262.00
Huayllay	201.00	99.00	102.00
Ccoyac	226.00	113.00	113.00
Rumaray	194.00	98.00	96.00
“Totoras”	318.00	166.00	152.00
C.P.-Ccorca	311.00	149.00	162.00
TOTAL	2343.00	1150.00	1193.00

Fuente: Revista de distrito de “Ccorca” (2013)

La población ocupada es de 1.437 (55,90%) con las edades compuestas entre 15 y 64 años. muy Pobre 38,80% Pobre 45,07% y finalmente analfabeto 39,17%.

1.1.9. Comunidades y Anexos Distritales de Ccorca

La localidad de Ccorca comprende ocho aldeas (Ccorca/Cusibamba/VentanayocRumaray/Quisharcancha/Totora/Huallay/Carhuis), y cuatro aldeas vecinas (Ccoyac, Urateac, Chuspi y Tamborpuquio).); Población 2.343

mujeres (1150 varon y 1193 mujer).

Tabla 4 Comunidades del Distrito de Ccorca

Distrito de Ccorca	Comunidades	Anexo
CENTRO POBLADO DE CCORCA	Huayllay	
	Cusibamba	
	Totora	
	Ccorca Ayllu	
	Rumaray	Ccoyac
	Qorimarca	
	Carhuis	Tamborpujio Urateac Chuspi
	Quishuarcancha	

Fuente: Gerencia de Desarrollo Social del Municipio Distrital de Ccorca (2021)

1.1.10. Idioma

La lengua de origen que se habla en la localidad de “Ccorca” y las comunas cercanas es el runa-simi, derivado del español como lengua nativa y segunda. Tenga en cuenta que la gran parte de los pobladores mayores de 65 años solo hablan quechua.

1.1.11. Reseña Histórica Del Distrito De Ccorca

Por Ley N°9549 de fecha 1942/01/14, la primera administración del presidente Manuel Prado Ugarteche estableció el Distrito de Ccorca y reconoció al Centro de la Ciudad de Ccorca como la primordial del distrito. Tiene 8 parroquias y 4 parroquias suburbanas de Cusibamba que es la más poblada.

Ccorca se encuentra debajo de las rocas de nuestra perspectiva Apu "Mama Simona" y puede representar la Insensibilización, como los Farallones de Tecsecocha Pintura en piedra de un hombre Ccorca con conexiones a la arquitectura Killque en la provincia de Uxibamba Ruinas de Machu Qorimarca Municipio de Corimarca y el Camino Inca desde Capac Nyan a Antisyo, pasando por el complejo.

Los Ccorca son los primeros asentamientos humanos que formaron las

primeras etnias del departamento. Evidencia de dicho caso se encuentra en el distrito designado Texecocha, debajo del Farallon de Torrequasa, además las Commisas, un acantilado de arenisca que sirvió de acogida para el resguardo de los otros lugareños, tipología propia de los primeros asentamientos humanos. Ccorca), correspondiente al período anterior a la cerámica, el Dr. Luis Barreda Murillo, no muy lejos del núcleo de la ciudad en la localidad de Ccorca, es especialista en antropología, se encuentra con una delegación de estudiantes que hacían carreras.

Llamado así por el sitio arqueológico del hombre de Ccorca, es reconocido científicamente como el primer asentamiento humano en poseer los suelos para agricultura y de pasteo de camellos de la localidad de Ccorca. Estos sitios de arqueología algo posteriores pueden datar del 2000 a. Y gracias a los testimonios dejados por estos antiguos pobladores, se han conservado hasta nuestros días dicha pintura rupestre en variedad que encarnan cuadros de pastoreos de camellos, de esta forma pintada en los capiteles de sus escondites rocosos.

Estas obras de arte representan patios circulares con andenes en el sector central (patios iguales se han encontrado en la zona de cantos rodados andesíticos del Huaq'oto de los Incas, y antes de los Incas, estos patios también tenían de tres a cuatro andenes ceremoniales menhires, coronados por piedras planas, probablemente de edad precerámica). Cerca de este campo se puede ver un camello donde el artista pintó un bebé y otro camello joven muy cerca.

Este refugio fue posteriormente ocupado por asentamientos preincas y utilizado como cementerio de sus muertos. Un cazador de tesoros profanó este lugar, y la evidencia permanece allí.

Este tipo de pinturas son llamativas y están directamente relacionadas con las tareas rituales que hoy en día realizan los pastorcitos de camélidos ayacuchanos,

puneños, cusqueños y apurimeños, donde realizaban ofrendas a sus lugares predilectos en sus terrenos ceremoniales, entre ellos las hormigas canchas.

Estos sitios en donde dejan el llamado PAGO o Haywasqa además se llaman "USHNU". Según un hombre de Ccorca, el distrito fue ocupado por un killque que dejó varias edificaciones, recintos, terrazas y un sinnúmero de muestras, según constancia registrada por el Subdirector General Catastral de la Gerencia Desconcentrada de Cultura del Cusco. La cerámica se ubica dispersa en varios sectores del distrito. Luego de la toma de Circe, la zona fue ocupada por los Incas, quienes aprovecharon la geografía local para construir estructuras (terrazas, vaquerías, usnus, acequias) y el Camino Real del Contisuyo.

Luego de la toma española del Tahuantinsuyo, las tierras que correspondían al incanato se repartieron por encargo del linaje español y los Incas, verdaderos dueños de la tierra, fueron enajenados y utilizados como trabajadores, formándose las primeras haciendas arando los campos en beneficio de su propiedad dueño.

Las reformas agrarias impuestas por el dominio gubernamental del entonces presidente Velasco, ordenaron que quienes labraban la tierra fueran sus dueños e hicieron de los campesinos sus dueños, formándose así las primeras comunidades campesinas, Manteniendo el nombre original de la antigua colonia.

En 1920, el cultivo de Ccorca, integrante a la localidad de Huanoquite de la provincia de Parro, fue integrado al cerco de la ciudad del Cusco por ley del Presidente de la República, Don Miguel Pardo Ugarteche, el 14 de enero de 1942.

1.1.12. Religión

Hay varias versiones del nombre Ccorca. En primer lugar, la leyenda verbal del pueblo indica que la nomenclatura deriva de un tipo de paja llamada 'Ccorcorichu',

personas que crecían abundantemente en la zona. Una segunda versión dice que durante el reinado de Pachacuti de los Incas, una de sus hijas, después de pasar la noche en un lugar adecuado para descansar, huyó de su lado para evitar una orden que le había dado su padre. Inca se enteró de esta fuga, hizo una búsqueda frenética, examinando todas las huacas ubicadas en torno al Cusco y encontrando el sitio donde su descendiente descansó y pernoctó, "Corcona" o "Chai", descubrí un lugar llamado "Picolcón". Que, en el español, hace significación de descansar. Imprescindible a las malas pronunciaciones del español a lo largo de los años, esta se cambió a la pronunciación de Ccorca, perdiendo así su certero equivalente en la lengua del runa-simi.

En otro sentido, una de las afirmaciones más aprobadas es que desde Ccorca se va de Cusco hacia Ccorca y a partir de esta hacia Chanca y finiquitando hacia la localidad de Huanquite, de Chanca a Huanquite, y de Huanquite a Capi, a Apurímac, a Chun. de Vivilcas y Apurímac, llegando a Arequipa, desde Arequipa, Chile.

Esta era la ruta obligatoria a la "capital", Costco. La plazoleta era un lugar de reposo donde se acampaba. Por aquí pasaron miles y millones de personas, porque este lugar tenía todas las condiciones para que la gente descansara y se cuidara. Descansaron y se cuidaron. Por eso llamaron a este lugar Ccorcona Pampa. Ccorco significa "roncar". De ahí salió el sonido, la denominación de Ccorca.

Otras versiones dicen que Ccorca era endémica de llamas, y muchos dicen que solo había Coria para comer, pero la Coria también era para animales, y que había llama correa aquí y allá. pronunciaron Ccorca y lo llamaron Ccorca.

1.2. RECURSOS NATURALES

1.2.1. Suelo

El terreno en la zona de Ccorca es muy escarpado, con laderas rocosas escasamente vegetadas en la parte superior. A través de la Municipio Distrital de Ccorca y en un pacto con la Municipalidad del Cusco a través de SIERRA SUR y “PLAN MERISS”, ya se está trabajando en comunidades rurales para mejorar tierras para cultivar y planes para regadío artificial. En la localidad de Ccorca, el 14,3% del global de hectáreas son aptas para cultivo y/o agricultura. Las áreas no agrícolas son seis veces más grandes que las áreas agrícolas, representando el 85,7%, siendo la mayor proporción los pastos naturales y el 65,2% los pastizales intactos.

1.2.2. Hidrología

Mientras algunos municipios como Ventanayoc Rumaray y San Isidro de Ccarhuis cuentan con abundantes recursos hídricos, el municipio de Quisharcancha no los tiene y se están realizando investigaciones para obtener agua para evitar que este recurso aumente la mejora.

El distrito de Ccorca tiene un río importante llamado 'HA TUN MA YU' y además algunos arroyos como Cachimayos, Misquino y Pisti Huayco, que apenas fluyen durante la estación seca y aumentan durante las tormentas de verano.

1.2.3. Salud

La localidad de Ccorca tiene una Posta de Salubridad del Ministerio de Salud en la edificación y equipamientos habituales. Los trabajadores de la posta de salud están compuestos por un galeno, un odontólogo, un obstetra y una enfermera. También, varios municipios del distrito cuentan con promotores de salud afiliados a los gobiernos locales, varias ocasiones trabajando como trabajadores de apoyo y “primeros auxilios” en salud.

El servicio en si en los centros hospitalarios presenta dificultades particulares ya que se ubica en el centro densamente habitado de la localidad y carece de transporte

regular en las zonas rurales. La distancia (un promedio de 1 a 3 horas a pie desde la oficina de correos) impide que los trabajadores de la salud realicen de manera eficiente programas para vacunar, seguimiento del peso y altura, prestación médica de emergencia y transporte de medicinas.

1.3. DATOS GENERALES

1.3.1. Educación

- La localidad de Ccorca tiene un universo de 2.343 (censo de 2007), de los cuales el 26,85% son urbanos, el 73,15% rurales, el 49 % varones y el 51 % féminas.
- El 37% de este universo es analfabeto y el 61% de los poblados tienen más de quince años.
- El 81% de los poblados se dedican a las actividades agrícolas.
- 91% tiene al menos una exigencia fundamental insatisfecho.

1.3.2. Reserva Arqueológica

Qhapaq- Ñan al Contisuyo

Los antecedentes históricos incluyen fuentes directas. Es decir, los cronistas españoles en particular no tenían palabras para describir las impresionantes características de las rutas de comunicación que construyeron los incas para concretar su dominio.

Garcilaso sostiene" ... Intersectando más de 16 idiomas, la frontera de Contijo era principalmente pantanosa, de tres millas (3 millas) de ancho. Para permitir que los caminos atravesaran todo este sector, los incas ordenaron la construcción de caminos sobre plataformas o presas compuestas de piedras grandes y pequeñas intercaladas con pasto. caro. Se dice que el mismo Inca Maitakapac dirigió la construcción y no tuvo problemas. Se pone mucho cuidado en la reparación de las piedras, ya que se

vuelven a colocar rápidamente cuando se caen. Esta atención a la preservación de esta piedra se dirige a todas las tribus ventajosas que comparten el trabajo".

El cronista Cieza de León menciona que, establecida por los Incas, esta red de calles tenía en su centro en el Cusco y constituida por cuatro calles principales que iban desde la plazoleta central, Huacaipata, hasta las fronteras del imperio.

La Ruta del Qhapaq Ñan

Una ruta más específica del área de estudio parte de la plaza de armas de Huacaipata (Cusco), asciende por Calle Marqués, Calle Santa Clara, Calle Hospital, Puente Almudena, sube al Cerro Puquín y finaliza en Inti antes del Paso Puquín Ccasa, pasa por Kancha. A la derecha después de cruzar un pequeño cañón. Ascienda a las alturas de las comunidades agrícolas de Cochacochayok y Wakira y atravesase los pastizales de la Puna antes de descender nuevamente a las alturas de las comunidades agrícolas de Kiswarkancha y continuar el descenso hasta el pueblo Koka de Curwith.

Templo Santiago Apóstol del poblado de Ccorca

Informes de archivo de 1,595 indican que el Templo de Santiago Apóstol de Colca información seguramente del "siglo XVII" (1600). Formado una de las joyas más importantes de la localidad de Ccorca. En la antigüedad existían altares ricamente tallados en dorado, enteramente dorados al óleo de fresco y de tendencias naturalistas, con pretextos iconográficos realzantes a las perspectivas materialistas acometidas de agua. La encarnó el estilo segoviano de artistas con los célebres Zurbarán, Velázquez y Rubens. Externamente, el Atrio de la Cruz se ubica en el área de la plaza principal de Ccorca, fronteriza hacia la entrada más primordial del casco monumental. Está construida de adobe macizo, con un techo de tejado rojo que le da el color típico de los templos de los andes. Y eso es justo. La iglesia es constituyente

de 01 nave con sobrios acabados que despiertan la admiración de los visitantes, y está adornada en buen estado con valiosas pinturas de la escuela cusqueña. El Altar Mayor es Barroco, realizado en madera de cédro y decorado con formas con decorados: propio de tipo Barroco que se encuentra en el Altar Mayor de la Virgen Concepción de la fruta. El torreón y su campanario están en buena condición.

El dueño de ese templo y del barrio de Ccorca es el apóstol Santiago, quien celebra a la Virgen María el 25 de julio, y los habitantes celebran a la Virgen Asunta el 15 de Agosto. Ambos partidos son muy importantes para la comunidad.

“Farallones de Tecsecocha”

Un sitio adecuado para practicar deportes de aventura como tirolesa y rapel, es un atractivo paisajístico inigualable con floras y faunas nativas preservada, y perfecto para la apreciación de las aves. Este sector ha sido declarado centro de patrimonio cultural. del Estado por la Oficina Desconcentrada de Cultura Cusco.

Se localiza a unos 0.5 km del núcleo de la ciudad del distrito. También conocido como Juntiyuq Huaycco (Flores D., 2004), este sitio se ubica en el lado izquierdo del “camino Inka Ccorca-Huayllay”, a una altura de 3.700 msnm, al noroeste de la ciudad de Ccorca, Departamento del Cusco. Las pinturas rupestres se crearon al pie de un acantilado de unos 30 metros de altura. Conocidos localmente como Teksecocha, los acantilados son geológicamente parte del Grupo Sonko, la Formación Roja Continental Terciaria del Grupo San Jerónimo, y están compuestos de pizarra y arenisca de color marrón rojizo.

Debajo del alero plano al pie del Farallón, los muros verticales tienen diferentes paneles con pinturas rupestres que representan segunda vez estilos y quizás segunda vez diferentes. Cuyos primeros paneles parten al costado del escucha y ocupan la bocado plana del barrera erguido ruin elalero. Son representaciones esquemáticas de

camélidos con grandes líneas "limpias" dibujadas en blanco y rojo. A la derecha del camello hay una imagen del sol, cuyos rayos alternan entre los colores rojos y blancos. Es así que estas estampas en los muros de los acantilados han estado tan expuestas a los elementos que se han desvanecido considerablemente. Sobre el alar que se sitúa hacia el suelo en el extremo derecho está el panel con gran relevancia, que consta de dos camélidos ya adulto (lo más probable llamas), bebés de tono crema y círculos concéntricos compuesto por un aro blanquecino que rodea otro rojo oscuro y finaliza con un círculo centrado de estilo claro. La crema de camélido, una pasta arcillosa o de cal, se aplica en una sola capa como el contraste rojo presentados en los exteriores y círculos medios. También a la izquierda de este grupo hay una estrecha mancha roja a una distancia de 1,5 m en la bóveda de alero flanqueada por dos manchas blancas. Barreda (1995), quien describió por primera vez la pintura de Ccorca, Reliquias humanas encontrados en la superficie de Farallón. flor d. (2,004) menciona la existencia de restos de estructuras funerarios de arcilla bajo los aleros, ahora destruidas por cazadores de tesoros. "Barreda (1995:22)" identifico a los lienzos una fecha de varios "miles de años", basándose en herramientas de piedra (raspadores de pedernal y cuchillos) encontradas en un yacimiento próximo al refugio, y las describió como escenas de una manada de camellos. Los círculos concéntricos junto a los camellos son interpretados por él como kancha 'con una plataforma en el medio".

Con base en los elementos iconográficos existentes (un camélido asociado a círculos concéntricos) y el estilo tosco del dibujo, y el hecho de que la chulpa estuvo adosada antiguamente a la pared rocosa debajo de la pintura, atribuye este sitio al Inca. Estilística y temáticamente representa un patrón repetitivo esto es repetitivo en muchos puntos colindantes a las localidades cercanas al Cusco, con ligeras variaciones.

Por medio de cronistas y/o conocedores de este relato, se puede establecer que la pintura anterior está directamente relacionada con las acciones rituales de los reales pastores de camélidos. Los tonos principales son el blanco y el rojo. Cabe señalar que en este campo se encontró un contexto funerario. Hoy en día, los lugares mencionados, también de tener con algunos de los mejores observadores naturales del departamento del Cusco, cuentan con peculiaridades en las prácticas deportivas aventureras como rapel, tirolesa y más.

Pinturas Rupestres del Hombre de Ccorca

Los gráficos rústicos sobrevivientes que representan cuadros de pasteo de camélidos dibujadas en las cornisas de los refugios rocosos representan paneles circulares que se cree que datan de la Edad anterior a la Cerámica. Cerca de este campo, el artista es un camello con un ternero y se ha observado cerca de otro camello joven.

El cañón de Hatun- mayu y la andenería Machu Qorimarca

Uno de los lugares de arqueología más enorme en el área de Ccorca, consiste en terrazas fabricadas por Inca aparejadas como rocas de arenisca. Ahora está designado como patrimonio cultural nacional por la Autoridad Cultural Descentralizada de Cusco.

La Quebrada del Río Hatun Mayu está ubicada a 6km del foco de la localidad en el distrito de Ccorca, contiguo a la población rural de Qorimarca. Esta representación natural está cubierta de remanentes de árboles de chacha que cubren toda el área y sirve de refugio para muchas especies que aún viven en el hábitat natural del sector.

Este cañón fue utilizado para la producción agrícola durante la época inca alrededor del siglo XV. Prueba de ello es el Camino Inca de Machu Colimarca, ubicado

en el lado izquierdo del río HatunMayu frente al poblado agrícola de Colimarca (Barreda, 1995).

A 10 minutos del pueblo de Ccorca, por el ancestral sendero de herraduras Incas, se encuentra una amplia área recreativa, muy apta para acampar y pernoctar en carpas portátiles. , cabalgatas, este turno brinda al turista una mejor vista de la gran variedad de floras y faunas que presentan, así como de los senderos de herraduras que recorren un nivel u otro.

Tenga en cuenta que la gente de Ccorca puede proporcionar este tipo de servicios de viaje en mulas y caballos. Asimismo, los visitantes y turistas en el lugar pueden encender un asador y probarlo, y a los que disfrutan de deportes como el voleibol y el fútbol les encantará, ya que hay grandes lozas para el deporte para cada uno de estas disciplinas.

Las grutas de Cusibamba

Localizada a quince minutos del poblado rural de Kushibamba, esta formación natural es adecuado para la osteología. Estas cuevas entran al centro de Apu MamaSimona, en un promedio a un kilómetro en automóvil.

Reserva Ecológica

Según (Novillo, 2019) define las reservas ecológicas o naturales son áreas de especial interés en el medio ambiente. Existen múltiples criterios para declarar un área protegida. Se puede tomar en cuenta la topografía de un sitio (especialmente si es endémico), su biodiversidad, el hecho de que es un hábitat para especímenes hallados en situaciones a punto de extinguirse así como provisión de servicios ecosistémicos importantes.

