

**UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA**

**ESCUELA DE POSTGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE  
EMPRESAS**



**RELACIÓN DE LOS IMPACTOS ECONÓMICOS Y  
SOCIOCULTURALES CON LA ACTITUD QUE  
MUESTRAN LOS RESIDENTES ANTE  
EL TURISMO EN TACNA. AÑO 2016**

**TESIS**

**PRESENTADA POR:**

Katya Viacava Parodi

Para optar el grado de Magister en  
Administración y Dirección de  
Empresas.

TACNA – PERÚ

2017

## **DEDICATORIA**

Esta tesis es la culminación de otra etapa formativa en mi vida. El tiempo y esfuerzo de personas muy queridas, como mis padres, están significativamente involucrados.

Es a ellos a quienes les dedico el presente trabajo, deseando darles el reconocimiento y la honra que merecen.

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente doy gracias a Dios, deseando tener un corazón cada vez más agradecido con Él, pues le debo todo. Su cuidado por mí se manifiesta desde la familia que me ha dado, hasta las diferentes personas que ha puesto a mi alrededor para ayudarme a crecer personal y profesionalmente.

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo establecer la relación existente entre los impactos económicos y socioculturales y las actitudes de los residentes de Tacna hacia el turismo.

En cuanto a la metodología, el tipo de investigación es pura, básica o fundamental, se utilizó el diseño descriptivo correlacional con la aplicación de dos cuestionarios para registrar los impactos económicos y socioculturales del turismo y las actitudes frente al turismo de los residentes de Tacna, cuyos resultados se evidencian a través de tablas y figuras de acuerdo a las normas estadísticas. Se empleó el coeficiente Rho de Spearman para realizar el análisis y comparación de los resultados, luego de la aplicación de los instrumentos en el trabajo de investigación a los 383 residentes de la ciudad de Tacna distribuidos en tres grupos etarios: 18 – 24 , 25 – 39 y 40 – 55 años.

Los resultados de la investigación muestran que un 92% de los residentes de Tacna percibe como positivo el impacto económico y sociocultural del turismo, lo que genera a su vez en el 58% de los pobladores una actitud muy buena sobre los beneficios que reporta el desarrollo turístico en los diversos sectores del aparato económico de la región. En términos generales existe un coeficiente de correlación “r” de 0,318 y un  $t_c$  de 6,54 es decir, para un nivel de confianza del 95% existe correlación positiva significativa entre los impactos económicos y socioculturales y la actitud de los residentes frente al turismo en Tacna. Dichos resultados permiten concluir que a mayor impacto económico y sociocultural le corresponde mejores actitudes de los residentes y viceversa.

Palabras clave: Impacto económico – Impacto sociocultural – Actitud – Turismo – Residentes

## ABSTRACT

The present research aims to establish the relationship between the economic and socio-cultural impacts and the attitudes of the residents of Tacna towards tourism.

As for the methodology, the type of research is pure, basic or fundamental. We used the descriptive correlational design with the application of two questionnaires to record the economic and socio-cultural impacts of tourism and the attitudes towards tourism of the residents of Tacna, whose results are evidenced through tables and figures according to statistical standards. Spearman's Rho coefficient was used to perform the analysis and comparison of the results, after the application of the instruments in the research work to the 383 residents of the city of Tacna distributed in three age groups: 18 - 24, 25 - 39 and 40 - 55 years.

The results of the research show that 92% of Tacna residents perceive the economic and socio-cultural impact of tourism as positive, which in turn generates a very good attitude on the benefits of development in 58% of the population. Tourism in the various sectors of the economic apparatus of the region. In general terms, there is a correlation coefficient "r" of 0.318 and a  $t_c$  of 6.54, ie for a 95% confidence level there is a significant positive correlation between the economic and socio-cultural impacts and the attitude of the residents towards tourism in Tacna. These results allow us to conclude that the greater economic and sociocultural impact corresponds to better attitudes of residents and vice versa.

Keywords: Economic impact - Socio-cultural impact - Attitude - Tourism - Residents

## ÍNDICE

	Pág.
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
INDICE	vi
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	3
1.1. Planteamiento del problema	3
1.2. Formulación del problema	8
1.3. Justificación de la investigación	8
1.4. Objetivos de la investigación	11
1.5. Conceptos básicos	11
CAPÍTULO II: FUNDAMENTO TEÓRICO CIENTÍFICO	16
2.1. Antecedentes de la investigación	16
2.2. La interacción turística-residente y el impacto por la actividad turística	20
2.2.1. Características de la interacción turista-residente	20
2.2.2. Percepción de los residentes hacia los turistas	23
2.2.3. Impactos percibidos por la actividad turística	26

2.2.4. La actividad turística en Tacna	42
2.3. Actitudes frente al turismo	47
2.3.1. Fundamentos conceptuales de las actitudes	47
2.3.2. Componentes básicos de las actitudes	50
2.3.3. Formación y funciones de las actitudes	52
2.3.4. El turismo y la actividad turística	54
2.3.5. Tipos de turismo	58
2.3.6. Características del turismo	60
2.3.7. La gestión de la demanda turística	61
2.3.8. La actitud del residente hacia la actividad turística	63
2.3.9. Factores que inciden en la actitud del residente hacia los turistas	65
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	67
3.1 Sistema de Hipótesis	67
3.1.1. Hipótesis General	67
3.1.2. Hipótesis Específicas	67
3.2. Variables e indicadores	67

3.3.	Tipo de investigación	70
3.4.	Diseño de investigación	70
3.5.	Ámbito y tiempo social de la investigación	71
3.6.	Población y muestra	71
3.7.	Procedimiento, técnicas e instrumentos de recolección de Información	73
3.8.	Técnicas de procesamiento y análisis de datos	73
CAPÍTULO IV: RESULTADOS		75
4.1.	Descripción del trabajo de campo	75
4.2.	Presentación de resultados	76
4.2.1.	Análisis descriptivo de los impactos económicos y socioculturales del turismo	76
4.2.2.	Análisis descriptivo de las actitudes de los residentes al turismo	87
4.3.	Análisis correlacional	93
4.4.	Verificación de hipótesis	103
4.5.	Discusión	110



Conclusiones	116
Recomendaciones	118
BIBLIOGRAFÍA	119
ANEXOS	131
MATRIZ DE CONSISTENCIA	143

**INDICE DE TABLAS**

Tabla 1	73
Estadística de la población y muestra de residentes en Tacna	
Tabla 2	76
Percepción de los impactos económicos de la actividad turística de los residentes en la ciudad de Tacna. 2016.	
Tabla 3	78
Percepción de los impactos sociales sobre la actividad turística de los residentes en la ciudad de Tacna. 2016.	
Tabla 4	80
Percepción de los impactos culturales respecto de la actividad turística de los residentes en la ciudad de Tacna. 2016.	
Tabla 5	82
Percepción de los impactos económicos y socioculturales (total) sobre la actividad turística de los residentes en la ciudad de Tacna, 2016.	
Tabla 6	84
Percepción de los impactos económicos y socioculturales (total) sobre la actividad turística de los residentes en la ciudad de Tacna, 2016, según el sexo.	
Tabla 7	86
Percepción de los impactos económicos y socioculturales (total) sobre la actividad turística de los residentes en la ciudad de Tacna, 2016, según la edad.	
Tabla 8	87
Actitud de los residentes en la ciudad de Tacna de frente a la actividad	

turística, 2016.

Tabla 9	
Actitud de los residentes en la ciudad de Tacna de frente a la actividad turística, 2016, según sexo.	89
Tabla 10	91
Actitud de los residentes en la ciudad de Tacna de frente a la actividad turística, 2016, según la edad.	
Tabla 11	93
Test de normalidad de las puntuaciones directas de las variables con el estadístico Kolmogorov-Smirnov.	
Tabla 12	95
Coeficiente de correlación entre las puntuaciones directas de las variables impactos económicos y las actitudes de los residentes frente al turismo.	
Tabla 13	97
Coeficiente de correlación entre las puntuaciones directas de las variables impactos sociales y las actitudes de los residentes frente al turismo.	
Tabla 14	99
Coeficiente de correlación entre las puntuaciones directas de las variables impactos culturales y las actitudes de los residentes frente al turismo.	
Tabla 15	101
Coeficiente de correlación entre las puntuaciones directas de las variables Impactos económicos y socioculturales del turismo (total) y las actitudes de los residentes frente al turismo.	

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	27
Cadena de impactos económicos del turismo	
Figura 2	76
Percepción de los impactos económicos de la actividad turística de los residentes en la ciudad de Tacna. 2016.	
Figura 3	78
Percepción de los impactos sociales sobre la actividad turística de los residentes en la ciudad de Tacna. 2016.	
Figura 4	80
Percepción de los impactos culturales respecto de la actividad turística de los residentes en la ciudad de Tacna. 2016.	
Figura 5	82
Percepción de los impactos económicos y socioculturales (total) sobre la actividad turística de los residentes en la ciudad de Tacna, 2016.	
Figura 6	84
Percepción de los impactos económicos y socioculturales (total) sobre la actividad turística de los residentes en la ciudad de Tacna, 2016, según el sexo.	
Figura 7	86
Percepción de los impactos económicos y socioculturales (total) sobre la actividad turística de los residentes en la ciudad de Tacna, 2016, según la edad.	

Figura 8	88
Actitud de los residentes en la ciudad de Tacna frente a la actividad turística, 2016.	
Figura 9	89
Actitud de los residentes en la ciudad de Tacna frente a la actividad turística, 2016, según sexo.	
Figura 10	91
Actitud de los residentes en la ciudad de Tacna frente a la actividad turística, 2016, según la edad.	
Figura 11	93
Histograma de las puntuaciones directas de las variables con el estadístico Kolmogorov-Smirnov.	
Figura 12	95
Diagrama de dispersión Impactos económicos-Actitudes.	
Figura 13	97
Diagrama de dispersión Impactos sociales-Actitudes.	
Figura 14	99
Diagrama de dispersión Impactos culturales-Actitudes.	
Figura 15	101
Diagrama de dispersión Impactos culturales-Actitudes.	

## INTRODUCCIÓN

Oscar Tinoco (2003) en su estudio sobre los impactos del turismo en el Perú afirma que últimamente el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas que ha generado mayores expectativas a nivel de los gobiernos así como de la población. Por ello, se requiere de un adecuado proceso de planificación del turismo que implique la participación de los residentes para alcanzar un desarrollo turístico exitoso. El conocer las actitudes de los residentes frente a la actividad turística da una mayor aceptación y legitimidad del turismo como política de desarrollo económico. El estudio de los factores que influyen en el comportamiento de los residentes frente al turismo permite medir el apoyo de la población local no sólo al desarrollo turístico actual, sino también al que a futuro, propongan los agentes políticos, económicos y turísticos (Royo y Ruiz, 2009, citados por Mendoza, Rodríguez y Enciso, 2000, p.6).

En ese contexto, son muy importantes las actitudes y percepciones de los residentes en el desarrollo de una actividad turística, las cuales están asociadas a las posibilidades de mejora o deterioro de la calidad de vida, los cambios en las estructuras sociales y económicas así como las repercusiones culturales e incluso hasta los efectos medioambientales.

El propósito de la presente investigación es establecer de qué manera se relacionan los impactos económicos y socioculturales con las actitudes que muestran los residentes ante la actividad turística en Tacna, siendo éste uno de los temas más abordados en el campo de la investigación en turismo en los últimos años. Los resultados reflejan, en consonancia con la mayoría de estudios, que los residentes locales tienden a manifestar actitudes positivas porque ven en el turismo una opción de desarrollo económico.

Para mejor comprensión la investigación se ha organizado en cuatro capítulos, en el capítulo I se presenta el problema de investigación, su planteamiento y formulación, justificación e importancia así como los objetivos y conceptos básicos.

En el capítulo II se exponen los postulados y teorías que sustentan los fundamentos teóricos científicos centrados en las dos variables del estudio: impactos económicos y socioculturales y las actitudes de los residentes frente al turismo en Tacna.

El capítulo III corresponde al marco metodológico que comprende las hipótesis, variables, tipo y diseño de investigación, población y muestra, procedimiento, técnicas e instrumentos de recolección de datos y técnicas de procesamiento y análisis de datos.

El capítulo IV corresponde a los resultados de la investigación; finalmente se expresan las conclusiones y recomendaciones producto de los resultados para finalizar con la bibliografía y los anexos.

## CAPÍTULO I

### EL PROBLEMA

#### 1.1. Planteamiento del problema

En las últimas décadas el turismo se ha constituido en una de las actividades económicas que ha generado mayores expectativas, tanto a nivel de los gobiernos como de la población. Sistemas económicos de diferentes latitudes y países en diversos niveles de desarrollo ponen especial énfasis en el desarrollo del turismo.

Se conoce que el sector turístico constituye uno de los principales motores del crecimiento mundial y todas las previsiones apuntan a que seguirá creciendo en los próximos años (OMT, 2010). Los organismos internacionales (OMT: [www.unwto.org](http://www.unwto.org)) estiman que más del 10% del Producto Bruto Interno y del empleo son generados por este sector y que, junto con las telecomunicaciones, será uno de los sectores claves en las próximas décadas en la economía mundial.

En lo que se refiere al turismo internacional, cabe destacar que su evolución ha registrado un crecimiento ininterrumpido a lo largo del tiempo, aumentando en periodos de auge económico, moderando su crecimiento en periodos de recesión y recuperando rápidamente su elevado ritmo de crecimiento tras un periodo de crisis económica. Por consiguiente, la actividad turística está claramente influenciada por el crecimiento económico. Según la OMT (1994) la llegada de turistas internacionales a sus lugares de destino experimentó un crecimiento medio del 6,5% entre 1950 y 1996. Mientras que en 1950 se registraron 25 millones de turistas, en 1996 la cifra se ve aumentada en 595 millones. De manera similar, los ingresos turísticos internacionales han pasado de 2,1 a 423 mil millones de dólares entre 1950 y 1996, con un crecimiento anual medio de 12,7% en este intervalo temporal. Por otro lado, según la



publicación Semana Económica (2013) del mes de julio la contribución del sector turismo al PBI Mundial se estima en aproximadamente 9,0% lo que significa aproximadamente US\$6,6 billones. Se calcula que uno de cada once empleos en todo el mundo se explica por la actividad turística, es decir, 260 millones de puestos de trabajo. Al cierre del 2012 se superó por primera vez la barrera del billón de turistas internacionales según la Organización Mundial del Turismo (OMT) y para el año 2013 se previó un crecimiento de 4.0% sobre esta cifra. Este panorama proyectado a diez años define la siguiente participación del turismo en el mundo: 10,0% del PBI, \$10,5 billones, 340 millones de empleos.

De lo anteriormente mencionado se desprende la gran importancia del turismo como actividad económica generadora de riqueza, hasta el punto de ser considerado por algunos autores (Altés, 1993) como la segunda actividad mundial más importante tras la industria del petróleo y sus sectores derivados.

Una vez analizada la perspectiva de lo que ocurre internacionalmente, es necesario conocer la realidad de lo ocurrido en el Perú. Recientemente fue publicada una nota periodística que revela que el turismo en el Perú se encuentra creciendo tres veces más de lo que crece el turismo mundial en promedio. Así se aspira que el 2021 se superen los 5 millones de turistas. El sector turismo en el Perú ha mantenido un crecimiento sostenido aún durante los períodos de crisis internacional. En los últimos diez años, el flujo de turistas hacia el Perú subió de 1,1 millones a 2,8 millones según el ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), cuadruplicando en ese período el monto de divisas –de US\$837 a US\$3,288 millones- al 2012. Así, en el último año se generaron 1'081,035 puestos de trabajo, con una contribución al PBI nacional de 3,7%.

El Perú, luego de un proceso de renovación, crecimiento económico sostenido y de progresiva consolidación, ha venido sorprendiendo al mundo por el gran potencial económico que posee; y desde un enfoque

turístico, su impresionante biodiversidad y su inigualable patrimonio cultural son los que lo destacan y lo hace un país único. Posee un sin número de lugares dignos de ser visitados, a la espera de ser puestos en valor y desarrollar una actividad turística planificada que asegure la utilización sostenible de los recursos naturales, histórico-culturales.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR – en miras a convertir el turismo en uno de los soportes del desarrollo sostenible de la economía nacional, ha iniciado en el año 2014 el proceso de elaboración del Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR, contando con la participación del sector público y privado. Este Plan, constituye uno de los más importantes realizados en nuestro país en materia de desarrollo regional y ordenamiento territorial. Los objetivos del PENTUR apuntan a más divisas, más turistas nacionales e internacionales, diversificación de la oferta para atraer nuevos segmentos de mercado, fortalecimiento del recurso humano en turismo, fomento de cultura turística y oferta de servicios con estándares de calidad internacional.

En la región de Tacna en el año 2012 se presentó el Plan Estratégico Regional de Turismo – PERTUR, con la finalidad de incrementar el porcentaje de turismo para la ciudad de Tacna. Dicho plan fue elaborado con la participación del sector público y privado, así como las Municipalidades de las cuatro provincias y los principales distritos, y busca ser una herramienta para integrar los recursos turísticos y servicios de interés, con la finalidad de conformar productos basados en la identidad de Tacna, que permita optimizar la comercialización conjunta, la satisfacción de la demanda y el desarrollo socioeconómico integral de la región.

Sin embargo, pese a contar con el PERTUR en la práctica no se ha logrado un eficaz desenvolvimiento que integre los atractivos y recursos turísticos de la región, a una actividad turística equilibrada y diseñada para la preservación y control del uso turístico de los mismos. Asimismo, la aplicación de los planes de desarrollo turístico existentes aún no son

suficientes para establecer en los actores los objetivos claros que propicie un desarrollo turístico sostenible; lo cual ha generado diversos impactos algunos positivos y negativos que repercuten en su ámbito económico, social, cultural y ambiental.

Existen muchas causas por las cuales el turismo en Tacna no ha despegado de manera sostenible entre las que podemos destacar la insuficiente implementación, ejecución, monitoreo y evaluación del Plan Estratégico Regional como eje principal del desarrollo turístico. Otra causa importante reside en el escaso conocimiento que se tiene respecto a las razones que hacen que, en un determinado momento, un lugar se convierta en un destino turístico deseable o por el contrario pierda su atractivo para los visitantes. Es evidente que dichas razones pueden ser múltiples y que en ellas intervienen un gran número de factores económicos, sociales, culturales y medioambientales generadores de impactos ya sean positivos o negativos. Sin embargo, una causa fundamental es que no se está dando la importancia debida a la relación entre turistas y residentes. Diversos autores como Pearce (1998) citado por Gutiérrez (2010) destacan desde diversos enfoques la importancia que tiene la interrelación entre turistas y residentes. Es común pensar en la actualidad que el desarrollo del turismo depende mayormente del apoyo que recibe de la comunidad receptora. Por el contrario, cuando no existe este apoyo, las autoridades locales y los operadores turísticos serán reticentes a la hora de promover el turismo, asimismo la población no se mostrará motivada a trabajar en el desarrollo del turismo generando que las interacciones entre turistas y residentes tengan muchas posibilidades de ser negativas ocasionando una disminución del número de visitantes.

En consecuencia, se pone de manifiesto que la actitud de los residentes hacia el turismo es un factor que, sin duda, influye en el éxito de los proyectos de desarrollo turístico. Así, aquellos destinos que cuenten con la actitud favorable hacia la actividad turística de sus residentes, conseguirán un desarrollo más armonioso y aprovecharán mejor sus

recursos endógenos. Además, obtendrán mejores resultados para el bienestar de los residentes y de la economía local, facilitando que la experiencia turística de sus clientes sea más satisfactoria, con lo que ello implica en el mantenimiento de su competitividad.

La actitud de los residentes es un factor importante en la satisfacción de los turistas y, por tanto, de vital importancia para el éxito y mantenimiento de la industria turística. Los profesionales del turismo son conocedores de la importancia de la actitud de los residentes en el producto turístico. En este sentido, desde el principio del desarrollo de la industria se ha observado una preocupación de estos profesionales, y en concreto de los responsables de la administración de los destinos turísticos, por gestionar la actitud de los residentes.

La teoría del intercambio social postula que las actitudes de un individuo como integrante de la comunidad hacia la industria del turismo, y el ulterior apoyo que muestre para su desarrollo, estarán influenciadas por la evaluación que realice de las repercusiones que para la comunidad tal industria tiene. De esta forma, la manera en que los residentes perciben los elementos económicos, socioculturales y medioambientales del intercambio, afecta la manera en que reaccionan al turismo. Por tanto, se torna esencial el estudio de la percepción de los impactos por parte de la población local en aquellos lugares que son destinos turísticos.

Debido a la importancia de las actitudes de la comunidad para el éxito de un destino, la presente investigación buscará identificar la relación existente entre los impactos económicos y socioculturales y las actitudes que muestran los residentes de Tacna hacia el turismo. El conocimiento de las percepciones de los residentes sobre el impacto del desarrollo del turismo puede ayudar a los planificadores a identificar las verdaderas preocupaciones y los problemas. De esta forma, podrían poner en marcha las políticas apropiadas que optimizaran los beneficios y minimizaran los problemas percibidos.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Interrogante principal**

¿Cuál es la relación que existe entre los impactos económicos y socioculturales del turismo con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna en el año 2016?

### **1.2.2. Interrogantes secundarias**

¿Cuál es la relación que existe entre los impactos económicos del turismo y la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna?

¿Cuál es la relación que existe entre los impactos sociales del turismo y la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna?

¿Cuál es la relación que existe entre los impactos culturales del turismo y la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna?

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

La presente investigación tiene una justificación teórica científica ya que para fundamentar los impactos económicos y socioculturales y las actitudes frente al turismo, es necesario conocer los postulados teóricos al más alto nivel académico, científico y técnico de las diferentes áreas del turismo. En ese sentido, el turismo es una disciplina social y económica, con una metodología científica basada en pensamientos racionales para la obtención de los conocimientos en el área del turismo. De tal manera que la artesanía, gastronomía, fauna y flora, medio ambiente y cultura social, requieren de un estricto proceso académico y científico de transformación y de lo que Cabrera (2010) llama una articulación sistemática que provoque en los turistas una motivación e

interés por conocer de manera experimental el contenido material e inmaterial de los destinos turísticos.

Asimismo, existe una justificación de relevancia social y humana en el sentido que el capital humano se constituye como un factor estratégico para el logro de objetivos de competitividad en las organizaciones turísticas. El análisis de todos los aspectos relacionados como la estructura del mercado laboral, las necesidades de los empresarios, las instituciones educativas y turísticas, las demandas de la sociedad permitirán aplicar estrategias para mejorar el capital humano turístico. Desde el punto de vista social el turismo también favorece la activación de la conciencia social sobre la historia, la cultura, el ambiente, la geografía, la economía, la educación, el deporte, la diversión y el entretenimiento, de los lugares visitados por parte de los turistas, lo cual establece una marcada diferencia de aquellas concepciones simplistas que consideran que el turismo es el acto simple de viajar, hospedarse, alimentarse, recrearse.

Existe también una justificación legal ya que el tema del turismo se sustenta en una serie de normas legales que propugnan su desarrollo desde entidades internacionales como la Organización Mundial del Turismo; a nivel nacional a través del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, las Direcciones Regionales del sector, PromPerú entre otros. La ley N° 29408 Ley General de Turismo y el Decreto Supremo N° 003-2010-MINCETUR, por ejemplo, son los cuerpos legales que sustentan el marco general del turismo en nuestro país. Desde un punto de vista institucional la Universidad Privada de Tacna, desde la Escuela de Postgrado reglamenta la necesidad de presentar un proyecto de investigación e informe de tesis para obtener el grado académico de Magister en la Universidad Privada de Tacna.

La investigación resulta importante y trascendente ya que el turismo receptivo como interno en nuestro país y en nuestra región está en constante crecimiento. Por ejemplo el arribo de turistas y visitantes

chilenos a Tacna por puesto de control, en el año 2006 era de 800,336 y en el año 2012 alcanzó el número de 1'328,996 visitantes, es decir, existió un considerable incremento. Considerando el arribo de extranjeros y nacionales a nuestra ciudad tenemos que en el año 2006 fue de 1'460,034 en tanto que el año 2016 se llega a tener 2'541,339 visitantes.

En el aspecto económico la región de Tacna reportará este año un crecimiento superior al 4,5% impulsado por el mejor desempeño de la actividad turística, el desarrollo del sector servicios y la fortaleza de las agroexportaciones. En lo sociocultural la actividad turística, como muchas otras actividades realizadas por el ser humano, se realiza en un entorno o espacio (territorio) teniendo consecuencias sobre la población o comunidad receptora, en este caso la ciudad de Tacna, que ha experimentado un aumento de la ocupación de la población, creación de empleo turístico para los habitantes de destino, mejora significativa de la calidad de vida de la población, así como el conocimiento de nuevas culturas, revalorización de la cultura propia y del patrimonio cultural histórico.

Este crecimiento del turismo receptivo tiene mucho que ver con las percepciones y las actitudes de los residentes de Tacna frente al turismo, por ello es necesario evaluar estas actitudes de forma continua para asegurar que se tomen medidas a tiempo ya que a través de esta acción los habitantes son socios que desean el proceso de desarrollo. Asimismo, el tener en cuenta las percepciones de los residentes sobre el impacto que generan los aspectos económicos y socioculturales en el turismo, permitirá que las autoridades del sector identifiquen los problemas principales y planteen planes de acción que busquen optimizar los beneficios que genera el turismo y a su vez atiendan las percepciones negativas de los residentes en Tacna.

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

### **1.4.1. Objetivo general**

Establecer la relación que existe entre los impactos económicos y socioculturales del turismo con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

- a) Determinar la relación que existe entre los impactos económicos del turismo con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna.
- b) Determinar la relación que existe entre los impactos sociales del turismo con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna.
- c) Determinar la relación que existe entre los impactos culturales del turismo con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna.

## **1.5. Conceptos básicos**

### **Asignación turística**

Cantidad de dinero que un turista puede utilizar para un viaje fuera del país.

### **Demanda Turística**

Conjunto de consumidores de una determinada oferta de servicios turísticos. Conjunto de bienes o servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino.



### **Ecoturismo**

Modalidad del turismo, que se caracteriza por el interés de visitar destinos donde las bellezas naturales son el atractivo más fuerte.

### **Organización Mundial de Turismo (OMT)**

Organismo de las Naciones Unidas formado en 1970, tiene su base en Madrid, y su objetivo fundamental es prestar ayuda a los gobiernos en materia de planificación turística. Está conformada por casi 150 países. (En inglés: World Tourism Organization - WTO)

### **Órgano regional competente**

La Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR), de los gobiernos regionales o la que haga sus veces.

### **Turismo**

Actividad que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerativa en el lugar visitado.

### **Turista**

Cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita, aunque no tenga que pagar por alojamiento, y cuyo principal motivo de viaje es el ocio u ocupación del tiempo libre; negocios, peregrinaciones, salud u otra diferente a una actividad remunerada en el lugar de destino.

**Turismo doméstico**

Aquel que se realiza sin salir de las fronteras del país residente.

**Turismo Itinerante**

Cuando el turismo incluye movilizaciones a varios lugares (ciudades, pueblos, etc.)

**Turista Itinerante**

Es aquel tipo de turista que se desplaza en función a un determinado itinerario.

**Turismo Receptivo**

Tipo de turismo que realizan turistas de países foráneos y que entran al territorio de un país receptor.

**Impacto económico del turismo**

Medida de los beneficios y costes económico generados por el desarrollo del turismo. Los beneficios potenciales se pueden apreciar entre otras en el incremento de la demanda de bienes y servicios, el desarrollo de infraestructura y superestructura y la generación de empleo.

**Impactos socioculturales del turismo**

Los impactos socioculturales del turismo son consecuencia de las relaciones sociales que se establecen en un destino turístico. La magnitud de los impactos dependerá en gran medida de las diferencias socioculturales entre turistas y residentes y pueden afectar a multitud de variables.

### **Impactos medios ambientales**

Impacto del turismo en la protección medioambiental, protección de la vida salvaje, la educación del valor de lo natural basada en el turismo y la contaminación ambiental,

### **Actitud**

Una actitud es referirse a una evaluación favorable o desfavorable que se hace sobre un hecho, persona u objeto; en general, sobre cualquier aspecto del mundo social.

### **Componentes Cognitivos de la actitud**

Incluyen el dominio de hechos, opiniones, creencias, pensamientos, valores, conocimientos y expectativas (especialmente de carácter evaluativo) acerca del objeto de la actitud. Destaca en ellos, el valor que representa para el individuo el objeto o situación.

### **Componentes Afectivos de la actitud**

Son aquellos procesos que avalan o contradicen las bases de nuestras creencias, expresados en sentimientos evaluativos y preferencias, estados de ánimo y las emociones que se evidencian (física y/o emocionalmente) ante el objeto de la actitud (tenso, ansioso, feliz, preocupado, dedicado, apenado...)