Las reservas ecológicas, por otro lado, disfrutan de diferentes niveles de protección. Algunas áreas restringen la actividad por completo, otras requieren permisos especiales y otras solo prohíben ciertas actividades. También puede haber actividades que estén prohibidas en determinadas épocas del año, ya que la flora y la fauna son especialmente sensibles en esa época del año.

Mayubamba

Sector a 3,200 m.s.n.m. Ubicado en las riberas del río Hatún-Mayu de la localidad de Ccorca, adecuado para la acogida de turistas dispuesto como área de campo.

Río Hatun Mayu

Es el principal río del distrito de Çakolca y su cabecera se encuentra en el Titora Kaasa al Norte de la localidad de Totola, cruzando el distrito de Çakolca y desembocando en el “río Apurimac”. También es adecuado por medio la experimentación de la pesca empírica, ya que está rodeado de una rica flora y fauna, es uno de los últimos ríos libres de contaminación y es posible practicar canotaje en temporada. Este atractivo turístico ofrece aguas cristalinas y una exuberante flora como begonias, helechos, cuunhas, chachacomos, fuentes y bosques nativos como el Álamo en sus orillas, además de un lugar utópico donde se observen especies de

aves

Cañón de Qorimarca

Reserva totalmente natural con un panorama al río Hatun-Mayu y las ruinas de Chachacomos de Colimarca y Wanok.

La distancia es de 11km. Tramos identificados “Cusco - Ccorca y Camino Inca Qapaq-Ñan” (Ruta del Rey) a una altura de 4,000 m.s.n.m. Este mirador observa los nevados de Vilcabamba, donde se puede ver el nevado de Salkantay, San Juan, Pumasillo (Pitusiray Veronica), la sucesión de Vilcanota con el nevado más alto del Cusco hasta la Puerta Ausan a una altura de 9364 m.s.n.m ideal para Puedes ver desde este sitio también se pueden mirar las montañas que acorralan al Valle del Cusco en la región oriental, como Sen-ca, Picol y Pacatusan.

Además puede admirar la flora característico del departamento de la Puna, que incluye pajabrava silvestre, espinas y flores que se desarrollan cerca del suelo. Por otro lado la fauna, hay varias aves en el sitio, fundamentalmente (Kirichu) y alpacas. Navega por los escarpados y escarpados flancos andinos. De igual manera, la erosión del río forma una quebrada que conduce a cada sector del distrito de Santiago, llegando a los ríos Sipa Pugio, Sacra Mayo y Huancalo, y en el lado opuesto al distrito de Chacolca, desembocando finalmente en el río Apurímac.

Apu Mama Simona

Es un área protegida de la localidad de Ccorca, esta zona forma parte de la cosmo visión del ande para el total de los habitantes del distrito y hoy en día es el sitio de la ceremonia de pago del matrimonio de la Pacha- mama y los Andes, así como del centro cultural Está en proceso de ser declarado bien de interés patrimonial. País por la Dirección Desconcentrada de Asuntos Culturales del Cusco. Ubicada en los municipios de Quiswarcancha, Huayllay y el de Cusibamba, en Ccorca.

1.3.3. Flora

Mostrando diferentes suelos ecológicos, la zona de Ccorca cuenta con una gran variedad de plantas como: Hierba común, Kiswar, Retama, Mutui, Hattaku, Muraka, Ucchu, Munya, Roca, Pinko Pinko, Pirka, Tankarkiswar, Cantu, Pajas, Trebol, Eucalipto, Kikuyo.

Bosques de chachacomos

Las ruinas de Chachacomos en la ciudad de Colimarca, dichos bosques rodean los caminos incas de Wanoch y Colimarca y protegen las floras y faunas endémica de la zona.

1.3.4. Fauna

Kirichu, Zorro o Culebra, Ratón de Campo, Jabalí, Puma, Zorro Andino o Puntera, Zorzal, Águila puneña, Paloma salvaje, Sapo, Chihuaco, Picinco común, Lagarto enano, Ave Keunya, Torcaza y Gaviota Andina.

1.3.5. Evidencias Arqueológicas

Se han encontrado fragmentos de cerámica antropomórfica en el área de Qorimarqa, Wanoc y los poblados de Cusibamba y Huayllay, probablemente pertenecientes al primer asentamiento Killke. También se han encontrado fragmentos de cerámicos antropomórficos, en las superficies de las ruinas de Pakocancha. Se observa una expresión facial lateral típica de los rasgos faciales de los chacales. Circe tal como la describe el espectador (Buer, 2002).

Objetos Metalúrgicos y Líticos

Utensilios de metal y piedra encontrados por los residentes en los cimientos de la estructura de la casa actual. Estos constituyentes son pertenecientes a la época prehispánica y aún hoy son reusados por los vecinos de la localidad.

Festividades Religiosas

- 14/Enero: fiestas en celebridad del aniversario local.
- Febrero a Marzo: Las denominadas festividades carnavalescas, de compadrazgo.
- 27/Febrero: En Ccorca se celebra el ayllu carnavalesco
- Marzo a Abril: Festividades por la “Semana Santa”
- Mayo: La denominada “Cruz Velacuy” realizada a partir del tercer día de inicio del mes.
- Junio: En el día 24° se da comienzo a la festividad de “San Juan”, y posterior a ello, ya en el día 29°, a San Pedro y San Pablo.
- 25/Julio: Se efectúa las festividades patronales de la localidad
- 15/Agosto: Se da veneración a la denominada “Mamacha Asunta”.
- Noviembre: Empezando el 1° al 2° día, se brinda veneración a los muertos y vivos.
- 8/Diciembre: Las festividades de la “Inmaculada Concepción”
- 25 Diciembre: Se lleva a cabo la Navidad.

CAPÍTULO II

DISEÑO DE LA METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. TIPO DE LA INVESTIGACIÓN

La indagación actual es descriptiva-correlacional en el sentido de que busca producir resúmenes de información histórica para brindar datos útiles y alistar los informes para un estudio a posterior. La investigación de análisis descriptivo coadyuba a las empresas a comprender lo que aconteció años atrás (en este contexto). El análisis descriptivo comprende la relación entre los clientes y los productos. El propósito es comprender los enfoques futuros, aprender de las acciones pasadas e influir en los resultados futuros. La presente indagación es correlacional porque buscara identificar el grado de relación en nuestras dos variables, mediante un análisis estadístico, y de esta forma obtener un resultado concreto al final de la investigación.

Dicha investigación tiene entre sus fines utilizar los conocimientos que se logren para utilizarlos de manera practica en el mejor acondicionamiento de los servicios turísticos. En tal sentido es una investigación empírica que usa las sapiencias investigativas básicas.

Para la obtención de la información que sustente dicha tesis se ha acudido a diversas fuentes bibliográficas, archivísticas y hemerográficas, y así como también trabajo de campo (in situ), donde se ha encuestado a los visitantes que fueron a conocer por primera vez los Farallones de Tecsecocha. Es por esta razón que dicha tesis es también documental y de campo.

2.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El trabajo investigativo ha sido puesto bajo el enfoque mixto dado que se integra los métodos cualitativos y cuantitativos, cualitativos al realizar nuestras entrevistas y conocer las experiencias de los visitantes que visitan el atractivo natural y cuantitativo al realizar las encuestas para medir el rango satisfactorio de los visitantes que requieren de servicios turísticos.

2.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Tiene diseño No Experimental dado que se observa los acontecimientos, la situación tal cual en la realidad para después analizarlos. Hernández et al. (2010):

Un estudio No experimental es aquel que se realizó sin maniobrar con intención alguna los factores planteados. Es decir, las variables independientes no se cambiaron intencionadamente para ver la reacción en la variable dependiente. Este tipo de indagación observa y analiza los hechos así tal cual ocurren (p.365).

2.4. ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.4.1. Identificación de los servicios turísticos análisis e interpretación:

Guías turísticos:

Durante las visitas respectivas para trabajo de campo se visualizaron no más de dos guías turísticos orientando a visitantes durante todo el día, estos productos de una previa contratación de un paquete turístico en las agencias de viaje que operan en el atractivo. En la actualidad el lugar de investigación no cuenta con guías que rodeen la zona y ofrezcan servicios privados de budismo, dado que en su mayoría los visitantes no lo ven necesario y la afluencia aun no es exigente.

Servicios de alojamiento:

El servicio de alojamiento es uno de los constituyentes más relevantes entorno al turismo, puesto que este servicio representa el punto de recepción, el resguardo para la tranquilidad de los turistas. En cuanto a las prestaciones de alojamiento en Ccorca podemos decir que solo existe dos casas particulares que son parte de un pequeño emprendimiento de los pobladores de Ccorca para alojar a los turistas de forma temporal. Estas casas son básicas y no están equipadas adecuadamente para hacer confortable la visita de los turistas y hay muchos aspectos para mejorar tales como prestaciones básicas como agua; luz; internet, personal capacitado y servicios de limpieza. Si el turista quisiera quedarse tendría que rentar un cuarto en una casa aledaña al recinto. Actualmente no existe alguna empresa privada que ofrezca servicios de alojamiento.

Servicios de alimentación:

Con respecto a los servicios de alimentación es muy escaso en el distrito de Ccorca, solo existe tres restaurantes aledaños a la plaza mayor de los cuales una es pollería y abre en la tarde, después existe un mercadillo a una cuadra donde existe tres vianderas que solo atienden hasta las doce del mediodía, por lo que es limitado, si un turista se queda más de las cuatro de la tarde, es poco probable que encuentre algún lugar para alimentarse. No obstante, es importante mencionar que existe un restaurante campestre localizado en la entrada hacia el atractivo llamado Restaurante Tierra Viva Ccorca, cuya apertura no se da todos los días, solo durante los domingos, pero bastante visitado por los turistas visitantes. En una opinión general se podría decir que los servicios de alimentación en Ccorca aun no son completos, confortables y con una atención adecuada y a la altura de los visitantes.

Servicios de transporte:

Podemos asegurar en función a lo experimentado que existe una gran debilidad en las prestaciones públicas del transporte de la ruta Cusco – Ccorca y viceversa. Actualmente no existe alguna línea de buses que viaje por la ruta, solo se cuenta con salidas limitadas tanto en la mañana como en la tarde de autos colectivos que cobran entre 5 a 10 soles dependiendo de la afluencia, los más comunes son las minivan y taxis.

Puesto policial:

La presencia de un puesto policial da seguridad a la población, así como también garantiza a los visitantes o turistas que estarán protegidos frente al delito o crimen organizado y consolidar la confianza de la ciudadanía, es así que se puede asegurar que existe un puesto policía inaugurado recientemente desde octubre del 2022.

Puesto de salud:

Del mismo modo la presencia de un establecimiento de salud garantiza la atención inmediata ante cualquier accidente que pueda ocurrir durante el recorrido de cualquier turista o poblador local.

Servicios de agencias de viajes:

Actualmente solo operan tres agencias de viaje para la venta de paquetes turísticos para visitar los atractivos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha, cuyo trabajo es escaso en esta área puesto que la mayoría suele ir por su propia cuenta y muchas veces cancelan sus salidas por falta de demanda. Las agencias que brindan este servicio son: ABex Expeditions, Kantu Peru tours, Inkan milky tours.

2.4.2. Identificación de instalaciones turísticas

Miradores turísticos:

Existen cuatro miradores dentro de los atractivos naturales de Tecsecocha a mencionar, los cuales en términos positivos están localizados estratégicamente para una visión agradable de los panoramas paisajísticos y toma de fotografías pero en estado precario, dado que por ciertos derrumbes muchos de ellos paran cerrados, no existen barandillas ni butacas que permitan una mejor experiencia y confortabilidad, no existe un adecuado mantenimiento ni limpieza constante , se podría decir que el camino hacia ellos no está correctamente delimitado lo que podría ser riesgoso para los caminantes puesto que podría generar accidentes o caídas.

Señalización turística:

La Señalización turística dentro del atractivo natural es quizás en punto más débil siendo el más fácil y practico de trabajar, definitivamente no hay señalización el camino, no está marcado correctamente, los visitantes van y se movilizan como mejor les parezca, lo cual es un problema alarmante a largo plazo dado que al no saber que ruta tomar muchas veces atentan contra el estado de conservación del atractivo natural, solo se pueden encontrar señaléticas en puntos básicos donde se encuentran los recintos y farallones, y esas escasas señaléticas atentan contra la contaminación visual dado que no están mimetizados con la naturaleza.

Zonas de descanso:

Se observo unas bancas de madera en 4 puntos algunas fijas como cerca de las tumbas preincas y otras movibles en la parte baja de los farallones además que tienen mesas pero su presentación no son la adecuada, ya que están rotas, son peligrosas para los visitantes ya que se desarman. Después de realizar el trekking lo que los visitantes necesitan es un descanso y además que toman su refrigerio y en las

condiciones que se encuentran estas zonas no satisfacen esta necesidad.

Manejo de residuos sólidos:

Se visualizaron 02 tachos de residuos sólidos 01 de ellos mimetizado lo cual no es la idea ya que los visitantes al ver ausencia de estos, los visitantes tiran la basura.

Paneles informativos:

En términos generales, se nota claramente la deficiencia de paneles interpretativos.

Al inicio del recorrido se evidencia un panel de concreto el cual está en mal estado, dañado , este panel permite alertar a cualquier persona , institución pública o privada que se encuentra en un sitio arqueológico y que no puede dañar o destruir el patrimonio.

No existe tableros informativos que orienten a los visitantes sobre reglas, peligros, advertencias u oportunidades de observación, como flora, fauna.

Podemos encontrar 3 señaladores o letreros; 1 en la exhibición de cráneos preincas, otro en las tumbas pero estos no son bien detallados y están en mal estado.

2.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

2.5.1. Población

Para los impactos de análisis de la actual tesis, se tomaron en consideración a los principales objetos de estudio serán los visitantes y/o turistas que visitan y experimentan, disfrutan los servicios y atractivos y que tienen relevancia para nuestra investigación. En función a lo mencionado, nuestra propuesta para una mejora en el acondicionamiento de los servicios turísticos tiene estrecha relación con el parecer de cada uno de los visitantes.

Es así que la población según (Westreicher, 2020) define el universo como la cantidad de individuos o criaturas salvajes del mismo espécimen los cuales se encuentran en un momento y lugar determinados.

La población estuvo conformada por personas turistas ya sean foráneos y locales, visitantes de los farallones y cataratas de Tecsecocha durante un mes. Según la base informativa de la entidad municipal de Ccorca se cuenta con un aproximado de 280 turistas entre nacionales y extranjeros en época alta.

2.5.2. Muestra

Según López et al. (2018) define que una representación estadística es un subgrupo que muestra la data acerca de una población. Estadísticamente, ha de consistir en una cuantía observacional que esta representada concuerdamente cada dato en su conjunto. Es decir, si desea estudiar un fenómeno en particular, recurra a las estadísticas.

$$n = \frac{(z)^2PQN}{(e)^2(N-1) + (z)^2PQ}$$

Donde:

N Es el tamaño de la muestra que se contara para la tesis. Es la variable que se desea identificar

P y Q Representa las probabilidades del universo con posibilidad de ser parte o estar excluidas en la muestra. “Concuerdamente a la doctrina, donde no se sabe dichas probabilidades por padrones estadísticos, se adjudica que “p y q guardan un valor de 0.5 cada cual”.

- Z Representa la unidad de desviación estándar que define una probabilidad de error de $1 = 0,05$ en la curva normal. Esto corresponde a un intervalo de confianzas del 95% para la estimación de la muestra, por lo que la puntuación $z = 1,96$
- N El global de la población. En este caso 280 individuos conjeturando solo las que suelen responder por los temas técnicos de este trabajo
- z Representan el error estándar de la eliminación, en función a la doctrina, debe ser 0.099 o menor. Tal cual es que se ha tomado 0.05

La muestra del estudio fue conformada mediante 162 turistas nacionales o extranjeros que visitan los Farallones de Tecsecocha. Se utilizan métodos probabilísticos y fórmulas de población finita para identificar el tamaño real de la muestra, que es como la que sigue:

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(280)}{(0.05)^2(280 - 1) + (1.96)^2(0.89)(0.28)}$$

$$n = \frac{(3.84)(0.25)(280)}{(0.0025)(279) + (3.84)(0.25)}$$

$$n =$$

$$\frac{(0.96)(280)}{(0.6975) + (0.96)}$$

$$n = \frac{(268,8)}{(1.6575)}$$

$$n = 162.168316$$

$$n = 162$$

2.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION

Entre los trabajos de recopilación de la información primaria y de campo que se han necesitado para la presente tesis se tienen las siguientes:

2.6.1. Técnicas

Encuesta: Para recibir información de residentes, guías turísticos, operadores de empresas turísticas, etc.

Revisión documental: Utilizada para obtener información de los registros y documentos, donde se permite delimitar el tema de estudio y se constatará el estado de dicha tesis.

Observación directa: ya que se recolectó la data de los componentes de las variable, a través de una ficha de observación.

2.6.2. Instrumento

Cuestionario: Es una herramienta de aplicación directa que contiene preguntas de investigación cerradas.

Fichas documentarias: Instrumento empleado para recopilar información de documentos y archivos

Ficha de observación: para una apropiada organización de acuerdo a las necesidades y prioridades del trabajo de tesis.

2.7. VALIDACIÓN EXTERNA DE LOS INSTRUMENTOS

Tabla 5 Alfa de Cronbach para la variable Acondicionamiento de servicios turísticos

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,700	10

Fuente: Salida del software estadístico SPSS 27

Interpretación:

Al ser el índice adquirido por medio de la prueba de Alpha de Cronbach mayor o igual a 0.7, se pone en consideración que el cuestionario, para la variable Acondicionamiento de servicios turísticos es fiable.

Tabla 6 Alfa de Cronbach para la variable Satisfacción del Turística

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,720	6

Fuente: Salida del software estadístico SPSS 27

Interpretación:

Al ser el índice adquirido por medio de la prueba de Alpha de Cronbach mayor o igual a 0,7, se pone en consideración que el cuestionario, para la variable Satisfacción del turista, es fiable.

2.8. ANÁLISIS Y SISTEMATIZACIÓN DE DATOS

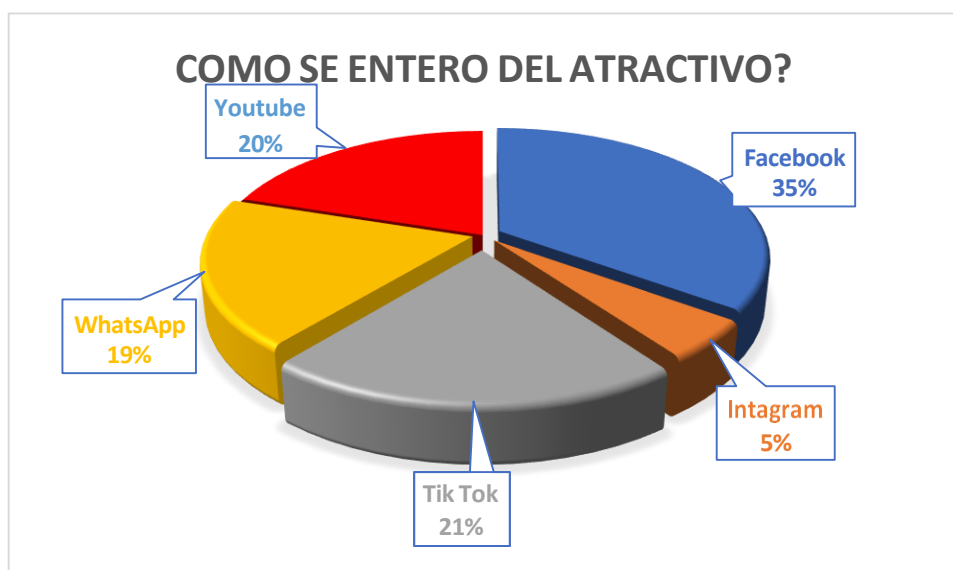
2.8.1. Análisis de encuestas aplicadas a los turistas

Tabla 7 ¿Cómo se enteró del atractivo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Facebook	21	35,0	35,0
	Intagram	3	5,0	40,0
	Tik Tok	13	21,7	61,7
	WhatsApp	11	18,3	80,0
	Youtube	12	20,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Figura 3 ¿Cómo se enteró del atractivo?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

De la tabla N° 7 podemos observar que el 35 % de los turistas entrevistados se enteraron mediante Facebook; mientras que el 21% se enteraron por medio de Tik Tok; así también el 20% se enteraron mediante el Youtube; el 19% se enteraron mediante el WhatsApp y por último un 5% Instagram. consideran que en el distrito de Ccorca.

De todas las redes sociales la que tiene mayores seguidores en el ámbito del

turismo es el Facebook, es una plataforma donde se puede informar anticipadamente sobre el destino donde quiere llegar el turista.

Tabla 8 Procedencia

		Procedencia			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Turista Extranjero	16	26,7	26,7	26,7
	Turista Local	26	43,3	43,3	70,0
	Turista Nacional	18	30,0	30,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 4 Procedencia



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

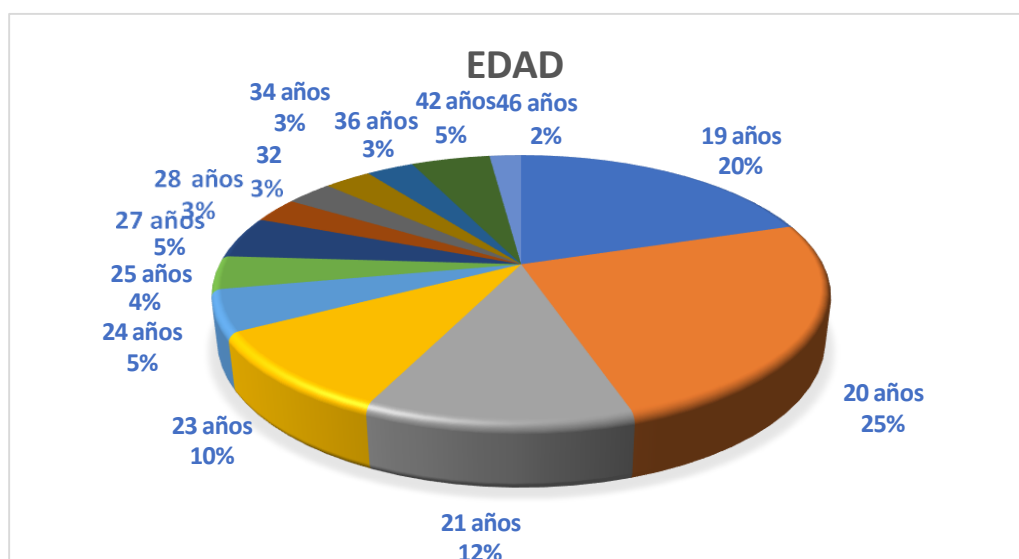
De “la tabla” N° 8 podemos observar que el 43 % de los turistas entrevistados son de procedencia local (Cusco), después le sigue con 30% turistas nacionales y por último con 27% extranjeros.

Esto se debe a que todavía no es conocido o difundido el atractivo natural de los Farallones de Tecsecocha, y solo los pobladores de la región Cusco saben de su existencia.

Tabla 9 Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
19	12	20,0	20,0	20,0
20	15	25,0	25,0	45,0
21	7	11,7	11,7	56,7
23	6	10,0	10,0	66,7
24	3	5,0	5,0	71,7
25	2	3,3	3,3	75,0
27	3	5,0	5,0	80,0
28	2	3,3	3,3	83,3
32	2	3,3	3,3	86,7
34	2	3,3	3,3	90,0
36	2	3,3	3,3	93,3
42	3	5,0	5,0	98,3
46	1	1,7	1,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 5 Edad

Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

De “la tabla” N° 9 podemos observar que el 25% para los turistas encuestados tiene 20 años, luego un 20% tiene 19 años, después un 12% tiene 21 años, luego un 10% tienen 23 años, así mismo un 5% tiene 24 años, le sigue un 4% con 25 años, así también un 5% con 27 años, luego un 3% con 28 años, le sigue un 3% con 34 años,

también un 3% con 36 años, luego un 5% con 42 años y por último un 2% con 46 años de edad.

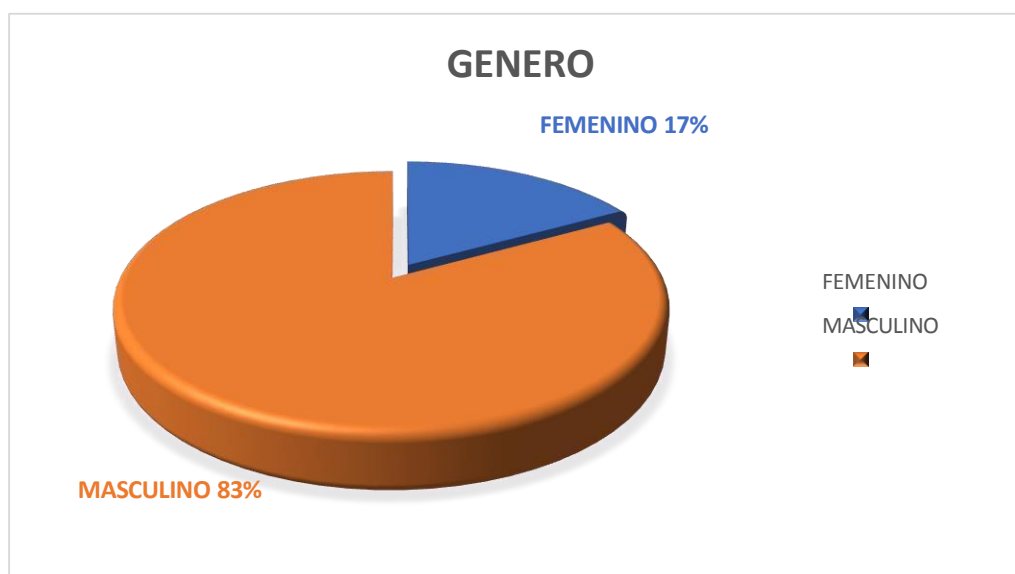
Podemos decir por el tipo de atractivo natural, llama más la atención de público o turistas jóvenes, en condición de estudiantes, donde les llama conocer otros lugares y paisajes para recorrer.

Tabla 10 Género

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Femenino	10	16,7	16,7	16,7
Válido Masculino	50	83,3	83,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 6 Género



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

De “la tabla” N° 10 podemos observar que el 83% de los turistas encuestado comprende el género masculino, mientras que el 17% corresponde al género femenino.

Esto se debe a que los jóvenes varones tienen mejor estado físico y son más aventureros que las féminas.

Tabla 11 Grado de instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SUPERIOR UNIVERSITARIO	60	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Figura 7 Grado de instrucción



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

Del cuadro N° 11 podemos observar que el 100% de los entrevistados en el sitio, corresponde a turistas que tienen grado superior completo o por terminar.

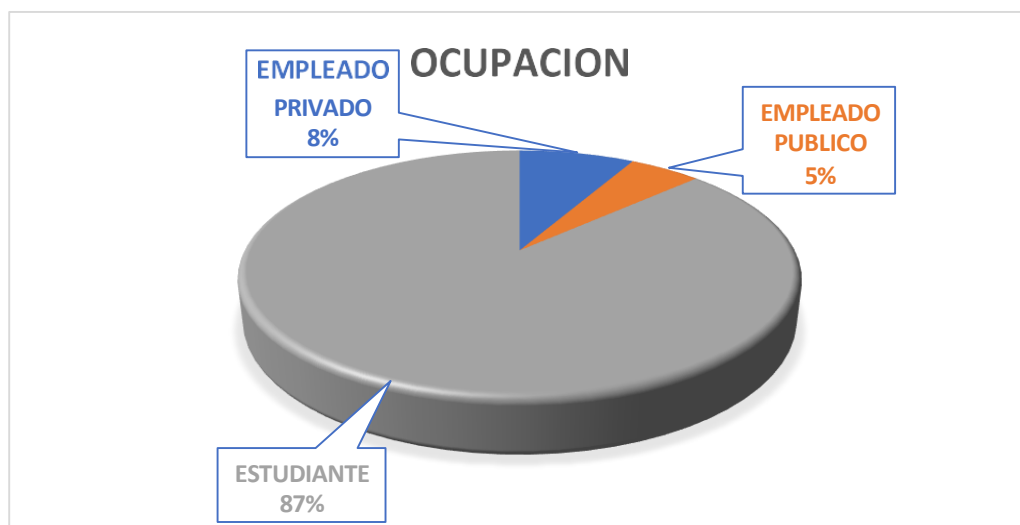
Podemos deducir que en condición de estudiante universitario se tiene el tiempo para realizar más viajes, y aún más poder hacerlo en compañía de tus compañeros de aulas

Tabla 12 Ocupación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	EMPLEADO PRIVADO	5	8,3	8,3	8,3
	EMPLEADO PUBLICO	3	5,0	5,0	13,3
	ESTUDIANTE	52	86,7	86,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 8 Ocupación



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

De “la tabla” N° 12 encontramos que el 87% de los turistas entrevistados, son estudiantes en actividad, luego le sigue un 8% que son empleados del sector privado y por último un 5% laboran en el sector público.

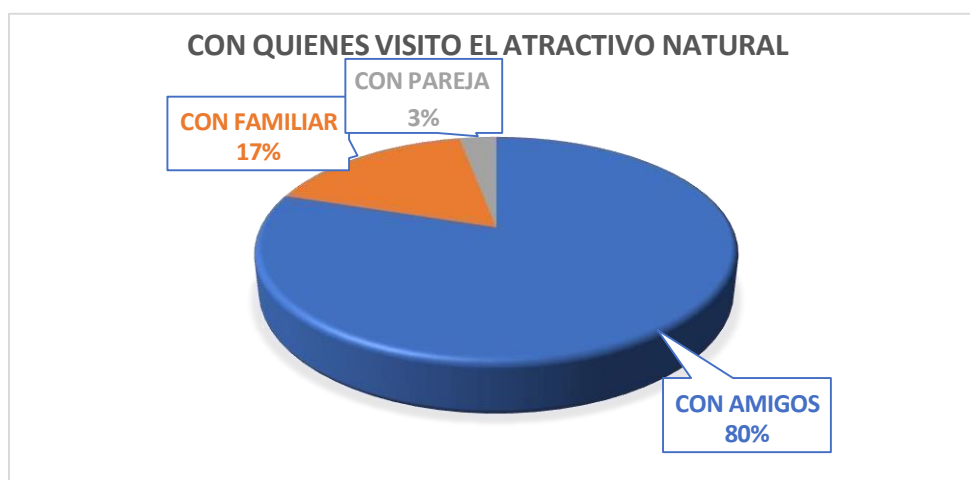
Como se dijo anteriormente la mayoría los visitantes al atractivo natural de los Farallones de Tecsecocha son estudiantes que vienen a conocer nuevos sitios para conocer y admirar, más aún si son paisajísticos.

Tabla 13 Con quienes visito el atractivo natural

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CON AMIGOS	48	80,0	80,0	80,0
	CON FAMILIAR	10	16,7	16,7	96,7
	CON PAREJA	2	3,3	3,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 9 Con quienes visito el atractivo natural



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

De la tabla N° 13 podemos observar que el 80% de los turistas entrevistados, vienen con amigos o compañeros cercanos, luego le sigue un 17% que indica que vienen acompañados con los familiares o “en familia”; por último tenemos un 3% de los que visitaron vinieron con su pareja.

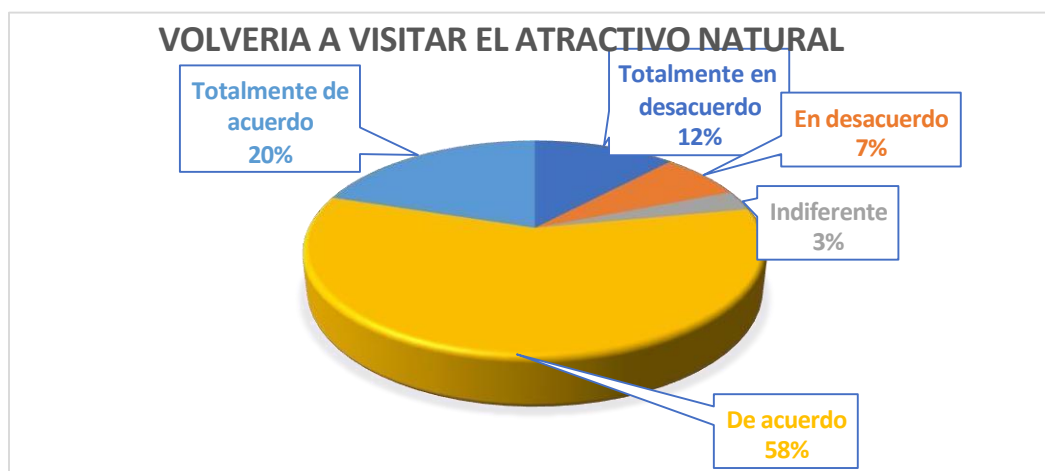
La mayoría de los encuestados en el sitio del atractivo turístico de los Farallones de Tecsecocha estaban en grupos, donde indicaron que tomaron colectivos desde la ciudad del Cusco, de esta manera pudieron llegar al destino turístico.

Tabla 14 ¿Volvería a visitar el atractivo natural de los Farallones y Caratas de Tecsecocha?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	11,7	11,7
	En desacuerdo	4	6,7	18,3
	Indiferente	2	3,3	21,7
	De acuerdo	35	58,3	80,0
	Totalmente de acuerdo	12	20,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Figura 10 ¿Volvería a visitar el atractivo natural de los Farallones y Caratas de Tecsecocha?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

De la tabla N° 14 procedemos a observar que el 58% de los turistas encuestados, indicaron que estarían gustosos de volver a repetir la visita dicho atractivo, luego un 20% también estaría animado a retornar; seguido de un 12% que indica que está totalmente en desacuerdo en retornar, así mismo un 7% manifestaron que no volverían a este atractivo, y por último un 3% se muestra indiferente o no sabe si retornara.

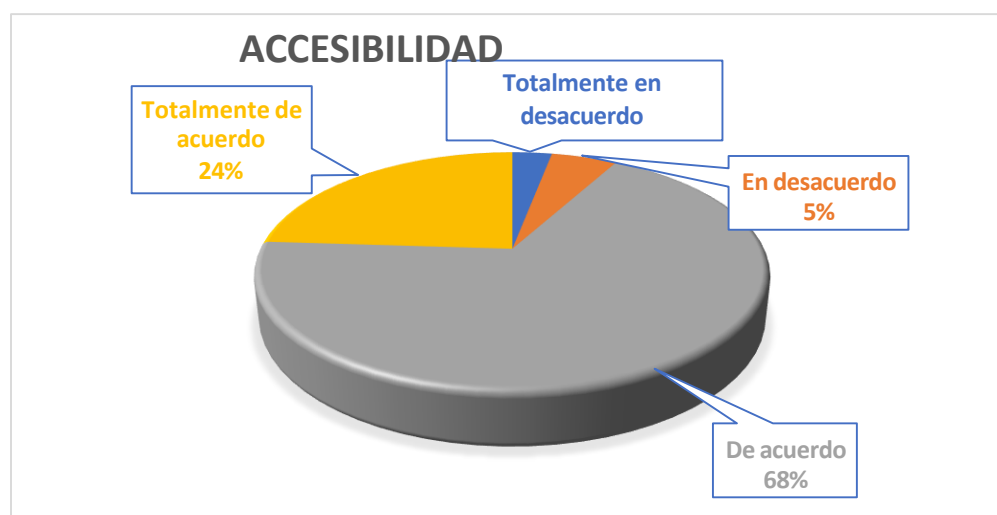
Según lo que se pudo apreciar es que a dicho atractivo natural de los Farallones de Tecsecocha le falta mayor infraestructura turística como son áreas de parqueo seguros, mayor señalización, así como también mantenimiento en la ruta que se sigue de inicio a fin, así como mejores restaurantes. De tal forma que se sea más atractivo y popular para ser visitado.

Tabla 15 ¿Considera Ud., que la accesibilidad hacia de los farallones y cataratas de Tecsecocha es suficiente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	3,3	3,3	3,3
En desacuerdo	3	5,0	5,0	8,3
De acuerdo	41	68,3	68,3	76,7
Totalmente de acuerdo	14	23,3	23,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 11 ¿Considera Ud., que la accesibilidad hacia de los farallones y cataratas de Tecsecocha es suficiente?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

De “la tabla” N° 15 podemos observar que el 58% de los turistas encuestados, está de acuerdo con que los Farallones de Tecsecocha tiene una buena accesibilidad, después un 24% manifiesta que está totalmente de acuerdo con este criterio, luego un 5% menciona que están en desacuerdos, y finalmente un 3% indica que está totalmente en desacuerdos.

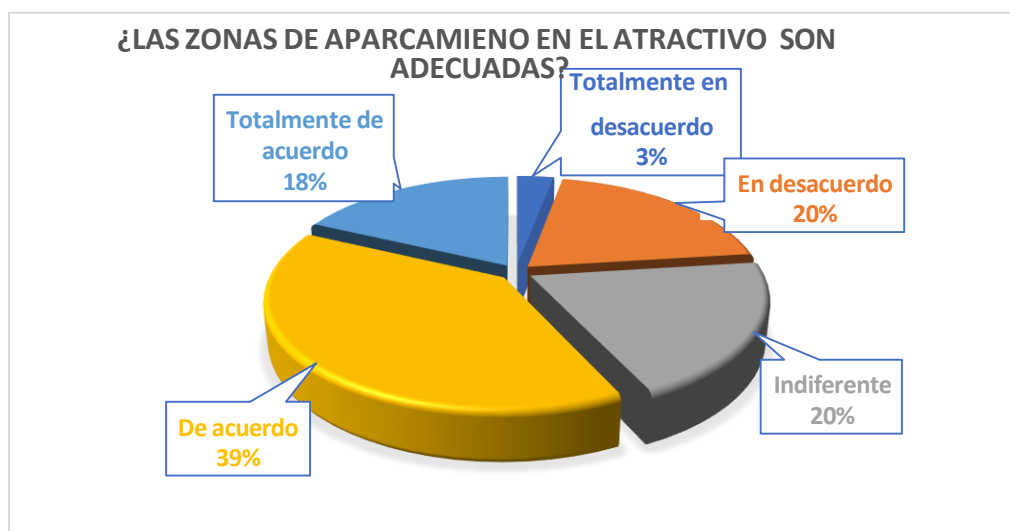
Podemos apreciar que la ruta es su mayoría esta asfaltada y ampliada hasta llegar a los Farallones de Tecsecocha, además podemos decir que existe servicio de transporte público que podemos afirmar que es precario e informal entre mini vans y micro buses que hacen el traslado de los habitantes del distrito, así como también es dirigido para los turistas nacionales.

Tabla 16 ¿Considera usted que las zonas de aparcamiento en el atractivo son adecuadas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	3,3	3,3	3,3
En desacuerdo	12	20,0	20,0	23,3
Válido Indiferente	12	20,0	20,0	43,3
De acuerdo	23	38,3	38,3	81,7
Totalmente de acuerdo	11	18,3	18,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 12 ¿Considera usted que las zonas de aparcamiento en el atractivo son adecuadas?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

De la tabla N° 31 podemos observar que el 39% de los turistas entrevistados, indican que están de acuerdo con que faltan zonas de aparcamiento, seguido de un 20% que manifiestan que están indiferentes, también un 20% corroboran estar en desacuerdo, así mismo un 18% señala que está totalmente de acuerdo, y finalmente un 3% indica estar totalmente en desacuerdo.