### **Componentes Conativos de la actitud**

Muestran las evidencias de actuación a favor o en contra del objeto o situación de la actitud, amén de la ambigüedad de la relación "conducta-actitud". Cabe destacar que éste es un componente de gran importancia en el estudio de las actitudes que incluye además la consideración de las intenciones de conducta y no sólo las conductas propiamente dichas.

**Residente**

Persona que habitualmente vive en la ciudad de Tacna.

**Turismo sostenible**

Actividad orientada a la gestión de todos los recursos de manera que se satisfagan las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los mecanismos de apoyo a la vida.

## CAPÍTULO II

### FUNDAMENTO TEÓRICO-CIENTÍFICO

#### 2.1. Antecedentes de la investigación

##### A. Antecedentes locales y nacionales

Pérez (2012) presentó en la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna la tesis titulada “El turismo y su influencia en el desarrollo socio económico de la población del distrito de Ticaco, provincia de Tarata, periodo 2007-2010”, para optar el título profesional de Ingeniero Comercial, llegando a concluir que la gestión turística de la Municipalidad Distrital de Ticaco tiene una influencia poco favorable en el desarrollo socio económico de la población de dicho distrito, debido a que no se realiza un adecuado seguimiento y control de las etapas de planificación turística y resultados. Asimismo, no existe una óptima coordinación, no se promueve la participación eficiente de la comunidad, y existe un escaso apoyo al sector empresarial. Además, se evidencia, una inadecuada capacitación para impulsar el desarrollo del turismo en el referido distrito. Asimismo se afirma que existe una relación significativa entre la gestión turística municipal y el desarrollo socio económico de la población del distrito de Ticaco.

Fasabi (2014) para optar el título de Licenciado en Administración de Turismo, en la Universidad Mayor de San Marcos presentó la tesis titulada “Formulación de un plan estratégico turístico para el distrito de San Jerónimo de Surco que fomente su desarrollo turístico sostenible” en la cual se concluyó que El Planeamiento Estratégico Turístico propuesto para la localidad de San Jerónimo de Surco presenta programas de acción en relación a la gestión del sector turismo, el territorio, el producto turístico y la promoción, comunicación y comercialización, acordes a los lineamientos propuestos por el Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR, que fomente un desarrollo turístico sostenible que ponga en valor los recursos turísticos así como preservarlos, que la administración

pública del turismo sea efectiva, posicionar al distrito como un destino turístico cercano a Lima perfecto para salir de la rutina, en un escenario natural y rural con oportunidad de realizar actividades de aventura, en donde el beneficiado es el visitante y la población visitada.

Yurivilca (2009) realizó un estudio de prefactibilidad para la instalación de un hospedaje para turistas que experimentaran turismo vivencial en la provincia de Tarma, concluyendo que se determinó la existencia de una oportunidad de negocio en la zona centro del Perú, debido al incremento del turismo de naturaleza y del flujo de turistas extranjeros al país. Para satisfacer las necesidades de alojamiento del segmento de turistas extranjeros, se construirá un ecolodge en la provincia de Tarma ya que la hotelería a nivel mundial va dejando de lado la categorización de la infraestructura hotelera por el número de estrellas y está apuntando a los servicios de lujo y a ofertas especializadas dirigidas a los turistas de mayor poder adquisitivo. La ventaja diferencial de este proyecto en comparación con otros similares es el concepto ecológico que está ligado al cuidado del medio ambiente.

Por otro lado, en el estudio de mercado se determinó que el proyecto atenderá las necesidades de alojamiento de los turistas extranjeros provenientes principalmente de Europa y Estados Unidos que vienen al Perú a realizar actividades de turismo de naturaleza, turismo de aventura y cultural. La distribución de los servicios será principalmente a través de las agencias de viajes ubicadas en el extranjero y vía internet. Los servicios del ecolodge se venderán a través de paquetes turísticos y los precios de los diferentes tipos de bungalows serán proporcionales a la plataforma de servicios ofrecidos, alcanzando hasta US\$ 275.00 por noche en el bungalow matrimonial. La tarifa para los turistas extranjeros que llegan por sus propios medios al ecolodge, es inferior a los precios ofrecidos en los paquetes turísticos de turismo de naturaleza.

Benavides (2012) presentó en la Universidad Tecnológica del Perú la tesis titulada "Diseño de una red multimedia interactiva de recorridos

turísticos virtuales en Lima” en la cual concluye que la utilización de este tipo de aplicaciones en nuestro país y de forma gratuita fomenta en gran medida el turismo y el comercio, ya que las empresas pueden ser ubicadas de una forma fácil y rápida, esto se logra añadiendo más capas sobre el mapa y georeferenciando desde las empresas grandes hasta las micro empresas. Asimismo, la aplicación sirve para mostrar rutas, video, imágenes, en ningún momento se debe llegar a pensar que realiza el cálculo de tráfico, o predice si en determinada calle habrá congestión, se muestran rutas y tiempos estimados en horas del día que no existe demasiado tráfico.

## **B. Antecedentes internacionales**

Obando y Rodríguez (2006) presentaron para optar el título de Administrador de Empresas de Turismo en la Universidad Austral de Chile, la investigación titulada “Percepción de estudiantes de educación media de la ciudad de Valdivia hacia la formación turística: tendencias y expectativas”, llegando a las siguientes conclusiones:

Un muy alto porcentaje de alumnos (77,1 %) no posee información acerca de la carrera de Administración de Empresas de Turismo impartida por la Universidad Austral de Chile, lo que nos indica que los medios de promoción y difusión de la carrera en los Establecimientos de Enseñanza Media de la ciudad de Valdivia no ha sido la adecuada. Además un 93,4% de los alumnos opina que falta información respecto a la carrera.

La mayoría de los alumnos encuestados que piensa estudiar alguna carrera relacionada con Turismo elegiría la carrera de Administración de Empresas de Turismo impartida por la Universidad Austral de Chile, lo que indica una buena valoración de la carrera.

Romano (2005) en la Universidad Abierta Interamericana presentó la tesis titulada “Impactos socioculturales del turismo en San Antonio de Areco” para optar la Licenciatura en Turismo, concluyendo que el residente de San Antonio de Areco, posee una actitud favorable hacia el desarrollo de la actividad turística, considerando que la práctica de actividades como ser la teatralización de bailes folklóricos, desfiles de gauchos y destrezas gauchescas, revitalizan las costumbres locales, las cuales de no realizarse se perderían.

Montecino (2009) realizó un estudio sobre el desarrollo del turismo desde una perspectiva cultural. Caso Suchitoto. Tesis para optar el grado de maestría en Comunicación en la Universidad Centroamericana José Simón Cañas. El Salvador, C.A. Llegando a concluir que el gobierno municipal se caracteriza por planificar varios proyectos para reactivar la cultura y para que los ciudadanos sean partícipes de ello, y a partir de esto poder atraer turistas.

Por otro lado, la empresa privada es el actor más beneficiado por el incremento del turismo en Suchitoto en los últimos años. Sin embargo, afirman que necesitan más promoción del municipio y de sus propios servicios, pues la mayoría de los turistas solo llegan el fin de semana y deben buscar otros mecanismos que les generen ingresos los otros días. Además, consideran que su participación podría incrementarse si se aumenta el apoyo por parte del gobierno municipal y si los habitantes fueran más activos y propositivos.

Otro antecedente internacional que está muy relacionado con el presente estudio es la investigación realizada por Castellucci, Cruz y Barbini (2015) en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Mar de Plata en Argentina, en la que concluyen que a partir del análisis de los resultados obtenidos en las encuestas y entrevistas aplicadas a los residentes de Mar del Plata, se observa una visión favorable con respecto a los beneficios económicos del turismo considerando fundamentalmente el incremento de las oportunidades de empleo y su contribución a la



mejora de los ingresos, no observándose la percepción de impactos económicos negativos por parte de los residentes entrevistados.

## **2.2. La interacción turista – residente y el impacto percibido por la actividad turística**

### **2.2.1. Características de la interacción turista - residente**

Según Nash (1989, citado por Fuller, 2008), considera que las relaciones entre turistas y residentes se definen principalmente por la condición en que el turista es un forastero y por consiguiente se caracterizaría por no compartir los aspectos esenciales de los residentes. Esto provoca que la interacción tenga lugar a un nivel más general e impersonal, que a su vez origina en ambas partes una tendencia a la generalización y la categorización. Al mismo tiempo esa interacción está mediando pocas consideraciones de aspecto personal y por tanto eso fomenta cada vez más que ambas partes actúen según sus propios intereses.

Para Jurdao Arrones (1994), el turista es, ante los ojos del residente, una fuente de ingresos; mientras que el turista lo percibe como un muñeco exótico; cosa que lleva a un mutuo desprecio. Puede haber contactos pero nunca comunicación.

Según Sutton (1967, citado por Gutiérrez, 2010), los encuentros entre turistas y residentes se caracterizarían por tres tipos de relaciones:

**Asimétrica:** Hace referencia a que los turistas son más ricos pero se enfrentan a situaciones nuevas para ellos, existiendo normalmente una gran distancia cultural que separa a ambos participantes; por otra parte los residentes son más pobres, pero tienen ese conocimiento que les falta. La asimetría considera el significado que tiene para cada una de las partes el ocio y el trabajo. También se produce un desequilibrio cultural entre ambas partes, pues representa un choque de dos culturas distintas,

siendo además un elemento añadido por parte de los anfitriones los que deben adaptarse al turismo, incluso en la lengua.

Transitoriedad: Los visitantes están por poco tiempo, por lo que cualquier interacción entre ambos no va a sobrepasar del límite superficial y casual.

No repetitivas: Así son las visitas, además de no ser estacionales. Eso provoca que los turistas deseen el máximo número de actividades en poco tiempo. Por eso, la interacción es explotadora por ambas partes. Esto es algo muy común. Todas estas características producen que tanto unos como otros estén orientados hacia el logro de una gratificación inmediata que hacia el mantenimiento de una relación continua y duradera.

Sutton (1967) llega a la conclusión de que el contrato tendrá resultados positivos en aquellos casos en que las partes estén abiertas a la tolerancia; los visitantes presenten un gran entusiasmo y que los residentes sean competentes a la hora de proveer los servicios necesarios. Las consecuencias serán negativas cuando turistas y residentes busquen la gratificación inmediata y aparezcan sentimientos de desconfianza generados por una mera comprensión cultural.

En este mismo sentido Evans considera que la calidad de la comunicación intercultural entre turistas y residentes depende de tres factores:

Tipo Turista: El grupo de los turistas que coinciden en un mismo viaje desempeña un importante papel a la hora de configurar la relación turista - residente. En los grupos turísticos; según Gorman (1979); Sentimientos de camaradería, resaltándose el "Nosotros" frente a "Ellos". Este proceso de categorización lleva a comportamientos solidarios y la asociación, provocando que en la mayoría de las ocasiones el turista no tiene por qué afrontar en solitario los múltiples problemas que pueden aparecer; ya que tiene el respaldo y el apoyo del grupo.

Mediadores culturales: Su presencia se realiza casi siempre en viajes organizados a través del guía. Es muy importante en su papel, ya que su finalidad es introducir a los turistas en la comunidad visitada. Uno de los efectos que provoca el guía al turista es que lo coloca en un estado pasivo y de dependencia casi infantil. La gran popularidad de viajes con guía se debe a que ofrecen al turista una solución rápida a cualquier tipo de percance. Con respecto a los aspectos educativos del guía, Pearce comprobó que esa figura no produjo efectos en el aumento del saber, aunque sí que originó cambios significativos en las reacciones emocionales de los sujetos.

Schmidt (2000) indica que los beneficios de la figura del guía dependen del contexto ambiental en el que desarrolla su tarea. Los guías serán muy funcionales, siempre y cuando se presenten en escenarios con una estructura interna alta y con propósitos diferentes al turismo (una catedral, un castillo.) No serán útiles en aquellos escenarios que carezcan de dicha estructura (la playa, un parque temático).

Influencia de las características propias de los viajes organizados: Este tipo de viajes, debido al diseño, concibe un contacto intercultural limitado; en el que existen pocas oportunidades de aprender sobre el lugar; lo que suele llevar a la perpetuación y nacimiento de nuevos prejuicios y estereotipos. Se caracterizan por:

Aislamiento: Los turistas son apartados del ambiente exterior.

Dirección: Este tipo de viajes ejerce un gran control sobre los turistas, ya que se dirige tanto espacial como temporalmente según su propio interés, de forma que no muestra una imagen real de la comunidad visitada.

Superficialidad: A pesar de esas dos características, estos viajes permiten al turista ser un observador, pero sin llegar a formar parte de la experiencia, lo que fomenta su situación de intruso.

Debido a estas tres características, las posibilidades para el autodescubrimiento y el contacto intercultural van a ser muy limitadas; ya que estos límites permiten que los residentes vean al turista como un extranjero (si es lo que son).

### **2.2.2. Percepción de los residentes hacia los turistas**

Factores que influyen en las posibles actitudes que los residentes desarrollan ante el impacto turístico:

- Años de Residencia: Incide negativamente. Podemos hablar de una U invertida en la que solos los residentes que llevan un tiempo medio en el lugar en cuestión manifiestan una visión positiva.
- Dependencia económica: Actitud favorable para aquellos cuyos empleos estén relacionados con el turismo.
- Distancia del encuestado de los núcleos turísticos: Las personas que viven en zonas alejadas tienen una postura indefinida.
- Implicación de los residentes en cuanto a decisiones turísticas: En el caso de los residentes con mayor participación comunitaria se muestran más favorables.
- El lugar de nacimiento del residente: Si el lugar es un destino turístico, favorable.
- El nivel de conocimientos: Más favorable cuanto más se sepa sobre ello.
- Nivel de contacto con los turistas: Favorable si la hay.

- Impactos percibidos sobre las oportunidades de realizar actividades lúdicas al aire libre: Los sujetos desean que se detenga el crecimiento turístico cuando piensan que el turismo limita sus posibilidades de disfrutar de sus propios recursos.
- La tasa de crecimiento de la localidad: La propia percepción que tienen los residentes del crecimiento en su zona por motivos turísticos actúa de mediador. Relación indirecta.

Según Cohen, la relación turista - residente se encuentra regulada por dos sistemas socioculturales diferentes, un sistema nativo y otro turístico. La dinámica evolutiva de esta relación consiste en un cambio del primero al segundo. En resumen, los nativos se tienen que adaptar a los turistas. Esta evaluación suele presentarse como un proceso de la comercialización de la hospitalidad.

En este proceso podemos distinguir dos fases: una en la cual los turistas son bien tratados y de forma amigable. A medida que su número se incrementa, son cada vez peor recibidos, de modo que la hospitalidad se traslada del terreno de los valores sociales a los económicos.

La segunda fase se denomina Anómica: Durante la cual se desarrolla una orientación predatoria hacia el turista; esto consistiría en extraer del turista la máxima ganancia en cada uno de los encuentros con independencia de las consecuencias que pueda haber a largo plazo sobre el flujo turístico. Esta segunda fase suele estar marcada por una hostilidad hacia los turistas; se produce un incremento importante en el grado en que éstos son discriminados.

Al tener consecuencias negativas provoca una institucionalización por parte de las autoridades, cuya finalidad es aumentar la reputación de la zona y asegurarse los efectos a largo plazo. Esto implica un proceso educacional, de marketing, dar a conocer a los visitantes la zona...

Doxey desarrolla un modelo evolutivo de cambio de actitudes que sufre el cambio de actitud consistente en 4 fases:

- Euforia: Suele caracterizarse por unas actitudes positivas hacia los visitantes, quienes son muy bien recibidos.
- Apatía: A medida de que van aumentando se pasa a esta fase, provocando que los contactos sean más formales y comercializados.
- Molestia: Si el desarrollo continúa puede bajar el nivel de tolerancia de la comunidad, percibiendo el turismo como una amenaza al estilo de vida local.
- Antagonismo: La molestia puede desembocar en esto último, en el que los visitantes son considerados la causa de todos los males que la comunidad sufre. Esto provocaría que la irritación y el malestar se manifiesten abiertamente. Esta fase no ocurre siempre.

Butler (1997, citado por Cardona, 2012) identificó dos grupos de factores que pueden influir en los residentes.

- Características de los visitantes (número, tiempo, raza...)
- Características propias de los destinos: Determina su capacidad para absorber el creciente número de turistas.

Butler sostiene que las actividades de los residentes pueden ser expresadas a través de comportamientos activos o pasivos, cuya combinación da lugar a 4 combinaciones:

- Actitud y conducta positiva: Se interesan de algo que les favorece.
- Actitud positiva, conducta pasiva: Aceptación silenciosa del fenómeno.
- Actitud negativa y conducta activa: Los residentes tienen una oposición intensa y actúan en consecuencia.

- Actitud y conducta negativa: Están en desacuerdo pero sólo se resignan.

### **2.2.3. Impactos percibidos por la actividad turística**

La teoría del intercambio social postula que las actitudes de un individuo como integrante de la comunidad hacia la industria del turismo, y el ulterior apoyo que muestre para su desarrollo, estarán influenciadas por la evaluación que realice de las repercusiones que para la comunidad tal industria tiene. De esta forma, la manera en que los residentes perciben los elementos económicos, socioculturales y medioambientales del intercambio, afecta la manera en que reaccionan al turismo. Por tanto, se torna esencial el estudio de la percepción de los impactos por parte de la población local en aquellos lugares que son destinos turísticos.

Por ejemplo, las oportunidades de empleo, la mejora de la economía local, la mayor oferta de atracciones naturales o culturales son algunos de los impactos positivos que el turismo puede generar en una comunidad. Sin embargo, la actividad turística también causa impactos negativos tales como el exceso de población, la congestión del tráfico o el aumento de delitos.

En líneas generales, en las investigaciones llevadas a cabo centradas en los impactos percibidos del desarrollo turístico (Belisle y Hoy, 1980; citados por Castellucci, Cruz y Barbini 2015) los residentes reconocen el impacto económico positivo que genera el turismo, si bien muestran inquietud ante sus potenciales efectos negativos en la dimensión social y en la medioambiental. En este sentido, se ha llegado a un cierto consenso, que agrupa los impactos, beneficios y costes, en tres categorías: económicas, socio-culturales y medioambientales (Murphy, 1985; Gursoy et al., 2002, citado por Cardona, 2012).

### a) Impactos económicos del turismo sobre el territorio

Los impactos económicos del turismo son la medida de los beneficios y costes económicos generados por el desarrollo de esta actividad. Los beneficios potenciales se pueden apreciar con mayor nitidez en la cadena de impactos que aparecen en la figura 1.

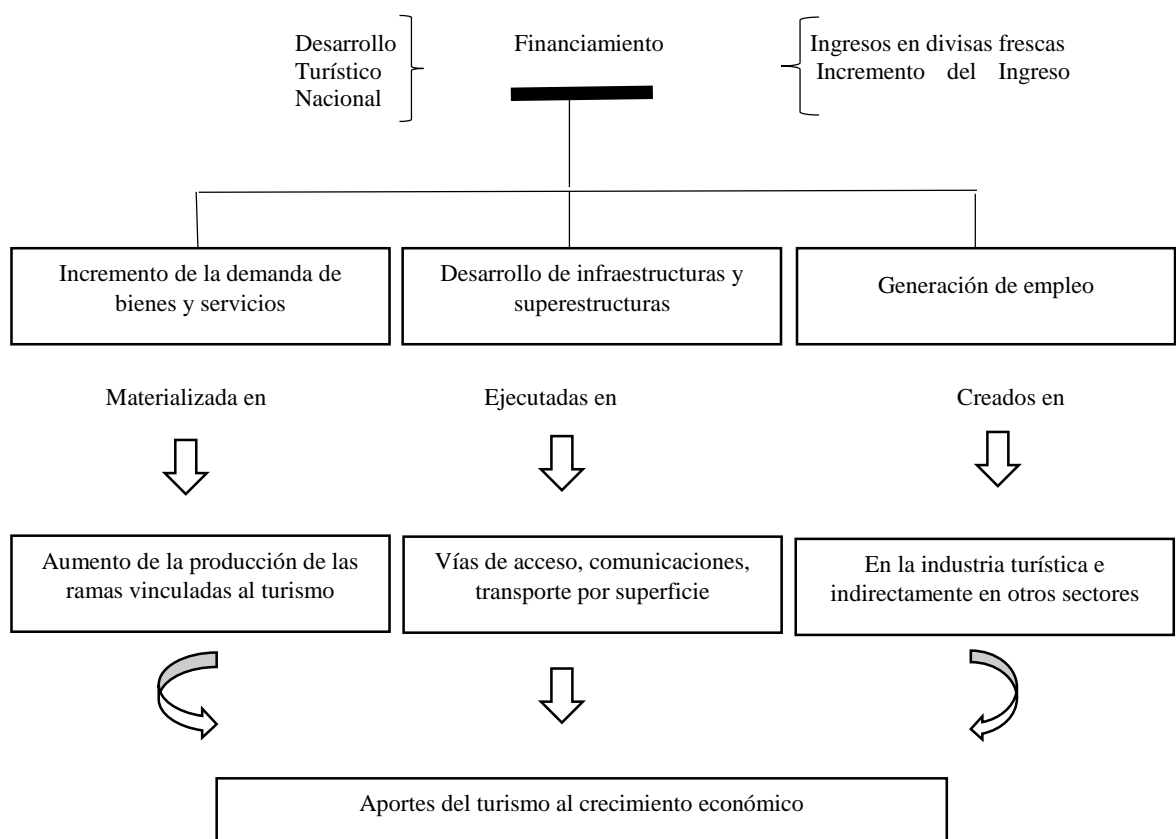


Figura 1: Cadena de impactos económicos del turismo.

Fuente: José Lázaro Quinteros. Universidad Complutense de Madrid.



La cadena de impactos muestra cómo a partir del desarrollo del turismo potencialmente se puede generar una demanda de bienes y servicios, un desarrollo de infraestructuras y superestructuras, una dinamización de la inversión y la generación de empleos tanto en la actividad turística como en las ramas vinculadas a ella.

Es importante señalar el aporte del turismo a la balanza de pagos a través de los ingresos en divisas frescas lo que contribuye al incremento del ingreso nacional. A nivel macroeconómico la importancia de los ingresos turísticos para el conjunto de la economía se miden a través de la contribución al Producto Bruto Interno de los gastos que realizan los turistas en el país analizado.

Por otro lado, la magnitud del impacto económico depende en gran medida de poder establecer los vínculos necesarios entre los diferentes agentes económicos que participan en la actividad turística y de factores tales como:

- La existencia de una política turística que planifique y oriente la actividad turística en función del desarrollo económico.
  
- El volumen del gasto turístico en el lugar de destino.
  
- El tamaño de la base económica para el área de destino.
  
- La recirculación del gasto turístico dentro del área de destino.
  
- La naturaleza de las ofertas y atractivos para los turistas.
  
- El grado de ajuste a la estacionalidad de la demanda turística.

El análisis de estos factores en las áreas receptoras de la actividad turística puede ser un buen indicador de los beneficios y costes del impacto económico del turismo.

En muchas ocasiones se critica la actividad turística y se pone de relieve su carácter depredador generado por los altos costes que supone el desarrollo del turismo cuando no existe un fenómeno equilibrado y planificado de la actividad turística que potencie el progreso económico en los destinos turísticos. Los costes económicos que se asocian al desarrollo de la actividad turística son los siguientes:

- Sobredependencia económica del turismo

Las economías que dependen excesivamente del turismo son muy vulnerables a los cambios en la demanda turística, la cual es muy volátil y susceptible a las diferentes coyunturas internacionales como crisis económicas, guerras, inestabilidad política, e inseguridad en los destinos turísticos. Estas situaciones pueden provocar una disminución en la demanda turística y por ende afectar de manera importante aquellas economías que tengan una alta dependencia de los ingresos por turismo.

- Competencia intersectorial

El turismo, aunque puede ser un factor dinamizador para muchos sectores de la economía, con otros puede competir e incluso frenar su desarrollo. Las relaciones de competencia más conocidas son las que se establecen entre el turismo y la agricultura. Cuando el turismo se va desarrollando en aquellas regiones con escasez de mano de obra y capital, generalmente hay una transferencia de mano de obra de la agricultura al turismo.

Por otra parte, tanto la agricultura como otros sectores se pueden ver afectados por el desarrollo del turismo al desviarse la inversión a los lugares de mayor rentabilidad que suelen ser los turísticos. Esto puede provocar problemas estructurales en el desarrollo económico.

- Estacionalidad de la demanda

La estacionalidad de la demanda es una de las características casi inherentes al desarrollo del turismo. Las ocasiones cíclicas o periódicas hacen que la demanda del turismo se concentre en apenas unos pocos meses del año, especialmente en los destinos de sol y playa, deportes náuticos y deportes de invierno.

- Inflación

El efecto inflacionario está ligado a la subida de los precios del suelo. En muchas ocasiones el desarrollo turístico genera especulación por la alta demanda de suelos por parte de los empresarios turísticos y promotores inmobiliarios y la escasez de suelo para construcciones con fines turísticos, lo que convierte en un bien escaso y altamente demandado.

- Fugas de inversiones

La fuga de inversiones se asocia a que las ganancias que genera la actividad turística no siempre se reinvierten en beneficios de la propia actividad ni en crear infraestructuras y superestructuras para mejorar las condiciones de vida de la población local. En ese sentido, se plantea que el turismo es una actividad de un importante componente especulativo máxime si tenemos en cuenta que un porcentaje importante de la actividad turística la genera el sector privado.

- Importación de bienes y servicios

El turismo genera en muchas ocasiones una gran importación de bienes y servicios cuando la economía doméstica no puede responder a las necesidades de insumos de desarrollo turístico. Como consecuencia se establecen pocos vínculos de concatenación con la economía interna, lo que implica que no se estimule el crecimiento de otras actividades económicas.

La OMT ha puesto de manifiesto las dificultades de análisis de los impactos del turismo por diversas circunstancias. La complejidad para concretar el sector por la falta de precisión en la delimitación y conceptualización económica del fenómeno turístico, ya sea desde el punto de vista de la demanda o de la oferta. Las dificultades en la elaboración de estadísticas y la insuficiencia de datos disponibles, particularmente en lo que concierne a la evaluación y formulación concreta de las macrodimensiones turísticas fundamentales (valor añadido, inversiones, consumo turístico, etc.) Incluso, la ausencia de análisis específicos, ya que el turismo no produce en lo fundamental bienes materiales, tangibles y, por tanto, fácilmente medibles, sino que presta servicios, de carácter esencialmente intangible y, consecuentemente, más complejos de valorar. Además, la actividad turística, de carácter altamente impactante en algunas de sus estructuras físicas, exige una contabilidad finalista que tenga en cuenta los costes externos (o diferencias entre costes privados y costes sociales) y los bienes y servicios que no tienen valor desde el punto de vista del mercado (OMT, 1980).

A nivel de una economía nacional o de una región, los efectos del turismo se evalúan generalmente a partir de sus repercusiones aceptadas sobre unos objetivos por cualquier sistema económico, tales como su contribución al crecimiento económico, la estabilidad de los precios, el equilibrio de la balanza de pagos, la distribución justa y equitativa de la renta nacional y el pleno empleo. No obstante, el estudio de la OMT (1980) reagrupa sus efectos según los tres tipos siguientes:

- Los efectos globales o los efectos sobre el crecimiento y el desarrollo económico.
- Los efectos parciales sobre la economía nacional, es decir, sobre los agentes, sectores, variables y microdimensiones fundamentales de la economía nacional.

- Los efectos externos que, dentro del ámbito sociocultural, físico y de los recursos humanos, están más cercanos a los efectos económicos tomados en el sentido estricto de la palabra.

### Clasificación e identificación de los efectos económicos del turismo

Tipos de efectos	Objetivos de la política económica	Efectos económicos sobre
Globales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estrategia de desarrollo</li> <li>-Crecimiento de los sectores productivos (eficacia del sistema)</li> <li>-Sector externo (estabilidad y equilibrio externo)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-La economía nacional (financiación del déficit exterior, actividad motriz.)</li> <li>-La dependencia exterior y el nuevo orden económico internacional.</li> <li>-La producción</li> <li>-El empleo</li> <li>-Balanza de pagos</li> <li>-La tasa de cambio</li> <li>-La relación real de intercambio</li> <li>-La oferta monetaria y la rapidez de circulación del dinero</li> </ul>
Parciales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sector público (grado de intervención del Estado)</li> <li>- Estabilidad de los precios</li> <li>- Equidad del sistema</li> <li>- Ordenación del territorio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Los ingresos públicos</li> <li>-Los gastos públicos</li> <li>-La inflación</li> <li>-La especulación del suelo</li> <li>-La distribución de la renta</li> <li>-El desarrollo regional</li> <li>-El medio rural</li> <li>-El movimiento demográfico</li> </ul>
Externos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilización apropiada y protección de los recursos naturales y humanos.</li> <li>- Aspectos socioculturales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-El medio ambiente</li> <li>-La formación profesional</li> <li>-Los hábitos de consumo</li> <li>-Los cambios sociales y culturales</li> </ul>

El turismo se ha considerado tradicionalmente como un instrumento para el desarrollo económico (Walpole y Goodwin 2001). Diversos estudios señalan que los beneficios económicos son el elemento más importante que busca la población local (Akis et al. 1996; citado por Mendoza, Rodríguez y Enciso, 2013 p. 9). Las investigaciones han demostrado que los residentes opinan que el turismo reduce el paro porque crea oportunidades laborales (Tosun 2002), atrae nuevos negocios y genera posibilidades de inversión (Sethna y Richmond 1978), presenta oportunidades para las pequeñas empresas (Davis et al., 1988) y genera

ingresos para las comunidades y gobiernos locales (Jurowski et al. 1997). La prácticamente totalidad de los estudios que han analizado la relación entre actitudes y beneficios económicos percibidos concluyen que ésta es positiva (Keogh 1990, citado por Gutiérrez).