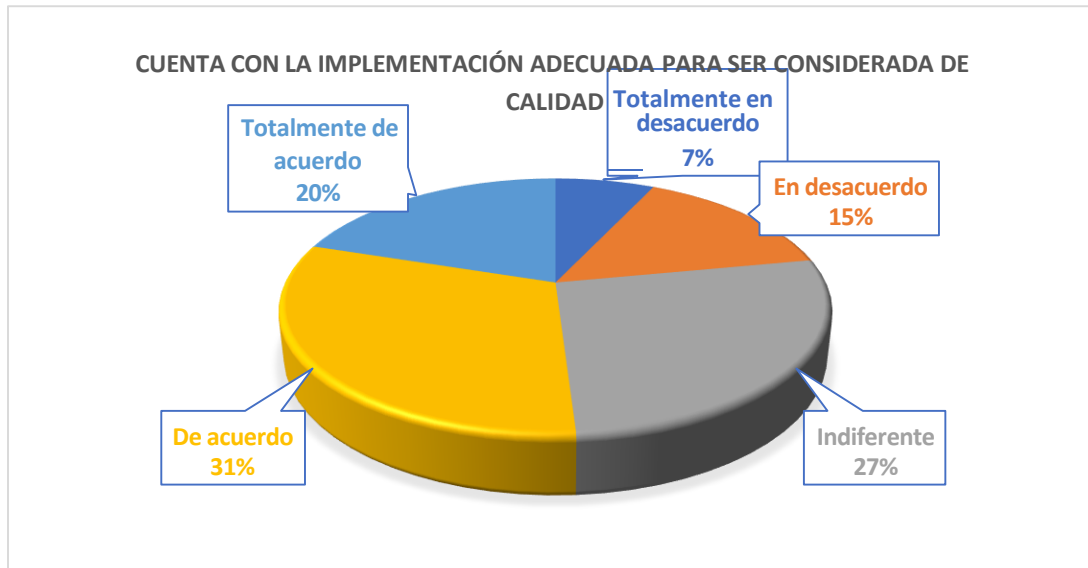
Prácticamente el acceso se encuentra en una curva cerrada 1.2 kilómetros al distrito de Ccorca, que es muy forzado para que la Municipalidad Distrital de Ccorca implemente aparcamiento para buses turísticos.

Tabla 17 ¿El atractivo natural cuenta con la implementación adecuada para ser considerada de calidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	6,7	6,7	6,7
En desacuerdo	9	15,0	15,0	21,7
Válido Indiferente	16	26,7	26,7	48,3
De acuerdo	19	31,7	31,7	80,0
Totalmente de acuerdo	12	20,0	20,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 13 ¿El atractivo natural cuenta con la implementación adecuada para ser considerada de calidad?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

De la tabla N° 17 podemos observar donde el 31% de los turistas encuestados, indican estar de acuerdo con que dicho atractivo natura tiene potencial turístico, seguido de un 27% manifiesta estar indiferente, luego un 20% señala estar totalmente de acuerdo, por otro lado un 15% indica estar de desacuerdo, y finalmente un 7% corrobora estar totalmente en desacuerdo.

Los Farallones de Tecsecocha como atractivo turístico, tiene gran potencial ya que cuenta con paisajes únicos, para los que les gusta la aventura se pueden realizar varias actividades con ciclismo de montaña, o también escalada de montaña, también se presta para hacer turismo vivencial, etc.

Tabla 18 ¿Los restaurantes cuentan con servicio de internet adecuado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	42		70,0	70,0
En desacuerdo	3		5,0	75,0
Válido De acuerdo	8		13,3	88,3
Totalmente de acuerdo	7		11,7	100,0
Total	60		100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Figura 14 ¿Los restaurantes cuentan con servicio de internet adecuado?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

De la tabla N° 33 encontramos que el 70% de los turistas entrevistados, indicaron estar en desacuerdo ya que en el mismo sitio no hay servicio de internet, seguido de, seguido de un 13% señala estar de acuerdo, además de un 12% manifiesta estar totalmente de acuerdo y finalmente un 5% corrobora estar en desacuerdo.

Al final del recorrido se pudo notar que no existe el servicio de internet abierto,

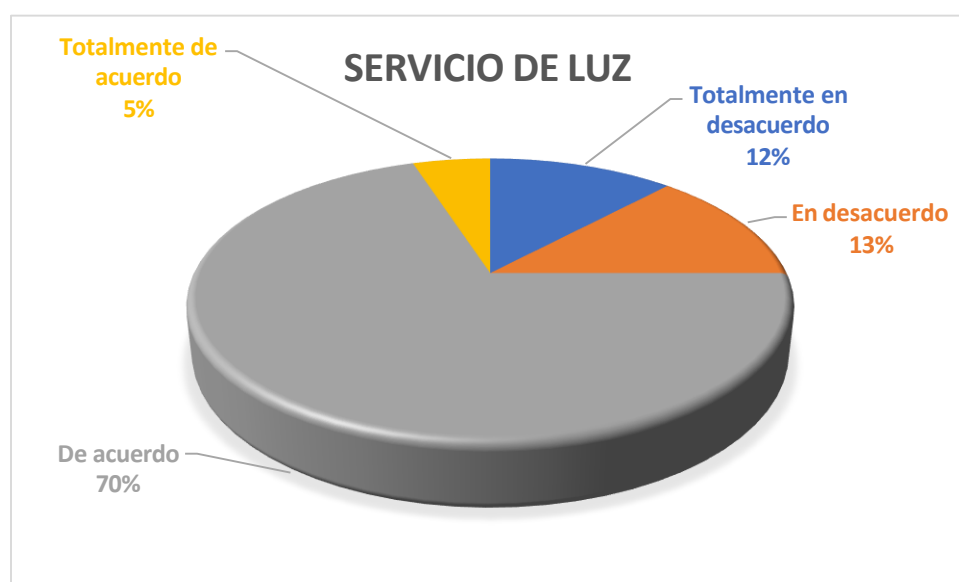
no, si bien es cierto que la Municipalidad Distrital de Ccorcca está a cargo del recinto natural, hasta el momento no implementa señal abierta para que los turistas puedan gozar de este beneficio que es hoy en día imprescindible para cualquier actividad.

Tabla 19 ¿Las zonas de aparcamiento cuentan con servicio de luz eficiente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo		7	11,7	11,7
En desacuerdo		8	13,3	13,3
Válido De acuerdo		44	70,0	95,0
Totalmente de acuerdo		3	5,0	100,0
Total		60	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Figura 15 ¿Las zonas de aparcamiento cuentan con servicio de luz eficiente?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

De la tabla N° 19 encontramos que el 70% de los turistas entrevistados, indicaron estar de acuerdo ya que en el mismo sitio existe servicio de luz en todos los locales, seguido de un 20% manifiesta estar indiferente, luego un 13% señala estar de acuerdo, así también un 12% indica estar totalmente en desacuerdo y finalmente

un 5% corrobora estar totalmente de acuerdo.

Al final del recorrido se pudo notar que hay servicio de luz las 24 horas del día, se puede decir que es uno de los servicios que se requiere para el turista pueda cargar sus equipos móviles, por lo que la municipalidad debería implementar dentro del recinto natural puntos de carga, especialmente en la zonas de aparcamiento.

Tabla 20 ¿Los restaurantes cuentan con servicio de agua adecuado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	5,0	5,0	5,0
Válido En desacuerdo	4	6,7	6,7	11,7
De acuerdo	12	20,0	20,0	31,7
Totalmente de acuerdo	41	68,3	68,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 16 ¿Los restaurantes cuentan con servicio de agua adecuado?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

De la tabla N° 20 encontramos que el 68% de los turistas entrevistados,

indicaron estar totalmente de acuerdo en que en los pocos restaurantes en el sitio existe el servicio de agua, seguido de un 20% manifiesta estar de acuerdo, así también un 7% indica estar en desacuerdo y finalmente un 5% corrobora estar totalmente desacuerdo.

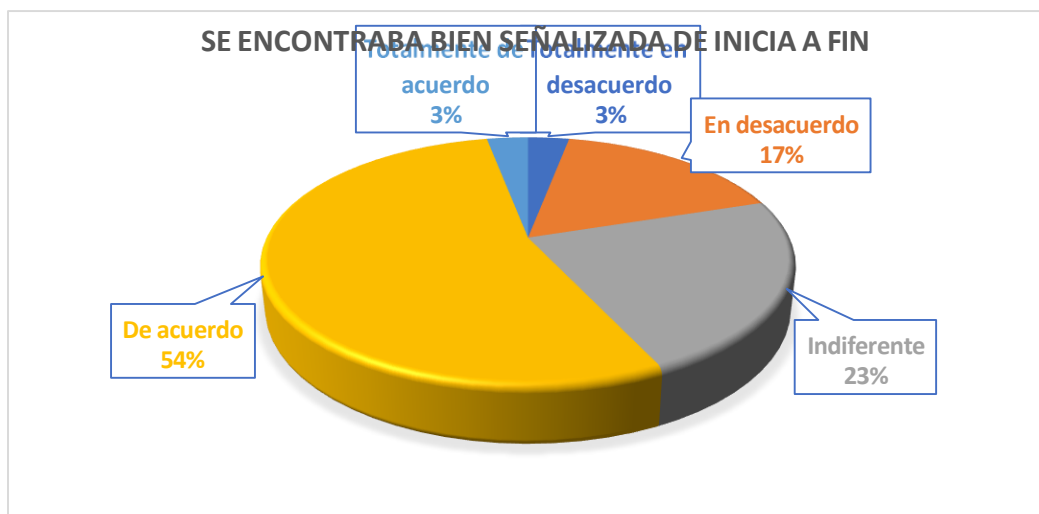
Los pocos restaurantes existentes en la zona si cuentan con servicio de agua, pero los dueños indican que es restringido algunas veces hasta las 2:00 pm. Por lo que a futuro la municipalidad conjuntamente con la empresa encargada del suministro tendrá que ampliar el servicio, especialmente para las empresas dedicadas al turismo.

Tabla 21 ¿En la ruta al atractivo natural, esta se encontraba bien señalizada de inicia a fin?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	3,3	3,3	3,3
En desacuerdo	10	16,7	16,7	20,0
Indiferente	14	23,3	23,3	43,3
De acuerdo	32	53,3	53,3	96,7
Totalmente de acuerdo	2	3,3	3,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 17 ¿En la ruta al atractivo natural, esta se encontraba bien señalizada de inicia a fin?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

De esta tabla N° 21 podemos observar que el 54% de los turistas encuestados, indican estar de acuerdo con que la ruta de dicho atractivo estaba bien señalizada, luego un 23% manifiesta estar indiferente, así mismo un 17% señala estar en desacuerdo, por otro lado un 3% manifiesta estar totalmente de acuerdo, y a la postre, un 3% menciona estar totalmente en desacuerdo.

Si bien es cierto en los Farallones de Tecsecocha que desde la entrada hasta que acaba esta que termina el recorrido esta señalizada la ruta, pero hace falta reforzar rutas de salida, así como un mapa de ubicación del atractivo con respecto al pueblo de Ccorca para mejor ubicación del turista.

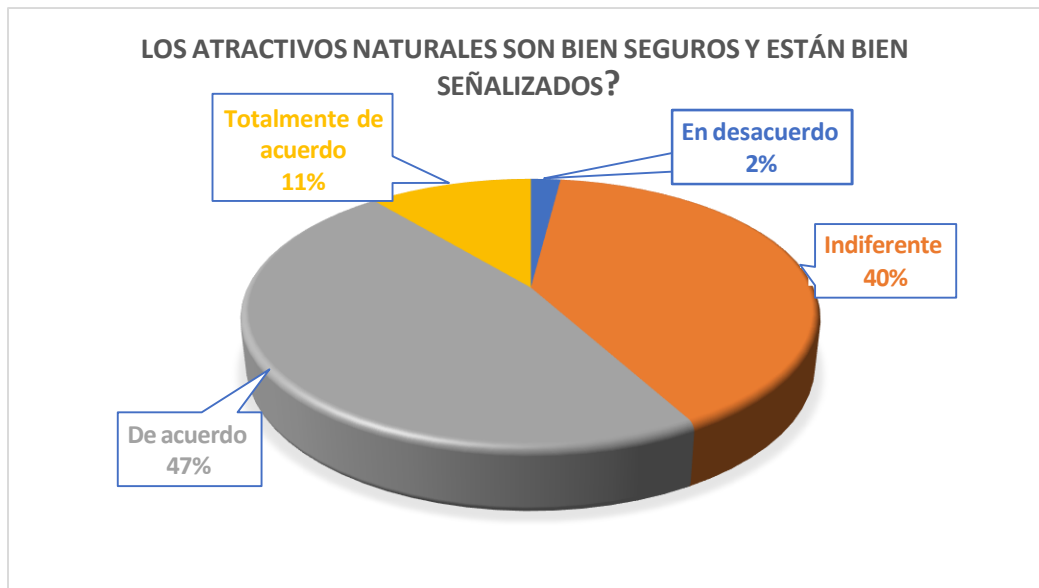
Tabla 22 ¿Los miradores turísticos que se encuentran ubicados cerca a los atractivos naturales son bien seguros y están bien señalizados?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	1	1,7	1,7	1,7
Indiferente	24	40,0	40,0	41,7
Válido De acuerdo	28	46,7	46,7	88,3
Totalmente de acuerdo	7	11,7	11,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 18 ¿Los miradores turísticos que se encuentran ubicados cerca a los atractivos

naturales son bien seguros y están bien señalizados?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

De la tabla N° 22 podemos observar que el 47% de los turistas entrevistados, indican estar de acuerdo que hay seguridad en los diferentes puntos donde se encuentran los miradores para que los turistas puedan apreciar los paisajes de dicho atractivo, seguido de un 40% que manifiestan estar indiferentes, así mismo un 11% menciona estar totalmente de acuerdo, y finalmente un 2% señalan estar en desacuerdo.

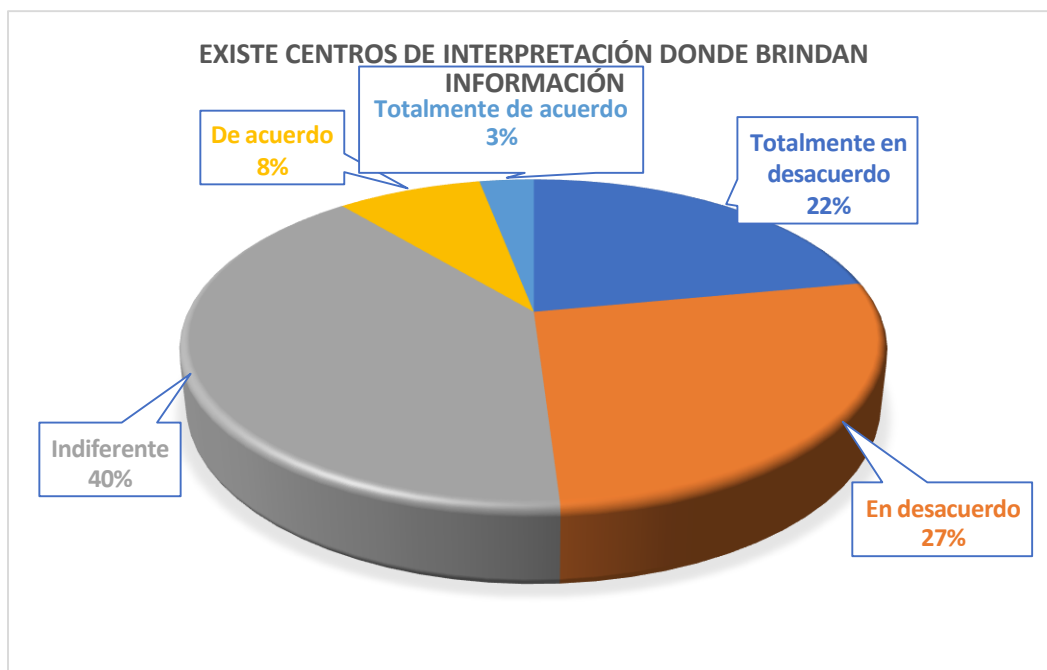
Varios de los puntos donde existe miradores que son parte del recorrido en los Farallones de Tecsecocha, falta realizar el mantenimiento correspondiente a las barandas que están hechas de palo (madera), en otro punto falta reforzar, para que de esta manera se eviten los accidentes con los turistas que visitan dicho atractivo natural.

Tabla 23 ¿Existe Centros de Interpretación donde brindan información sobre el valor y potencial de los recursos naturales que cuenta los farallones y cataratas de Tecsecocha?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	13	21,7	21,7	21,7
En desacuerdo	16	26,7	26,7	48,3
Indiferente	24	40,0	40,0	88,3
De acuerdo	5	8,3	8,3	96,7
Totalmente de acuerdo	2	3,3	3,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 19 ¿Existe Centros de Interpretación donde brindan información sobre el valor y potencial de los recursos naturales que cuenta los farallones y cataratas de Tecsecocha?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

De dicha tabla N° 23 podemos observar que el 40% de los turistas entrevistados, manifiestan estar indiferentes con respecto a la ausencia de centros de interpretación en dicho atractivo, luego un 27% manifiesta estar en desacuerdo, seguido de un 22% menciona estar en totalmente en desacuerdo, por otro lado un 8%

señala estar de acuerdo, y finalmente un 3% corrobora estar totalmente de acuerdo.

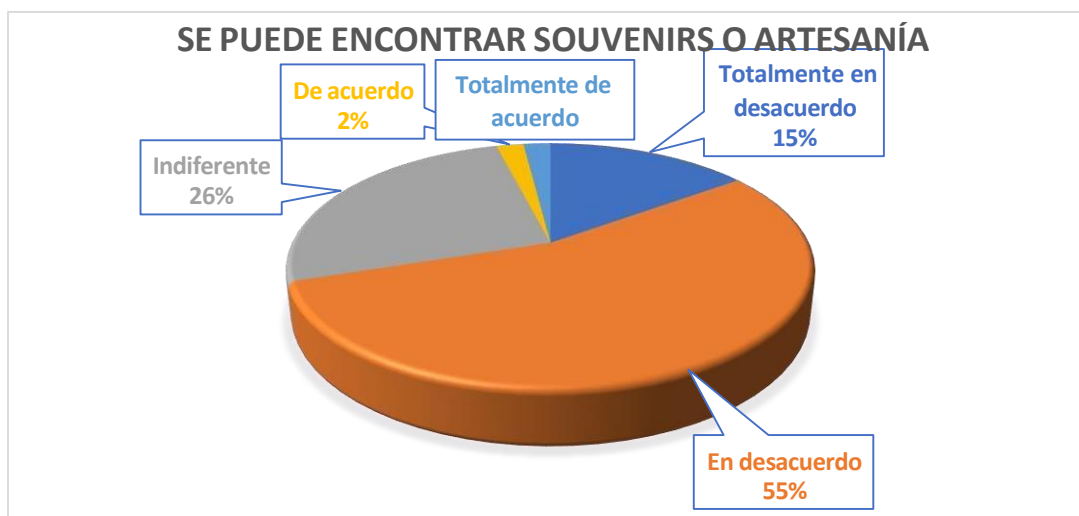
Después del recorrido en los Farallones de Tecsecocha es notorio la usencia de una caseta puesta por la Municipalidad Distrital de Ccorca con personal especializado para brindar información adicional de la zona y otros que el turista pueda necesitar.