### **b) Impactos socioculturales del turismo**

Los impactos socioculturales del turismo son consecuencia de las relaciones sociales que se establecen en un destino turístico. La magnitud de los impactos dependerá en gran medida de las diferencias socioculturales entre turistas y residentes y pueden afectar a multitud de variables, entre ellas: formas de vida, sistemas de valores, comportamiento individual, niveles de seguridad, conducta moral y política, cultura tradicional, etc.

Los impactos sociales son los cambios provocados en la vida de la gente que reside en los destinos turísticos, y se asocia al contacto directo entre residentes y turistas.

Los impactos culturales son los cambios provocados en las artes, costumbres, rituales y arquitectura de la comunidad local, cambios a largo plazo resultantes del desarrollo turístico. Los impactos culturales pueden afectar a la memoria colectiva y provocar una pérdida de identidad.

Blanco (1998) señala que los impactos por los visitantes en un espacio natural no son solamente físicos, sino que también tienen un componente social importante. La capacidad de carga social se refiere a la sensación de agobio que tienen las personas que visitan un determinado lugar, al encontrarse con un número elevado de visitantes. A partir de un cierto nivel de masificación, la experiencia recreativa del usuario tiende a valorarse como negativa, independientemente de las virtudes escénicas o naturales del lugar visitado. Este aspecto tiene que ser tomado en cuenta en el proceso de planeamiento de la actividad turística.

Los estudiosos acerca de cómo sucede la aceptación del turista demuestran que generalmente en todo destino turístico existe una capacidad de carga social más allá de la cual los niveles de desarrollo turístico resultan inaceptables para la población local.

En ese sentido, se establece un umbral de tolerancia de presencia de turistas por parte de los residentes, que en buena medida, es resultado de la evolución de las relaciones turista/residentes, las cuales se resumen a continuación:

- Euforia: Durante las primeras etapas de desarrollo turístico los residentes suelen acoger a los visitantes con entusiasmo y perciben el turismo como una buena opción económica. Hay un sentimiento turista/residente de mutua satisfacción.
- Apatía: Una vez que la actividad turística se consolida el turismo empieza a vislumbrarse no ya como una buena alternativa de desarrollo sino como un negocio del que hay que sacar partido. Se trata de explotar al turista lo más posible.

Los hallazgos de estos estudios apuntan en direcciones contradictorias. Mientras la mayoría sostiene que la población local percibe los impactos económicos en términos positivos (Jurowski et al. 1997), algunos señalan que los residentes tienden a percibir los impactos sociales y culturales de forma negativa (Brunt y Courtney 1999).

Por otra parte, algunos estudiosos han llegado a la conclusión de que los residentes opinan que el turismo genera diferentes beneficios sociales y culturales (Besculides et al. 2002). Harrison (1992) apunta que el turismo ofrece nuevas oportunidades y estimula el cambio social. Otros autores sugieren que crea posibilidades nuevas para los residentes, como una mayor selección de tiendas y de alternativas de ocio (Brunt y Courtney 1999). Sethna y Richmond (1978) y Pizam (1978) afirman que los residentes consideran que el turismo tiene un efecto positivo sobre los

servicios, al mejorar el estado de las carreteras y de otras infraestructuras públicas.

La bibliografía disponible pone de manifiesto que el turismo genera una demanda de obras artísticas locales (McKean 1978), ensalza el orgullo y la identidad cultural, la cohesión y el intercambio de ideas, y mejora el conocimiento de la cultura de la zona (Esman 1984).

También crea oportunidades para el intercambio cultural y para la revitalización de las tradiciones autóctonas, mejora la calidad de vida y la imagen de la comunidad (Besculides et al. 2002). Sin embargo, en la literatura existente también se argumenta que ocasiona impactos culturales negativos.

Como factor de cambio, puede influir negativamente en los valores familiares tradicionales (Kousis 1989, citado por Gutiérrez, 2010), provocar una comercialización cultural (Cohen 1988) y causar conflictos sociales y culturales en la comunidad de destino debido a las diferencias socioculturales, en el nivel de bienestar económico y en el poder adquisitivo entre anfitriones y turistas (Tosun 2002). A largo plazo, la comunidad local puede empezar a adoptar las normas y valores de los turistas y llegar a ser culturalmente dependiente del país que las genera (Sharpley 1994, citado por Gutiérrez, 2010). En esa misma línea de pensamiento Machado (1996), estudiando el consumo turístico, resalta que al producirse el encuentro de los visitantes con la población local, los hábitos de consumo son transferidos para la región receptora, a fin de atender la demanda de los turistas, y acaban siendo absorbidos poco a poco por la comunidad local. Agrega que el proceso de absorción de la cultura local por la cultura exógena ocurre unidireccionalmente, en el sentido de la uniformización, tal como ocurre en la globalización.

Por otro lado, según De Kadt (1991, citado por Gutiérrez, 2010), la relación entre turistas y residentes se establece principalmente en tres tipos de contacto:



- En la compra de bienes y servicios.
- En la compartición de recursos turísticos (playas, entretenimientos, etc.).
- En el establecimiento de un intercambio de información, de ideas, etc.

La intensidad de estos encuentros será diferente según el tipo de turista y el tipo de destino. En los destinos masificados, las relaciones más frecuentes suelen ser de los dos primeros tipos, mientras que el intercambio cultural –el tercer tipo de contacto– no suele producirse: las sociedades permanecen, por lo general, segregadas y los visitantes no se integran en la comunidad receptora y mantienen sus costumbres, idiomas, estilos de vida, religión, etc. Por el contrario, en sociedades donde el turismo sea una actividad incipiente, puede que el turista esté interesado en integrarse temporalmente en la vida y costumbres de la sociedad receptora y de este modo se producen mayores contactos culturales. Los efectos socioculturales del turismo dependerán, por tanto, del tipo de turista.

A continuación, se destaca una tipología de turistas, propuesta teniendo en cuenta tanto el número de turistas como su adaptación a las condiciones locales. Estas clasificaciones resultan interesantes considerando el tipo y la forma de relación que se establecerá entre residentes y turistas y el impacto socio cultural que tendrá. Para Cohen (1972), por ejemplo, el turismo de masas organizado tiene muy poco contacto con la población local y suele permanecer segregado en el espacio. Incluso si consideramos el turista individual que acude a destinos masificados, podemos destacar que, si bien busca más autonomía a la hora de preparar su viaje, apenas tendrá contacto directo con la población local. Por el contrario, el explorador huye de destinos masificados, aunque exige alojamiento y transporte con estándares razonables. Se relaciona con la comunidad receptora e incluso “intenta hablar” su lengua.

En suma, la percepción de los residentes locales sobre los impactos del turismo es muy variada. Algunos consideran que el turismo tiene efectos positivos y negativos; hay quienes tienden a percibir sólo sus impactos sociales y culturales negativos, y otros tienen en cuenta sus efectos económicos, sociales y culturales positivos.

### **Impactos socioculturales positivos del turismo**

Desde una perspectiva sociocultural se dan, sin duda, muchas consecuencias positivas. A continuación, destacamos las más notables:

- El desarrollo de la actividad turística permite aumentar la ocupación de la población. La creación de empleo turístico para mujeres y jóvenes en zonas atrasadas y regresivas puede considerarse como un hecho positivo.
- Las infraestructuras, equipamientos o facilidades necesarios para el turismo serán utilizados también por la población local. Si se produce efectivamente un aumento del empleo y de la renta, podemos afirmar que la calidad de vida de los residentes aumenta.
- La demanda de empleo más cualificado exigirá mayor educación y formación de la mano de obra.
- El contacto con extranjeros facilita el conocimiento de otras culturas, ideas, formas de vida e idiomas.
- El contraste con otras culturas y la curiosidad del turista repercute positivamente en el reconocimiento, la protección y la rehabilitación de tradiciones antiguas y de edificios históricos.
- Asimismo, los aspectos mencionados implican la revalorización de la cultura propia y el orgullo por el patrimonio histórico.

- Junto con la introducción de nuevas actividades, resulta importante la recuperación y valorización de la industria artesanal.

### **Impactos socioculturales negativos del turismo**

Veamos la otra cara de la moneda, los impactos socioculturales negativos:

- La expansión del turismo provoca el desplazamiento de comunidades tradicionales (rurales, pesqueras).
- Se produce el efecto demostración, especialmente en los destinos emergentes: incluso sin que exista contacto directo entre residentes y turistas, la sola observación de estos últimos puede provocar cambios importantes en la forma de vestir, comportarse, etc., de los locales.
- El aumento del número de visitantes puede ir acompañado de más drogas, delincuencia, problemas de corrupción y sobornos, prostitución, etc.
- Se pueden introducir cambios sociales importantes, como la ruptura de la unidad familiar, etc., que produzcan modificaciones notables en la forma de vida.
- En caso de que los mejores trabajos generados por el sector turismo sean ocupados por foráneos o extranjeros, pueden producirse situaciones de discriminación e incluso una reacción adversa y resentimiento por parte de la comunidad receptora.
- La herencia étnica y las tradiciones culturales pueden degradarse al comercializarse para los turistas.
- La vida cotidiana de los residentes puede verse muy alterada con la presencia de los turistas (fotografías, observación, etc.).

Lo expuesto hasta aquí exige que se tenga en cuenta los cambios y transformaciones que puede provocar el turismo en las comunidades receptoras. La implicación de la comunidad local en el proceso de desarrollo turístico es un aspecto que los gestores o responsables del destino turístico deberán tener en cuenta, atendiendo al cambio y la evolución de la percepción de los efectos que la actividad turística provoca.

No sólo debe tenerse en cuenta la percepción (y el cambio en la misma de los residentes), también hay que intentar concienciar al turista de las consecuencias que su presencia puede acarrear. Evidentemente, la situación será muy diferente según se considere destinos masificados o destinos incipientes. Esto conduce a la consideración de la capacidad de carga del lugar. Existe un umbral de tolerancia que marca los límites de la expansión de la actividad. Una vez superado este umbral, la reacción de la comunidad es negativa. Asimismo, el turista puede tener un umbral propio de saturación del destino y, en consecuencia, de rechazo. Esto hace referencia a la capacidad de carga, concepto que se refiere en este caso a la dimensión que puede alcanzar la actividad sin que sea rechazada por los residentes o sin que el turista empiece a valorar negativamente el destino (saturación).

### **c) Impactos medioambientales del turismo**

Muchas comunidades han experimentado cambios substanciales a lo largo de la última década. Las industrias primarias, de las que estas comunidades dependían, han desaparecido, dejando tras de sí dificultades económicas y tuvieron que buscar estrategias alternativas de desarrollo (Andereck y Vogt 2000). Teniendo que hacer frente a una base de recursos muy limitada, algunas comunidades se han entregado al turismo como la panacea para sus males económicos. La evidencia empírica demuestra que en regiones económicamente deprimidas, las poblaciones locales subestiman los costes del desarrollo turístico y sobrestiman sus ganancias económicas. Se muestran bien dispuestos a

“tolerar algunos inconvenientes a cambio del dinero del turismo” (Var et al., 1985:654).

El turismo se desarrolla en un territorio y requiere espacio (suelo) y recursos naturales para desarrollarse, para poder asentar industrias y cualquier otro tipo de atractivo asociado con la actividad. Esta característica esencial tiene un coste de oportunidad; debemos tener en cuenta que puede entrar en conflicto con otras actividades económicas.

El turismo es un gran consumidor de recursos naturales, ya que éstos constituyen la base para su desarrollo. La utilización óptima de los recursos (incluido el suelo y el espacio) minimizará el coste de oportunidad. Las políticas públicas juegan un papel central en estos procesos: el espacio turístico debe planificarse para ser compatible con otros usos y para reducir el consumo excesivo de recursos o una explotación excesiva.

A este respecto, se debe considerar la diversidad de situaciones posibles con relación a la interacción del hombre con el entorno físico y medioambiental:

- Un entorno totalmente controlado (un parque temático, etc.).
  
- En el entorno se asienta alguna actividad (por ejemplo un casino).
  
- El entorno es un escenario para el disfrute de actividades de ocio (restaurantes, tiendas, etc.).
  
- El entorno es el objeto de la actividad (parques naturales, áreas de trekking, etc.)

En cada una de estas situaciones, la interacción del hombre con el espacio –el entorno– será diferente. Consideremos dos ejemplos: el turismo rural (senderismo, turismo de granja, de aventura) y el turismo

urbano (negocios, compras, punto de llegada y partida de los turistas). En ambos casos se necesitan infraestructuras, atractivos turísticos, hoteles, etc., que servirán tanto a turistas como a residentes.

Sin embargo, puede que en ambos casos este tipo de actividades ayuden a regenerar áreas en declive (industriales, urbanas y zonas atrasadas rurales), por lo que será conveniente planificar cuidadosamente la localización de los atractivos turísticos para maximizar los efectos deseados y minimizar los no deseados.

### **Impactos medioambientales positivos**

A continuación se presentan los impactos medioambientales positivos asociados con la actividad turística:

- Mayor conciencia medioambiental.
  
- Interés por la regeneración de espacios naturales, rurales y urbanos.
  
- Desarrollo de atracciones de ocio que también serán utilizadas por la población local.
  
- Establecimiento de áreas protegidas (espacios protegidos, parques naturales, etc.).
  
- Lucha contra la contaminación.
  
- El turista quiere (y demanda) un medioambiente de gran calidad.

En definitiva, la actividad turística puede contribuir muy positivamente a la mejora del entorno medioambiental, a su preservación y a una mayor valoración del mismo.

### **Impactos medioambientales negativos**

Se considera a continuación los impactos medioambientales negativos:

- Exceso de demanda y sobreutilización de los recursos naturales.
- Congestión: concentración de turistas en áreas y en tiempo.
- Pérdida del paisaje natural por un exceso de construcción o por permitirlo en lugares de interés turístico.
- Construcciones mal realizadas que pueden dañar áreas: “contaminación arquitectónica” debido a la arquitectura estandarizada, yuxtaposición de estilos arquitectónicos diferentes, etc.
- El desarrollo turístico puede destruir los recursos naturales.
- Contaminación atmosférica, del agua y visual.
- Generación de basuras.

#### **2.2.4. La actividad turística en Tacna**

En el Informe Económico y Social de la Región Tacna editado por el Banco Central de Reserva del Perú se destaca que el turismo constituye una importante actividad que genera eslabonamientos productivos al demandar bienes y servicios conexos como alimentos, transportes y construcción de infraestructura, entre otros, contribuyendo en forma directa e indirecta a la creación de empleo e ingresos, así como a la generación de divisas. De acuerdo al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), en el año 2011 arribaron al Perú 2,6 millones de turistas, registrando el arribo de turistas un incremento promedio anual de 10 por ciento en el período 2002-2011. El ingreso de divisas por concepto

de turismo ascendió a US\$ 2,9 mil millones en el 2011, exhibiendo una tendencia creciente en este período. Estos resultados fueron producto de la estabilidad macroeconómica de nuestro país, así como de las tendencias del turismo mundial aunado a la propuesta del Plan Estratégico Nacional de Turismo y los Planes Estratégicos Regionales de Turismo (PERTUR).

Tacna cuenta con una cartera de atractivos turísticos que le permitiría explotar el turismo de naturaleza, de cultura (arqueológico-histórico), especializado (observación de especies), playa y deportes de aventura, aguas termales, entre otros. Para que el potencial turístico se desarrolle debe ponerse en valor dichos atractivos turísticos, de forma de captar parte del flujo de turistas procedente principalmente de Chile, que visitan nuestro principal destino turístico, Macchu Picchu, haciendo extensivo el dinamismo del circuito turístico del sur del país. Al respecto, resulta importante que se haya conformado el Comité Consultivo Regional de Tacna con la participación del sector público y privado, en el mes de diciembre de 2012, con el fin que se constituya en el interlocutor regional en materia de turismo y proponga lineamientos de política para el desarrollo del sector, y que se esté elaborando el Plan Estratégico Regional de Turismo de Tacna. El objetivo es integrar los múltiples atractivos turísticos de la región en un destino turístico, debiendo resaltarse que la puesta en valor de estos atractivos beneficiará a poblaciones rurales que, de esta forma, podrán diversificar sus fuentes de ingresos.

Con respecto a la infraestructura hotelera considerada como un factor importante en el turismo, se puede afirmar que en Tacna ha aumentado en los últimos años de un total de 174 establecimientos en el 2003 a 261 en el 2011, aunque el porcentaje de establecimientos hoteleros no clasificados representa el 77 por ciento del total, lo que permite sostener que se registra un alto grado de informalidad e inadecuada calidad del servicio hotelero. Igualmente, cabe relevar que Tacna hasta el 2015, no contaba con establecimientos hoteleros de categoría superior a un hotel



de tres estrellas, observándose -incluso- que sólo uno de cada cinco hostales u hoteles clasificados tenían esta categoría (establecimiento de tres estrellas). De esta forma, el 64 por ciento del total de plazas (camas) correspondía a establecimientos hoteleros que no se encontraban clasificados. Sin embargo Casa Andina y Radisson ya pusieron en funcionamiento su hotel de 4 estrellas, mejorando con ello la industria hotelera.

No obstante ello, en el Informe Económico y Social se establece que la región capta un importante flujo de turistas, tanto nacionales como extranjeros, los cuales, sin embargo, sólo pernoctan –en promedio- 1,4 días. En el 2011, arribaron a Tacna cerca de 400 mil turistas, de los cuales poco más de 280 mil fueron nacionales y la diferencia fueron extranjeros, principalmente provenientes de Chile. Este flujo de turistas ha aumentado consistentemente en los últimos años a una tasa promedio anual del orden de 8 por ciento, principalmente extranjeros, cuya participación relativa ha aumentado de 11 a 18 por ciento entre los años 2003 y 2011.

El flujo creciente de turistas se debe en parte al aumento sostenido del turismo de servicios en la región, principalmente de parte de los pobladores de Arica, quienes demandan servicios de salud, como ópticas y centros odontológicos, por el mejor servicio prestado, la mayor variedad de la oferta y los precios más competitivos que ofrece Tacna; así como por la mejor oferta de entretenimiento, principalmente de restaurantes y de cines. Por su parte, de acuerdo a la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR-Tacna) y la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y Turismo (PROMPERÚ), entre los principales atractivos turísticos de la región se encuentran:

- La Catedral, el Arco Parabólico y la Pila Ornamental.- Ubicados en el centro de la ciudad. La Catedral es de estilo neo-renacentista, fue inaugurada en agosto de 1954, aunque su construcción se inició en 1875;

el Arco Parabólico fue inaugurado en agosto de 1959, mide 18 metros de altura y se levanta en honor a los héroes de la Guerra del Pacífico, Miguel Grau y Francisco Bolognesi; y la Pila Ornamental data de 1869, tiene 6 metros de altura y varias fuentes, y simboliza las cuatro estaciones del año.

- Los Museos Ferroviario e Histórico.- El primero se ubica en la antigua estación ferroviaria Tacna-Arica, tiene un gran valor histórico y arquitectónico, cuenta con un salón de historia documental con planos, mapas, fotos y testimonios periodísticos, entre otros; mientras que en el segundo se encuentra la Biblioteca Pública de Tacna.

- El Complejo Monumental Alto de la Alianza.- Ubicado a 8 km de la ciudad de Tacna, en el lugar donde se realizó la batalla del Alto de la Alianza (26 de mayo de 1880). En el Museo de Sitio se puede apreciar armas de la época (fusiles, sables, uniformes, cartas y documentos), destacando también el campo de batalla y el camposanto.

- El Complejo Arqueológico de Miculla.- Ubicado a 22 km de la ciudad de Tacna y 1,2 mil metros sobre el nivel del mar, en un área aproximada de 20 km<sup>2</sup>. Existe una alta concentración de arte rupestre -petroglifos- con grabados en la superficie de rocas calcáreas o de sílice rojiza, que representan figuras humanas y de la fauna (tarucas, pumas, suris, lagartijas, etc.), estimándose que tienen una antigüedad de 1500 años.

- El Parque de la Locomotora y la Casa Jurídica.- El primero contiene la Locomotora N° 3 que condujo a las tropas y pertrechos para la defensa del Morro de Arica, y la segunda fue escenario de la firma del Acta de Entrega de Tacna al Perú, el 28 de agosto de 1929.

- Valle Viejo de Tacna.- Es una extensa campiña de cerca de 23 km, conformado por los distritos de Pocollay, Calana y Pachía; se caracteriza por su clima templado y seco, y los platos típicos de la culinaria tacneña y el vino propio de la zona.

- Fuentes Termales de Chillicollpa.- Se encuentran ubicadas en la jurisdicción de la comunidad de Kovire-Chillicollpa; el agua tiene una temperatura de 85°C y contiene minerales azufrados y carbonatados. En la zona existen otras fuentes termales como Coracorani, Copapujo-Coracorani, Calachaca, Caparaja, y Jucuri-Coracorani.
- Fuentes Termales Calientes.- Ubicadas en Candarave, existe cerca de 85 géiseres y los afloramientos de aguas termales sobrepasan, en algunos casos, los 86°C, produciéndose una alta vaporización. Se utilizan dos fuentes de 37°C y 40°C.
- Cataratas de Conchachiri.- Se encuentran ubicadas a 4,5 mil metros sobre el nivel del mar, al noreste del pueblo de Kallapuma y cerca al cerro Jucuri. En las proximidades de las cataratas existen bofedales y fauna silvestre.
- Petroglifos de Anajiri.- Ubicados a 4 km de Tarata; las representaciones humanas generalmente están en movimiento y existen también representaciones zoomorfas (camélidos, aves de rapiña) y geométricas.
- Pinturas Rupestres de Toquepala.- Descubiertas a fines de 1960, las pinturas rupestres tienen una antigüedad que data de 7500 a.C, y se encuentran en una cueva de una formación de roca arenisca, de 10, 5 y 3 metros de largo, ancho y alto, respectivamente. Las pinturas rupestres han sido trazadas al agua y con pincel fino, utilizándose principalmente los colores rojo oscuro, verde y amarillo, y representan escenas de cacería de camélidos.
- Volcán Yucamani.- El volcán tiene una altura 5,6 mil metros sobre el nivel del mar y se clasifica como latente. En las faldas del volcán existen bosques de queñoales, árboles nativos que crecen hasta los 4 metros de altura; además, estos parajes sirven de hábitat de la Chinchilla, roedor en vías de extinción.

- La Laguna de Aricota.- Se ubica a 2,8 mil metros sobre el nivel del mar, tiene una extensión de 8 km de largo por 1 km de ancho, y una capacidad de regulación entre 80 a 280 millones de metros cúbicos. El espejo de agua alcanza una superficie máxima de 1440 km<sup>2</sup>, siendo la laguna un ecosistema para una gran variedad de fauna (por ejemplo, patillos y guallatas), así como para especies como truchas. El agua de la laguna se aprovecha para generar energía (centrales hidroeléctricas Aricota 1 y Aricota 2), que abastece a las regiones Tacna y parte de Moquegua.
- Las playas Llostay, Boca del Río, Las Conchitas, Tomoyo, Pozo Redondo, Tres Cuevas, Punta Mesa y Playa Meca, que además cuentan en algunos casos con dunas para hacer deportes de arena, además de atractivos como restos de antiguos caminos incas y otros vestigios arqueológicos, así como la presencia de islas guaneras en el litoral.

Finalmente, en Tacna existen áreas que presentan altos valores de biodiversidad, servicios ecológicos y manifestaciones de nuestra cultura e historia que son conservadas por el Sistema Regional de Áreas Naturales Protegidas de Tacna (SIRANP-Tacna). Así, el Área de Conservación Regional Vilacota-Maure, creada en el año 2009, tiene una extensión de 124,3 mil hectáreas y se ubica en parte de los distritos de Palca, Tarata, Ticaco, Susapaya y Candarave. Esta Área de Conservación presenta, de acuerdo al SIRANP-Tacna, ecosistemas alto-andinos, especies de flora y fauna, algunas en extinción, y fuentes hídricas importantes. Entre las especies, destaca el suri, que es el ave corredora más grande de los andes de nuestro país; igualmente, existen vicuñas, el gato andino, la taruca y las parihuanas, entre otras especies. En el caso de la flora, destacan las queñoas, tolas y yaretas.

### **2.3. Actitudes frente al turismo**

#### **2.3.1. Fundamentos conceptuales de las actitudes**

Las actitudes, en general, están estrechamente vinculadas a las acciones y opiniones acerca del mundo circundante. Los gustos, amistades, votos, preferencias y metas se ven afectados por ellas.

Eagly y Chaiken (1993, citado por Cardona, 2012) definen la actitud como una tendencia psicológica que se expresa por la evaluación de entidades particulares con algún grado de acuerdo o desacuerdo. La tendencia psicológica se refiere a un estado que es interno en la persona y la evaluación se refiere a todas las clases de respuestas valorativas, sean abiertas o encubiertas, cognitivas, afectivas o comportamentales. Esta tendencia psicológica puede ser considerada como un tipo de sesgo que predispone al individuo hacia respuestas que pueden ser positivas o negativas.

Una actitud se considera en términos generales como una disposición, como la «puesta en práctica» de los valores; es así que se desarrolla a partir de una respuesta evaluativa. La actitud se pone de manifiesto sólo en el momento en el que el individuo emite una respuesta valorativa.

Como afirman Eagly y Chaiken (1993), las actitudes no son directamente observables; se les puede inferir, sin embargo, a partir de respuestas que sí lo son, como por ejemplo un comportamiento específico, ciertos tipos de opinión, etc.

Las actitudes pueden medirse de varias maneras. En una entrevista abierta, se les puede pedir a las personas que expresen con libertad sus actitudes hacia una situación particular. Las actitudes hacia los grupos sociales pueden medirse con una escala de distancia social. En estas escalas las personas declaran su disposición a admitir a los miembros de un grupo particular según diversos grados de cercanía social. Sin embargo, la más utilizada de las técnicas es la escala de actitudes. Este tipo de escalas se compone de afirmaciones que expresan varias opiniones posibles sobre un tema. Por lo general, las personas responden a cada reactivo en una escala de cinco puntos que va de

«totalmente de acuerdo» a «totalmente en desacuerdo». Al combinar las puntuaciones de todos los reactivos, se puede calificar la aceptación o rechazo general de una persona hacia un asunto en particular.

Las actitudes pueden ser adquiridas de varias maneras. En ocasiones, ellas vienen del contacto directo (experiencia personal) con el objeto que persiguen. También se aprenden por medio de la interacción con otros; es decir, a través de la discusión con personas que sostienen una actitud particular. La crianza infantil (los efectos de los valores, creencias y prácticas de los padres) también las afecta. La pertenencia a un grupo influye en muchas de nuestras disposiciones debido a que las fuerzas del grupo varias veces operan a favor de la conformidad. Por otro lado, las actitudes también son influenciadas por los medios masivos de comunicación: todos aquéllos que —como los diarios, las revistas, la radio y la televisión— llegan a grandes audiencias. Algunas se forman tan sólo a través del condicionamiento fortuito (aprendizaje que tiene lugar al azar o por coincidencia). El estudio de las actitudes es importante no sólo como campo teórico del conocimiento; ellas cumplen también ciertas funciones en la vida cotidiana, de ahí su importancia de analizarlas.

Vélez (1969) menciona que las actitudes son sistemas emocionalizados de ideas que predisponen a actuar de cierta forma bajo determinadas condiciones. Lambert (1960, citado por Cardona 2012) sostiene que una actitud es una manera organizada y lógica de pensar, sentir y reaccionar en relación con personas, grupos, resultados sociales o más generalmente, con cualquier suceso en el ambiente de los individuos.

Orsi (1988) expresa que las actitudes constituyen la relación de los individuos con el mundo como consecuencia de que éstas se forman y subsisten en relación a los principios del aprendizaje, por lo que son:

- Facilitadoras de la conducta, pero no la producen.
- Motivadoras.
- Orientadoras, porque facilitan las respuestas adecuadas.
- Estabilizadoras de la personalidad.

Fazio (1989) considera a las actitudes como la evaluación que se hacen los sujetos sobre los objetos del mundo social. La importancia de las actitudes para este autor, radica en la utilidad que tienen para los individuos en la interacción que establecen con el ámbito social, dado que orientan la acción y sirven para la expresión de los valores y del ajuste social.