Tabla 24 ¿Después de la visita al atractivo natural se puede encontrar souvenirs o artesanía como recordatorio del lugar que se visito?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	9	15,0	15,0	15,0
En desacuerdo	33	55,0	55,0	70,0
Válido Indiferente	16	26,7	26,7	96,7
De acuerdo	1	1,7	1,7	98,3
Totalmente de acuerdo	1	1,7	1,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 20 ¿Después de la visita al atractivo natural se puede encontrar souvenirs o artesanía como recordatorio del lugar que se visito?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

De dicha tabla N° 24 podemos observar que el 55% de los turistas

entrevistados, indican están en desacuerdo que en el lugar no existe tiendas o pequeños stands que vendan souvenirs o artesanía de la zona, así mismo un 26% manifiestan estar indiferentes, luego un 15% señalan estar totalmente en desacuerdo, por otro lado un 2% indican estar totalmente de acuerdo y finalmente un 2% mencionan estar de acuerdo.

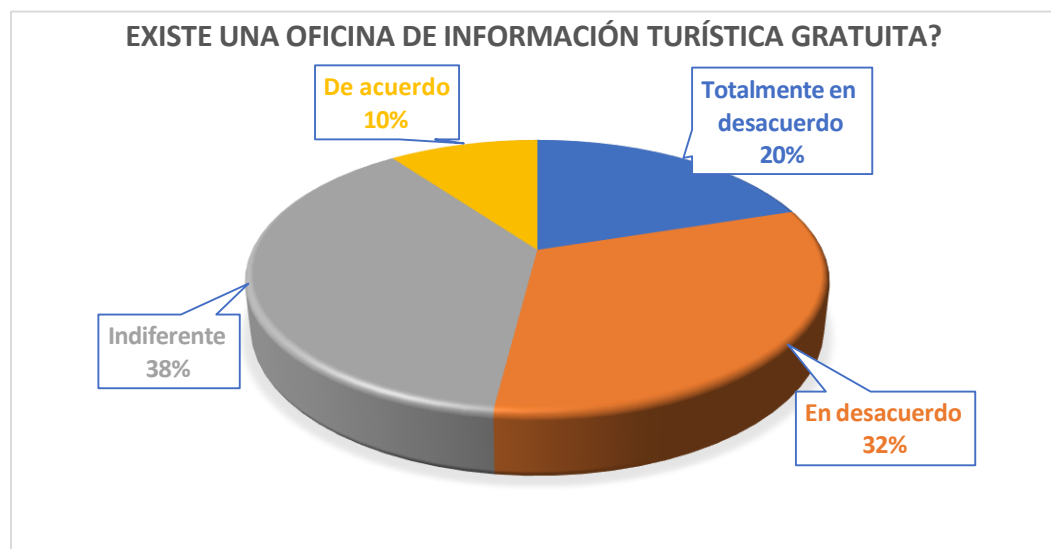
Un gran número de turistas que visitan un atractivo turístico, siempre se quieren llevar un recuerdo del lugar que visitaron, es así que en el lugar hay la carencia de stand donde ofrezcan artesanías de la zona, o algo alusivo a los atractivos naturales de los Farallones de Tecsecocha.

Tabla 25 ¿Muy aparte del guía, existe una oficina de información turística gratuita?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	12	20,0	20,0	20,0
En desacuerdo	19	31,7	31,7	51,7
Indiferente	23	38,3	38,3	90,0
De acuerdo	6	10,0	10,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 21 ¿Muy aparte del guía, existe una oficina de información turística gratuita?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

De dicha tabla N° 25 podemos observar que el 38% de los turistas entrevistados, manifiestan estar indiferentes ya que tampoco hay la presencia de una oficina de información turística en el distrito, luego tenemos que un 32% indican estar en desacuerdo, así mismo un 20% mencionan estar totalmente en desacuerdo, y finalmente un 10% señala estar de acuerdo.

Los turistas que visitan un atractivo turístico necesitan muchas veces saber de otros servicios que pueda brindar el distrito con fines de conocer más, sería muy importante que la Municipalidad Distrital de Ccorca pueda implementar a futuro un oficina de información turística.

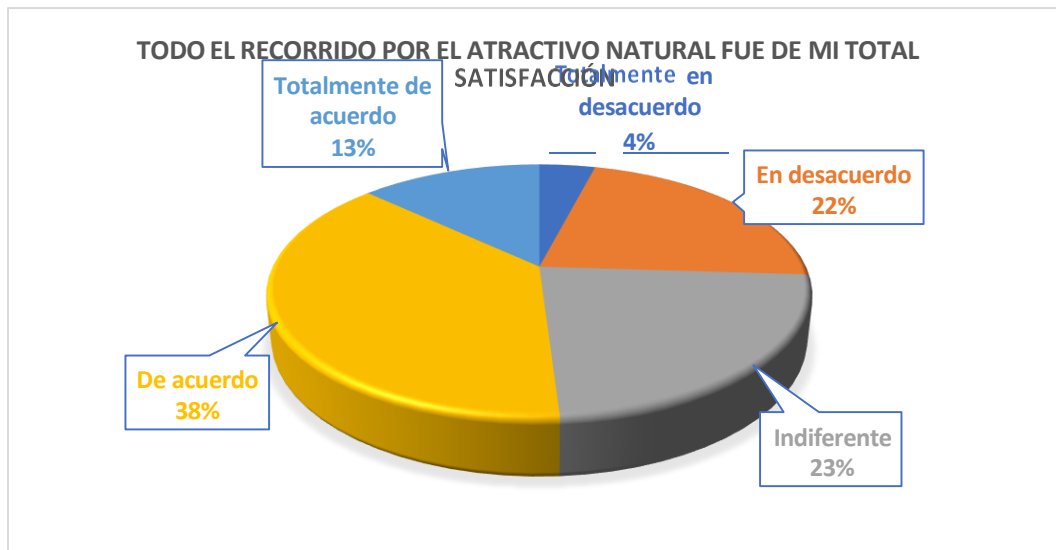
Tabla 26 Todo el recorrido por el atractivo natural fue de mi total satisfacción y agrado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Totalmente en desacuerdo	2	3,3	3,3	3,3
	En desacuerdo	13	21,7	21,7	25,0
Válido	Indiferente	14	23,3	23,3	48,3
	De acuerdo	23	38,3	38,3	86,7
	Totalmente de acuerdo	8	13,3	13,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 22 Todo el recorrido por el atractivo natural fue de mi total satisfacción y

agrado



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

De dicha tabla N° 26 podemos observar que el 38% de los turistas entrevistados, indican estar de acuerdo que todo el recorrido por el atractivo natural fue de su total satisfacción, le sigue un 23% que manifiesta estar indiferente, por otro lado un 22% se muestra en desacuerdo, mientras un 13% corrobora estar totalmente de acuerdo, y finalmente un 4% señala estar totalmente en desacuerdo.

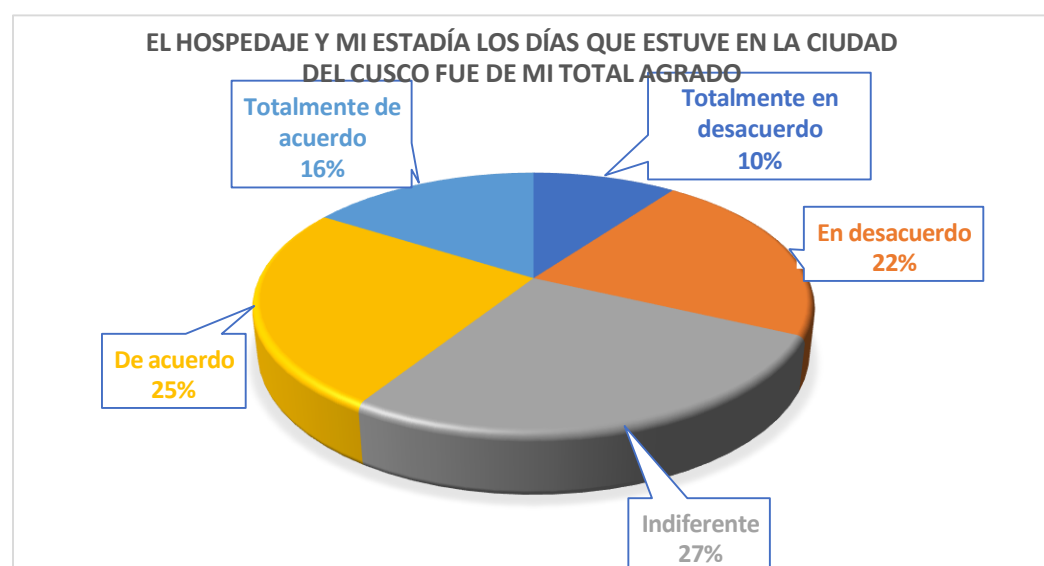
Se puede apreciar que menos del 50% alcanzo la satisfacción del servicio en su visita al atractivo natural de los Farallones de Tecsecocha, ya que requiere mas atención en cuanto a la infraestructura, así como también a los servicios turísticos que están ligados a esta oferta turística.

Tabla 27 El hospedaje y mi estadía los días que estuve en la ciudad del Cusco fue de mi total agrado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	10,0	10,0	10,0
En desacuerdo	13	21,7	21,7	31,7
Válido Indiferente	16	26,7	26,7	58,3
De acuerdo	15	25,0	25,0	83,3
Totalmente de acuerdo	10	16,7	16,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 23 El hospedaje y mi estadía los días que estuve en la ciudad del Cusco fue de mi total agrado



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

En dicha tabla N° 27 podemos observar que el 27% de los turistas entrevistados, manifiestan estar indiferentes frente a la calidad servicios de hospedajes que existe en la ciudad del Cusco, luego le sigue un 25% que indica estar de acuerdo, por otro lado un 22% señala estar en desacuerdo, por otro lado un 16% indico estar totalmente de acuerdo, y finalmente un 10% corrobora estar rotundamente en desacuerdo.

En la localidad de Ccorca (pueblo) se puede apreciar la ausencia de hospedajes turísticos; si a futuro se mejorarían las condiciones de servicio y afluencia del turismo en la zona, habría la necesidad de contar con hospedajes turísticos, por lo que los turistas nacionales y extranjeros tendrán que utilizar los que existen en la ciudad del Cusco.

Tabla 1 Los restaurantes turísticos que visite llenaron todas mis expectativas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	3,3	3,3	3,3
En desacuerdo	12	20,0	20,0	23,3
Válido Indiferente	18	30,0	30,0	53,3
De acuerdo	26	43,3	43,3	96,7
Totalmente de acuerdo	2	3,3	3,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 24 Los restaurantes turísticos que visite llenaron todas mis expectativas



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

En dicha tabla N° 28 podemos observar que el 43% de los turistas entrevistados, indican estar de acuerdo con los restaurantes que existen en la zona,

le sigue un 30% que manifiestan estar indiferentes, por otro lado un 20% señalan estar en desacuerdo, por otro lado un 4% corroboran estar totalmente de acuerdos, y finalmente un 3% mencionan estar totalmente en desacuerdos.

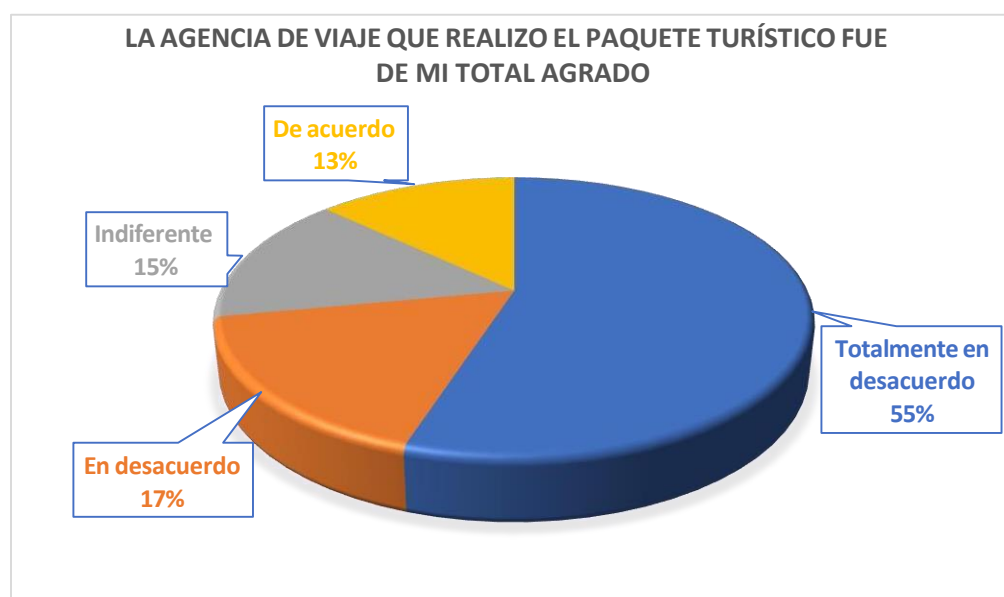
En la localidad de Ccorca se puede apreciar pocos restaurantes que expenden comida al costado del ingreso a los atractivos naturales de los Farallones de Tecsecocha, además estos locales todavía son pequeños y precarios, es un aspecto que a futuro se tendrá que mejorar y lograr un estándar de calidad para los turistas nacionales y extranjeros.

Tabla 29 La agencia de viaje que realizo el paquete turístico fue de mi total agrado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	33	55,0	55,0	55,0
Válido En desacuerdo	10	16,7	16,7	71,7
Indiferente	9	15,0	15,0	86,7
De acuerdo	8	13,3	13,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 25 La agencia de viaje que realizo el paquete turístico fue de mi total agrado



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

En la tabla N° 29 podemos visualizar que el 55% de los turistas entrevistados, indican estar totalmente en desacuerdo con respecto al servicio de las agencias de viaje, seguido de un 17% que corroboran estar en desacuerdo, así mismo un 15% manifiestan estar indiferentes, por último un 13% señalan estar de acuerdo.

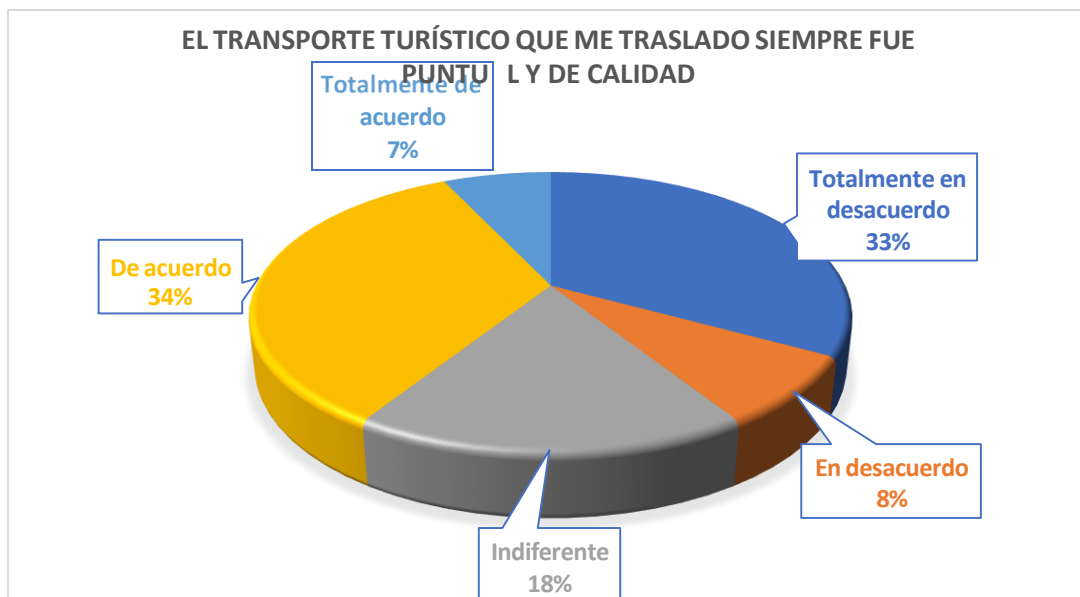
Son pocas las agencias de viajes que promocionan este destino turístico ya que como se mencionó anteriormente existe carencias en cuanto a varios servicios básicos, complementarios y especialmente a la infraestructura, especialmente en el periodo de estudio de esta tesis la carretera Cusco-Ccorca continua en construcción y ampliación, por lo que es un obstáculo para llegar a dicho atractivo.

Tabla 30 El transporte turístico que me traslado siempre fue puntual y de calidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Totalmente en desacuerdo	20	33,3	33,3	33,3
	En desacuerdo	5	8,3	8,3	41,7
Válido	Indiferente	11	18,3	18,3	60,0
	De acuerdo	20	33,3	33,3	93,3
	Totalmente de acuerdo	4	6,7	6,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 26 El transporte turístico que me traslado siempre fue puntual y de calidad



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

En dicha tabla N° 30 podemos observar que el 34% de los turistas entrevistados, indican estar de acuerdo con el transporte que los llevo hacia su destino turístico, por otro lado un 33% señala estar totalmente en desacuerdo, le sigue un 18% que manifiestan estar indiferentes, mientras un 8% señala estar en desacuerdo, y a la postre un 7% corrobora estar totalmente de acuerdo.

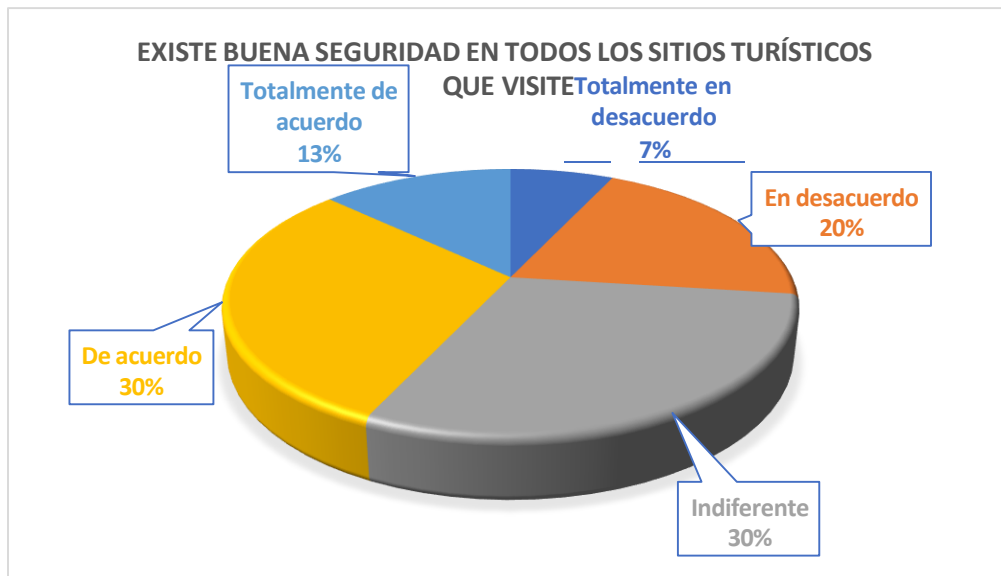
Como se mencionó líneas arriba la vía Cusco-Ccorca esta en construcción, son pocos los tramos que se encuentran operativos, así como también se puede apreciar que son los pocas las unidades que prestan servicios públicos de transportes o “colectivos”, así como también minibuses que haces transporte turístico mediante agencias de viajes.

Tabla 31 Existe buena seguridad en todos los sitios turísticos que visite

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	6,7	6,7	6,7
En desacuerdo	12	20,0	20,0	26,7
Válido Indiferente	18	30,0	30,0	56,7
De acuerdo	18	30,0	30,0	86,7
Totalmente de acuerdo	8	13,3	13,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 27 Existe buena seguridad en todos los sitios turísticos que visite



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

En dicha tabla N° 31 podemos observar que el 30% de los turistas entrevistados, indican estar de acuerdo con la seguridad que existe en los sitios turísticos que visitan, le sigue un 30% que manifiestan estar indiferentes, por otro lado un 20% señala estar en desacuerdo, mientras un 13% menciona estar total-mente de acuerdo, y finalmente un 7% corrobora estar total-mente en desacuerdo.

Se puede apreciar cercano al ingreso de los Farallones de Tecsecocha se

encuentra la comisaria del distrito de Ccorca, que es un gran respaldo para la seguridad, se podría decir que la localidad es muy tranquila, pero que a futuro la Municipalidad Distrital de Ccorca podría reforzar con serenos o policía municipal para una mayor seguridad de los turistas.

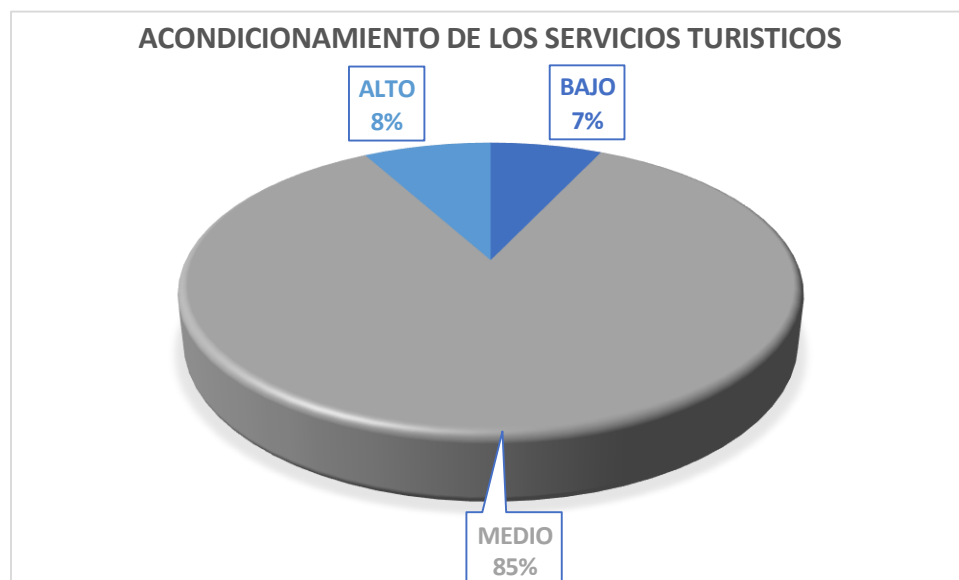
2.8.2. Descripción de los Resultados de la Variable de Acondicionamiento de los servicios turísticos de los Farallones y cataratas de Tecsecocha

Tabla 32 Acondicionamiento de los servicios turísticos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	4	6,7	6,7
	MEDIO	51	85,0	91,7
	ALTO	5	8,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Figura 28 Acondicionamiento de los servicios turísticos



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

En dicha tabla 32 se puede apreciar que el acondicionamiento de los servicios turísticos, cuenta con un resultado medio de 85%, le sigue un 8% como alto y finalmente 7% bajo.

De los productos obtenidos se puede deducir que existe la carencia de una

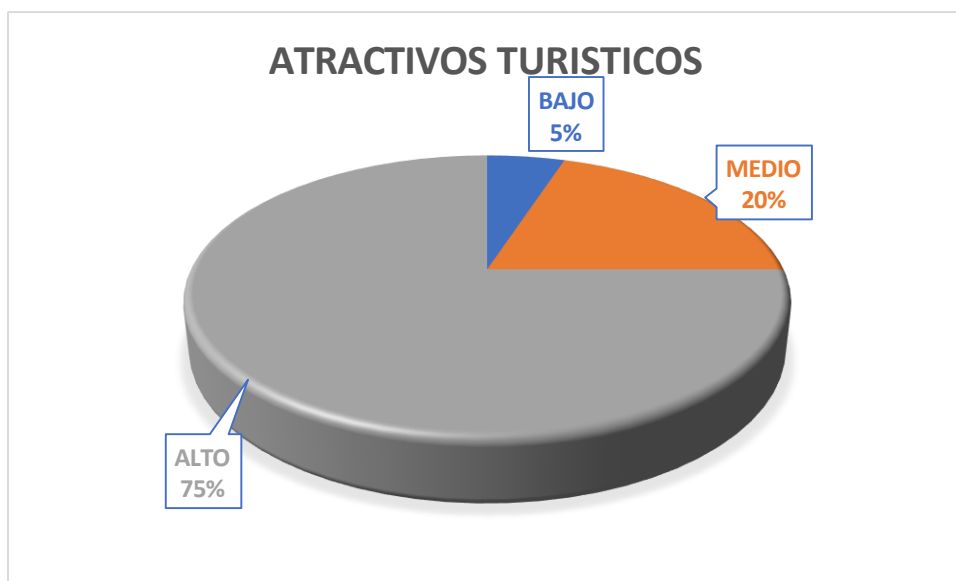
adecuada infraestructura turística, seguido de los productos y prestaciones que son ofrecidos por los negocios del “mercado turístico” y también indispensables para la satisfacción de los turistas.

Tabla 33 Atractivos turísticos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	3	5,0	5,0
	MEDIO	12	20,0	25,0
	ALTO	45	75,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Figura 29 Atractivos turísticos



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

En dicha tabla 33 se puede apreciar que el dimensionamiento de Atractivos turísticos, donde primero nos indica un resultado alto de 75%, luego le sigue un 20% como medio y finalmente 5% bajo.

Como lo hemos indicado y detallado en el capítulo III (el diagnóstico) de la presente tesis, y además podemos apreciar in situ que el “Distrito de Ccorca” con una

variedad de atractivo natural y paisajísticos, así como de atractivos culturales tradicionales como es el Cápac Ñan (antiguo camino inca); por lo que tiene un gran ventaja turístico” que suele ser explotados de una manera sostenida a futuro.

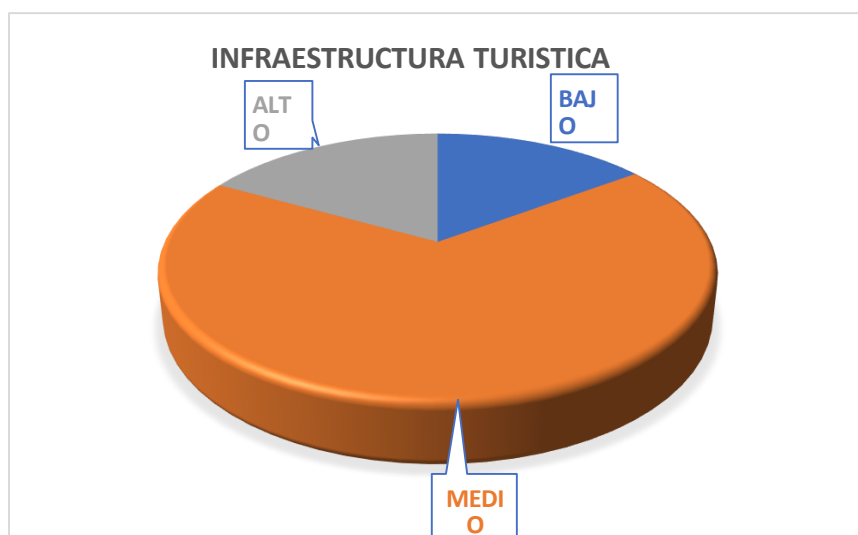
Tabla 34

Infraestructura turística básica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	9	15,0	15,0
	MEDIO	41	68,3	83,3
	ALTO	10	16,7	100,0
	Total	60	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 30 Infraestructura turística básica



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

En dicho cuadro 34 se puede apreciar que el dimensionamiento de Infraestructura Turística Básica, donde primero nos indica un resultado medio de 68%, luego le sigue un 17% como alto y finalmente 15% bajo.

Esto es un reflejo que hay carencia de varios aspectos de infraestructura turística que se necesita de primera mano, como es un vía segura y directa hacia el

destino turístico, luego una zona de parqueo o estacionamientos para carros particulares o de agencias de viajes; luego podemos hablar que dentro del circuito de los Farallones de Tecsecocha hace falta el mantenimiento del camino, así como también la implementación de mejores servicios higiénicos y señalización turística para lograr un servicio de calidad para el turista.

Tabla 35 Instalaciones Turísticas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	15	25,0	25,0	25,0
Válido MEDIO	45	75,0	75,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 31 Instalaciones Turísticas



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

En dicha cuadro 35 se puede apreciar que el dimensionamiento de Instalaciones Turísticas, donde primero nos indica un resultado medio de 75%, y finalmente le sigue un 25% como bajo.

Durante el recorrido en los Farallones de Tecsecocha se puede apreciar varios miradores en la zona, donde se pueden apreciar de todos los ángulos las formaciones

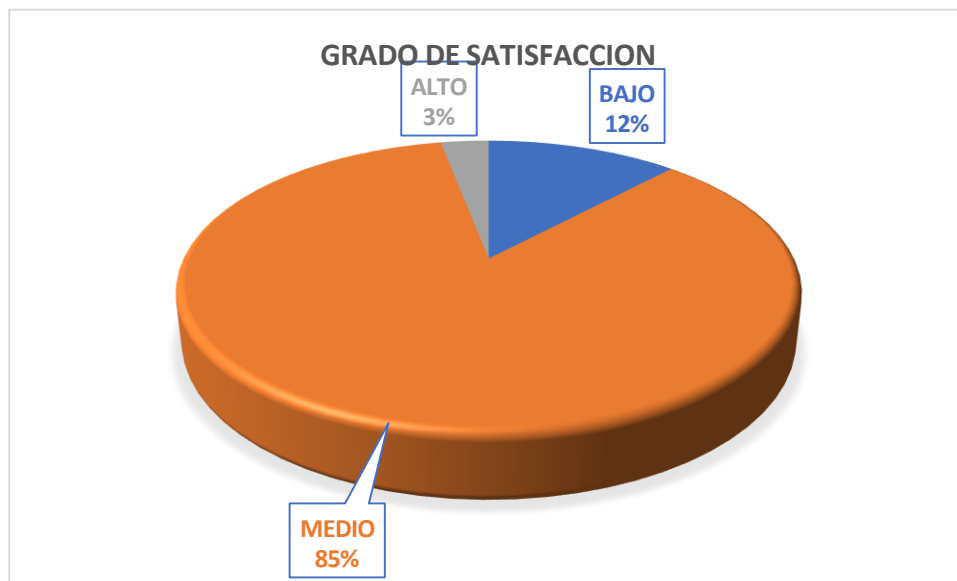
rocosas, conjuntamente con los paisajes que se encuentran en su entorno, por otro lado al final del recorrido se puede ver la ausencia de centros de interpretación o una oficina de información turística, así como también de paradores turísticos para la compra de artesanía o recuerdo alusivos a dichos atractivos naturales.

Tabla 36 Grado de Satisfacción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	7	11,7	11,7
	MEDIO	51	85,0	96,7
	ALTO	2	3,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Figura 32 Grado de Satisfacción



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis

En dicho cuadro se puede apreciar que el dimensionamiento de Grado de Satisfacción, tenemos primero un resultado de medio con 85%, después le sigue un 12% como bajo, y finalmente un 3% como alto.

Si bien es cierto que el recorrido por el atractivo natural de los Farallones de Tecsecocha es maravilloso y único para el turista, ya que es un lugar abierto donde cualquiera se puede relajar y hasta desestresarse, lo que es necesario es una

intervención por parte de la entidad municipal de Ccorca para los respectivos mantenimientos e implementación de los servicios básicos así como de la mejora de la señalización e información turística, de esta manera se garantizaría que el turista vuelva o al menos recomiende a un familiar o amigo para que visite dicho atractivo.

2.9. RESULTADOS INFERENCIALES

2.9.1. Prueba de normalidad de variables de estudio

Tabla 37 Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra

	Acondicionamiento de los servicios turísticos	Satisfacción turística
N	60	60
Parámetros normales ^{a,b}	Media	2,02
	Desv. Desviación	,390
		,381
Máximas diferencias extremas	Absoluto	,434
	Positivo	,434
	Negativo	-,416
Estadístico de prueba	,434	,470
Sig. asintótica(bilateral)	,000 ^c	,000 ^c

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

Interpretación:

De la tabla N°37, se puede estimar que los datos de las variables acondicionamiento de servicios turísticos y Satisfacción del turista no guardan una distribución Normal (Sig.<0.05), lo que da a indicar que se debe emplear la correlación con la prueba no paramétrica del Coeficiente de correlación de Spearman.

2.9.2. Prueba de hipótesis de relación entre las dimensiones nivel de satisfacción turística y servicios turísticos

El Nivel de satisfacción de los turistas que hacen uso de los servicios turísticos en los atractivos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha del distrito de

Ccorca- Cusco -2022 es alto.

H_0 : El Nivel de satisfacción de los turistas que hacen uso de los servicios turísticos en los atractivos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha del distrito de Ccorca- Cusco -2022 es bajo.

H_1 : El Nivel de satisfacción de los turistas que hacen uso de los servicios turísticos en los atractivos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha del distrito de Ccorca- Cusco -2022 es alto.

Tabla 38 Coeficiente de correlación y significancia entre la dimensión Nivel Satisfacción del turista y la dimensión Servicios Turísticos

Correlaciones				
		Servicios Turísticos	Grado de Satisfacción	
Rho de Spearman	Servicios Turísticos	Coeficiente de correlación	1,000	,035
		Sig. (bilateral)	.	,793
		N	60	60
	Grado de Satisfacción	Coeficiente de correlación	,035	1,000
		Sig. (bilateral)	,793	.
		N	60	60

Interpretación:

El coeficiente de correlación es de 0,035, lo da a indicar que la relación entre las variables es positiva muy baja lo cual queda por aceptar la hipótesis nula. En conclusión, no existe relación significativa entre la dimensión servicios turísticos y el nivel satisfacción turística, por lo tanto, se determina que el nivel de satisfacción de los turistas que hacen uso de los servicios turísticos en los atractivos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha del distrito de Ccorca-Cusco - 2022 es regular o moderado.

CAPÍTULO III

PROPUESTAS

Después de haber terminado con el diagnóstico situacional del atractivo natural de los Farallones de Tecsecocha del distrito de Ccorca y haber indicado los aspectos más relevantes para la satisfacción del turista, así como el análisis pertinente de los cuadros estadísticos descriptivos, continuaremos con formular dos propuestas y como tal la primera consistirá en presentar un modelo de gestión del servicio turístico, tomando en cuenta aspectos relevantes como son el medio ambiente, aspecto social y económico, dicha propuesta creara varias áreas y temas para su mejor comprensión.

3.1. PROPUESTA DE LINEAMIENTOS DE POLÍTICA PARA EL ACONDICIONAMIENTO DE SERVICIOS TURÍSTICOS

La realización de los lineamientos de política son buenas acciones que se consolidan en una visión de lo que se quiere realizar o hacer efectivo en el futuro. En tal caso las propuestas se deben orientar a la realización de alguna tarea dentro de un horizonte temporal que puede ser de corto, mediano o largo plazo. Entre ellas y por entidades públicas con injerencia en la gestión del acondicionamiento de los servicios turísticos se debe promover.

Ley N° 29408

- **Desarrollo Sostenible:** El desarrollo turístico debe apuntar a restaurar, preservar e integrar los patrimonios culturales, naturales y sociales. Uso responsable de los medios turísticos, mejora de las cualidades de vida de la población actual, potenciación del crecimiento sociales, culturales, ambientales y económico.
- **Inclusión:** El turismo incentiva la participación del aspecto económico,

sociales, políticas y culturales de grupos social marginados y vulnerable y de individuos con todo tipo de discapacidad que limitan su capacidad para participar activamente y desempeñarse en la sociedad.

- **No discriminación:** Las prácticas turísticas deben ser respetuosas de la igualdades de sexo, la variedad culturales y las personas vulnerable, y un medio de crecimiento individuales y colectivos.
- **Incentivo de la Inversión Privada:** El Gobierno fomentan la inversión privadas en actividades del turísticas. Esto representa creación de trabajo, mejora de la cualidad de vida del pueblo anfitrión y conversión de los medios turísticos en ofertas turísticas sostenibles.
- **Descentralización:** El crecimiento turístico es una responsabilidades e implica la inclusión e integración de las instituciones locales y municipales y la población local en beneficio directo de la ciudadanía.
- **Calidad:** Los Estados, en colaboración con los diferentes protagonistas que intervienen en la acción turística, deben incentivar y facilitar los medios y mecanismos que permitan la cualidad de los lugares para satisfacer a los visitantes, así como la protección de sus derechos.
- **Competitividad:** El crecimiento turístico debe hacerse incentivando situaciones a favor para las iniciativas, incluyendo las inversiones nacionales y extranjeras, de tal manera que permita la existencia de ofertas turísticas competitivas.
- **Comercio justo en el turismo:** Las actividades turísticas tienen por objeto promover la distribución equitativa de los beneficios económicos obtenidos y favorecer a las personas de los destinos desde los que se producen.
- **Cultura turística:** El gobierno fomenta la inclusión y el reto de la población y

de los protagonistas involucrados en las actividades turísticas para crear las condiciones que otorguen el desarrollo turístico, promover el conocimiento, empoderar y promover el desarrollo sostenible.

- **Identidades:** El crecimiento del turismo incentiva a mejorar al sistema de identidad e inclusión nacional, especialmente al facilitar a Identificar, rescatar y promover el patrimonio inmaterial con la participación y beneficio de la población local.
- **Conservaciones:** La evolución de las actividades turísticas no degrade ni destruya culturas vivas o recursos naturales ni promueva su protección. Apoyar las actividades turísticas preservando y mejorando la cultura ancestral.

Un servicio normalmente se organiza en fases. La complicación es que cualquier fallo en cualquier parte de la fase afecta automáticamente a la prestación del servicio en sí. Los servicios turísticos también tienen esta característica. El error es mínimo, pero afecta a todo el servicio. Este fenómeno se conoce como el "efecto halo" y los empresarios deben prestar mucha atención a los procedimientos y medidas generales adoptadas en la prestación de los servicios.

El “plan de implementación” de los vitales servicios turísticos es que estos son medios, no fines. Los servicios incluyen alojamiento, comidas, transporte, caminos pavimentados y estacionamiento privado, lo que facilita a los visitantes moverse y satisfacer sus necesidades básicas. Por un lado, se trata de conocer lugares, divertirte, divertirte, conocer otras culturas y hacer cosas diferentes a tus actividades diarias

3.1.1. Cuadros matriz de las estrategias a desarrollar

Tabla 39 Matriz de las estrategias a desarrollar

Objetivo Especifico N°01: Reforzar la calidad de los trabadores del sitio que tienen contacto directo con el turista			
ESTRATEGIA	ACCIONES	DURACION	COSTO DE LA INVERSION
Simplificación y enfoque de los talleres sobre capacitación con relación a la atención al cliente	Determinar las charlas correspondientes de las capacitaciones establecidas	Dos meses	S/ 10,000
	Convocar a los ponentes especialistas para las charlas de los talleres		
Objetivo Especifico N° 02. Mejorar las instalaciones del sitio, mediante el acondicionamiento los servicios de descanso, orientación y limpieza			
ESTRATEGIA	ACCIONES	DURACION	COSTO DE LA INVERSION
Diseñar emplazamientos que brinden el descanso necesario a los turistas en su recorrido	Creación de un área exclusivo para un parador turístico al final del recorrido	Seis meses	S/ 85,000
	Mejoramiento de estructuras en los miradores turísticos		
	Mejoramiento de los ingresos y salidas de los Farallones de Tecsecocha		

Ofrecer una adecuada orientación al visitante nacional o extranjero con la ayuda de paneles de información	Creación de un papel del tipo informativo (grafico) a la llegada del turista		
	Diseños de señales de orientaciones e interpretación en los recorridos de los Farallones de Tecsecocha	Cinco meses	S/ 22,500
	diseño de señales de regulación o advertencia		

Objetivo Especifico 03. Contar de rutas amplias para las salidas de los turistas

ESTRATEGIA	ACCIONES	DURACION	COSTO DE LA INVERSION
Afianzar la experiencia de las visitas por medio la ampliación de los puntos de salida	Creación de un estacionamiento para vehículos turísticos	Cuatro meses	S/ 18,500
	Creación de un panel de agradecimiento al turista por su visita		
	Creación de varios módulos para: información turística, snack y souvenirs o recordatorios		
	Activación de un buzón de sugerencias o quejas sobre el servicio ofrecido		

3.2. DESPLIEGUE DE LAS ESTRATEGIAS

3.2.1. Reforzar la calidad de los trabadores del sitio que tienen contacto

directo con el turista

Esta táctica se plantea con el objetivo de lograr que los atractivos naturales de Farallones de Tecsecocha cuenten con el personal idóneo para brindar la máxima atención a sus turistas. Al final del recorrido (abajo) se encuentra la correspondiente cafetería de posada turística y tienda de artesanía. Esto plantea un gran problema que afecta directamente a la experiencia turística a lo largo su estadía.