Summers (1995, citado por Royo y Vela, 2009) plantea que las actitudes son estados disposicionales mentales y neurológicos que se organizan a través de las experiencias, las cuales ejercen un impulso dinámico y directo sobre las respuestas de los individuos a todos los objetos y las situaciones con los que se hallan relacionados. Este autor dice que las actitudes son en cierto modo estables, pero que también se puede hacer referencia a ellas como reacciones frente a una situación repetida.

### **2.3.2. Componentes básicos de las actitudes**

Para Krech (1962) la formación de las actitudes supone una interrelación lógica de sentimientos, tendencias a reaccionar y modos de pensar frente a objetos también específicos. Este autor refiere que en las primeras etapas de su formación, los elementos de las actitudes presentan cierta susceptibilidad a ser modificados por ciertas experiencias, en cambio en etapas posteriores las actitudes tienden a volverse cada vez más inflexibles y estereotipadas, cosa que puede explicarse por mecanismos de refuerzo procedentes de sucesos o experiencias especiales, además de que las formas estereotipadas que asumen las actitudes configuradas por una estimulación continua tienen una serie compleja de repercusiones psicosociales. Krech (1962) encuentra en las actitudes tres componentes: cognoscitivo, sentimental y reactivo.

**Cognoscitivo:** Consiste en las creencias de los individuos acerca de un objeto determinado. Los contenidos de estos conocimientos se expresan

siempre en juicios de valor e implican, por lo tanto, una actitud positiva o negativa.

**Sentimental:** Se refiere a las emociones o sentimientos vinculados a un determinado objeto, el cual es vivenciado como agradable o desagradable. Este componente dota a las actitudes de su carácter motivacional.

**Reactivo:** Se refiere a la disposición para actuar de manera específica frente al objeto de dicha actitud.

Asimismo, Krech (1962) comenta que cada uno de estos tres componentes de las actitudes puede variar por su valencia y por el grado de multiplicidad, a saber:

**Valencia:** Es cuando una actitud implica un juicio de valor respecto a un objeto y como tal, puede calificarse en positiva o negativa, favorable o desfavorable.

**Multiplicidad:** Se refiere al número o variedad de elementos o partes que integran cada uno de los componentes de las actitudes. Por ejemplo: el sentimiento amoroso que un hombre siente por una mujer implica una multitud de reacciones emocionales y afectivas. También se podría ejemplificar algo similar con el componente educativo.

Krech (1962) también plantea que la importancia del estudio de las actitudes se deriva del hecho indiscutible de que desempeñan un papel esencial en la determinación de la conducta, afectando los juicios y percepciones que se tienen sobre los demás, influyendo en la velocidad y eficiencia del aprendizaje, ayudando a determinar los grupos con los que las personas se asocian, la profesión que se escoge y hasta la filosofía que establece las normas que regulan la vida de los sujetos. Al conocer las actitudes de las personas estamos en condiciones de predecir su



conducta y de controlarla, lo que explica el hecho de que los estudios sobre las actitudes sean cada vez más abundantes.

Finalmente, para Krech (1962) las actitudes son una disposición emotiva para reaccionar de un modo determinado, además de que se originan y fortalecen a través de la experiencia, razón por la cual pueden ser objeto de estudio. Para este autor las actitudes tienen un carácter bipolar:

Positivo: De aceptación o acercamiento hacia el objeto o situación que produce la actitud.

Negativo: De alejamiento o aversión hacia el objeto o situación que produce la actitud.

### **2.3.3. Formación y funciones de las actitudes**

El término formación de actitudes alude al proceso que se da entre no tener una actitud hacia un objeto determinado y tener una actitud hacia el mismo, la cual puede ser positiva o negativa, favorable o desfavorable.

La primera experiencia o acercamiento con una persona, idea, hecho, lugar, o cualquier otro objeto actitudinal es de gran importancia para la formación de una actitud hacia los mismos, ya que, si en el primer contacto, la persona hace una evaluación negativa sobre un objeto determinado, lo más probable es que se forme una actitud desfavorable hacia dicho objeto; mientras que si la evaluación es positiva, las actitudes hacia éste serán favorables. (MED y GRADE, 2001).

Miller (1969) piensa que la formación de actitudes tiene sentido en la medida en que no sólo se dan en el hombre actitudes específicas para responder a una situación particular, sino actitudes generalizadas que puedan llegar a constituir un rasgo consistente de la personalidad de los sujetos. Para Miller, la formación de actitudes también se relaciona con el aprendizaje intelectual, dado que en ellas existe un componente cognoscitivo, es decir, se apoyan en un conocimiento.

Uno de los factores de mayor importancia que determinan la formación de actitudes es la experiencia personal directa. Éste es el factor que aparece más temprano que los demás y es el más importante. Además, desde la perspectiva de Pearlman (1985) la mayor parte del conocimiento de las personas proviene de sus experiencias personales, y por ello éste es más confiable que la información obtenida por otras personas. Las actitudes que se formaron a partir de este factor ejercen una mayor y más rápida influencia en la conducta de las personas y son también más resistentes al cambio. Dentro de la experiencia personal se considera la cantidad de veces a las que una persona está expuesta a un objeto de actitud. Si todas estas veces la experiencia es positiva, se reforzará el tener una actitud favorable hacia dicho objeto; en cambio, si todas las veces la experiencia es asociada con algo negativo, entonces la actitud hacia el tal objeto será desfavorable.

Tomando en cuenta que los padres, en el mejor de los casos, son los que pasan más tiempo con sus hijos durante sus primeros años, se podría afirmar que ellos tienen el control sobre las primeras experiencias de sus hijos y, por lo tanto, pueden influir en las primeras actitudes que éstos se formen. Oskamp (1991) afirma que las actitudes de los niños se forman tanto a partir de sus propias experiencias como de las experiencias provenientes de sus padres, a las que pueden acceder, por ejemplo, en conversaciones con éstos. Mucho de lo que los niños aprenden lo hacen observando a sus familias e interactuando con éstas.

En cuanto a las funciones de las actitudes, el psicólogo Katz (1960) planteó cuatro funciones fundamentales:

- Una función de conocimiento, la cual sirve para organizar y simplificar la experiencia de las personas. En este aspecto, los esquemas cognitivos son esenciales porque permiten dar sentido a la experiencia.

- Una función utilitaria, a través de la cual permiten a las personas maximizar las recompensas del ambiente y minimizar los castigos. Esta función, que toma como base la teoría del aprendizaje, se refiere a que las personas se forman actitudes favorables hacia los estímulos asociados con la satisfacción de las necesidades y actitudes desfavorables hacia los estímulos asociados al castigo.
- Una función defensiva, la cual permite a las personas protegerse a sí mismas de realidades no placenteras. Esta función se deriva de los mecanismos de defensa señalados por la teoría psicoanalítica.
- Una función valorativa, que permite que las personas expresen sus valores propios y el concepto que tienen de sí mismas. Esta función se deriva de las teorías de la personalidad.

#### **2.3.4. El turismo y la actividad turística**

El origen del vocablo turismo parece relacionarse en la expresión inglesa «the tour» que se usara en Francia como «le tour» y que designaba a fines del siglo XVIII y a principio del siglo XIX los viajes de ida y vuelta que los jóvenes aristócratas británicos realizaban a Francia, a Italia, a Grecia; como un intento de completar su educación.

El turismo como constructo teórico factible de ser traducido en concepto, puede ser estudiado desde diversas perspectivas y disciplinas, dado la complejidad de las relaciones entre los elementos que lo conforman. En nuestros días, persiste todavía un debate abierto para intentar llegar a un concepto unívoco y estándar del turismo.

En el Perú la principal organización intergubernamental en el campo de los viajes y el turismo, a la que las Naciones Unidas han confiado la promoción, el desarrollo del turismo, las cuestiones de política turística, así como una fuente práctica de conocimientos sobre turismo, viene a ser conocida como la Organización Mundial del Turismo.

La OMT, como organismo ejecutor del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), aporta décadas de experiencia en turismo a los objetivos de desarrollo sostenible de las naciones de todo el mundo. Por tanto, su objetivo, en lo que respecta a la sostenibilidad, es velar que los beneficios económicos que genera el nuevo desarrollo turístico sean sostenibles desde el punto de vista ambiental y social y se distribuyan equitativamente entre la población autóctona.

Es en este marco de funciones, que la OMT convoca a la Conferencia Mundial de Turismo dándose como fruto La Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial (Manila, 1980) a partir de la cual, se esclarece la naturaleza auténtica del turismo en todos sus aspectos, en donde se declara que:

El turismo se entiende como una actividad esencial de la vida de las naciones, por sus consecuencias directas para los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de las sociedades nacionales y para sus relaciones internacionales en todo el mundo. Su auge está vinculado al desarrollo socioeconómico de las naciones y estriba en el acceso del hombre al descanso creativo y a las vacaciones y a su libertad de viaje, en el marco del tiempo libre y del ocio, cuya naturaleza profundamente humana subraya. Su existencia misma y su desarrollo están íntegramente vinculados a un estado de paz duradera, al cual el turismo, por su parte, está llamado a contribuir.

Conjuntamente a la definición de turismo, se refiere que en la práctica del mismo, deben prevalecer los elementos espirituales sobre los técnicos o materiales. Estos elementos son fundamentalmente los siguientes:

- a. La realización plena del ser humano.
- b. Una contribución cada vez mayor a la educación.
- c. La igualdad de destino de los pueblos.
- d. La liberación del hombre respetando su identidad y su dignidad.

e. La afirmación de la originalidad de las culturas y el respeto al patrimonio moral de los pueblos.

La definición más común de Turismo, es la que se le da a la acción de viajar por placer, deporte o instrucción; al conjunto de actividades puestas en práctica para realizar este tipo de viajes; y, a la industria cuya finalidad es satisfacer las necesidades del turista; luego, el turismo está compuesto, por una primera etapa móvil y dinámica y por otra etapa, posterior, inmóvil y estática. Según Krapf (1953), la palabra turismo evoca tanto la imagen de una muchedumbre abigarrada de turistas como el equipamiento que se orienta al servicio de ellos: ferrocarriles, hoteles, centros climáticos, manifestaciones de cualquier tipo, etc.; luego, el turismo, como cualquier otra industria de servicios, se caracteriza por la complejidad de sus productos finales, que dificulta la labor de satisfacer al cliente y de evaluar dicha satisfacción en comparación con las industrias manufactureras y sus productos de consumo.

En la actualidad, el turismo se entiende como una actividad cultural emergente y un producto de la modernidad, claramente unido a la expansión del ocio y las vacaciones de los trabajadores, la democratización del viajar y el proceso de globalización. En esta interpretación, el turismo se vincula teóricamente a pautas de cambio social en el último tercio del siglo XX, aunque hay que señalar que dicha interpretación no proporciona una clara explicación del comportamiento turístico.

A lo largo de los últimos cincuenta y cinco años, el turismo y el ocio, componentes esenciales de un sector de servicios en capacidad, expansión, han constituido un poderoso factor de desarrollo económico en los países de Europa y América del Norte. Posteriormente, los países en desarrollo de Asia, Oriente Medio, África y América latina han experimentado sus ventajas, al descubrir que la pobreza retrocede donde avanza el turismo.

Recurso básico de la balanza de pagos, el turismo ha resultado ser una fuente importante de valor añadido, riqueza y empleo. Ha creado nuevos espacios al espíritu empresarial, sobre todo en los países meridionales. Ha representado una oportunidad efectiva de renacimiento económico y de reconversión en algunas regiones en declive y, simultáneamente, ha proporcionado nuevas salidas a esas mismas actividades tradicionales (agricultura y pesca locales; artesanía o construcción) permitiendo la supervivencia. Su función de integración, tanto social como cultural, ha sido igualmente notable.

El turismo es uno de los mayores sectores y flujos de intercambio del mundo. En el año 1996, según estimaciones del World Travel and Tourism Council (WTTC), el sector de viajes y turismo generaba una producción 3,6 billones de dólares americanos, algo más del 10% del PIB (Producto Interno Bruto) mundial. Empleaba a 255 millones de personas a lo largo del planeta y contribuía con 653,000 millones de dólares americanos a las arcas de los Estados mediante impuestos directos o indirectos. En el 2003, esta industria continuaba representando más del 10 % del PIB mundial y el 7,6 % del empleo. Los valores estimados para el año 2006 ascendían a 7,1 billones de dólares americanos en el ámbito de la producción, 385 millones americanos y una aportación al PIB mundial de 11,5% (Theobald, 2005:7).

Investigaciones llevadas a cabo por la Organización Mundial del Turismo (OMT) muestran un crecimiento ininterrumpido desde 1950. Igualmente, los datos y estimaciones elaborados por el World Travel and Tourism Council (WTTC) indican un mantenimiento de la tendencia de crecimiento en los próximos años. Se esperaba que la demanda total de viajes y turismo creciera anualmente un 4,6% hasta alcanzar un valor de 8939 millones de dólares en el año 2013. Además, se estimaba que generaría un aumento de 2,4% del empleo directo (más de 247 millones de puestos de trabajo) y de un 2,2% del indirecto (cerca de 84 millones de empleos) para el año 2012; alcances que fueron realizables. Pero en los últimos

años han surgido dos elementos externos que están afectando a su desarrollo:

- El terrorismo internacional (atentados como los del 11 de setiembre de 2001 en Nueva York, 11 de marzo de 2004 en Madrid y el 7 de julio de 2005 en Londres, entre otros) y,
- La creciente preocupación por la conservación de los recursos naturales.

El entorno físico de las comunidades receptoras se ve afectado ya por el desarrollo anárquico de ciertos centros turísticos, o por la explotación descontrolada de ciertos destinos. En algunas regiones turísticas españolas el cambio se ha materializado en una moratoria turística, que plantea el reto de compatibilizar competitividad con sostenibilidad (Revoredo, 2004: 23-24).

### **2.3.5. Tipos de turismo**

Combinando los tipos de viajeros y los motivos principales de sus viajes o visitas, la OMT ha desarrollado un sistema de clasificación amplio de demanda turística:

a) Según el objetivo del viaje. El turismo de ocio, por lo general, incluye viajes de recreo o vacaciones, deporte, salud, religión o estudios. El turismo de negocios comprende los viajes realizados por los directivos de empresas y empresarios y los participantes en congresos, seminarios y jornadas.

b) Según el origen y destino del viaje. Por otro lado, si se considera el lugar de origen de las personas que realizan turismo y el destino donde lo realizan se pueden identificar tres formas básicas de turismo:

- Turismo interno: el realizado por los visitantes residentes en su propio país.
- Turismo receptor: el que realizan los visitantes extranjeros en un país de referencia; y
- Turismo emisor: el realizado por los visitantes residentes fuera de sus fronteras.

Estas formas pueden combinarse de varias maneras para obtener las categorías de turismo siguiente:

- Turismo nacional: comprende el turismo interno y el turismo emisor.
- Turismo internacional: engloba el turismo emisor y el turismo receptor.
- Turismo interior: abarca el turismo interno y el turismo receptor.

Igualmente, basado en los tipos y categorías de turismo, y considerando que el consumo es una actividad de los visitantes, puede distinguirse los tipos siguientes de consumo turístico:

- Consumo turístico interno: el consumo realizado por visitantes residentes dentro de su país.
- Consumo turístico dentro de las fronteras: el consumo de bienes y servicios nacionales por parte de visitantes extranjeros en el país visitado.
- Consumo turístico fuera de las fronteras: el consumo de bienes y servicios internacionales en el extranjero, por parte de visitantes residentes.
- Consumo turístico nacional: el consumo de los visitantes residentes fuera y dentro de sus fronteras.



- Consumo turístico interior: el consumo de bienes y servicios nacionales tanto por parte de los visitantes extranjeros como de los nacionales.

En función de la diversidad de características que posee el fenómeno social del turismo, éste se puede clasificar, también, según varios criterios tales como la procedencia del turista, la frecuencia de visitas al destino receptor, la edad del turista, la motivación, las repercusiones económicas, el tiempo de permanencia en el destino y la forma de viajar entre otras.

### **2.3.6. Características del turismo**

Según Sancho (2008), las características fundamentales de los servicios y por ende del turismo, son:

Los servicios son intangibles, los servicios son esencialmente intangibles, ya que poseen muchas características que no pueden ser descritas más que subjetivamente. Por ello, resulta imposible saber con certeza si el producto turístico va a ser satisfactorio para el cliente antes de su entrega, puesto que las claves tangibles no son suficientes para su valoración total. En adición, es de resaltar que el turismo se basa en algunos elementos tangibles, como los recursos físicos y las infraestructuras.

Los servicios son heterogéneos, ya que su entrega varía de un consumidor a otro y de un proveedor a otro. Esto se debe a la impredecibilidad del servicio: muchas variables influyen en que la entrega del mismo sea más o menos satisfactoria para el cliente.

Los servicios son inseparables, y es que existe un elemento de inseparabilidad en los servicios, ya que son producidos y consumidos simultáneamente en el mismo sitio: por lo tanto, el proceso del servicio será evaluado hasta el último detalle por el consumidor, ya que es necesario que esté presente para que el servicio se genere. Aunque

pueden ser remediados a posteriori, no hay tiempo de corregir errores cuando éstos se producen.

Los servicios son perecederos y no pueden ser guardados para su consumo posterior, por ejemplo, el asiento de un avión vacío o la habitación de un hotel sin ocupar, representan ventas perdidas que ya nunca podrán ser recuperados.

En síntesis, los turistas son personas y, por tanto, están sometidas a las leyes sociales que rigen la conducta humana: hábitos, modas, gustos y tendencias, personalidades variadas, caracteres; luego, teniendo en cuenta la definición que considera al turismo como un tráfico de personas que se alejan por un determinado tiempo de su lugar de residencia fijo a otro, con un objetivo de satisfacer sus necesidades personales; se infiere que las personas que realizan dicha actividad —turistas—, deben ser identificadas únicamente como consumidores de bienes económicos y culturales. En el contexto acabado de señalar, Krapf (1953), en su teoría de la Consumición Turística, nos presenta una definición más heurística de lo que es turismo; al respecto señala: “Por turismo se entienden dos cosas: 1º) Una actividad humana que externamente se refleja en una ausencia pasajera del domicilio por móviles psico-físicos. 2º) El equipamiento técnico-económico previsto para facilitar dicha actividad” (p. 25).

### **2.3.7. La gestión de la demanda turística**

La demanda turística es fruto de unas actividades emprendidas y unas decisiones tomadas en la región generadora. Como tal, la demanda turística es un elemento fundamental del sistema turístico. Sin embargo, aunque la historia del turismo se puede remontar a muchos miles de años atrás —a la Roma y Grecia antiguas—, ha sido sólo desde hace relativamente poco tiempo cuando, con la llegada del turismo de masas, la actividad turística internacional ha pasado a convertirse en algo tan corriente en el mundo desarrollado. De hecho, la rápida expansión de los

viajes de ocio (también llamados "de placer") a partir de la década de los sesenta del siglo pasado sigue teniendo una gran influencia en todos los aspectos del sistema turístico hoy día.

Las predicciones dicen que los niveles de demanda turística alcanzarán niveles sin precedentes durante este siglo que acaba de comenzar, lo cual supondrá importantes retos para la industria turística y para todas las partes implicadas en su producción y consumo.

En este sentido, se puede describir la manera en que han ido cambiando las percepciones y las teorías acerca de la gestión de la demanda turística, conforme han aumentado los volúmenes y la integridad de los destinos se ha visto más seriamente amenazada. Por ejemplo, justo después de la Segunda Guerra Mundial, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) afirmaba en su Declaración Universal de Derechos Humanos que "Todo el mundo tiene derecho al descanso y al ocio, incluidas [...] periódicamente unas vacaciones pagadas" (1948). Allá por 1980, la Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial manifestaba que el fin último del turismo era "la mejora de la calidad de vida y la creación de mejores condiciones de vida para todos los pueblos" (Organización Mundial del Turismo, 1980). Esta última afirmación permite ver que el interés ha cambiado, pasando del "derecho" inicial de todo el mundo a exigir la posibilidad de disfrutar del turismo, a los manifiestos que hacen hincapié en aspectos como "la calidad de la demanda" y "la forma" de la demanda y/o la experiencia.

Esta impresión se ve reforzada todavía más por las declaraciones de la década de los noventa, en las que se afirmaba que, si los individuos quieren disfrutar del turismo, deben asumir su responsabilidad para con el medio ambiente y las sociedades receptoras que residen en el destino: "Los turistas comparten la responsabilidad de la conservación del medio ambiente y el patrimonio cultural" (Organización Mundial del Turismo, 1994). Este cambio en la forma de pensar culminó en 1999 con el "Código de Ética Mundial para el Turismo" de la OMT. En otras palabras,

dado que la demanda de viajes en la sociedad no deja de crecer, es importante gestionar el comportamiento de los turistas a través de códigos de ética, directrices para visitantes y programas educativos sobre conductas responsables en los destinos.

Así pues, está claro que existen presiones para que se gestione el comportamiento de los turistas animándolos a que ejerzan su "derecho" de viajar de manera responsable o ética. A partir de la década de los ochenta, esta presión ha partido de los medios de comunicación y de grupos de consumidores como Tourism Concern, y no de la propia industria. De hecho, se podría decir que la industria se unió al movimiento en pro del turismo responsable mucho más tarde de lo que cabría haber esperado. No obstante, ahora existe un apoyo considerable al consumo turístico responsable a través de varias guías para el consumidor.

#### **2.3.8. La actitud del residente hacia la actividad turística**

Los residentes de cualquier área turística pueden percibir el turismo de una forma positiva, debido a su potencial para la creación de puestos de trabajo, la generación de ingresos y la mejora de la infraestructura comunitaria (Andriotis 2003, citado por Castellucci, Cruz y Barbini 2015). De forma alternativa, los residentes de las áreas anfitrionas pueden percibir el turismo de una manera negativa, por sus costes socioculturales y medioambientales, como también se ha detectado en numerosas comunidades (Chen 2000, citado por Cardona, 2012).

El turismo es ampliamente percibido por parte de la población local como una base económica potencial, proporcionando elementos que pueden mejorar la calidad de vida tales como oportunidades de empleo, ingresos por impuestos, diversificación económica, restaurantes, atracciones naturales y culturales así como áreas recreativas al aire libre. Existe, sin embargo, la inquietud de que el turismo tenga impactos negativos en la calidad de vida. Dichos impactos pueden reflejarse en forma de masificación, tráfico y problemas para aparcar, incremento del delito,

aumento del coste de vida, fricciones entre turistas y residentes, así como cambios en la manera de vivir de los residentes (McCool y Martin 1994).

Ante esta situación, lo más probable es que los residentes sean conscientes de las implicaciones positivas y negativas del turismo y establezcan sus conclusiones basadas en los pesos relativos que confieren a beneficios y costes. Muchos investigadores (Allen et al. 1988, citados por Castillo, Osuna y López 2012, p. 3) han sugerido que este equilibrio de las percepciones de los residentes de los costes y beneficios del turismo es un factor principal en la satisfacción del visitante y es, por tanto, vital para el éxito de la industria del turismo. De igual forma, se ha aseverado que un “anfitrión feliz” es esencial para despertar una imagen positiva del destino y para generar comentarios positivos sobre él (Snaith y Haley 1999, citado por Gutiérrez, 2010).

La mayoría de los investigadores que han analizado la cuestión del apoyo de la comunidad local al turismo se han decantado por el estudio de los impactos percibidos (Besculides, Lee y McCormic 2002). Jafari (1986) ha señalado que la investigación del turismo se centró en los aspectos positivos de los impactos en la década de los 60 del pasado siglo, en los aspectos negativos en la década de los 70 y en una aproximación más equilibrada y sistemática en los años 80.

La pasada década ha visto emerger una aproximación a nivel micro; el estudio de los residentes a nivel comunitario (Andereck y Vogt 2000). En el estudio de los impactos económicos se encuentra la génesis de este interés (Getz 1986, citado por Gutiérrez, 2010). Aun cuando el interés por los efectos económicos se mantiene, los investigadores han comenzado a analizar otras dimensiones, como las culturales (Besculides, Lee y McCormick, 2002), sociales (Brunt y Courtney 1999, citado por Cardona, 2012Butl) y medioambientales (Liu, Sheldon y Var, 1987, citados por Cardona, 2012).

### 2.3.9. Factores que inciden en la actitud del residente hacia los turistas

Uno de los aspectos más importantes que va a mediar en la relación turista-residentes es la actitud que los residentes tengan hacia el turismo y los turistas, y ese proceso depende de todo un conjunto de factores que Lankford y Howard (1994) los resume en los siguientes:

- a) La *dependencia económica* del turismo. Probablemente no es sorprendente que se encuentren correlaciones positivas entre dependencia económica del turismo y actitudes positivas hacia el mismo. Así, las personas cuyos empleos, o el de sus parientes, amigos o vecinos, dependen del turismo tienen una actitud favorable hacia el turismo y los turistas. En este sentido, Gómez, Sánchez y San Martín (1993) en un estudio en el que se evaluaba la percepción de impacto turístico por parte de los residentes en dos de los municipios de la Costa del Sol que más han sufrido sus efectos, y en los que, a priori, existían evidencias de impacto sociocultural y ambiental negativo, encontraron que éstos eran minimizados, maximizándose a la vez el impacto económico positivo. Este resultado, en un principio no esperado, puede explicarse por el alto nivel de dependencia económica que los residentes en ambas zonas presentan con respecto al turismo.
  
- b) El *nivel de conocimiento* sobre el fenómeno turístico, es considerado una de las variables más relevantes. En general se considera que a medida en que aumenta el conocimiento, las actitudes son más positivas. Esta tendencia fue comprobada por Gómez, San Martín y Morales (1993), la variable conocimiento del fenómeno turístico se operacionalizó utilizando dos grupos que diferían únicamente en su conocimiento sobre dicho fenómeno, concretamente alumnos de segundo (nivel alto de conocimiento) y de primero (nivel bajo) de la Escuela de Turismo. Los resultados mostraron que el grupo de conocimiento alto poseía una actitud más positiva hacia el turismo que el de nivel bajo. Es necesario tener en cuenta que este resultado

puede verse influido por el hecho de que el grupo de alto conocimiento percibía su horizonte laboral en este sector, y por tanto su dependencia económica, de forma más cercana.

- c) Sin duda uno de los aspectos que más influye en las actitudes de los residentes es el *grado de desarrollo turístico*. En este sentido, trabajos como los de Long, Perdue y Allen (1990) muestran que a medida que aumenta el desarrollo del turismo, lo hace también la percepción de impacto, tanto positivo como negativo, especialmente en lo que respecta a la calidad de vida y al índice de delincuencia, pudiéndose decir que los ciudadanos son más conscientes de los efectos del turismo.

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1. Sistema de hipótesis**

##### **3.1.1. Hipótesis general**

Existe una relación directa y positiva entre los impactos económicos y socioculturales del turismo con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna.

##### **3.1.2. Hipótesis específicas**

a) Existe una relación positiva altamente significativa entre los impactos económicos del turismo con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna.

b) Existe una relación positiva altamente significativa entre los impactos sociales del turismo con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna.

c) Existe una relación positiva altamente significativa entre los impactos culturales del turismo con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna.

#### **3.2. Variables e indicadores**

##### **3.2.1. Variable 1**

###### **a. Denominación de la variable**

Impactos económicos y socioculturales del turismo



**b. Indicadores**

<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Items</b>
<p>Son la medida de los beneficios y costes económicos, sociales y culturales generados por el desarrollo de la actividad turística. (José Lázaro Quinteros. Universidad Complutense de Madrid)</p>	<p>Beneficios y costos económicos, sociales y culturales generados por la actividad turística en la ciudad de Tacna.</p>	Impacto económico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empleo</li> <li>• Costo de vida</li> <li>• Costo de vivienda</li> <li>• Costo mantenimiento de infraestructura</li> </ul>	1-9
		Impactos sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inseguridad</li> <li>• Congestión de tráfico</li> <li>• Calidad de vida</li> <li>• Actividades de ocio</li> <li>• Oferta de ocio y entretenimiento</li> <li>• Incentivo para la restauración y conservación de edificios históricos</li> <li>• Servicios básicos</li> <li>• Asistencia sanitaria</li> <li>• Mejora servicios públicos</li> </ul>	10-18
		Impactos culturales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identidad y cultura</li> <li>• Ritmo de vida</li> <li>• Costumbre y tradiciones</li> <li>• Exhibiciones culturales e históricas</li> <li>• Actividades culturales</li> <li>• Conocimiento y comprensión de culturas diferentes</li> <li>• Identidad cultural</li> </ul>	19-26

**c. Escala de medición**

**BAREMO DE LOS IMPACTOS DEL TURISMO**

INTERVALO	INDICADOR
[105-130]	Muy de acuerdo
[79-104]	De acuerdo
[53-78]	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
[27-52]	En desacuerdo
[1-26]	Muy en desacuerdo

**3.2.2. Variable 2**

**a. Denominación de la variable**

Actitudes de los residentes ante el turismo

**b. Indicadores**

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Disposición de respuesta frente a todos los objetos o situaciones con los que estaba relacionada dicha actitud, y organizada de manera consistente a través de la experiencia. (Allport, 1935)	Disposición positiva o negativa medida en distintos grados o niveles respecto al desarrollo turístico en la ciudad de Tacna.	Disposición favorable o desfavorable	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo del turismo.</li> <li>• Fortalecimiento del turismo</li> <li>• Beneficios de la actividad turística</li> <li>• Comportamiento del turista.</li> <li>• Tipo de turista.</li> </ul>

### c. Escala de medición

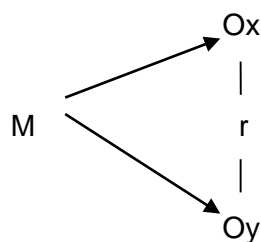
Sobresaliente	:	25 – 21
Muy Bueno	:	20 – 16
Bueno	:	15 - 11
Suficiente	:	10 – 6
Insuficiente	:	5 – 1

### 3.3. Tipo de investigación

La presente tesis adopta el tipo de investigación pura, básica, no experimental que tiene como propósito incrementar la información existente en el campo de los factores económicos y socioculturales que afectan en las actitudes de los residentes frente al turismo.

### 3.4. Diseño de investigación

El diseño empleado es el de tipo Descriptivo – Correlacional que tiene como propósito describir e indagar la relación entre dos variables en un momento determinado sin precisar causalidad, Hernández, Fernández y Baptista (2003). Por lo tanto, el propósito es medir independientemente cada una de las variables (Impactos económicos y socioculturales: variable 1; y Actitudes frente al turismo: variable 2), para luego establecer la relación que hay entre ambas. Teniendo en cuenta la temporalidad se asume el diseño transversal ya que la información recabada de los sujetos de la muestra se realizó en un determinado tiempo. El esquema es el siguiente:



Ox: Impactos económicos y socioculturales

r : Relación

Oy: Actitud de los residentes frente al turismo en Tacna

M : Muestra del estudio

### **3.5. Ámbito y Tiempo Social de la Investigación**

El ámbito de ejecución de la investigación se circunscribe a la ciudad de Tacna en el transcurso del año 2016.

### **3.6. Población y muestra**

#### **3.6.1. Unidad de estudio**

Las unidades de estudio la conforman cada uno de los residentes de la ciudad de Tacna comprendidos entre 18 y 55 años.

#### **3.6.2. Población y Muestra**

La población está constituida por 192,100 residentes de Tacna distribuidos en los siguientes grupos de edades:

De 18 a 24 años	=	47,600
De 25 a 39 años	=	87,500
De 40 a 55 años	=	57,000
TOTAL	=	192,100

El tipo de muestreo es el aleatorio estratificado que consiste en considerar categorías típicas diferentes entre sí (estratos) que poseen gran homogeneidad respecto a alguna característica (edad). En la presente investigación los grupos etarios constituyen los estratos de los cuales se han elegido aleatoriamente los elementos que formarán la muestra. La distribución de la muestra en función de los diferentes estratos se realizó por afijación proporcional, es decir, de acuerdo con el peso (tamaño) de la población de cada estrato.

Para determinar el tamaño mínimo de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

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

$$n = 383$$

Donde:

$$n = \text{Tamaño mínimo de la muestra}$$

$$N = \text{Tamaño de la población}$$

$$Z = \text{Valor normal: 1,96 (Nivel de confianza 95\%)}$$

$$p = \text{Probabilidad de ocurrencia del evento: 50\%}$$

$$q = \text{Probabilidad de no ocurrencia del evento: 50\%}$$

$$e = \text{Margen de error (5\%)}$$

Distribuida la muestra por afijación proporcional queda de la siguiente manera:

Tabla 1

*Estadística de la población y muestra de residentes de Tacna*

<b>EDADES</b>	<b>POBLACIÓN</b>	<b>MUESTRA</b>
De 18 a 24 años	47,600	95
De 25 a 39 años	87,500	174
De 40 a 55 años	57,000	114
<b>TOTAL</b>	<b>192,100</b>	<b>383</b>

Fuente: Elaboración propia

### **3.7. Procedimiento, técnicas e instrumentos de recolección de información**

Para la presente investigación se consideró la técnica de la encuesta que puede definirse como la recolección sistemática de datos a través de cuestionarios o de la aplicación de otros instrumentos. Por lo general se aplica a grupos grandes y dispersos (*encuesta descriptiva*) a fracciones representativas (*encuesta por muestreo*) a toda la población.

Como instrumento de la técnica de la encuesta se empleará el cuestionario tipo Likert para identificar las actitudes que muestran los residentes de Tacna hacia el turismo y el impacto económico, social y cultural que genera.

### **3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos**

Para el tratamiento estadístico de los datos se utilizaron los siguientes procedimientos:

- Medidas de tendencia central: media aritmética.
- Medidas de dispersión: desviación estándar.
- Coeficiente de correlación Rho de Spearman.

Para ubicar el nivel de correlación se utilizó la siguiente tabla de magnitudes:

+0,99 a 0,90	correlación positiva muy alta
0,89 a 0,70	correlación positiva alta
0,69 a 0,40	correlación positiva moderada
0,39 a 0,20	correlación positiva baja
0,9 a -0,19	probablemente no existe correlación. El valor puede deberse al azar salvo que el número de casos sea superior a 100.
-0,20 a -0,39	correlación negativa baja
-0,40 a -0,69	correlación negativa moderada
-0,70 a -0,89	correlación negativa alta
-0,90 a -0,99	correlación negativa muy alta

Fuente: Johnson, Robert, (2003). Estadística Elemental

De la misma forma, los datos recogidos de la aplicación de los instrumentos se procesaron en tablas simples y de doble entrada con sus correspondientes frecuencias absolutas y frecuencias porcentuales, para concluir con los análisis e interpretaciones respectivas.

Cabe mencionar que para establecer la correlación se puede emplear entre otros, el índice de correlación  $r$  de Pearson o Rho de Spearman. Si las dos variables se distribuyen normalmente debe aplicarse estadísticos paramétricos, como el  $r$  de Pearson; en cambio, si una variable no es normal, se aplica estadísticos no paramétricos, como Rho de Spearman. En este estudio las inferencias estadísticas (normalidad y pruebas de hipótesis) se realizan considerando la variable cuantitativa; para su descripción estas variables se analizan categóricamente para determinar los niveles o grados de actitud hacia el turismo. Se utiliza la  $t$  de Student para comprobar las hipótesis y establecer si la relación encontrada es significativa o no.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

#### 4.1. Descripción del trabajo de campo

El presente trabajo de investigación se inicia con la formulación del proyecto o plan de investigación, el cual luego de recibir las recomendaciones del docente evaluador fue presentado y aprobado mediante resolución por la Escuela de Post Grado de la Universidad Privada de Tacna.

Diseñado el plan se procedió a realizar una exhaustiva investigación bibliográfica con la finalidad de ampliar la perspectiva teórica del tema y problema a investigar dando lugar al marco teórico conceptual que expresa los aportes de los diversos especialistas en lo referente a los impactos económicos, socioculturales y las actitudes de los residentes de Tacna hacia el turismo.

Para recoger información sobre los impactos económicos y socioculturales del turismo en Tacna se aplicó un cuestionario el cual se administró a los tres grupos etarios que comprende la presente investigación. Asimismo, para recabar las actitudes de los residentes hacia el turismo se aplicó un cuestionario de actitudes con cinco posibles respuestas. Cabe resaltar que ambos instrumentos se aplicaron a la misma persona en un mismo momento determinado, teniendo la colaboración de tres encuestadores previamente capacitados en la administración de los instrumentos de investigación. Una vez recogida la información se realizó el procesamiento, análisis e interpretación de los datos a través de la estadística descriptiva e inferencial y utilizando el SPSS versión 15. Los resultados obtenidos, las tablas, figuras, discusión y conclusiones y recomendaciones se presentan a continuación.



## 4.2. Presentación de los resultados

### 4.2.1. Análisis descriptivo de los impactos económicos y socioculturales del turismo

Tabla 2

*Percepción de los impactos económicos de la actividad turística de los residentes en la ciudad de Tacna. 2016.*

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	24	6%
De acuerdo	252	66%
Muy de acuerdo	107	28%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario de impactos económicos y socioculturales del turismo en Tacna.

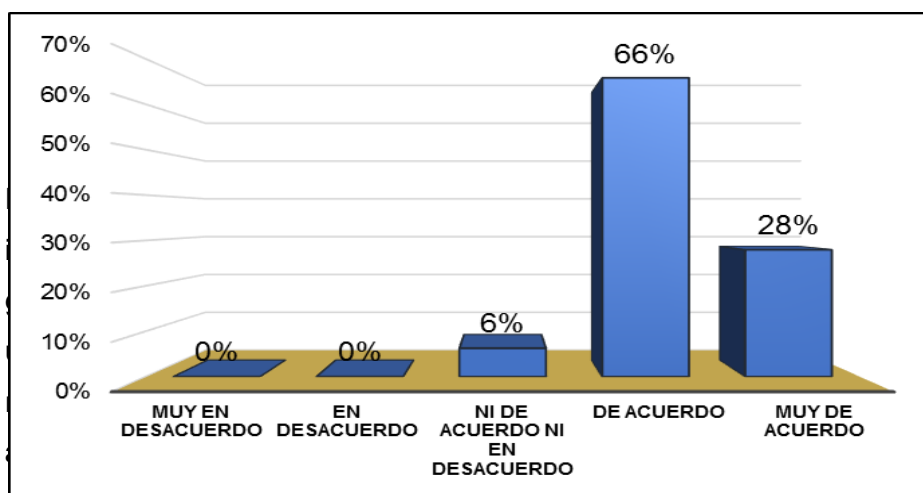


Figura 2

*Percepción de los impactos económicos de la actividad turística de los residentes en la ciudad de Tacna. 2016.*

Fuente: Tabla 2.

### **Análisis e interpretación de la tabla 2**

En la tabla 2 se presenta los resultados de la encuesta aplicada sobre la percepción que tienen los residentes de la ciudad de Tacna, respecto del impacto económico de la actividad turística en esta ciudad fronteriza.

Del 100% de residentes, el 28% manifiestan estar muy de acuerdo que la actividad turística genera importante impacto económico, esto es, que los residentes creen que se incrementa la demanda de bienes y servicios, el desarrollo de infraestructura y la generación de empleo; asimismo el 66% perciben de manera similar; en cambio el 6% no se definen en una opinión favorable o desfavorable, ya que desconocen el tema. Por otro lado, ningún residente manifiesta algún impacto negativo.

Por lo tanto, existe una percepción muy favorable de que la actividad turística genera un impacto positivo para el desarrollo de la región de Tacna.

Tabla 3

*Percepción de los impactos sociales sobre la actividad turística de los residentes en la ciudad de Tacna. 2016.*

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	99	26%
De acuerdo	249	65%
Muy de acuerdo	35	9%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario de impactos económicos y socioculturales del turismo en Tacna.

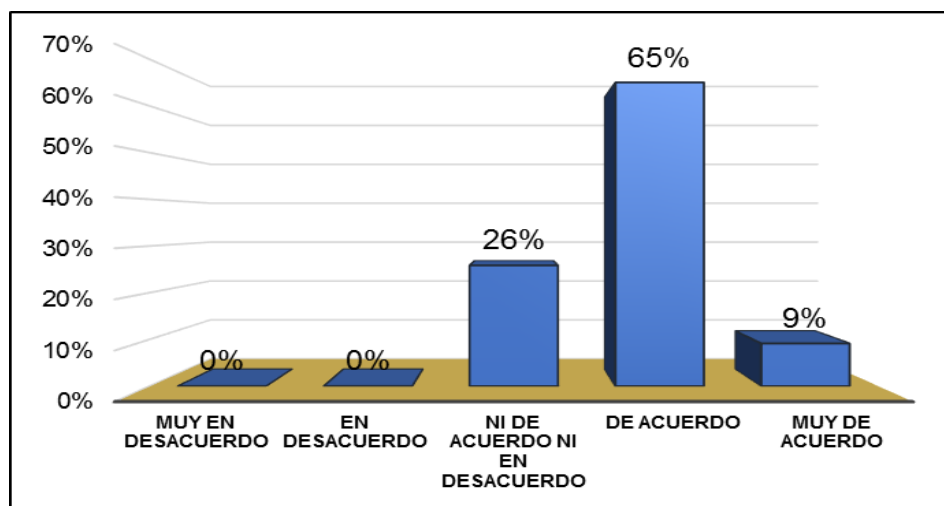


Figura 3

*Percepción de los impactos sociales sobre la actividad turística de los residentes en la ciudad de Tacna. 2016.*

Fuente: Tabla 3.

### **Análisis e interpretación de la tabla 3**

En la tabla 3 se presenta los resultados de la encuesta aplicada sobre percepción que tienen los residentes de la ciudad de Tacna, respecto del impacto social de la actividad turística en esta ciudad fronteriza.

Del 100% de residentes, el 9% manifiestan estar muy de acuerdo que la actividad turística genera impacto social en los residentes de Tacna, asimismo el 65% declaran estar de acuerdo, esto es, un buen número de personas creen esta actividad genera mayor empleo y mejor calificación de las personas, repercutiendo en la preparación y educación de los jóvenes; en cambio una cuarta parte representado por 26% no definen opinión favorable o desfavorable, ya que desconocen el tema. Por otro lado, ningún residente manifiesta algún impacto negativo.

Por lo tanto, existe una percepción muy favorable de que la actividad turística genera un impacto positivo para el desarrollo social de la región de Tacna.

Tabla 4

*Percepción de los impactos culturales respecto de la actividad turística de los residentes en la ciudad de Tacna. 2016.*

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	99	26%
De acuerdo	258	67%
Muy de acuerdo	25	7%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario de impactos económicos y socioculturales del turismo en Tacna.

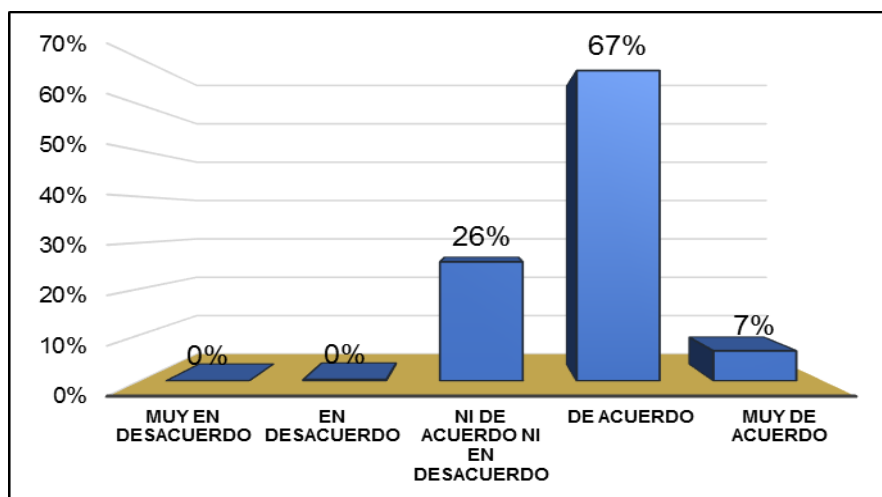


Figura 4

*Percepción de los impactos culturales respecto de la actividad turística de los residentes en la ciudad de Tacna. 2016.*

Fuente: Tabla 4.

#### **Análisis e interpretación de la tabla 4**

En la tabla 4 se presenta los resultados de la encuesta aplicada sobre percepción que tienen los residentes de la ciudad de Tacna, respecto del impacto cultural de la actividad turística en esta ciudad fronteriza.

Del 100% de residentes, el 9% manifiestan estar muy de acuerdo que la actividad turística genera impacto social en los residentes de Tacna, asimismo el 65% declaran estar de acuerdo, esto es, que la actividad turística favorece la integración y conocimiento de las costumbres y tradiciones entre las personas, a la vez que se valora la identidad tacneña. Una cuarta parte cree que no hay mayor impacto (26%), habiendo algunas personas cuya opinión es muy contraria a lo manifestado.

Por lo tanto, gran parte de la población se ratifica que existe mayor impacto positivo que negativo en la cultura por la actividad turística.

Tabla 5

*Percepción de los impactos económicos y socioculturales (total) sobre la actividad turística de los residentes en la ciudad de Tacna, 2016.*

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	30	8%
De acuerdo	318	83%
Muy de acuerdo	35	9%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario de impactos económicos y socioculturales del turismo en Tacna.

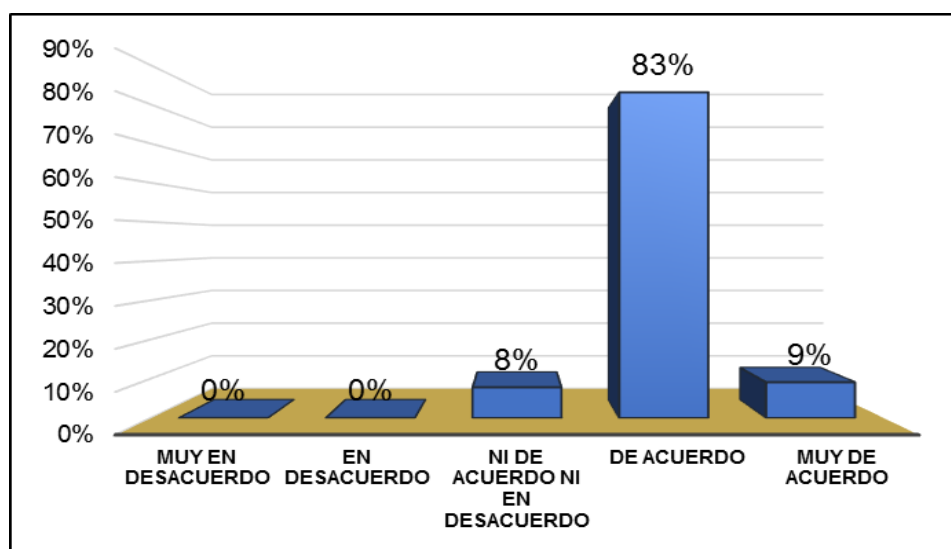


Figura 5

*Percepción de los impactos económicos y socioculturales (total) sobre la actividad turística de los residentes en la ciudad de Tacna, 2016.*

Fuente: Tabla 5.

### **Análisis e interpretación de la tabla 5**

En la tabla 5 se presenta los resultados de la encuesta aplicada sobre percepción que tienen los residentes de la ciudad de Tacna, respecto del impacto económico y sociocultural de la actividad turística.

Del 100% de residentes, el 92% muestran una percepción favorable de que la actividad turística genera impacto positivo para la región de Tacna, por lo contrario un 8% manifiesta duda, desinterés o desconocimiento, siendo en algunos residentes que se genera un impacto negativo.

Por lo tanto, según la percepción de los residentes, existe impacto positivo de la actividad turística para el desarrollo económico, social y cultural de la región.



Tabla 6

*Percepción de los impactos económicos y socioculturales (total) sobre la actividad turística de los residentes en la ciudad de Tacna, 2016, según el sexo.*

	Sexo				Total	
	Masculino		Femenino			
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	6%	20	10%	30	8%
De acuerdo	153	86%	165	80%	318	83%
Muy de acuerdo	15	8%	20	10%	35	9%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>100%</b>	<b>205</b>	<b>100%</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario de impactos económicos y socioculturales del turismo en Tacna.

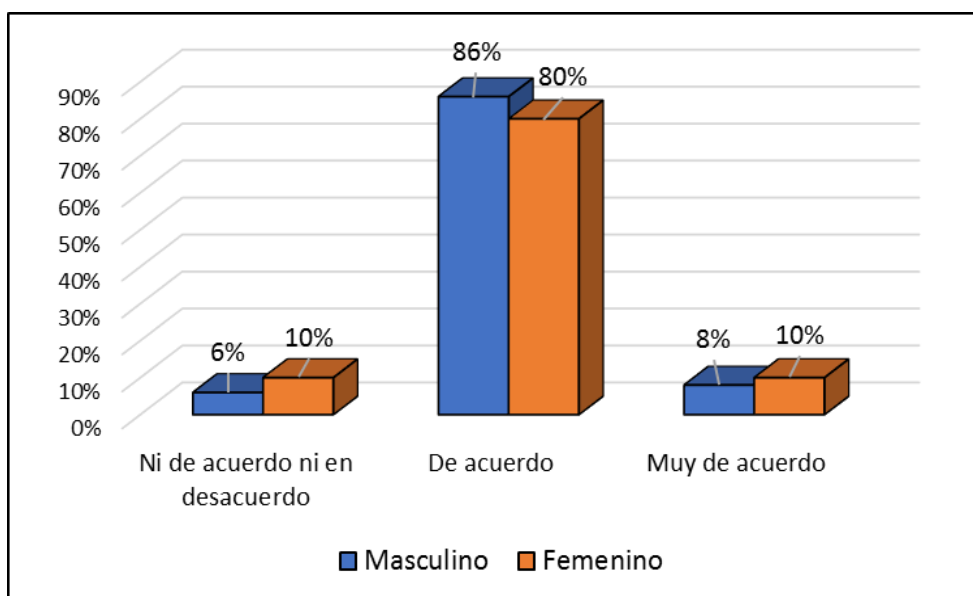


Figura 6

*Percepción de los impactos económicos y socioculturales (total) sobre la actividad turística de los residentes en la ciudad de Tacna, 2016, según el sexo.*

Fuente: Tabla 6.

### **Análisis e interpretación de la tabla 6**

En la tabla 6 se presenta los resultados de la encuesta aplicada sobre percepción que tienen los residentes de la ciudad de Tacna, respecto del impacto económico y sociocultural de la actividad turística según el sexo. Algunos residentes femeninos muestran estar “Muy de acuerdo”, los varones (9,8%, 8,4%), asimismo se muestran más neutrales (9,8%; 5,6%). Sin embargo estas proporciones no relatan alguna diferencia de opinión significativa ( $p>0,05$ ).

Por lo tanto, no hay discrepancia entre hombres y mujeres sobre la opinión del impacto económico y sociocultural por la actividad turística.

Tabla 7

*Percepción de los impactos económicos y socioculturales (total) sobre la actividad turística de los residentes en la ciudad de Tacna, 2016, según la edad.*

	De 18 a 24 años		De 25 a 39 años		De 40 a 55 años		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Muy en desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
En desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	7%	18	10%	5	4%	30	8%
De acuerdo	74	78%	142	82%	102	89%	318	83%
Muy de acuerdo	14	15%	14	8%	7	6%	35	9%
Total	95	100%	174	100%	114	100%	383	100%

Fuente: Cuestionario de impactos económicos y socioculturales del turismo en Tacna.

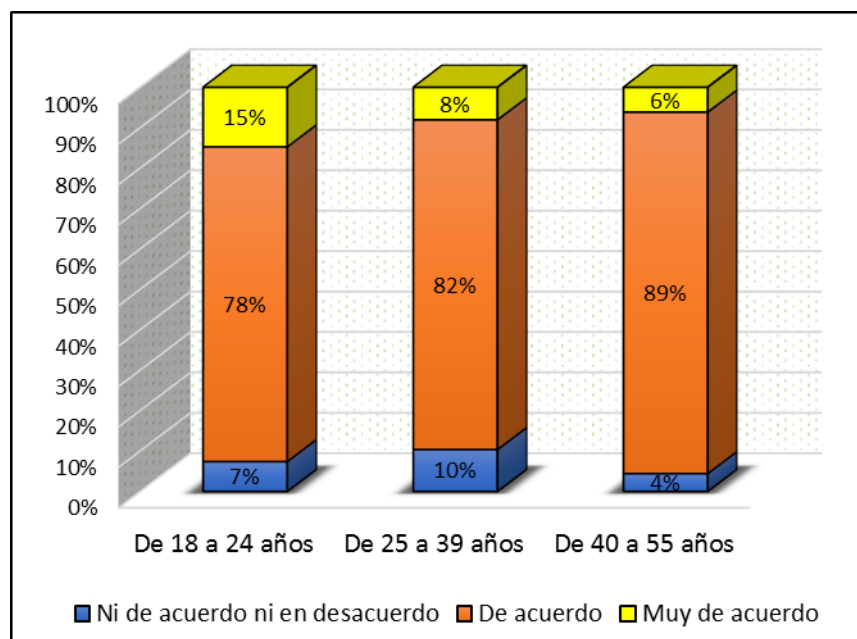


Figura 7

*Percepción de los impactos económicos y socioculturales (total) sobre la actividad turística de los residentes en la ciudad de Tacna, 2016, según la edad.*

Fuente: Tabla 7.

### Análisis e interpretación de la tabla 7

En la tabla 7 se presenta los resultados de la encuesta aplicada sobre percepción que tienen los residentes de la ciudad de Tacna, respecto del impacto económico y sociocultural de la actividad turística según la edad.

Las personas jóvenes con edad entre 18 a 24 años (15%) tienen mayor proporción en la opinión “Muy de acuerdo” que las personas mayores entre 25 a 39 años (8%) y 40 a 55 años (6%). Esto indica que los residentes jóvenes tienen mejor perspectiva que las actividades turísticas tienen un gran impacto social y económico para la región, que en opinión de las personas mayores a 40 años.

#### 4.2.2. Análisis descriptivo de las actitudes de los residentes al turismo

Tabla 8

*Actitud de los residentes en la ciudad de Tacna frente a la actividad turística, 2016.*

	Frecuencia	Porcentaje
Insuficiente	0	0%
Suficiente	1	0%
Bueno	18	5%
Muy Bueno	223	58%
Sobresaliente	141	37%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario de actitudes frente al turismo.

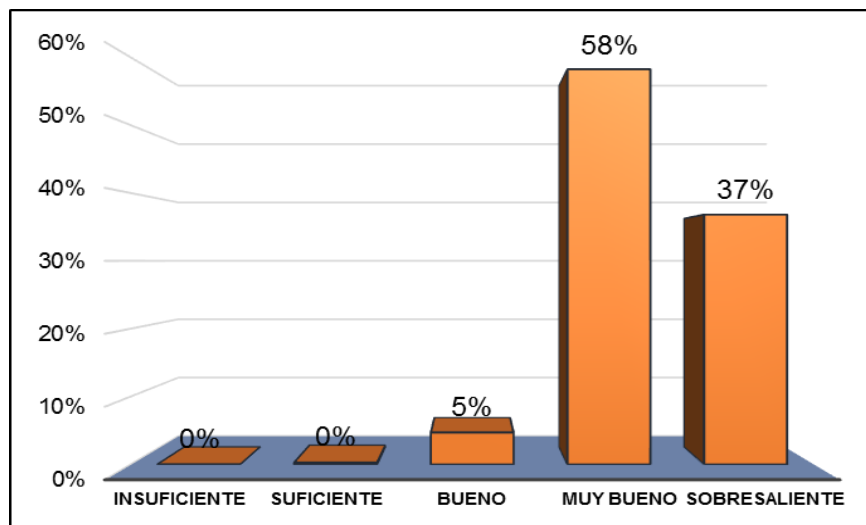


Figura 8

*Actitud de los residentes en la ciudad de Tacna frente a la actividad turística, 2016.*

Fuente: Tabla 8.

### **Análisis e interpretación de la tabla 8**

En la tabla 8 se presenta los resultados de la encuesta aplicada sobre las actitudes frente al turismo de los residentes de la ciudad de Tacna.

Del 100% de residentes evaluados el 58% tienen una actitud muy buena sobre la actividad turística en la región, el 37% una actitud sobresaliente; es decir, un 95% creen, por su experiencia y conocimientos del tema, que la actividad turística trae muchos beneficios a los diversos sectores económicos de la región: salud, comercio, esparcimiento y diversión, cultura. El 5% precisan en un nivel bueno.

Por lo tanto, existe una actitud favorable para que la actividad turística sea uno de los motores principales del aparato económico de la región, para el desarrollo sostenible, en un clima de cordialidad y respeto de su cultura.

Tabla 9

*Actitud de los residentes en la ciudad de Tacna frente a la actividad turística, 2016, según sexo.*

	Sexo				Total	
	Masculino		Femenino			
Suficiente	1	1%	0	0%	1	0,3%
Bueno	7	4%	11	5%	18	5%
Muy bueno	104	58%	119	58%	223	58%
Sobresaliente	66	37%	75	37%	141	37%
Total	178	100,0%	205	100,0%	383	100,0%

Fuente: Cuestionario de actitudes frente al turismo.