Tabla 40 Técnicas para la adecuada atención al turista

TEMA: “Técnicas para una correcta atención al turista”

OBJETIVO: Impartir los conocimientos adecuados y herramientas para ofrecer un servicio de calidad a los turistas que visitan los atractivos naturales de los Farallones de Tecsecocha

PERFIL DEL CAPACITADOR: Es especialista en impartir charlas de capacitación, con experiencia profesional con relación al trato directo con clientes y/o turistas, tener

Jornada	Contenido	Requerimientos
1	La atención al turista	<ul style="list-style-type: none">- Conceptos y fundamentos de la atención al turista- El servicios al visitante- Gestiones de la cualidad en la atención al visitante- La atención al turista y el servilismo- El momento y la atención al visitante- Norma básica de actuación- Manejos de queja y reclamos- Actitud positiva- Potenciales para el trato con visitantes- “Cualificación para el servicio con el turista”
2	El trato con el turista	<ul style="list-style-type: none">- “Formación para el trato con el turista”- “La motivación para el trato con el turista”- ¿Como lograr turistas satisfechos?- Tipologías de clientes

Protector multimedia
Papelotes y plumones gruesos

-
- | | | |
|---|--------------------------|---|
| 3 | Los clientes | - Situación difícil
"La comunicación y el servicio al turista" |
| 4 | Técnicas de comunicación | "Los elementos del proceso de comunicación"
- Don en la comunicar
- Normas fundamentales en el uso del lenguaje
- El lenguaje verbal y no verbal
- Clases y barrera de comunicación
- ¿Qué es la calidad?
- Sistemas de calidad diferencial y la segmentación de clientes |
| 5 | La calidad del servicio | - El colaboradores
- La orientación al visitante
- La satisfacción del visitante
- Necesidad y expectativa del visitante |

METODOLOGIA: Las metodologías y conocimientos empleados a lo largo de la indicadas capacitaciones de cada día se diferenciarán, en otras palabras, se desarrollarán exposiciones teóricas y a su vez talleres adecuados, en los cuales se realizarán tareas prácticas y con ejemplos realistas, vinculados con los datos e información adquiridos anteriormente, también se incorporarán las herramientas indicadas por el capacitador

PRESUPUESTO: Para ejecutar dichos entrenamientos se necesitará de S/. 12,000

3.2.2. Diseñar Instalaciones que Brinden el Descanso requerido en los recorridos

Tabla 41Mejoramiento de estructuras en el parador turístico de los Farallones de Tecsecocha

Propuesta de implementación para un parador turístico en los Farallones de Tecsecocha	
	
PROPUESTA	
<p>En el parador turístico existente en los Farallones de Tecsecocha, para no entorpecer el tránsito de visitantes y personal, el área marcada en la vista anterior se amplía con muebles en formas de 'L' y elaborados con los materiales rústicos del lugar. Ejemplos: Queuña, Eucalipto, Aliso. De igual manera, se alinean telares elaborados con lana de oveja y alpaca, brindando comodidad a los visitantes además de promover la venta de los mismos, ofreciendo productos artesanales a solo unos pasos del punto de partida, las alusiones a este atractivo natural se implementan con puestos de comida. . Finalmente, el comedor ha sido mejorado y completamente restaurado con madera machihembrada para aumentar la durabilidad, no dejar espacios vacíos, dar más sombra y evitar la caída de componentes que contaminen la instalación. Contaminar los alimentos, tomando en consideración que la cocina está directamente comunicada con el comedor</p>	

Tabla 42 Mejoramiento del área de descanso en los Farallones de Tecsecocha

Condición actual del área de descanso en la Ruta del Farallones de Tecsecocha



PROPUESTA

La instalación se encuentra actualmente en mal estado de conservación y por razones de seguridad no es recomendable para los turistas. Esto se convierte en un verdadero problema ya que es la ruta más transitada para la atracción turística en cuestión y no hay paradas de descanso seguras que brinden el nivel de comodidad que buscan los turistas. Por ello se ha propuesto la restauración y ampliación de esta edificación. Consta de una estructura de banco con listones de madera, decorada con figuras talladas y lacadas representativas de la región, y también con respaldos que hacen que la conversión sea rústica. Utilizando materiales locales y similares a la instalación anterior, la extensión de 9 m de largo x 4 m de ancho no afectará negativamente a la naturaleza circundante. Como los techos de paja elaborados cubren el área, son muy duraderos, no tienen huecos y proporcionan la sombra que tanto se necesita.

Tabla 43 Mejoramiento de estructuras del segundo mirador turístico en los Farallones de Tecsecocha

Situación actual del segundo mirador turístico del Cerro Purgatorio



Entrada al segundo mirador turístico



PROPUESTA

Dicho "mirador", se encuentra en la parte baja del recorrido de los Farallones de Tecsecocha, donde se puede apreciar una foto emulando como sería la caída de agua "catarata" en tiempo de lluvias. Tenga en cuenta que en esta perspectiva turística, no se proponen instalaciones para proporcionar sombra. Porque está muy cerca de los acantilados que proporcionan una gran sombra natural que no afecta al paisaje natural. Asimismo, se propone instalar una barandilla de madera barnizada de 1 m de altura. Además de encerrar un segundo mirador turístico y limitar su extensión, también sirve de apoyo y seguridad a los visitantes. Están elaborados con materiales rústicos típicos de la región, siendo la madera de algarrobo o quena maderas tolerantes y mimetizadas con el entorno.

Tabla 44 Mejoramiento de las pasarelas entre el segundo y principal mirador turístico en los Farallones de Tecsecocha

condición actual de las pasarelas en los miradores turísticos del Cerro Purgatorio	
	
PROPUESTA	
<p>Hoy en día, las rutas de senderismo que conectan los tres atractivos de Farallones de Tecsecocha no cuentan con estructuras adecuadas para delimitar, ubicar y brindar seguridad a los visitantes. A la derecha se puede observar que algunas rutas de senderismo han sido cerradas por derrumbes y el personal del Ayuntamiento de Ccorca está tomando medidas al respecto. El propio personal está dando seguimiento a este desabastecimiento Han venido varios visitantes y en varias ocasiones ha habido accidentes menores. Por ende, se formula la instalación de veredas de “acero inoxidable” a base de bloque de hormigón, colocados en zonas estratégicas y que brinden el apoyo y mayor seguridad que necesitan los turistas para realizar recorridos sin accidentes (existentes teniendo en cuenta el material de la vereda).</p>	

Tabla 45 Mejoramiento de estructuras del mirador turístico principal en la Ruta de los Farallones de Tecsecocha

Condición actual del mirador turístico principal de los Farallones de Tecsecocha	
	
PROPUESTA	
<p>Se propone el mantenimiento de las figuras en tamaño real (exhibidas a mano derecha) y la limpieza de la pequeña maleza que hay en el sendero que conduce hacia las pozas de piedra donde se encuentra las cataratas y de fondo los Farallones de Tecsecocha, así como la implementación alrededor de pequeñas butacas de madera de 1.2 mts. de largo x 0.60 mts de ancho, considerando la forma semicircular del mirador turístico y que brinde descanso y un espacio para tomarse fotos grupales para el mejor disfrute de la experiencia teniendo en cuenta que existe un fresco clima en el lugar. Dichos bancos serán construidos de madera rustica, manteniendo la armonía con el paisaje natural.</p>	

3.2.3. Brindar una correcta orientación al visitante con la adecuada señalización

Para la creación de la señalización de la actual propuesta se ha considerado la tipología de señales, reglas gráficas y especificaciones generales para su correcta implementación contenidas en el Manual de Señalización Turística Peruana

Figura 33 Situación actual



Propuesta

Propuesta de mejora e implementación de



Señal Tipo B3

Señal
Informativa de
Bienvenida en
Vías

Condición Actual de las Áreas de Parqueo

Figura 34 Condición Actual de las Áreas de Parqueo



Propuesta



Señal Tipo O2

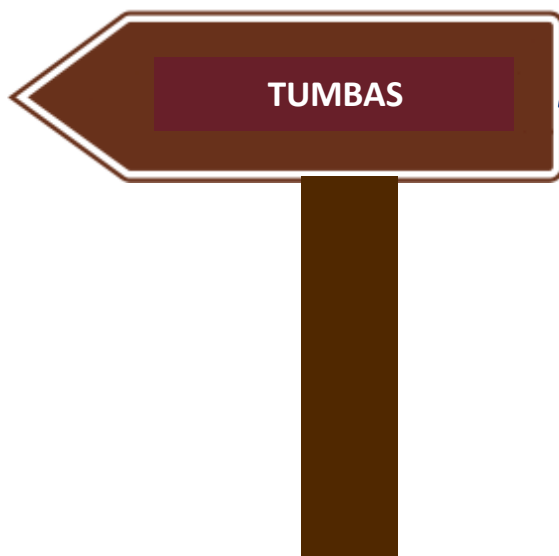
Señal Informativa de
Orientación de Pre-
señalización de
destino en vías

Señalización turística interna: Ruta A – Tumbas

Figura 35 Señalización turística interna: Ruta A - Tumbas



Propuesta



Señal Tipo O2

Señal
Informativa de
Orientación de
Pre-señalización
de destino en
vías peatonales

Señalización turística interna: Ruta B – Pinturas Rupestres

Figura 36 Señalización turística interna: Ruta B - Pinturas Rupestres



Señal Tipo O2
Señal Informativa de
Orientación de Pre-
señalización de
destino en vías

Señalización turística interna: Ruta A – Cataratas de Tecsecocha

Figura 37 Ruta A - Cataratas de Tecsecocha



Propuesta



Señal Tipo O2

Señal Informativa de
Orientación de Pre-
señalización de destino en
vías peatonales

Señalización turística: Talleres de Artesanía

Figura 38 Talleres de Artesanía



Propuesta



Señal Tipo O2

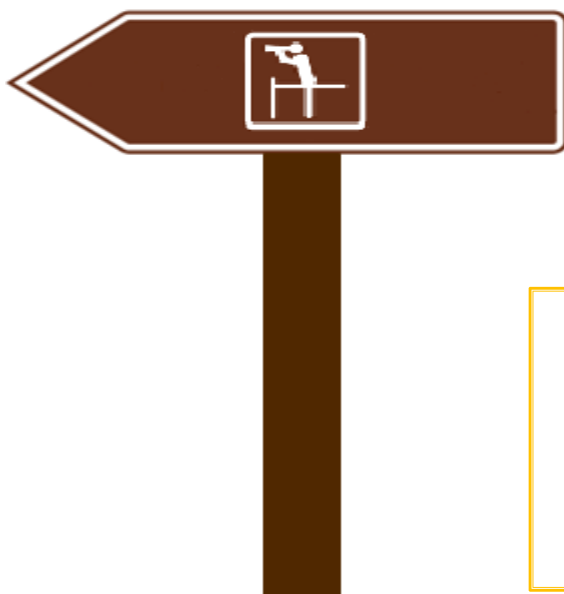
Señal Informativa de Orientación de Pre-señalización de destino en vías peatonales

Señales Informativas por zonas

Figura 39 Señales Informativas por zonas



Propuesta



Señal Tipo O2

Señal Informativa
de Orientación
de Pre-
señalización de
destino en vías

Señales Informativas por zonas

Figura 40 Señales Informativas por zonas



Propuesta



Señales turísticas: zonas de descanso

Figura 41 Señales turísticas: zonas de descanso



Propuesta



Señal Tipo O2

Señal
Informativa de
Orientación de
Pre-señalización
de destino en
vías peatonales

Señales turísticas: servicios higiénicos

Figura 42 Señales turísticas: servicios higiénicos



Propuesta



Señal Tipo O2

Señal Informativa
de Orientación
de Pre-
señalización de
destino en vías

Señales turísticas: parador turístico

Figura 43 Señales turísticas: parador turístico



Propuesta





Señal Tipo O2

Señal Informativa
de Orientación
de Pre-
señalización de
destino en vías

3.2.4. Distribuciones estratégicas de los depósitos clasificados de los residuos sólidos

Distribución de los depósitos de residuo solido

Identificación de los puntos estratégicos en los cuales serían distribuidos los depósitos de residuos sólidos	
	<p>Se tomo en cuenta colocar un botadero de residuos sólidos clasificados (área señalizada) en esta zona en particular. Esto se debe a que es la mitad (Ruta A) de las dos rutas que recorre la atracción, y también es un gran espacio separado por las mismas. Rutas para una visualización rápida</p>
	<p>Si bien se trata de un albergue turístico en Huaca Las Barzas, debido a la falta de facilidades para que los visitantes dispongan de sus desechos, es recomendable habilitar un botadero de desechos (área señalizada) en esta zona, si se considera apropiado</p>
	<p>Como es la mitad del camino B y también un espacio más grande delimitado en la misma ruta, se considera apropiado tener un relleno sanitario de residuos sólidos clasificados (área marcada) en esta área en particular. Esto permite una visualización rápida</p>



Como se encuentra justo frente a la zona de reposo al pie del monte Purgatorio, se consideró oportuno habilitar un basurero (área señalizada) en esta zona. tiran la basura

Identificación de los puntos estratégicos en los cuales serían distribuidos los depósitos de residuos sólidos



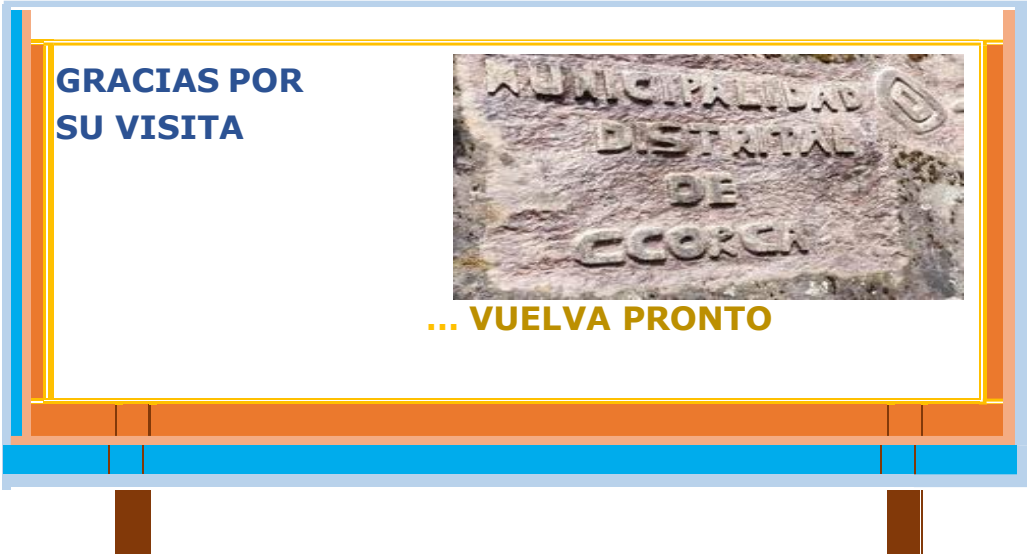
Como se sugiere que esta area del sitio sirva como foco de partida del complejos arqueológicos de Tecsecocha, se consideró conveniente ubicar los residuo sólido en una zona designada. Esta decisión se detalla en la estrategia a continuación.

Diseño de depósitos clasificados de residuos sólidos

Tabla 2 Diseño de depósitos clasificados de residuos sólidos

Diseño de los depósitos clasificados de residuos sólidos	
	
<p>Descripción: Se tomo en cuenta clasificar los vertederos de residuos sólidos para poder ubicarlos según su tipo:</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Depósitos de tono rojo: Residuo orgánico.✓ Depósitos de tono azul: Papel y cartón.✓ Depósitos de tono amarillo: Vidrio y plástico. <p>De igual forma, por el lado del diseño, el objetivo es colocar una imagen de los residuos que van a parar a cada vertedero para una mejor comprensión, como se muestra en la imagen anterior. Se piensa contener la paridad con los 02 conjuntos de estos tachos en los atractivos en cuestión (la entrada del Museo de Túcume y el área de taller de artesanos).</p>	
<i>foto referencial del diseño de los depósitos de residuos sólidos</i>	

Tabla 47 Diseño de un panel de agradecimiento al visitante

Diseño de un panel de agradecimiento al visitante

<p>Como muestra de agradecimiento por la visita al complejo natural de Faralones de Texecochá, se propone instalar una placa para agradecer a los turistas su aportes económicos a la protección del patrimonio y al crecimiento de la población local.</p>

<p>Diseño de un buzón de quejas y sugerencias</p>	<p>Diseño de un buzón para Contribuciones voluntarias</p>
<p style="text-align: center;"><i>OPINA SOBRENOSOTROS</i></p>  <p style="text-align: center;"><i>Foto referencial del buzón</i></p>	<p style="text-align: center;"><i>AYUDANOS A MEJORAR</i></p>  <p style="text-align: center;"><i>Foto referencial del buzón</i></p>
<p>Dicho espacio tendrá el objetivo de proponer un sistema que lleve a la percepción del visitante sobre los servicios prestados, conocer su insatisfacción y sugerencias de mejora, analizarlos y brindar mejores servicios a través de una retroalimentación constante. Para ello, el visitante tendrá que llenar la tarjeta que se muestra en las siguientes tablas.</p>	<p>El espacio se plantea con el objetivo de generar nuevos ingresos económicos a través de aportes económicos voluntarios de los turistas. Tenga en cuenta que para facilitar esta contribución, la persona a cargo primero debe informar al visitante en detalle sobre el futuro proyecto, su propósito y las mejoras que acompañarán su ejecución. Los ingresos generados deben recolectarse diariamente y depositarse en la Oficina de Administración de Atracciones.</p>

Cartilla de evaluación de la percepción del turista

Tabla 48 Cartilla de evaluación de la percepción del turista

CARTILLA DE EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN DEL TURISTA										
1. NOMBRES:										
2. NACIONALIDAD:										
3. TELEFONOS:										
4. CORREO ELECTRONICO:										
5. Del 0 al 10 ¿Que tan probable es que nos recomiende con un familiar o compañero?										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6. ¿Qué sugerencia nos propones para mejorar nuestro servicio?										
* La cartilla a continuación debe ser contestada voluntariamente por el visitante, y la misma debe ser analizada e interpretada cada mes. Asimismo, se le solicitará que nos facilite los datos necesarios para poder dar un seguimiento adecuado a su queja o sugerencia										

3.2.5. Resultados Previstos

La ejecución de dicha propuesta tiene como objetivo mejorar su sensación turística visitando el Complejo Arqueológico de Tecsecocha, comenzando por mejorar la calidad de las prestaciones ofrecidos a los turistas y la adecuada presentación de los servicios. Viaje como orientación Adopción de señalización turística para facilitar descansar por medio de nueva ornamentación como estaciones de descanso, mejorar la vista de los visitantes y la limpieza mediante la distribución tácticas de categorías separadas de basura y la mejora de las edificaciones donde se clasifica.

En última instancia, nuestro objetivo es enriquecer la experiencia de la visita proporcionando puntos de salida que describan cada instalación.