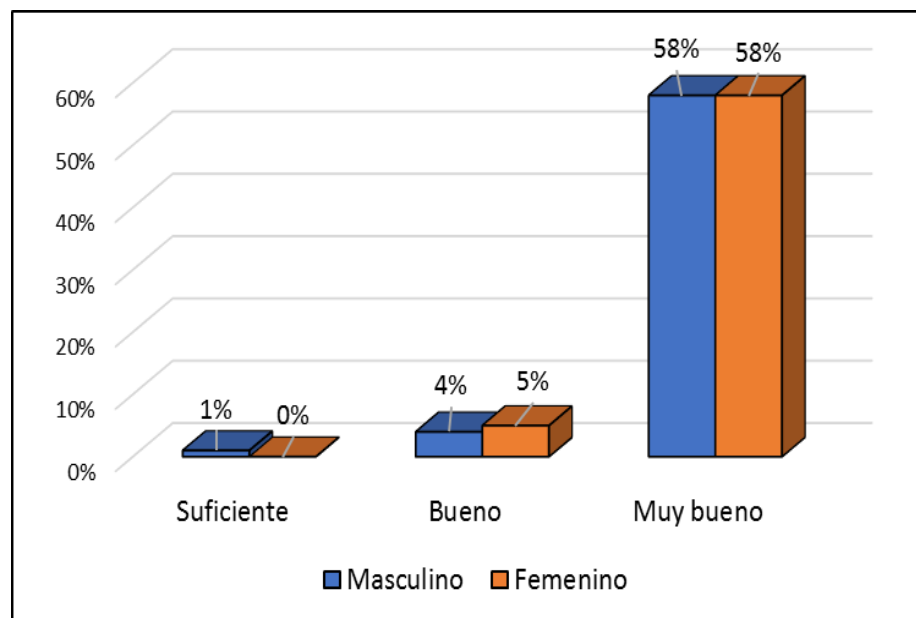


Figura 9: *Actitud de los residentes en la ciudad de Tacna frente a la actividad turística, 2016, según sexo.*

Fuente: Tabla 9.

### **Análisis e interpretación de la tabla 9**

En la tabla mostrada, se presenta los resultados de la encuesta aplicada sobre las actitudes frente al turismo de los residentes de la ciudad de Tacna, por sexo.

Según las frecuencias porcentuales, no hay diferencias significativas en cada uno de los niveles de actitud hacia la actividad turística, por lo que varones y mujeres poseen las mismas actitudes.

Tabla 10

*Actitud de los residentes en la ciudad de Tacna frente a la actividad turística, 2016, según la edad.*

	De 18 a 24 años		De 25 a 39 años		De 40 a 55 años		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Insuficiente	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Suficiente	0	0%	0	0%	1	1%	1	0%
Bueno	6	6%	9	5%	3	3%	18	5%
Muy Bueno	58	61%	99	57%	66	58%	223	58%
Sobresaliente	31	33%	66	38%	44	39%	141	37%
Total	95	100%	174	100%	114	100%	383	100%

Fuente: Cuestionario de actitudes frente al turismo.

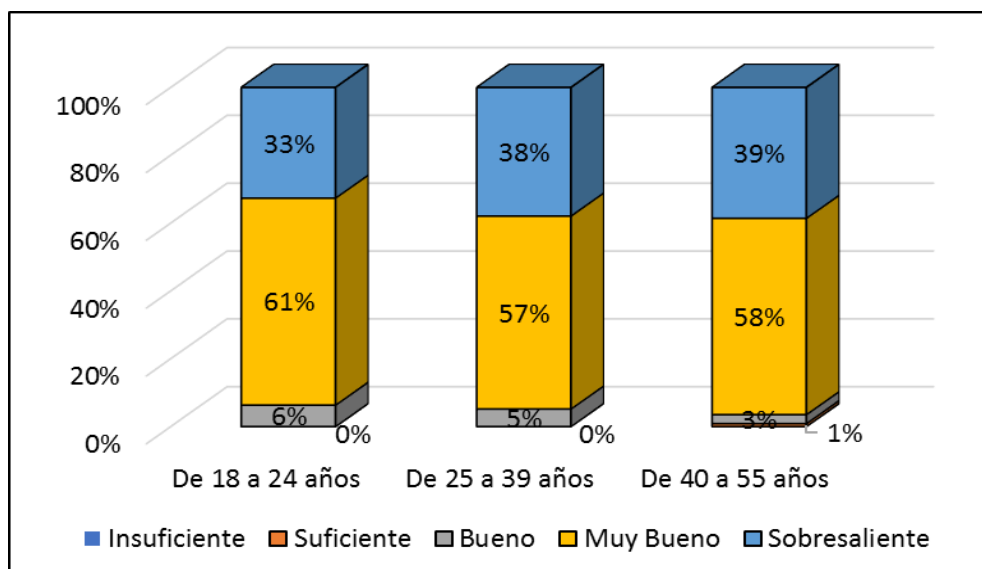


Figura 10: *Actitud de los residentes en la ciudad de Tacna frente a la actividad turística, 2016, según la edad.*

Fuente: Tabla 10.



### **Análisis e interpretación de la tabla 10**

En la tabla mostrada, se presenta los resultados de la encuesta aplicada sobre las actitudes frente al turismo de los residentes de la ciudad de Tacna, por edad.

Según las frecuencias porcentuales, no hay diferencias significativas ( $p > 0,05$ ) en cada uno de los niveles de actitud hacia la actividad turística, por lo que las personas mayores y menores de 40 años poseen las mismas actitudes.

### 4.3. Análisis correlacional

Tabla 11

*Test de normalidad de las puntuaciones directas de las variables con el estadístico Kolmogorov-Smirnov.*

		Impactos económicos y socioculturales del turismo	Actitudes de los residentes frente al turismo
N		383	383
Parámetros normales	Media	91,5483	19,6997
	Desviación típica	9,73374	2,58594
Diferencias más extremas	Absoluta	0,068	0,086
	Positiva	0,068	0,086
	Negativa	-0,057	-0,077
Z de Kolmogorov-Smirnov		1,338	1,676
Sig. asintót. (bilateral)		0,056	0,007

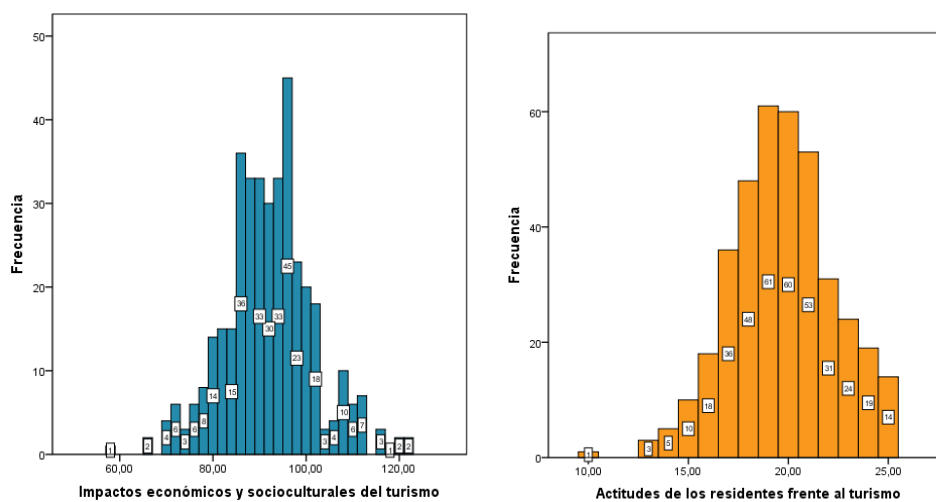


Figura 11

*Histograma de las puntuaciones directas de las variables con el estadístico Kolmogorov-Smirnov.*

### **Análisis e interpretación de la tabla 11**

La prueba de normalidad es un proceso para la decisión y aplicación de estadísticos parámetros y no paramétricos. Esta prueba se realiza sobre las puntuaciones directas de provenientes de los instrumentos de recogida de datos, es decir se trabaja cuantitativamente.

Si las dos variables se distribuyen normalmente debe aplicarse estadísticos paramétricos, como el  $r$  de Pearson; en cambio, si una variable no es normal, se aplica estadísticos no paramétricos, como Rho de Spearman (también se aplica cuando las variables son cualitativas de tipo ordinal). En este estudio las inferencias estadísticas (normalidad y pruebas de hipótesis) se realizan considerando la variable cuantitativa; para su descripción estas variables se analizan categóricamente para determinar los niveles o grados de actitud hacia el turismo.

Según los resultados de la tabla 11, la prueba de normalidad con el estadístico  $Z$  de Kolmogorov-Smirnov (para  $n > 50$ ), el valor de la significancia de la variable "Impactos económicos y socioculturales del turismo" es 0,056 mayor a 0,05; para la variable "Actitudes de los residentes frente al turismo" el valor de la significancia es 0,007 menor a 0,05. Entonces, una de las variables presenta normalidad y la otra no presenta normalidad.

En consecuencia, para estudio correlacional de las variables, se utiliza el estadístico no paramétrico Rho de Spearman.

Tabla 12

*Coefficiente de correlación entre las puntuaciones directas de las variables impactos económicos y las actitudes de los residentes frente al turismo.*

Rho de Spearman		Actitudes de los residentes frente al turismo
Impactos económicos	Coefficiente de correlación	0,315
	Sig. (bilateral)	0,000
	N	315

Fuente: Base de datos.

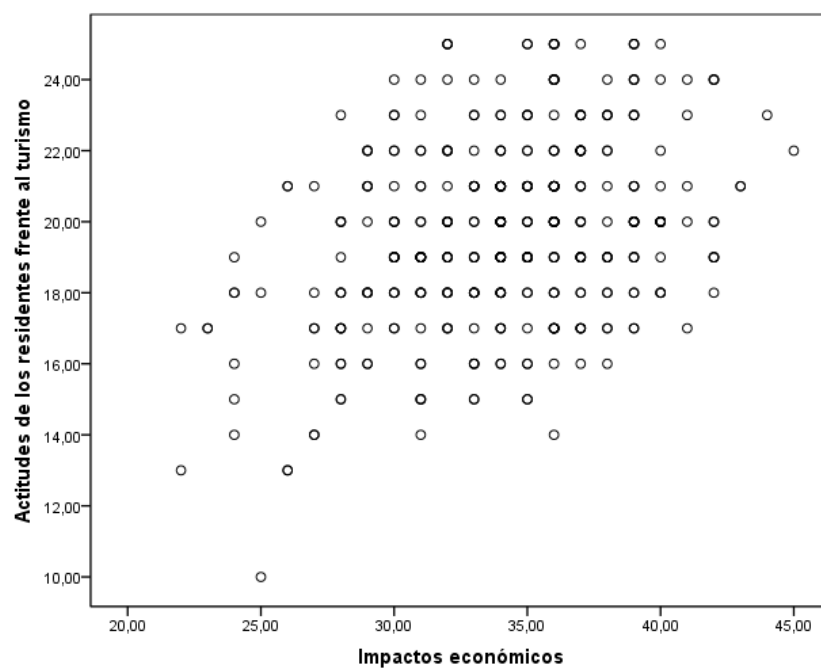


Figura 12

*Diagrama de dispersión Impactos económico-Actitudes.*

Fuente: Base de datos

### **Análisis e interpretación de la tabla 12**

En la tabla mostrada, se presenta el coeficiente de correlación rho de Spearman entre las puntuaciones directas de las variables impactos económicos y las actitudes de los residentes frente al turismo.

De acuerdo con la figura adjunta, se puede apreciar un modelo de tendencia lineal (principalmente en estudio de opinión y/o percepción), lo que demuestra cierta relación directa entre las variables. El valor de dicha relación es  $r=0,315$  con una probabilidad muy pequeña 0,000 de que el valor de la correlación se deba al azar.

Por lo tanto, existe evidencias empíricas muy elocuentes para afirmar una relación directa y significativa entre las variables, es decir, a mayor actitud hacia la actividad turística, mejor percepción del impacto económico.

Tabla 13

*Coefficiente de correlación entre las puntuaciones directas de las variables impactos sociales y las actitudes de los residentes frente al turismo.*

Rho de Spearman		Actitudes de los residentes frente al turismo
Impactos sociales	Coefficiente de correlación	0,205
	Sig. (bilateral)	0,000
	N	315

Fuente: Base de datos.

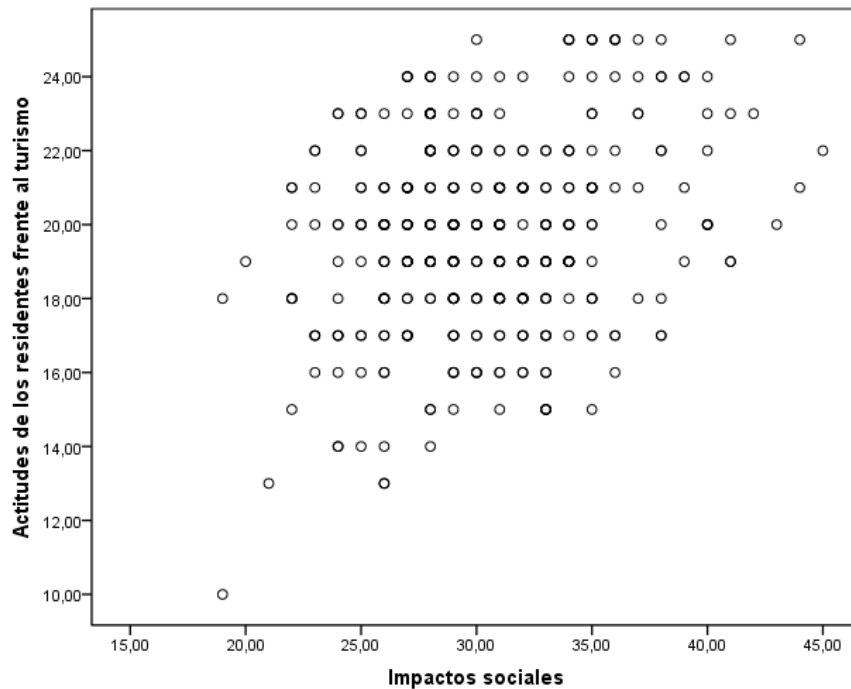


Figura 13

*Diagrama de dispersión Impactos sociales-Actitudes.*

Fuente: Base de datos

### **Análisis e interpretación de la tabla 13**

En la tabla mostrada, se presenta el coeficiente de correlación rho de Spearman entre las puntuaciones directas de las variables impactos sociales y las actitudes de los residentes frente al turismo.

De acuerdo con el diagrama de dispersión, se puede apreciar un patrón de tendencia lineal con puntos ascendentes, lo que demuestra cierta relación directa entre las variables. El valor de dicha relación es  $r=0,205$  con una probabilidad muy pequeña 0,000 de que el valor de la correlación se deba al azar.

Por lo tanto, por el tamaño de muestra analizada existe evidencias empíricas para afirmar una relación altamente significativa entre las variables, es decir, a mayor actitud hacia la actividad turística, mejor percepción del impacto social.

Tabla 14

*Coeficiente de correlación entre las puntuaciones directas de las variables impactos culturales y las actitudes de los residentes frente al turismo.*

Rho de Spearman		Actitudes de los residentes frente al turismo
Impactos culturales	Coeficiente de correlación	0,227
	Sig. (bilateral)	0,000
	N	315

Fuente: Base de datos.

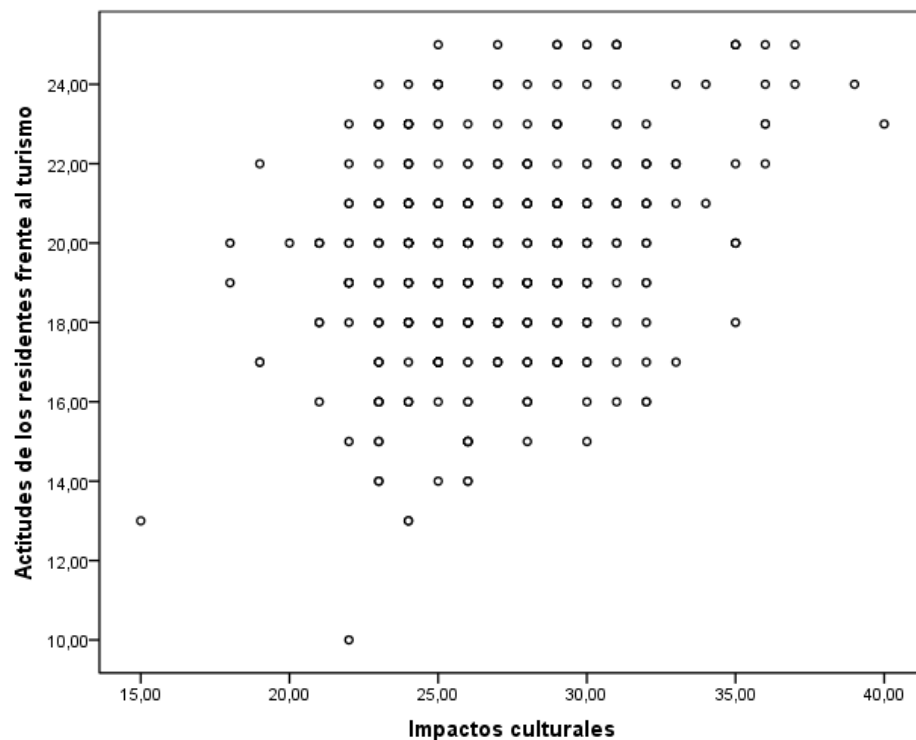


Figura 14

*Diagrama de dispersión Impactos culturales-Actitudes.*

Fuente: Base de datos



### **Análisis e interpretación de la tabla 14**

En la tabla mostrada, se presenta el coeficiente de correlación rho de Spearman entre las puntuaciones directas de las variables impactos culturales y las actitudes de los residentes frente al turismo.

De acuerdo con el diagrama de dispersión, se puede apreciar un patrón de tendencia lineal con puntos ascendentes, lo que demuestra cierta relación directa entre las variables. El valor de dicha relación es  $r=0,227$  con una probabilidad muy pequeña 0,000 de que el valor de la correlación se deba al azar.

Por lo tanto, por la dimensión de la muestra analizada, existen evidencias empíricas suficientes para afirmar una relación altamente significativa entre las variables, es decir, a mayor actitud hacia la actividad turística, mejor percepción del impacto cultural.

Tabla 15

*Coefficiente de correlación entre las puntuaciones directas de las variables Impactos económicos y socioculturales del turismo (total) y las actitudes de los residentes frente al turismo.*

	Rho de Spearman	Actitudes de los residentes frente al turismo
Impactos culturales	Coefficiente de correlación	0,318
	Sig. (bilateral)	0,000
	N	315

Fuente: Base de datos.

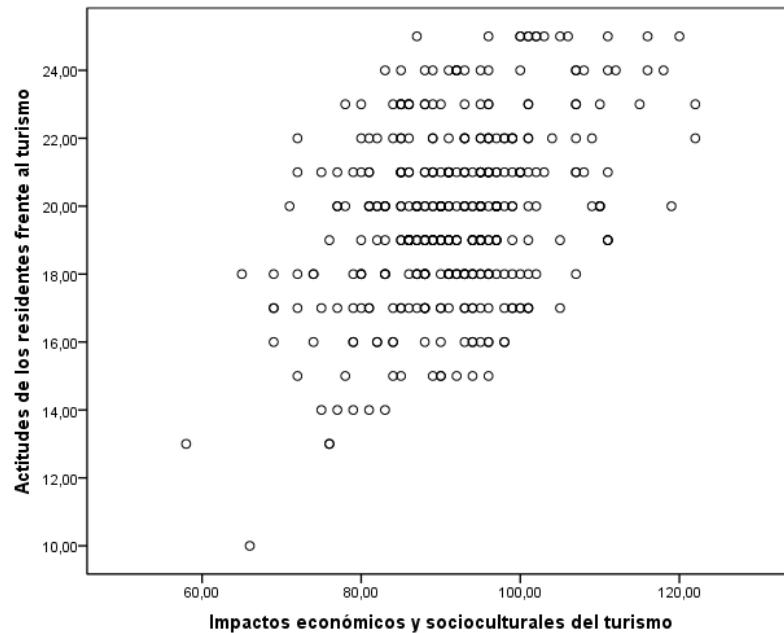


Figura 15

*Diagrama de dispersión Impactos culturales-Actitudes.*

Fuente: Base de datos

### **Análisis e interpretación de la tabla 15**

En la tabla mostrada, se presenta el coeficiente de correlación rho de Spearman entre las puntuaciones directas de las variables impactos económicos y socioculturales (total) y las actitudes de los residentes frente al turismo.

De acuerdo con el diagrama de dispersión, se puede apreciar claramente un modelo de asociación lineal ascendente, lo que demuestra relación directa entre las variables. El valor de dicha relación es  $r=0,318$  con una probabilidad muy pequeña 0,000 de que el valor de la correlación se deba al azar.

Por lo tanto, por la dimensión de la muestra analizada, existen evidencias empíricas suficientes para afirmar una relación altamente significativa entre las variables, es decir, a mayor actitud hacia la actividad turística, mejor percepción de los impactos económicos y socioculturales.

#### 4.4. Verificación de hipótesis

##### 4.4.1. Verificación de la primera hipótesis específica

Paso 1. Formulación de hipótesis

###### Hipótesis nula

H<sub>0</sub>: No existe una relación positiva alta entre los impactos económicos de la actividad turística con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna.

###### Hipótesis alternativa

H<sub>a</sub>: Existe una relación positiva alta entre los impactos económicos de la actividad turística con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna.

Paso 2. Nivel de significación asumido

Alfa  $\alpha = 0.05$  (5%),

Paso 3. Test estadístico

Para determinar si el coeficiente de correlación rho de Spearman calculado es igual (hipótesis nula) o distinto de cero (hipótesis alterna), se utiliza el estadístico T de Student, dado que las variables se analizan cuantitativamente.

T de Student para correlaciones.

$$t = \frac{r}{\sqrt{\frac{1-r^2}{n-2}}}$$

Donde:

t = T de Student

r = coeficiente de correlación (rho de Spearman)

n = Tamaño de muestra

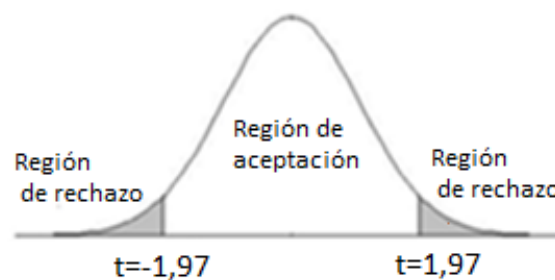
Paso 4. Esquema de prueba

Datos requeridos:

$\alpha = 0.05$  (5%)

Grados de libertad:  $gl = n - 2 = 383 - 2 = 381$

$t = 1,97$



Paso 5. Cálculo de estadístico de prueba

Para  $r = 0,315$

$$t = \frac{0,315}{\sqrt{\frac{1 - 0,315^2}{383 - 2}}} = 6,47$$

Paso 6. Decisión

Como el valor  $t$  de Student calculado 6,47 es mucho mayor al valor crítico 1,97 (frontera crítica), se decide rechazar la hipótesis nula y por lo tanto, debe aceptarse la hipótesis alterna.

Conclusión

Para un nivel de confianza del 95%, se demuestra que, existe una relación positiva altamente significativa entre los impactos económicos de la actividad turística con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna.

#### 4.4.2. Verificación de la segunda hipótesis específica

Paso 1. Formulación de hipótesis

##### Hipótesis nula

H<sub>0</sub>: No existe una relación positiva alta entre los impactos sociales de la actividad turística con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna.

##### Hipótesis alternativa

H<sub>a</sub>: Existe una relación positiva alta entre los impactos sociales de la actividad turística con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna.

Paso 2. Nivel de significación asumido

Alfa  $\alpha = 0.05$  (5%),

Paso 3. Test estadístico

Para determinar si el coeficiente de correlación rho de Spearman calculado es igual (hipótesis nula) o distinto de cero (hipótesis alterna), se utiliza el estadístico T de Student, dado que las variables se analizan cuantitativamente.

T de Student para correlaciones.

$$t = \frac{r}{\sqrt{\frac{1-r^2}{n-2}}}$$

Donde:

t = T de Student

r = coeficiente de correlación (rho de Spearman)

n = Tamaño de muestra

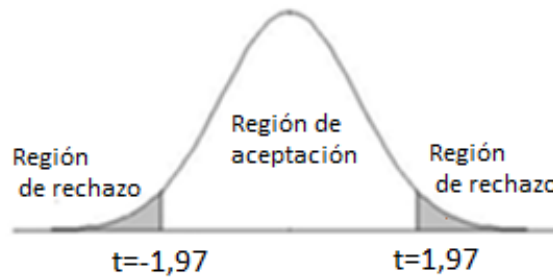
Paso 4. Esquema de prueba

Datos requeridos:

$\alpha = 0.05$  (5%)

Grados de libertad:  $gl=n-2=383-2=381$

$t=1,97$



Paso 5. Cálculo de estadístico de prueba

Para  $r=0,205$

$$t = \frac{0,205}{\sqrt{\frac{1 - 0,205^2}{383 - 2}}} = 4,1$$

Paso 6. Decisión

Como el valor  $t$  de Student calculado 4,1 es mucho mayor al valor crítico 1,97 (frontera), se decide rechazar la hipótesis nula y por lo tanto, debe aceptarse la hipótesis alterna.

### Conclusión

Para un nivel de confianza del 95%, se demuestra que, existe una relación positiva altamente significativa entre los impactos sociales de la actividad turística con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna.

#### 4.4.3. Verificación de la tercera hipótesis específica

Paso 1. Formulación de hipótesis

Hipótesis nula

H<sub>0</sub>: No existe una relación positiva alta entre los impactos culturales de la actividad turística con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna.

Hipótesis alternativa

H<sub>a</sub>: Existe una relación positiva alta entre los impactos culturales de la actividad turística con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna.

Paso 2. Nivel de significación asumido

Alfa  $\alpha = 0.05$  (5%),

Paso 3. Test estadístico

Para determinar si el coeficiente de correlación rho de Spearman calculado es igual (hipótesis nula) o distinto de cero (hipótesis alterna), se utiliza el estadístico T de Student, dado que las variables se analizan cuantitativamente.

T de Student para correlaciones.

$$t = \frac{r}{\sqrt{\frac{1-r^2}{n-2}}}$$

Donde:

t = T de Student

r = coeficiente de correlación (rho de Spearman)

n = Tamaño de muestra

Paso 4. Esquema de prueba

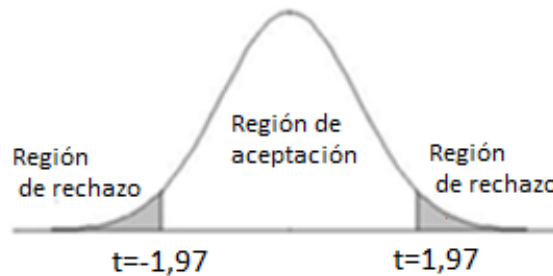
Datos requeridos:

$\alpha = 0.05$  (5%)

Grados de libertad:  $gl=n-2=383-2=381$



$$t=1,97$$



Paso 5. Cálculo de estadístico de prueba

Para  $r=0,227$

$$t = \frac{0,227}{\sqrt{\frac{1 - 0,227^2}{383 - 2}}} = 4,56$$

Paso 6. Decisión

Como el valor  $t$  de Student calculado 4,56 es mayor al valor crítico 1,97 (frontera), se decide rechazar la hipótesis nula y, por lo tanto, debe aceptarse la hipótesis alterna.

### Conclusión

Para un nivel de confianza del 95%, se demuestra que, existe una relación positiva altamente significativa entre los impactos culturales de la actividad turística con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna.

#### 4.4.4. Verificación de la hipótesis general

Paso 1. Formulación de hipótesis

##### Hipótesis nula

H<sub>0</sub>: No existe una relación directa y positiva entre los impactos económicos y socioculturales de la actividad turística con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna.

##### Hipótesis alternativa

H<sub>a</sub>: Existe una relación directa y positiva entre los impactos económicos y socioculturales de la actividad turística con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna.

Paso 2. Nivel de significación asumido

Alfa  $\alpha = 0.05$  (5%),

Paso 3. Test estadístico

Para determinar si el coeficiente de correlación rho de Spearman calculado es igual (hipótesis nula) o distinto de cero (hipótesis alterna), se utiliza el estadístico T de Student, dado que las variables se analizan cuantitativamente.

T de Student para correlaciones.

$$t = \frac{r}{\sqrt{\frac{1-r^2}{n-2}}}$$

Donde:

t = T de Student

r = coeficiente de correlación (rho de Spearman)

n = Tamaño de muestra

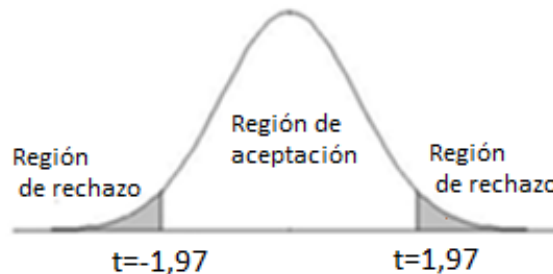
Paso 4. Esquema de prueba

Datos requeridos:

$\alpha = 0.05$  (5%)

Grados de libertad:  $gl=n-2=383-2=381$

$t=1,97$



Paso 5. Cálculo de estadístico de prueba

Para  $r=0,318$

$$t = \frac{0,318}{\sqrt{\frac{1 - 0,318^2}{383 - 2}}} = 6,54$$

Paso 6. Decisión

Como el valor  $t$  de Student calculado 6,54 es mayor al valor crítico 1,97 (frontera), se decide rechazar la hipótesis nula y, por lo tanto, debe aceptarse la hipótesis alterna.