Montos Aproximados para la Ejecución de la Propuesta

Tabla 49 Presupuesto de la propuesta

ITEM	COMPONENTES DEL PROYECTO	IMPORTE
1	JORNADA DE CAPACITACION SOBRE ATENCIÓN AL TURISTA	
1.1	Intensas Capacitaciones y talleres sobre atención al turista	S/ 12,000.00
2	AREAS DE DESCANSO	
2.1	Instalaciones de una zona de descanso en el primer mirador de 2m de ancho por 3m de largo	S/ 10,000.00
2.2	Mejoramiento del parador turístico de los Farallones de Tecsecocha	S/ 58,000.00
2.3	Restauraciones de las coberturas del comedor de 2m de ancho por 6m largo	S/ 28,000.00
2.4	Instalaciones de mueblería del parador turístico en forma de "L" de 1.5m por 1.0m a base de maderamen y con sillas de madera barnizada	S/ 8,000.00
2.5	Mejoramiento e implementación de instalaciones en los miradores	S/ 26,000.00
2.6	Construcciones de una pequeñas área de descanso con cobertura y bancas de madera en forma de "L" de 1.5m x 2m en el primer mirador	S/ 5,000.00
2.7	Integridad de infraestructura (3m de ancho y 10m de largo) en el mirador principal de los Farallones de Tecsecocha	S/ 5,600.00
3	SEÑALIZACION TURISTICA	
3.1	Instalaciones de 08 pancartas de gran dimensión	S/ 7,500.00
3.2	Instalación de diecisiete letreros de pequeña dimensión	S/ 9,000.00
4	DEPOSITOS DE RESIDUOS SOLIDOS DE ACERO INOXIDABLE	
4.1	INSTALACIÓN DE 05 JUEGOS DE 03 DEPOSITOS DE ACERO	S/ 10,000.00
5	ADECUACIÓN DE UN PUNTO DE SALIDA	
5.1	Pintado del estacionamientos en la plaza de Ccorca para una capacidad de 12 vehículos	S/ 2,100.00
5.2	Construcciones de un módulo que tenga la data sobre de los futuros proyectos del sitio y venta de souvenir	S/ 2,600.00
5.3	Instalación de un panel de agradecimiento al turista	S/ 2,400.00
	PRESUPUESTO TOTAL	S/ 186,200.00

Fuente: Elaboración Propia

3.2.6. Posibles Fuentes de Financiamiento

Según la presente administración del Atractivo Natural Farallones de Tecsecocha, la entidad que podría financiar esta propuesta es PER PLAN COPESCO CUSCO, que cuenta con el apoyo del gobierno local de Ccorca, la Unidad Ejecutora, la Gerencia de Infraestructura.

CONCLUSIONES

- 1) Con respecto a la identificación de la situación actual de los Servicios Turísticos en el distrito de Ccorca, se pudo identificar que existe una accesibilidad regular, donde la mayoría de la ruta se encuentra asfaltada y ampliada, pero el servicio de transporte es muy limitado por lo que podemos afirmar que es precario e informal ya que no cuentan con paraderos establecidos por la municipalidad, buses con una ruta formal o colectivos formales.
- 2) Con respecto a la identificación de la infraestructura turística básica con la que cuenta los atractivos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha en el Distrito de Ccorca, se pudo identificar que hay carencia de varios aspectos de infraestructura turística, hay escasez de establecimientos de alojamiento, alimentación, y agencias de viajes en los alrededores, y de los pocos que hay la atención aun no es óptima ni suficiente.
- 3) Con respecto a la identificación de las instalaciones turísticas que tiene los atractivos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha en el Distrito de Ccorca, se pudo identificar que durante el recorrido en los Farallones de Tecsecocha, primeramente existe una boletería que necesita una correcta caseta, seguidamente hay en la ruta varios miradores en la zona, donde se pueden apreciar falta realizar el mantenimiento correspondiente a las barandas que están hechas de palo, mal estado de los miradores, carencia de zonas de descanso en zonas estratégicas, ausencia de centros de interpretación o una oficina de información turística, carencia de paneles interpretativos óptimos, y ausencia rampas para personas discapacitadas. Por lo que se determina de igual forma que instalaciones turísticas en el lugar de estudio son precarias e insuficientes.

- 4) Con respecto a la determinación el nivel de satisfacción de los turistas que visitan los atractivos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha en el Distrito de Ccorca, según el coeficiente de correlación es de 0,035, lo cual precisa que la relación entre las variables es regular muy baja, si bien es cierto que el recorrido por el atractivo natural de los Farallones de Tecsecocha es maravilloso y único para el turista, ya que es un lugar abierto, con belleza paisajística y riqueza cultural, pero es vital la intervención por parte de la Municipalidad Distrital de Ccorca para el acondicionamiento y mantenimiento de los servicios turísticos básicos, de esta manera se garantizaría que el turista vuelva o al menos recomiende a un familiar o amigo para que visite dicho atractivo. Por último, se proponen estrategias de acondicionamientos establecida como respuesta a la optimización de la calidad del servicio en cuanto a atención al visitante extranjero, servicio hotelero, servicio de restaurantes, gestión de servicio de agencia de viajes y mejora de los servicios de transporte.

RECOMENDACIONES

- 1) Se sugiere a la Municipalidad Distrital de Ccorca encargada de la administración del Sitio Arqueológico de los Farallones de Tecsecocha, a contratar un especialista en turismo a su equipo técnico, específicamente en el Área de Desarrollo Económico, que preste atención a la visualización de las prestaciones turísticas ofrecidos en el sitio web.
- 2) Se recomiendan utilizar un sistema de comunicación de sugerencias y/o aportes que correspondan a las percepciones de los turistas en relación con la valoración general del sitio arqueológico Farallones de Tecsecocha.
- 3) La implementación de las estrategias propuestas para optimizar los servicios turísticos, lagunas en las presentaciones actuales, permitirá mejorar la experiencia de los visitantes al visitar el Sitio Arqueológico Farallones de los Farallones de Tecsecocha.
- 4) También se recomienda a la Municipalidad Distrital de Ccorca la aprobación y gestión del proyecto en esta etapa de un estudio sobre infraestructura complementaria a la propuesta presentada con el fin de cumplir con los requisitos para que la inversión se convierta en un proyecto viable y genere beneficios económicos a la población al mismo tiempo que se logra la diversificación de los servicios turísticos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- APA. (2020). *Manual de Publicaciones*. Washington: American Psychological Association.
- Beerli, & Martin. (2004). Obtenido de <https://1library.co/document/yr2v0rjz-acondicionamiento-servicios-turisticos-incrementar-satisfaccion-turistas-complejo-arqueologico.html>
- Boullon, R. (2006). En R. Boullon, *Planificación del Espacio Turístico* (pág. 111). Mexico: Trillas.
- Cccuno, D., & Flores, R. F. (2021). repositorio. Obtenido de https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/5989/253T20_210235_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- CEUPE. (2022). ceupe.com. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/servicios-turisticos.html>
- Condori, S. M. (2020). repositorio. Obtenido de https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4291/Susy_Tesis_bachiller_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Condori, S. M. (2020). repositorio. Obtenido de https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4291/Susy_Tesis_bachiller_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Contreras, E. (2021). repositorio. Obtenido de <https://repository.universidadean.edu.co/bitstream/handle/10882/11426/ContrerasEduin2021.pdf?sequence=1>
- Contreras, E. (2021). repositorio. Obtenido de <https://repository.universidadean.edu.co/bitstream/handle/10882/11426/ContrerasEduin2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Criollo, A. (2019). Repositorio. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/20575/1/T-UCE-0004-CAG-212.pdf>
- Gonzales, L. (01 de Diciembre de 2013). repositorio. Obtenido de https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/29918/Tesis_B110411_Gonzalez%20V%20Ileana_MAIT_EST_IPN.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Hernández, R. (2006). Determinación de la variables de investigación. En R. Hernández, Metodología de la Investigación (pág. 136). México: McGraw Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., & Batista, P. (2014). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill.
- Huillca, L. (2020). repositorio. Obtenido de https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/3938/Lourd_es_Tesis_maestr%C3%ADa_2020.PDF?sequence=1&isAllowed=y
- López, J. (08 de noviembre de 2018). Economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/muestra-estadistica.html>
- López, O., & Vázquez, M. d. (19 de diciembre de 2015). eumed.net. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/turydes/19/satisfaccion.html#:~:text=La%20evalua%20ci%C3%B3n%20de%20la%20satisfacci%C3%B3n%20del%20turista%20medi%20da%20a%20trav%C3%A9s,visitarlo%2C%20sin%20embargo%2C%20aunque%20la>
- Luna, A. (2019). repositorio. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29612/Luna_RA.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Maza, D. (2021). repositorio. Obtenido de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/4244/1/TIB_MazaSaenzDaniela.pdf
- MINCETUR. (2011). Obtenido de https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/novedades/2013/presentaciones/MINCETUR.pdf
- Nakano, S. (2019). repositorio. Obtenido de [file:///C:/Users/HP/Downloads/Nakano%20Bustios,%20Sayuri%20Juanita%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/Nakano%20Bustios,%20Sayuri%20Juanita%20(2).pdf)
- Novillo, C. (01 de octubre de 2019). Ecologia Verde. Obtenido de <https://www.ecologiaverde.com/que-es-una-reserva-ecologica-2081.html>
- Orus, A. (22 de octubre de 2021). STATISTA. Obtenido de https://es.statista.com/temas/3612/el-turismo-en-el-mundo/#topicHeader_wrapper
- Paladines, G., Suárez, J., & Capa, S. F. (01 de diciembre de 2020). CONFERENCIA DIGITAL. Obtenido de [file:///C:/Users/HP/Downloads/1432-Texto%20del%20art%C3%ADculo-6606-3-10-20201006%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/1432-Texto%20del%20art%C3%ADculo-6606-3-10-20201006%20(1).pdf)
- Perez, J. Y. (2017). repositorio. Obtenido de

<https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/2505/TEISIS%20DE%20JULISSA%20PER%C3%89Z%20P%C3%89REZ.pdf?sequence=1>

Pineda, D., & Ramirez, P. A. (2017). repositorio. Obtenido de <https://repositorio.unillanos.edu.co/bitstream/handle/001/913/RUNILLANOS%20ADE%200309%20MEDICION%20DEL%20SERVICIO%20Y%20ATENCIÓN%20AL%20CLIENTE%20DE%20LOS%20PRESTADORES%20DE%20SERVICIOS%20TURISTICOS%20DEL%20MUNICIPIO%20DE%20RESTREPO%20META-COLOMBIA.pdf?se>

Quezada, N. (2012). Estadística con SPSS 20. Lima: Empresa Editora Macro EIRL.
Tamayo, T. M. (2003). El proceso de la investigación científica (4ta Edición ed.).

México: Editorial Limusa S.A.

Vargas, J. M., & Chistama, R. K. (2020). repositorio. Obtenido de <https://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/3884/TURISMO%20-%20Jhon%20Maycoy%20Vargas%20Guerra%20%26%20Rosi%20Kiara%20Chistama%20Saavedra.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

%20Jhon%20Maycoy%20Vargas%20Guerra%20%26%20Rosi%20Kiara%20Chistama%20Saavedra.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Villalva, V. M(2018). Repositorio. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/27608/1/VIVIANA%20SABEL%20VILLALVA%20CORONEL.pdf>

Westreicher, G. (21 de junio de 2020). Economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/poblacion.html>

Yoon, C & Uysal, W (2005). Obtenido de <https://1library.co/document/yr2v0rjz- acondicionamiento-servicios-turisticos-incrementar-satisfaccion-turistas- complejo-arqueologico.html>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	
¿De qué manera el acondicionamiento de los servicios turísticos en los atractivos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha en el distrito de Ccorca- Cusco, incrementara el nivel de satisfacción de los turistas que lo visitan?	Elaborar una propuesta de acondicionamiento de los servicios turísticos para incrementar el Nivel de Satisfacción de los Turistas para los tractivos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha en el distrito de Ccorca-Cusco, 2022.	Si hay una propuesta de Acondicionamiento de los Servicios Turísticos entonces se podrá Incrementar el nivel de satisfacción de los turistas para los atractivos turísticos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha en el distrito de Ccorca – Cusco,2022.	Variable 1: Acondicionamiento de los Servicios Turísticos. <ul style="list-style-type: none"> ✓ Accesibilidad. ✓ Equipamiento. ✓ Servicio de transporte ✓ Establecimientos de alimentación ✓ Servicio de Alojamiento ✓ Agencia de viajes ✓ Servicios Básicos ✓ Estado de los miradores turísticos ✓ Estado de los centros de interpretación. ✓ Estado de la señalización turística. ✓ Zonas de estacionamiento ✓ Número y zonas de descanso
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Especificas	
¿Cuál es la situación actual de los servicios turísticos en el distrito de Ccorca?	Identificar la situación actual de los servicios turísticos en el distrito de Ccorca.	a) La situación actual de los servicios turísticos es buena y podrá incrementar los niveles de satisfacción de los turistas que visitan los atractivos naturales en los farallones y cataratas de Tecsecocha del distrito de Ccorca.	
¿Con que Infraestructura turística básica cuenta los atractivos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha en el Distrito de Ccorca?	Identificar la infraestructura turística básica con la que cuenta los atractivos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha en el Distrito de Ccorca	La infraestructura turística básica en los atractivos naturales en los farallones y cataratas de Tecsecocha del distrito de Ccorca es optima.	
¿Cuáles son las instalaciones turísticas que tiene los atractivos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha en el Distrito de Ccorca?	Identificar las instalaciones turísticas que tiene los atractivos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha en el Distrito de Ccorca	Las instalaciones turísticas en los atractivos naturales en los farallones y cataratas de Tecsecocha del distrito de Ccorca son suficientes.	Variable 2 : Satisfacción del Turista <ul style="list-style-type: none"> ✓ Grado de Satisfacción de los Atractivos turísticos visitados ✓ Grado de Satisfacción del servicio hotelero ✓ Grado de Satisfacción del

<p>¿Cuál es el nivel de satisfacción de los turistas que hacen uso de los servicios turísticos en los atractivos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha en el Distrito de Ccorca?</p>	<p>Determinar el nivel de satisfacción de los turistas que hacen uso de los servicios turísticos en los atractivos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha en el Distrito de Ccorca</p>	<p>El nivel de satisfacción de los turistas que hacen uso de los servicios turísticos en los atractivos naturales de los farallones y cataratas de Tecsecocha del distrito de Ccorca es alto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Grado de Satisfacción del servicio de Agencia de Viaje ✓ Grado de Satisfacción del servicio de Transporte
--	---	---	--

Anexo 2: Instrumento de recolección de datos

Instrucciones:

Estimado Señor(a), agradecemos su colaboración en responder el presente cuestionario, que tiene el objetivo de identificar la satisfacción del turista y la condición de los servicios que existen en el atractivo natural de los Farallones y Cataratas de Tecsecocha. Se le sugiere que lea detenidamente cada una de las alternativas y marcar con una "x" la respuesta que sea de su criterio

Ud., se entero del atractivo natural por medio de los siguientes medio(s) social(es)

Google	Facebook	Youtube	Instagram
Tik Tok	Google Plus	Twitter	Whatapp

Nº	VARIABLE: Acondicionamiento de los Servicios Turísticos	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	Atractivos turísticos					
1.	Volvería a visitar el atractivo natural de los Farallones y Cataratas de Tecsecocha					
2.	En su recorrido dentro del distrito de Ccorca pudo encontrar paisajes ecológicos únicos					
	Infraestructura Turística Básica					
3.	Durante el recorrido de la ciudad del Cusco a los Farallones de Tecsecocha tano la carretera y las zonas de parqueo se encontraban en buenas condiciones					
4.	El atractivo natural cuenta con la implementación adecuada para ser considerada de calidad					

5.	Los restaurantes y paradores turísticos cuentan con todos los servicios básicos (agua, luz, internet)					
6.	En la ruta al atractivo natural, esta se encontraba bien señalizada de inicio a fin					
	Instalaciones Turísticas					
7.	Los miradores turísticos que se encuentran ubicados cerca a los					

	atractivos naturales son bien seguros y están bien señalizados
8.	Existe Centros de Interpretación donde brindan información sobre el valor y potencial de los recursos naturales que cuenta el distrito de Ccorca
9.	Después de la visita al atractivo natural se puede encontrar souvenirs o artesanía como recordatorio del lugar que se visito
10.	Muy aparte del guía, existe una oficina de información turística gratuita
	VARIABLE: SATISFACCION DEL TURISTA
	Grado de Satisfacción
11.	Todo el recorrido por el atractivo natural fue de mi total satisfacción y agrado
12.	El hospedaje y mi estadía los días que estuve en la ciudad del Cusco fue de mi total agrado
13.	Los restaurantes turísticos que visite llenaron todas mis expectativas
14.	La agencia de viaje que realizo el paquete turístico fue de mi total agrado
15.	El transporte turístico que me traslado siempre fue puntual y de calidad

16.	Existe buena seguridad en todos los sitios turísticos que visite
-----	--

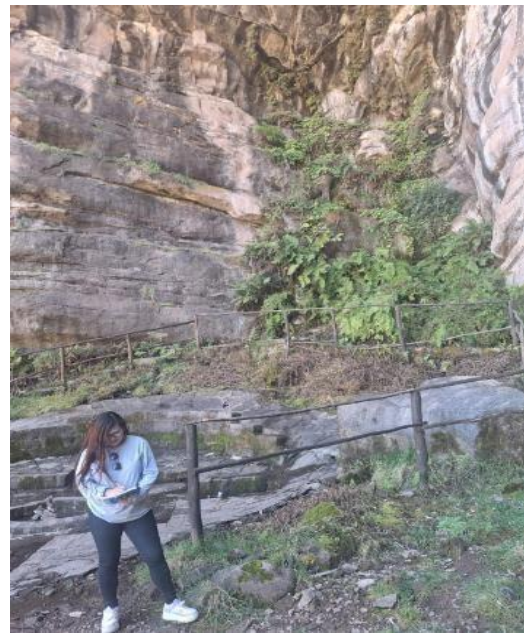
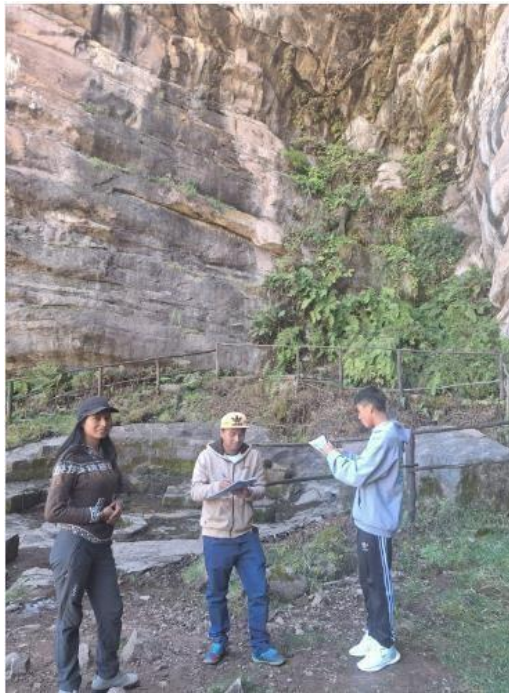
DATOS GENERALES						
Procedencia	Turista Extranjero		Edad		Masculino	
	Turista Nacional			Femenino		
	Turista Local					
Grado de Instrucción	Primaria		Ocupación		Estudiante	
	Secundaria				Empleado Publico	
	Superior técnico				Empleado Privado	
	Superior				Otros	
	Universitario					
¿Con quienes visita el atractivo natural?						

Solo		Con pareja		Con familiares		Con amigos		Con compañeros de trabajo	
------	--	------------	--	----------------	--	------------	--	---------------------------	--

GRACIAS POR SU COLABORACION

Anexo 3: Registro Fotográfico

ENCUESTAS REALIZADAS EN EL SITIO





PARTE BAJA DE LOS FARALLONES ETECSECOCHA