### Conclusión

Para un nivel de confianza del 95%, se demuestra que, existe una relación directa y positiva entre los impactos económicos y socioculturales de la actividad turística con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna

## 4.5. Discusión

En la presente investigación de tipo no experimental con diseño descriptivo correlacional se consideró la técnica de la encuesta con la aplicación de dos cuestionarios tipo Likert para recoger información

respecto a los impactos económicos y socioculturales del turismo; así como para conocer las actitudes que muestran los residentes de Tacna frente al turismo. Luego de procesados los resultados se llegó a concluir que existe una relación directa y positiva entre los impactos económicos y socioculturales de la actividad turística con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna, lo que se demuestra en la verificación de la hipótesis general en la que se aprecia claramente una relación directa entre las variables con una asociación lineal ascendente y un valor de  $r = 0,318$ . Estos resultados se corroboran con los realizados por Cardona, J. (2012) quien en su estudio empírico demuestra que una amplia proporción de la muestra considerada demuestra que el turismo tiene efectos positivos y negativos en la calidad de vida de los residentes (en 2002 el 88% y en 2011 el 79,7%), y los positivos superan a los negativos (el 69,9% en 2002 y el 65,3% en 2011). En esa misma línea de pensamiento está la investigación de Tinoco (2003) quien concluye que la actividad turística causa al mismo tiempo impactos positivos y negativos, ambientales, sociales, culturales y económicos. El 91.7% de los entrevistados manifestó su acuerdo con el desarrollo turístico en la zona, asimismo, el 71% opinó que el turismo traerá beneficios para la comunidad, frente a un 17% que se pronuncia en sentido contrario. También nuestros hallazgos coinciden con los realizados por Vargas, Plaza y Porras (2006) quienes concluyen que en términos generales los residentes de la provincia de Huelva, consideran que el turismo traerá a la localidad más beneficios que perjuicios. Concretamente asumen que los impactos más positivos derivados del desarrollo turístico serán aquellos con incidencia en la economía (incremento de las oportunidades de empleo, mejora de la inversión, más desarrollo y mejores infraestructuras; y mejora de los ingresos y nivel de vida). La percepción básicamente positiva que la población autóctona tiene acerca de los impactos que el turismo ocasiona o podría ocasionar en la localidad, deriva en una actitud muy favorable hacia un mayor desarrollo turístico. Es importante destacar en concordancia con la literatura existente al respecto que en algunos casos existe una mayor incidencia de los impactos negativos los cuales deben evitarse para que no se agudice una

percepción negativa de los efectos del turismo, incluso más que el reforzamiento de sus impactos positivos.

Específicamente en lo relacionado a los impactos económicos del turismo y la actitud de los residentes de Tacna, la presente investigación llega a establecer como resultados que el 66% de encuestados están de acuerdo que la actividad turística genera importante impacto económico que se refleja en la estructura y la generación de empleo. Asimismo, luego de realizado el análisis correlacional se obtiene un coeficiente de correlación de ( $r = 0,315$ ) con signo positivo y tendencia lineal lo que demuestra cierta relación directa entre las variables. Estos resultados se corroboran con los realizados por Díaz y Gutiérrez (2010) quienes consideran que la vertiente económica suele ser la principal causante de las actitudes positivas en las comunidades locales, observándose dos visiones: Una pro-desarrollo y otra dañina, en la que el desarrollo desmesurado del turismo, no planificado y de baja calidad origina costes económicos percibidos por la población. Relacionado a ello los beneficios económicos que la comunidad residente espera del desarrollo turístico se traducen en oportunidades de empleo y de inversión. Las conclusiones arribadas en la presente investigación se contrastan también con los estudios realizados en Argentina por Castelluci, Cruz y Barbini (2015) quienes llegan a establecer como resultados que el 55.1% de los encuestados están de acuerdo con la afirmación de que el turismo en la localidad mejora las inversiones y la infraestructura. De igual manera el 61% y el 50,5% está de acuerdo que el turismo incrementa las oportunidades de empleo y contribuye a la mejora de los ingresos, así como que el turismo es una de las principales fuentes de ingreso respectivamente. Con relación a los impactos negativos existe un 54,2% que está de acuerdo que el turismo incrementa el costo de vida.

En cuanto a los impactos sociales la presente investigación obtiene como resultados que el 65% de los encuestados manifiestan estar de acuerdo que la actividad turística genera un impacto social en los residentes de Tacna que se evidencia en una mejor calificación de las personas lo que

influye en la educación de los jóvenes. El análisis correlacional permite observar un valor de coeficiente de correlación ( $r = 0,205$ ) entre las puntuaciones directas de las variables impactos sociales y las actitudes de los residentes frente al turismo, por lo tanto se puede afirmar que existe una relación significativa entre las variables, es decir a mayor actitud hacia la actividad turística, mejor percepción del impacto social. Nuestros resultados coinciden con los de Mendoza, Monterrubio y Fernández (2011) quienes concluyen que luego de aplicar una encuesta a 203 residentes de Bahías de Huatulco, México se encontró que el turismo ha generado empleos y oportunidades económicas en la localidad, contrariamente no se percibe que exista relación entre el turismo y el acrecentamiento de problemas sociales como la prostitución, la delincuencia y el pandillerismo como lo han reportado en otras investigaciones. En esa misma línea de pensamiento Farré (2015) en su estudio del impacto del turismo en el Perú cita a la Organización Mundial del Turismo quien afirma que los efectos que el turismo produce en la sociedad son globalmente positivos, en el plano social y cultural ya que permite una modernización de la sociedad y un cambio de actitud hacia etnias diferentes a las nuestras y, por lo tanto, una disminución de prejuicios. La propuesta de Barrientos abona a las dos anteriores en el sentido que la interrelación con los turistas ha provocado impactos positivos en la población respecto a la preservación de la cultura ancestral, como las actividades agrícolas tradicionales, la textilería y la gastronomía donde tiene participación directa el turista.

Otro aspecto importante es el impacto cultural que genera la actividad turística. Al respecto en la presente investigación el 67% de los encuestados declaran estar de acuerdo con que la actividad turística favorece la integración y conocimiento de las costumbres y tradiciones entre las personas, así como valora la identidad tacneña. Al relacionar los impactos culturales con las actitudes de los residentes frente al turismo encontramos que existe un coeficiente de correlación ( $r = 0,227$ ), lo que demuestra que existe una relación significativa entre las variables estudiadas. Similares resultados presenta Fuller (2008) en su estudio

referido al turismo y cultura en el cual establece que la relación entre turismo y cultura es estrecha y contradictoria. Desde el lado negativo hay quienes afirman que en la actualidad se están convirtiendo a las expresiones culturales en objetos de consumo, sin embargo existen otros especialistas en el tema que señalan que la cultura ya no es solo la herencia de una población sino un recurso que puede ser usado para obtener ganancia o como plataforma para exigir derechos. Por ejemplo, la denominada alta cultura (museos) se ha convertido en una táctica para el desarrollo urbano, la cultura masiva (cine, televisión, video y música) en un recurso para el aumento del PBI, y la cultura popular (rituales y práctica estéticas cotidianas como las canciones populares, la cocina, las costumbre y otros símbolos) en vías para el incremento del turismo y la promoción de las industrias que explotan el patrimonio cultural. Por su parte el Comité de Turismo de la OCDE ha realizado una extensa investigación sobre el papel de la cultura y el turismo para aumentar el atractivo de un destino, así como su competitividad. En este estudio se concluye que la cultura y el turismo están relacionados entre sí en virtud de sus sinergias obvias y de su potencial de crecimiento. El turismo cultural es uno de los mayores mercados de turismo global y uno de los que más está creciendo, y las industrias culturales cada vez más se utilizan para promover a los lugares y aumentar su competitividad y atractivo. El creciente uso de los mercados culturales y creativos añade también a la presión por diferenciar las identidades e imágenes regionales, y cada vez se usan más elementos culturales para darle una “marca” y comercializar a las regiones. La cultura y el turismo, por lo tanto, son herramientas fundamentales para apoyar la ventaja comparativa y competitiva de las regiones en los mercados globales.

Un factor importante en el presente estudio es conocer la actitud que muestran los residentes hacia el turismo, en tal sentido, dicha percepción puede ser positiva debido a su potencial para la creación de puestos de trabajo, la generación de ingresos y la mejora de la infraestructura de la localidad; sin embargo, también se puede percibir el turismo de forma negativa por los costes socioculturales y medioambientales que se han

detectado por ejemplo en varias regiones del país. Con referencia a la ciudad de Tacna, el 58% de los residentes tienen una actitud muy buena sobre la actividad turística en la región. Similares resultados se reportan según sexo y edad de los residentes. Al relacionar las variables impactos económicos y socioculturales con las actitudes de los residentes frente al turismo, se observa que existe un coeficiente de correlación ( $r = 0,318$ ), por lo tanto se puede afirmar que existe una relación altamente significativa entre ambas variables. El análisis inferencial reporta un valor  $t$  de Student calculado de 6,54 el cual es mayor al valor crítico 1,97 por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se concluye que para un nivel de confianza del 95% se demuestra una relación directa entre las variables de la presente investigación. Estos resultados se contrastan con el estudio realizado por Balbuena (2015) quien sostiene que los residentes tienen una disposición positiva hacia el turismo. Esto implica según Andereck y Vogt (2000) citados por Cardona (2012) que los residentes no tienen preocupaciones acerca de los impactos negativos del turismo, al contrario, los residentes son conscientes de las consecuencias del turismo y estas preocupaciones específicas varían según la comunidad.

De la literatura que existe sobre el tema y de los resultados del actual estudio y de otras investigaciones se puede concluir que la actitud de los residentes frente al turismo está influenciada por tres impactos importantes: económicos, sociales y culturales. Asimismo, no debe quedar fuera del análisis el hecho de que para el desarrollo turístico de una determinada localidad, se requiere siempre la interacción de una serie de agentes, y en este contexto los residentes no pueden quedar al margen de los procesos de planificación turística, por ello es importante conocer sus actitudes y percepciones.



## CONCLUSIONES

1. Los residentes de Tacna manifiestan estar de acuerdo y muy de acuerdo con que el desarrollo turístico genera un importante impacto económico en la localidad ya que produce un incremento en las oportunidades laborales y contribuye a la mejora de los ingresos.
2. El 74% de residentes de Tacna manifiestan estar de acuerdo y muy de acuerdo con el impacto social que genera la actividad turística. Esta opinión favorable se traduce en la percepción de mayores posibilidades de empleo aunado a una mejor calificación y educación de las personas que contribuyen al desarrollo social de la región de Tacna.
3. La mayoría de residentes de Tacna percibe estar de acuerdo y muy de acuerdo con el impacto cultural que genera el desarrollo turístico; esto se vislumbra en la valoración que se tiene por las costumbres y tradiciones propias de la región, así como en el reconocimiento de la identidad tacneña.
4. Un 92% de los residentes de Tacna percibe como positivo el impacto económico y sociocultural que genera el desarrollo turístico, observándose también esta tendencia considerando el sexo y la edad. En general existe una percepción favorable en que el turismo interno y externo dinamiza la economía de la región y otorga mayores posibilidades de desarrollo económico, educativo y cultural a los residentes.
5. La percepción positiva que tienen los residentes de Tacna frente a la actividad turística ha generado en un 58% de ellos una actitud muy buena sobre los variados beneficios que reporta el turismo en los sectores de salud, comercio, esparcimiento, alimentación, hotelería y

cultura, convirtiéndose en uno de los motores principales del aparato económico de la región.

6. Entre las puntuaciones de las variables impactos económicos y socioculturales y las actitudes de los residentes frente al turismo, existe un coeficiente de correlación Rho de Spearman igual a (0,318) directo y significativo es decir a mayores impactos económicos y socioculturales mejor actitud hacia la actividad turística y viceversa.
  
7. Los resultados del estadístico t de Student en relación a los impactos económicos (6,47), sociales (4,1) y culturales (4,56) son todos mayores al t crítico (1,97), por lo tanto se rechazan las hipótesis nulas y se aceptan las alternas concluyendo que existe una relación positiva entre los impactos de la actividad turística con la actitud que muestran los residentes de la ciudad de Tacna.

## RECOMENDACIONES

1. Que los resultados empíricos del presente estudio puedan ser usados como sustento teórico para comprender las percepciones de los residentes frente al turismo y de esa manera servir de base para la propuesta de servicios turísticos en la región.
2. Los agentes locales encargados de la planificación y desarrollo de proyectos de turismo deben estar preparados para entender las actitudes de los residentes así como para establecer estrategias de comunicación apropiadas dirigidas a los diferentes sectores de la comunidad para incrementar en modo efectivo el apoyo que los residentes puedan dar a un determinado proyecto.
3. En base a los resultados de la presente investigación se sugiere que futuros investigadores realicen investigaciones de niveles explicativos o experimentales para proponer alternativas que fomenten el turismo contribuyendo de esa manera al desarrollo económico, social y cultural de la región.
4. Que futuras investigaciones se concentren en replicar y extender el presente trabajo a otras localidades con la finalidad de establecer estudios comparativos que resalten la importancia de conocer las actitudes y opiniones favorables o desfavorables de los residentes y de esa manera plantear estrategias de desarrollo del turismo.

## BIBLIOGRAFÍA

Akis, S., Peristianis, N, y Warner, J. (1996). *Residents attitudes to tourism development: the case of Cyprus*. Tourism Management. 17 (7), pp.481-404.

Recuperado de:

[www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano7-edicao1/1.ontiveros.pdf](http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano7-edicao1/1.ontiveros.pdf)

Allen, L.R., Long, P.T., Perdue, R.R. y Kieselbach, S. (1988): *El impacto del desarrollo del turismo en las percepciones de los residentes de la vida comunitaria*. Journal of Travel Research. 27(1), pp.16-21.

Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/turydes/12/csg.pdf>

Altés, C. (1993). *Marketing y turismo: introducción al marketing de empresas y destinos turísticos*. Síntesis, Madrid

Andereck, K.L. y Vogt, C.A. (2000): "The relationship between residents attitudes tourism and tourism development options". Journal of Travel Research. 39 (3), pp.27-36.

Recuperado de:

[http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/tesisUIB/index/assoc/Ramon\\_Ca.dir/Ramon\\_Cardona\\_Jose.pdf](http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/tesisUIB/index/assoc/Ramon_Ca.dir/Ramon_Cardona_Jose.pdf)

Andriotis, J., y Vaughan, R. D. (2003). *Urban resident's attitudes toward tourism development: the case of Crete*. Journal of Travel Research, 42, 172-185.

Recuperado de: <http://nulan.mdp.edu.ar/2521/1/castellucci.etal.2016.pdf>

Belisle, F.J. y Hoy, D.R. (1980): *La percepción del impacto del turismo de los residentes: Un estudio de caso de Santa Marta, Colombia*". Annals of Tourism Research. 7 (1), pp.83-101

Recuperado de:

<http://nulan.mdp.edu.ar/2521/1/castellucci.etal.2016.pdf>

Benavides Benites, R. (2012). *Diseño de una red multimedia interactiva de recorridos turísticos virtuales en Lima*. Universidad Tecnológica del Perú. Lima-Perú.

Besculides, A., M.E., Lee y P.J., McCormick (2002). Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism". *Annals of Tourism Research*. 29 (2), pp.303-319.

Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/turydes/12/csg.pdf>

Blanco, Ricardo y Benayas, Javier. (1998). *Los estudios de capacidad de acogida y su contribución para establecer modelos de turismo sostenible en espacios naturales*. Departamento de Ecología. Universidad Autónoma de Madrid. España.

Brida, J., Riaño, E y Zapata, S. (2012). Percepciones de los residentes acerca de los impactos del turismo de cruceros en la comunidad: un análisis factorial y de clústeres. *Cuadernos de Turismo*. Num. 29 (2012).

Recuperado de: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/153311>

Brunt, P. y Courtney, P. (1999). *Host perceptions of sociocultural impacts*. *Annals of Tourism Research*. 26(3), pp.493-515

Recuperado de:

[http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/tesisUIB/index/assoc/Ramon\\_Ca.dir/Ramon\\_Cardona\\_Jose.pdf](http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/tesisUIB/index/assoc/Ramon_Ca.dir/Ramon_Cardona_Jose.pdf)

Butler, R.W. (1997). *The resort cycle and seaside tourism: an assessment of its applicability and validity*. *Tourism Management*, Vol. 18, Issue 2, March.

Recuperado de:

[http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/tesisUIB/index/assoc/Ramon\\_Ca.dir/Ramon\\_Cardona\\_Jose.pdf](http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/tesisUIB/index/assoc/Ramon_Ca.dir/Ramon_Cardona_Jose.pdf)

Cardona, J. (2012). Actitudes de los residentes hacia el turismo en destinos turísticos consolidados: el caso de Ibiza. *Universitat de les Illes Balears*.

Recuperado de:

[http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/tesisUIB/index/assoc/Ramon\\_Ca.dir/Ramon\\_Cardona\\_Jose.pdf](http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/tesisUIB/index/assoc/Ramon_Ca.dir/Ramon_Cardona_Jose.pdf)

Castellucci, D., Cruz, G., y Barbini, B. (2015). *Percepción de los residentes sobre los impacto del turismo. El caso del Mar del Plata (Argentina)*. VII Congreso Latinoamericano de Investigación Turística (CLAIT) "Responsabilidad y ética del turismo para la preservación del patrimonio natural y cultural". Reflexión y análisis sobre las experiencias de turismo en América Latina.

Recuperado de:

<http://nulan.mdp.edu.ar/2521/1/castellucci.etal.2016.pdf>

Castillo, A., Osuna, M., y López, T. (2012). Percepción y actitudes del residente acerca del impacto del turismo en la Isla de Santiago (Cabo Verde). *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local*. Vol 5, N° 12 (junio/2012).

Recuperado de: [www.eumed.net/rev/турыdes/](http://www.eumed.net/rev/турыdes/)

Cohen, E. (1972). *Towards a sociology of international tourism*. Social Research.

Chen, J. S. (2000). *Una investigación de la lealtad de los residentes urbanos con el turismo*. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 24, pp.5-19.

Recuperado de:

[http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/tesisUIB/index/assoc/Ramon\\_Ca.dir/Ramon\\_Cardona\\_Jose.pdf](http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/tesisUIB/index/assoc/Ramon_Ca.dir/Ramon_Cardona_Jose.pdf)

De Kadt, E. (1991). *Turismo: ¿pasaporte al desarrollo?* Madrid: Endymion.

Recuperdo de:

<https://es.slideshare.net/edeiconsultores/la-actitud-de-los-residentes-ante-el-turismo>

Davis, D., Allen, J. y Cosenza, R.M. (1988). *Segmenting local residents by their attitudes, interests, and opinions toward tourism*. Journal of Travel Research. 28 (2), pp.2-8.

Recuperado de:

<https://es.slideshare.net/edeiconsultores/la-actitud-de-los-residentes-ante-el-turismo>

Esman, M. (1984). *Tourism as Ethnic Preservation: The Cajuns of Louisiana*. Annals of Tourism Research (11), pp.451-467.

Recuperado de:

<https://es.slideshare.net/edeiconsultores/la-actitud-de-los-residentes-ante-el-turismo>

Eagly, A. & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Fort Worth, TX: Harcourt Brace Jovanovich College.

Recuperado de:

[http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/tesisUIB/index/assoc/Ramon\\_Ca.dir/Ramon\\_Cardona\\_Jose.pdf](http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/tesisUIB/index/assoc/Ramon_Ca.dir/Ramon_Cardona_Jose.pdf)

Fasabi Huamán, K (2014). *Formulación de un Plan Estratégico Turístico para el distrito de San Jerónimo de Surco que fomente su desarrollo turístico sostenible*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima-Perú.

Fazio, A. (1989). *Psicología social*. Santillana, México. Gómez, V. (2009). *Desempeño laboral del licenciado en turismo de la Universidad de Lunar, de Oriente, según la opinión del sector empresarial turístico privado de la Isla Margarita*. Estado de Nueva Esparta. Gest. Tur, N° 11, Jun 2009, Pág. 46, 49, 55

Getz, D. (1986). *Tourism and population change: long term impacts of tourism on in the Badenoch and Strathspey district of the Scottish Highlands*. Scottish Geographical Magazine. 102 (2), pp.113-126

Recuperado:

<https://es.slideshare.net/edeiconsultores/la-actitud-de-los-residentes-ante-el-turismo>

GOBIERNO REGIONAL DE TACNA, *Plan Integral de Desarrollo de Tacna 2005 – 2012*, Comisión Especial de Alto Nivel (D.S. 030-2004-PCM y D.S. 031-2004-PCM).

GOBIERNO REGIONAL DE TACNA, *Plan Basadre 2013-2023*, Resumen Ejecutivo del Borrador Final. Actualización del Plan Basadre 2013-2023.

GOBIERNO REGIONAL DE TACNA, *Plan Estratégico Institucional 2007-2011*.

Granados Maguiño, M. (2013). *Desarrollo de competencia laborales y formación de los profesionales en turismo en la Universidad Mayor de San Marcos*. Lima-Perú.

Gursoy, D. y C. Jurowski (2002). *Resident attitudes in Relation to Distance from Tourist Attractions*. 33rd Annual Travel and Tourism Research Association Conference Proceedings, June 23-26, 2002. Arlington, Virginia.

Recuperado de:

[http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/tesisUIB/index/assoc/Ramon\\_Ca.dir/Ramon\\_Cardona\\_Jose.pdf](http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/tesisUIB/index/assoc/Ramon_Ca.dir/Ramon_Cardona_Jose.pdf)

Gutierrez, D. (2010). *Actitud de los residentes ante el turismo*. Universidad de la Laguna.

Recuperado de:

<https://es.slideshare.net/edeiconsultores/la-actitud-de-los-residentes-ante-el-turismo>

Harrison, D. (1992). *Tourism to Less Developed Countries: The Social Consequences in Tourism and Less Developed Countries* London: Bellhaven.



Jafari, J. (1986): *Una visión sistémica de dimensiones socioculturales del turismo*. pp.33-50.

Julca Meza, Ema (2011). *Evaluación de factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de turismo: el caso de la Universidad San Martín de Porres, Lima (Perú)*. Universidad de Salamanca, España

Jurdao Arrones, F.(1994).*Los mitos del turismo*. Madrid: Endymion.

Jurowski, C., Uysal, M., y Williams, D.R. (1997): *Un análisis teórico de las reacciones de residentes de la comunidad de acogida al turismo*. Journal of Travel Research.36 (2), pp.3-11.  
Recuperado de: <ftp://tesis.bbt.ull.es/ccssyhum/cs256.pdf>

Katz, D. (1960) The Functional Approach to the Study of Attitudes. *Public Opinion Quaterly*, 24, 27-46.  
Recuperado de: <ftp://tesis.bbt.ull.es/ccssyhum/cs256.pdf>

Keogh, B. (1989). *Social Impacts. In outdoor recreation in Canada*. Edited by G. Wall. Toronto: Jogn Wiley and Sons, pp.233-75.  
Recuperado de: <ftp://tesis.bbt.ull.es/ccssyhum/cs256.pdf>

Kousis, M. (1989). *Tourism and the family in a rural Cretan community*. Annals of Tourism Research, 16, pp.318-333.  
Recuperado de: <ftp://tesis.bbt.ull.es/ccssyhum/cs256.pdf>

Lambert, L. (1960). *Psicología social*. Uteha. México.  
Recuperado de:  
[http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/tesisUIB/index/assoc/Ramon\\_Ca.dir/Ramon\\_Cardona\\_Jose.pdf](http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/tesisUIB/index/assoc/Ramon_Ca.dir/Ramon_Cardona_Jose.pdf)

Liu, J., Sheldon, P.J. y Var, T. (1987). *Resident perceptions of the environmental impacts of tourism*. Annals of Tourism Research. 14 (1), pp.17-37.

Recuperado de:

[http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/tesisUIB/index/assoc/Ramon\\_Ca.dir/Ramon\\_Cardona\\_Jose.pdf](http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/tesisUIB/index/assoc/Ramon_Ca.dir/Ramon_Cardona_Jose.pdf)

Machado, J. (1996), Turismo, consumo e impacto social. Centro de Estudios Latino-americanos de cultura y comunicaciones. Universidad de Sao Paulo.

Recuperado de: <http://www.sociologia.de/bm/articles/impacturismo.doc>

Mendoza, M., Rodríguez, G., y Enciso, M. (2013). Actitud de la comunidad local como factor de éxito en un proyecto turístico. *Cultur, Revista de Cultura y Turismo*. Año 07. N° 01-Feb. 2013.

Recuperado de: [www.uesc.br/revistas/culturaeturismo](http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo)

MINCETUR. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO - PERÚ, PLAN DE DESARROLLO LOCAL CONCERTADO DE TICACO: 2011- 2021.

Mccool, S.F. y Martin, S.R. (1994). *Community attachment and attitudes toward tourism development*. *Journal of Travel Research*. 32 (3), pp.29-34.

Recuperado de: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/153311>

Montecino, E. M. (2009). *Estudio sobre el desarrollo del turismo desde una perspectiva cultural. Caso Suchitoto*. Tesis para optar el grado de maestría en Comunicación en la Universidad Centroamericana José Simón Cañas. El Salvador, C.A.

Murphy, P.E. (1985). *Tourism: a community approach*. Nueva York: Methuen. National Tourism Policy Study.

Recuperado de:

[http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/tesisUIB/index/assoc/Ramon\\_Ca.dir/Ramon\\_Cardona\\_Jose.pdf](http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/tesisUIB/index/assoc/Ramon_Ca.dir/Ramon_Cardona_Jose.pdf)

Nash, D. "Tourism as a form of Imperialism". En: Valene Smith, coord. *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*. 2da. ed. Pennsylvania, Universidad de Pennsylvania, pp. 37-51.

Recuperado de:

<http://blog.pucp.edu.pe/blog/wp-content/uploads/sites/119/2010/11/01-Turismo-y-cultura-CS2.pdf>

NORMAS LEGALES, Ley General del Turismo. Ley N° 29408.

Obando Klein, S. y Rodríguez Beltrán, D. (2006). *Percepción de estudiantes de educación media de la ciudad de Valdivia hacia la formación turística: tendencias y expectativas*. Universidad Austral de Chile. Valdivia – Chile.

OMT (ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO) (2010): UNWTO News. [www.UNWTO.org](http://www.UNWTO.org) Issue 1/2010

ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO (1999), *Agenda para Planificadores Locales: Turismo Sostenible y Gestión Municipal*. Madrid, España.

ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO (1995), *Instituto de Turismo, Empresa y sociedad*. Educando Educadores en Turismo.

Oskamp, S. (1991). *Attitudes and Opinions*. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall.

Orsi, A. (1988). *Actitudes y conducta*. Nueva Visión SAIC. Buenos Aires – Argentina

Pearce, P.L. (1998): *La relación entre los residentes y los turistas: las direcciones de literatura y gestión de la investigación*. W.F. Theobald (ed.) *Global Tourism* (pp.129-149). Oxford: Butterworth-Heinemman.

Recuperado de:

<https://es.slideshare.net/edeiconsultores/la-actitud-de-los-residentes-ante-el-turismo>

Pérez Mamanai, A. (2012). *El turismo y su influencia en el desarrollo socio económico de la población del distrito de Ticaco, Provincia de Tarata, Periodo 2007-2010*. Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. Tacna.

#### PLAN ESTRATÉGICO NACIONAL DE TURISMO 2008 – 2018

PROMPERÚ (2008). *Perfil del potencial turista de frontera – Chile*. Lima – Perú.

Rendón, D. (s/f). *Destinos turísticos de Tacna*. Estudios en Turismo de Tacna – CAETT

Ritchie, J.R.B. (1988). *Consensus Policy Formulation in Tourism: Measuring Resident Views Via Survey Research*. Tourism Management. 9(3), pp.199-212.

Robalino, G. (2012). *Plan de capacitación por competencias laborales para prestadores de servicios turísticos del Cantón Píllaro, Parroquia San Miguelito*. Ecuador: Universidad de Especialidades Turísticas. Pág. 5,11 y 157

Romano, Paula Soledad (2005). *Impactos socioculturales del turismo en San Antonio de Areco*. Universidad Abierta Interamericana. Buenos Aires – Argentina.

Royo Vela, M. y Ruiz Molina, M. E. (2009): *Actitud del residente hacia el turismo y el visitante: factores determinantes en el turismo y excursionismo rural-cultural*. Cuadernos de Turismo. No. 23, pp. 214-236.

Recuperado de: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/153311>

Sancho, A. (2008). *Apuntes de metodología de la investigación en Turismo*. Organización Mundial del Turismo.

Sethna, R. J. y Richmond, B. O. (1978). *Virginia Islanders' perceptions of tourism*. Journal of Travel Research, 17 (1), pp.30-37.

Recuperado de:<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39811874011>

Sharpley,R.(1994): *Tourism, tourists and society*. Seaton House: Elm Publications.

Recuperado de:

<https://es.slideshare.net/edeiconsultores/la-actitud-de-los-residentes-ante-el-turismo>

Snaith, T. y Haley, A. (1999): *Residentes opinión de desarrollo turístico en la histórica ciudad de York, Inglaterra*. Tourism Management. 20 (5), pp.595-603.

Recuperado de:

<https://es.slideshare.net/edeiconsultores/la-actitud-de-los-residentes-ante-el-turismo>

Summers, G.F. (1995). *Medición de actitudes*. México. Siglo XXI.

Recuperado de: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/153311>

Sutton, W.A. (1967) "Travel and understanding: Notes on the social structure of touring" International Journal of Comparative Sociology 8(2): 218-223

Recuperado de:

<https://es.slideshare.net/edeiconsultores/la-actitud-de-los-residentes-ante-el-turismo>

Tinoco (2003). *Los impacto del turismo en el Perú*. En Revista Industrial Data. Vol. (6). Pp- 47-60

Tosun, C. (2002). *Host perceptions of impacts. A comparative tourism study*. Annals of Tourism Research. 29 (1), pp.231-264.

Recuperado de: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/153311>

Var, T., Kendall, K.W. y Tarakcioglu, E. (1985). *Resident attitudes towards tourism in a Turkish town*. Annals of Tourism Research. 12 (4), pp.652-658.

Vélez, P. (1969). *Los métodos de lectura*. España. Oiko-Tau.

Walpole, M.J. y Goodwin, H.J. (2001): *Las actitudes locales hacia la conservación y el turismo en todo el Parque Nacional de Komodo, Indonesia*. Environmental Conservation. 28 (2), pp.160-166.

Recuperado de:

<https://es.slideshare.net/edeiconsultores/la-actitud-de-los-residentes-ante-el-turismo>

Yurivilca, L.M. (2009). *Estudio de prefactibilidad para la instalación de un hospedaje para turistas que experimentarán turismo vivencial en la provincia de Tarma*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima.

## FUENTES DE INTERNET

AGENCIA DE COOPERACIÓN TÉCNICA ALEMANA, [www.gtz.de](http://www.gtz.de)

BIBLIOTECA VIRTUAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS- PERÚ, <http://sisbib.unmsm.edu.pe>

COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE, CEPAL, [www.eclac.cl](http://www.eclac.cl)

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (WORLD TOURISM ORGANIZATION), [www.unwto.org](http://www.unwto.org)

ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO, OECD, [www.oecd.org](http://www.oecd.org)

PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO- PERÚ,  
PNUD [www.pnud.org.pe](http://www.pnud.org.pe)

MACHADO, J. (1996), Turismo, consumo e impacto social. Centro de Estudios Latino-americanos de cultura y comunicaciones. Universidad de Sao Paulo. En: <http://www.sociologia.de/bm/articles/impactturismo.doc>

HERRERA, G. *Arte rupestre de Picata*, Tacna, Perú.  
<http://rupestreweb2.tripod.com/picata.html>

RENDÓN, D. *La Pila Ornamental de Tacna*. Tacna. 2001.  
<http://www.monografias.com/trabajos-pdf/pila-ornamental-tacna/pila-ornamental-tacna.pdf>

# **ANEXOS**



## CUESTIONARIO DE IMPACTOS ECONÓMICOS Y SOCIOCULTURALES DEL TURISMO EN TACNA

Estimado poblador de Tacna:

Deseo invitarle a responder el presente cuestionario que tiene por objeto recoger su opinión sobre la percepción que usted tiene respecto a los impactos socio-culturales de la actividad turística en Tacna. Sus respuestas serán confidenciales y anónimas y los resultados de este estudio constituirán un valioso aporte para nuestra región.

Agradezco su tiempo y colaboración.

Sexo \_\_\_\_\_ Edad \_\_\_\_\_

	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
1. La actividad turística produce mayor precariedad en el empleo y empleos poco deseados.					
2. El turismo es una de las fuentes principales de inversiones en Tacna.					
3. El turismo contribuye de manera relevante a elevar los niveles de renta y el salario de los residentes de Tacna.					
4. El turismo ha hecho que suban los precios en la ciudad de Tacna y que se incremente el costo de la vida.					
5. El turismo genera importantes ingresos por impuestos para la región de Tacna.					
6. Los costos de mantenimiento de las infraestructuras (carreteras, aeropuertos, ...) se incrementa notablemente por la actividad turística.					
7. La gente en la ciudad de Tacna tiene más dinero para gastar gracias al turismo.					
8. La actividad turística de la ciudad de Tacna ha provocado un incremento del costo de la vivienda y del suelo.					
9. El sector turístico genera grandes oportunidades de empleo y desarrollo profesional para los tacneños.					
10. La actividad turística favorece que se creen problemas de inseguridad ciudadana en Tacna (más delitos, más robos, vandalismo...)					
11. En Tacna el turismo es causa importante de la congestión del tráfico.					
12. El desarrollo del turismo ha hecho que se pierda la tranquilidad y la calidad de vida que antes existía.					
13. Gracias al turismo hay más parques, área para nadar, caminar, practicar deportes, más ofertas de ocio y entretenimiento					
14. El turismo en Tacna aporta un incentivo para la restauración y conservación de edificios históricos.					

15. El turismo favorece la mejora en los servicios básicos útiles en la vida cotidiana (agua, luz...)					
16. El turismo dificulta las actividades de ocio entre la gente de la ciudad.					
17. El turismo ha contribuido a una mejor asistencia médica en la ciudad.					
18. Los servicios públicos han mejorado gracias al turismo.					
19. El turista cuando está en Tacna, afecta negativamente a tu vida cotidiana.					
20. El turismo está provocando la pérdida de identidad y cultura tacneña.					
21. El turismo ayuda a crear y mantener exhibición es culturales e histórica, favoreciendo nuestras tradiciones					
22. La actividad turística ha provoca un mayor desarrollo de actividades culturales.					
23. En Tacna se siente uno extraño por causa del turismo.					
25. El turismo favorece en el tacneño el conocimiento y comprensión de culturas diferentes.					
25. El turismo ha provocado cambios en las costumbres y tradiciones.					
26. El turismo favorece en el tacneño la valoración de la identidad cultural de Tacna					

## CUESTIONARIO DE ACTITUDES FRENTE AL TURISMO

Estimado poblador de Tacna:

Deseo invitarle a responder el presente cuestionario que tiene por objeto recoger su actitud frente a la actividad turística en Tacna. Sus respuestas serán confidenciales y anónimas y los resultados de este estudio constituirán un valioso aporte para nuestra región.

Agradezco su tiempo y colaboración.

Sexo \_\_\_\_\_ Edad \_\_\_\_\_

	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
1. El desarrollo turístico ha permitido el desarrollo global de Tacna y sus habitantes.					
2. Se debe potenciar al turismo como uno de los motores básicos de la economía de Tacna.					
3. Para mi vida cotidiana, la actividad turística es beneficiosa.					
4. El comportamiento del turista durante la visita es correcto, normal.					
5. En Tacna el turista que recibimos es el adecuado para el futuro del turismo.					

N	x1	x2	x3	xt	y	x1	x2	x3	xt	y
1	40	32	23	95	20	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
2	38	34	23	95	19	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
3	38	31	32	101	22	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
4	36	28	25	89	24	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
5	37	38	30	105	25	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Sobresaliente
6	38	31	27	96	21	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
7	32	33	32	97	19	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
8	41	33	26	100	21	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
9	43	32	32	107	21	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Sobresaliente
10	31	34	24	89	19	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
11	36	32	27	95	21	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
12	32	29	27	88	18	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
13	36	34	31	101	25	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
14	35	36	29	100	25	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
15	34	31	25	90	20	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
16	42	41	28	111	19	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Muy bueno
17	40	40	30	110	20	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Muy bueno
18	36	24	25	85	17	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
19	33	28	23	84	15	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Bueno
20	35	35	26	96	15	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Bueno
21	27	24	28	79	17	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
22	26	23	28	77	21	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Sobresaliente
23	33	33	30	96	17	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
24	34	35	29	98	21	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
25	32	29	32	93	18	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
26	38	27	26	91	19	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
27	26	26	24	76	13	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Bueno
28	31	25	23	79	14	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Bueno
29	28	31	29	88	17	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
30	31	33	26	90	15	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Bueno
31	34	33	28	95	22	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
32	32	34	30	96	25	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
33	37	42	36	115	23	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Sobresaliente
34	35	32	30	97	21	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
35	34	37	36	107	23	De acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Sobresaliente
36	36	35	31	102	25	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
37	36	36	36	108	24	De acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Sobresaliente
38	36	27	27	90	20	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
39	29	25	27	81	22	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
40	29	29	21	79	18	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
41	31	29	26	86	22	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
42	29	26	24	79	21	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Sobresaliente
43	31	27	22	80	21	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Sobresaliente
44	29	32	24	85	22	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Sobresaliente
45	31	26	26	83	20	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
46	30	25	22	77	20	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Muy bueno
47	33	32	26	91	18	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
48	31	28	18	77	20	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Muy bueno
49	31	29	26	86	19	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
50	30	31	26	87	19	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
51	35	30	31	96	23	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
52	40	26	26	92	20	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
53	32	30	25	87	25	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
54	25	22	24	71	20	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Muy bueno
55	33	28	24	85	23	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Sobresaliente
56	34	20	28	82	19	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
57	28	30	28	86	19	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
58	22	29	26	77	17	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Muy bueno
59	30	33	26	89	20	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
60	31	26	26	83	18	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
61	33	30	25	88	21	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
62	29	28	28	85	22	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
63	33	29	29	91	20	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
64	28	26	27	81	17	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
65	23	23	23	69	17	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Muy bueno
66	37	31	29	97	19	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
67	37	35	29	101	23	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
68	28	34	35	97	20	De acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
69	34	28	27	89	19	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
70	30	25	26	81	21	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente

71	34	31	25	90	20	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
72	39	37	35	111	25	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Sobresaliente
73	34	29	24	87	20	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
74	32	36	35	103	25	De acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
75	31	27	22	80	19	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
76	29	26	25	80	18	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
77	29	31	24	84	16	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
78	30	23	19	72	17	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Muy bueno
79	35	29	27	91	19	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
80	36	35	29	100	21	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
81	24	24	21	69	16	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Muy bueno
82	30	34	22	86	19	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
83	34	30	30	94	16	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
84	34	27	24	85	21	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Sobresaliente
85	27	24	26	77	14	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Bueno
86	28	22	24	74	18	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Muy bueno
87	37	31	27	95	18	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
88	42	37	37	116	24	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Sobresaliente
89	35	29	27	91	20	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
90	36	30	28	94	16	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
91	27	25	23	75	17	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Muy bueno
92	36	33	28	97	20	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
93	30	28	25	83	24	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
94	24	19	22	65	18	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Muy bueno
95	35	27	31	93	21	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
96	30	28	22	80	23	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Sobresaliente
97	30	29	24	83	18	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
98	30	29	24	83	18	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
99	27	29	23	79	16	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
100	31	30	26	87	18	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
101	32	33	23	88	18	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
102	34	39	23	96	21	De acuerdo	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Sobresaliente
103	34	31	28	93	18	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
104	36	35	30	101	18	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
105	36	35	30	101	20	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
106	31	28	26	85	19	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
107	34	33	25	92	18	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
108	32	36	33	101	17	De acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
109	32	34	30	96	20	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
110	38	36	26	100	17	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
111	33	30	25	88	16	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
112	34	32	28	94	19	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
113	42	33	24	99	20	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
114	37	38	30	105	17	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Muy bueno
115	37	31	31	99	20	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
116	34	33	24	91	21	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Sobresaliente
117	34	35	25	94	17	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
118	36	32	28	96	18	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
119	35	31	25	91	22	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
120	31	32	30	93	21	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
121	36	38	28	102	18	De acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
122	22	21	15	58	13	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Bueno
123	40	35	27	102	25	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
124	36	34	28	98	22	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
125	33	33	24	90	16	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
126	33	32	27	92	24	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
127	37	27	29	93	17	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
128	34	38	30	102	20	De acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
129	39	38	34	111	24	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Sobresaliente
130	35	34	32	101	19	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
131	31	32	27	90	19	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
132	36	33	30	99	22	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
133	38	34	24	96	18	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
134	34	26	26	86	21	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
135	35	33	28	96	16	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
136	28	33	28	89	15	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Bueno
137	35	29	25	89	23	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
138	28	22	22	72	15	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Bueno
139	34	29	25	88	21	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
140	41	41	40	122	23	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Sobresaliente

141	42	30	24	96	24	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Sobresaliente
142	39	39	29	107	24	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Sobresaliente
143	37	36	30	103	21	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
144	34	32	32	98	16	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
145	35	32	31	98	17	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
146	35	29	32	96	16	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
147	30	29	28	87	17	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
148	38	33	30	101	17	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
149	33	25	22	80	22	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Sobresaliente
150	32	31	25	88	17	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
151	32	30	29	91	19	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
152	34	23	21	78	20	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Muy bueno
153	29	22	24	75	21	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Sobresaliente
154	34	28	27	89	22	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
155	36	35	28	99	22	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
156	37	23	24	84	22	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Sobresaliente
157	36	26	20	82	20	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
158	37	26	22	85	20	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
159	28	26	26	80	18	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
160	25	22	25	72	18	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Muy bueno
161	31	31	25	87	18	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
162	37	36	36	109	22	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Sobresaliente
163	34	28	24	86	23	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Sobresaliente
164	37	32	24	93	22	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Sobresaliente
165	35	32	24	91	18	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
166	37	32	26	95	16	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
167	34	32	24	90	17	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
168	30	33	24	87	19	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
169	36	35	35	106	25	De acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Sobresaliente
170	30	32	30	92	19	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
171	33	32	27	92	18	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
172	39	37	31	107	23	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Sobresaliente
173	32	34	31	97	20	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
174	35	32	30	97	19	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
175	26	22	24	72	21	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Sobresaliente
176	38	31	30	99	18	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
177	35	31	29	95	23	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
178	24	26	25	75	14	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Buena
179	31	29	33	93	22	De acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
180	35	37	35	107	18	De acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy bueno
181	37	38	29	104	22	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
182	36	25	19	80	17	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
183	38	29	31	98	16	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
184	34	38	29	101	17	De acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
185	35	33	23	91	19	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
186	34	33	28	95	19	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
187	37	34	26	97	22	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
188	24	28	26	78	15	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Buena
189	35	30	31	96	22	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
190	28	26	24	78	23	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Sobresaliente
191	29	28	24	81	20	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
192	29	28	29	86	18	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
193	39	44	28	111	21	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Sobresaliente
194	33	37	32	102	21	De acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
195	25	19	22	66	10	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Suficiente
196	36	24	23	83	14	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Buena
197	32	33	32	97	20	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
198	34	38	23	95	24	De acuerdo	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Sobresaliente
199	34	38	23	95	22	De acuerdo	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Sobresaliente
200	45	45	32	122	22	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Sobresaliente
201	33	26	24	83	19	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
202	33	26	23	82	16	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
203	34	27	27	88	19	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
204	36	27	25	88	19	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
205	36	24	26	86	19	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
206	38	29	25	92	19	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
207	38	25	23	86	19	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
208	38	40	32	110	23	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Sobresaliente
209	40	27	25	92	21	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
210	39	27	25	91	17	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno

211	42	29	24	95	20	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
212	40	29	26	95	20	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
213	36	29	26	91	21	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
214	37	27	30	94	19	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
215	36	31	33	100	24	De acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
216	40	35	30	105	19	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Muy bueno
217	35	29	22	86	19	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
218	34	29	23	86	21	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Sobresaliente
219	39	29	22	90	19	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
220	37	28	31	96	21	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
221	36	29	25	90	21	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
222	39	28	28	95	19	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
223	39	31	25	95	19	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
224	36	27	25	88	24	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
225	36	32	24	92	19	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
226	39	29	27	95	20	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
227	40	27	26	93	20	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
228	38	27	29	94	20	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
229	40	29	32	101	22	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
230	39	30	28	97	20	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
231	37	28	26	91	21	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
232	33	28	25	86	19	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
233	36	27	25	88	20	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
234	36	25	30	91	21	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
235	31	28	26	85	23	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
236	34	32	28	94	18	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
237	33	27	29	89	21	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
238	37	28	31	96	19	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
239	37	28	31	96	22	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
240	35	31	33	99	21	De acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
241	39	29	27	95	20	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
242	38	28	33	99	22	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
243	34	31	29	94	19	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
244	35	26	28	89	19	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
245	36	27	25	88	17	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
246	38	25	23	86	23	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Sobresaliente
247	29	30	25	84	17	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
248	31	28	27	86	19	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
249	34	28	26	88	20	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
250	38	27	27	92	24	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
251	39	26	27	92	18	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
252	39	27	29	95	17	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
253	32	29	26	87	19	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
254	39	25	23	87	20	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
255	39	24	23	86	23	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Sobresaliente
256	40	28	26	94	18	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
257	39	27	25	91	24	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
258	36	29	28	93	24	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
259	36	31	26	93	21	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
260	42	32	26	100	18	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
261	40	27	26	93	18	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
262	34	32	29	95	21	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
263	32	28	25	85	20	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
264	32	28	25	85	24	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
265	33	28	24	85	21	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Sobresaliente
266	35	31	23	89	21	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Sobresaliente
267	34	32	29	95	19	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
268	34	31	25	90	18	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
269	33	32	29	94	21	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
270	33	30	25	88	19	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
271	39	26	32	97	20	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
272	35	34	30	99	19	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
273	34	31	23	88	18	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
274	33	35	30	98	18	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
275	32	34	31	97	21	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
276	37	35	27	99	17	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
277	36	27	22	85	21	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Sobresaliente
278	33	24	25	82	20	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
279	31	31	29	91	18	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
280	34	29	24	87	20	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno

281	30	30	21	81	20	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
282	33	27	24	84	23	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Sobresaliente
283	36	30	27	93	23	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
284	37	33	25	95	19	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
285	32	30	31	93	22	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
286	38	28	24	90	23	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Sobresaliente
287	44	28	24	96	23	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Sobresaliente
288	36	30	24	90	20	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
289	30	28	24	82	22	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Sobresaliente
290	28	31	24	83	20	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
291	37	34	28	99	17	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
292	35	30	29	94	20	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
293	33	32	23	88	18	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
294	39	35	27	101	21	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
295	41	32	27	100	17	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
296	39	44	37	120	25	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Sobresaliente
297	36	27	24	87	20	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
298	34	26	21	81	20	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
299	27	35	29	91	18	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
300	35	35	28	98	20	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
301	35	33	28	96	19	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
302	28	23	23	74	16	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Muy bueno
303	30	30	27	87	18	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
304	32	30	27	89	22	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
305	24	34	18	76	19	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Muy bueno
306	31	31	30	92	15	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Bueno
307	36	28	29	93	20	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
308	37	29	27	93	20	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
309	37	28	33	98	22	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
310	34	31	29	94	19	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
311	34	26	28	88	19	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
312	36	27	25	88	17	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
313	37	25	23	85	23	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Sobresaliente
314	31	30	25	86	17	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
315	34	29	27	90	19	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
316	34	30	26	90	20	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
317	42	40	30	112	24	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Sobresaliente
318	39	27	27	93	18	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
319	36	29	29	94	17	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
320	32	28	26	86	19	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
321	39	24	23	86	20	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
322	39	24	25	88	23	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
323	40	29	27	96	18	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
324	41	35	31	107	24	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Sobresaliente
325	28	26	27	81	17	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
326	23	23	23	69	17	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Muy bueno
327	37	31	29	97	19	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
328	37	35	29	101	23	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
329	28	34	35	97	20	De acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
330	35	28	27	90	19	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
331	32	25	26	83	20	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
332	35	31	25	91	21	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
333	40	39	39	118	24	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Sobresaliente
334	34	31	24	89	20	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
335	31	34	27	92	24	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
336	31	29	25	85	19	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
337	29	26	25	80	18	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
338	29	31	24	84	16	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
339	30	23	19	72	22	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Sobresaliente
340	41	43	35	119	20	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy bueno
341	36	35	29	100	21	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
342	24	24	21	69	18	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Muy bueno
343	30	34	22	86	19	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
344	34	30	30	94	18	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
345	34	27	24	85	21	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Sobresaliente
346	27	28	26	81	14	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Bueno
347	28	22	24	74	18	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Muy bueno
348	37	31	27	95	18	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
349	43	32	32	107	21	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Sobresaliente
350	31	34	24	89	19	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno



351	36	32	27	95	21	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
352	32	29	27	88	18	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
353	36	34	31	101	25	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
354	35	36	29	100	25	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
355	34	31	25	90	20	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
356	42	41	28	111	19	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Muy bueno
357	40	40	30	110	20	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Muy bueno
358	36	24	25	85	17	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
359	33	29	23	85	15	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Bueno
360	35	33	26	94	15	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Bueno
361	28	26	28	82	16	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
362	27	26	28	81	21	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
363	33	33	31	97	18	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
364	34	35	31	100	21	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
365	32	29	32	93	17	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
366	37	27	25	89	19	Muy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
367	26	26	24	76	13	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	Bueno
368	31	25	23	79	16	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en d	Ni de acuerdo ni en d	De acuerdo	Muy bueno
369	28	33	29	90	17	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
370	31	33	26	90	15	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Bueno
371	34	34	28	96	21	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
372	32	34	30	96	22	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
373	29	31	29	89	21	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
374	35	30	30	95	21	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
375	30	30	28	88	23	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
376	39	41	36	116	25	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Sobresaliente
377	40	40	30	110	20	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Muy bueno
378	36	31	28	95	21	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Sobresaliente
379	42	39	30	111	19	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Muy bueno
380	40	40	29	109	20	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Muy bueno
381	31	36	26	93	16	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy bueno
382	39	35	34	108	21	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Sobresaliente
383	32	40	35	107	22	De acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Sobresaliente

## Validación de los instrumentos

## a) Cuestionario de impactos económicos y socioculturales del turismo en Tacna

Confiabilidad: Obtenido a través del coeficiente alfa de Cronbach

**Estadísticos de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,796	26

Como el índice es mayor a 0,7, el cuestionario posee confiabilidad por consistencia interna

<b>Validez</b>				
	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Ítem 1	88,6057	87,601	,268	,794
Ítem 2	87,5822	90,301	,253	,793
Ítem 3	87,6580	88,477	,366	,788
Ítem 4	87,7781	87,671	,353	,788
Ítem 5	87,4935	90,711	,269	,792
Ítem 6	87,7755	89,463	,288	,791
Ítem 7	87,8773	87,909	,338	,789
Ítem 8	87,6658	87,108	,395	,786
Ítem 9	87,3995	90,026	,246	,793
Ítem 10	88,5039	87,586	,275	,793
Ítem 11	88,7050	84,565	,458	,782
Ítem 12	88,5875	85,416	,397	,786
Ítem 13	87,8225	88,440	,373	,788
Ítem 14	87,8329	89,485	,301	,791
Ítem 15	88,0235	88,112	,350	,789
Ítem 16	88,5587	86,792	,351	,788
Ítem 17	87,7076	88,878	,305	,791
Ítem 18	87,7572	87,907	,339	,789
Ítem 19	88,8877	86,582	,359	,788
Ítem 20	88,7755	86,620	,352	,788
Ítem 21	87,7520	89,433	,328	,790
Ítem 22	87,6658	89,537	,316	,790
Ítem 23	88,8668	86,932	,328	,790
Ítem 24	87,7258	91,351	,224	,794
Ítem 25	88,0705	87,553	,352	,788
Ítem 26	87,6292	91,642	,182	,795

Dado que las correlaciones ítem-test son todas mayores a 0,200, existe validez discriminante de los ítems del cuestionario. Por lo tanto, el cuestionario presenta validez.

b) Cuestionario de actitudes frente al turismo

Confiabilidad: Obtenido a través del coeficiente alfa de Cronbach

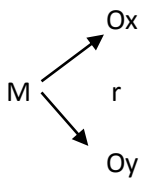
Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,700	5

Como el índice es a 0,7; el cuestionario posee confiabilidad por consistencia interna

Validez				
	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Ítem 1	15,4439	4,745	,385	,634
Ítem 2	15,3081	4,952	,400	,628
Ítem 3	15,7050	4,334	,448	,606
Ítem 4	16,1018	4,699	,451	,606
Ítem 5	16,2402	4,440	,433	,613

Dado que las correlaciones ítem-test son todas mayores a 0,200, existe validez discriminante de los ítems del cuestionario. Por lo tanto, el cuestionario presenta validez.

## MATRIZ DE CONSISTENCIA LÓGICA

FORMULACIÓN	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES, DIMENSIONES E INDICADORES	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p><b>Interrogante principal</b> ¿Cuál es la relación que existe entre los impactos económicos y socioculturales del turismo con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna en el año 2016?</p> <p><b>Interrogantes secundarias</b> ¿Cuál es la relación que existe entre los impactos económicos del turismo y la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna? ¿Cuál es la relación</p>	<p><b>Objetivo General</b> Establecer la relación que existe entre los impactos económicos y socioculturales del turismo con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b> Determinar la relación que existe entre los impactos económicos del turismo con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna.</p>	<p><b>Hipótesis General</b> Existe una relación directa y positiva entre los impactos económicos y socioculturales del turismo con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b> Existe una relación positiva altamente significativa entre los impactos económicos del turismo con la actitud que muestran los residentes en la</p>	<p><b>Variable 1</b> Impactos económicos y socioculturales del turismo</p> <p><b>Dimensiones</b> <b>1 Impacto económico</b></p> <p><b>Indicadores</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empleo</li> <li>• Costo de vida</li> <li>• Costo de vivienda</li> <li>• Costo mantenimiento de infraestructura</li> </ul>	<p>Tipo de investigación Pura, no experimental</p> <p>Diseño de investigación Descriptivo correlacional.</p> <p>Esquema:</p>  <p>Donde: Ox = Impactos económicos y socioculturales r = relación Oy =</p>	<p><b>Población</b> La población está constituida por 192,100 residentes de Tacna distribuidos en los siguientes grupos de edades: De 18 a 24 años = 47,600 De 25 a 39 años = 87,500 De 40 a 55 años = 57,000 TOTAL=192,100</p> <p><b>Muestra</b> La muestra la constituye la totalidad de la</p>	<p>Se empleará la técnica del examen con su instrumento la prueba escrita de razonamiento lógico constituida por 32 preguntas de selección múltiple para recoger información respecto a los niveles de la competencia fundamentales en razonamiento lógico.</p>

<p>que existe entre los impactos sociales del turismo y la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna?</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre los impactos culturales del turismo y la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna?</p>	<p>Determinar la relación que existe entre los impactos sociales del turismo con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna.</p> <p>Determinar la relación que existe entre los impactos culturales del turismo con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna.</p>	<p>ciudad de Tacna.</p> <p>Existe una relación positiva altamente significativa entre los impactos sociales del turismo con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna.</p> <p>Existe una relación positiva altamente significativa entre los impactos culturales del turismo con la actitud que muestran los residentes en la ciudad de Tacna.</p>	<p><b>2 Impactos sociales</b></p> <p><b>Indicadores</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inseguridad</li> <li>• Congestión de tráfico</li> <li>• Calidad de vida</li> <li>• Actividades de ocio</li> <li>• Oferta de ocio y entretenimiento</li> <li>• Incentivo para la restauración y conservación de edificios históricos</li> <li>• Servicios básicos</li> <li>• Asistencia sanitaria</li> <li>• Mejora servicios públicos</li> </ul>	<p>Oy = Actitud de los residentes frente a turismo en Tacna</p> <p>M = Muestra de estudio.</p>	<p>población es decir la población censal (90 estudiantes).</p>	
--	---	---	---	--	---	--

			<p><b>3 Impactos culturales</b></p> <p><b>Indicadores</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Identidad y cultura</li><li>• Ritmo de vida</li><li>• Costumbre y tradiciones</li><li>• Exhibiciones culturales e históricas</li><li>• Actividades culturales</li><li>• Conocimiento y comprensión de culturas diferentes</li><li>• Identidad cultural</li></ul> <p><b>Variable 2</b></p> <p><b>Actitudes de los residentes frente al turismo</b></p>			
--	--	--	---	--	--	--

			<p><b>Dimensiones</b></p> <p>Disposición favorable o desfavorable</p> <p><b>Indicadores</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Desarrollo del turismo.</li><li>• Fortalecimiento o del turismo</li><li>• Beneficios de la actividad turística</li><li>• Comportamiento del turista.</li><li>• Tipo de turista.</li></ul>			
--	--	--	---	--	--	--