

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



**“LA INTENSIDAD DEL MOMENTO *FLOW* (FLUIR) DEL
TURISTA ALEMÁN DURANTE LA VISITA A LOS PRINCIPALES
ATRATIVOS TURÍSTICOS DEL LAGO TITICACA EN LA
REGIÓN DE PUNO-2018”**

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. INKA NAEMI ANDERS

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN TURISMO

PUNO – PERÚ

2018

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

LA INTENSIDAD DEL MOMENTO *FLOW* (FLUIR) DEL TURISTA
ALEMÁN DURANTE LA VISITA A LOS PRINCIPALES
ATRATIVOS TURÍSTICOS DEL LAGO TITICACA EN LA REGIÓN
DE PUNO-2018

TESIS PRESENTADA POR:

BACH. INKA NAEMI ANDERS

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN TURISMO



APROBADA POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:

PRESIDENTE

:


Mg. ESMÉLIDA ROXANA RIVERA CARPIO

PRIMER MIEMBRO :


M.Sc. EFRAÍN MAMANI QUISPE

SEGUNDO MIEMBRO:


Lic. ILSSE BEDOYA GÓMEZ

DIRECTOR / ASESOR:


Mg. JOSÉ EDUARDO ALDO VALDIVIA
VELÁSQUEZ

ÁREA : Psicología de la felicidad del turista

TEMA : El momento flow en los turistas alemanes

FECHA DE SUSTENTACIÓN: 27 de diciembre 2018

DEDICATORIA

*A Dios por darme la vida y mis talentos y su amor
infinito por el que vale la pena todo esfuerzo.*

*A mis padres, Sylvia y Hartmut, por la educación
impartida y el desarrollo de mis habilidades e
inspirarme voluntad para seguir adelante.*

*A mi hermana Maya, por ser mi fiel apoyo, cuya
alegría y dedicación me impulsan a superarme.*

A Sia, por ser el sol de mi vida.

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Nacional del Altiplano, especialmente a la Facultad de Ciencias Sociales, escuela profesional de Turismo, por ser instrumento esencial de mi formación profesional.

A los docentes de la escuela profesional de Turismo, quienes me impartieron sus conocimientos y posibilitaron mi formación profesional.

A mi asesor de tesis, Mg. José Valdivia Velásquez por su valioso apoyo y paciencia durante el desarrollo de esta tesis.

A los miembros de jurado de esta tesis: Mg. Esmélida Roxana Rivera Carpio, M.Sc. Efraín Mamani Quispe. y Lic. Ilse Bedoya Gómez, por sus valiosas sugerencias y orientaciones.

A todos los turistas alemanes que contribuyeron en mi investigación y respondieron mis preguntas respecto a su experiencia óptima en la región de Puno.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	10
ABSTRACT.....	11

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:.....	13
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:.....	14
1.3. HIPÓTESIS:.....	15
1.4. JUSTIFICACIÓN:.....	16
1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN:.....	18
1.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES:.....	19

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. MARCO TEÓRICO:.....	20
2.2. MARCO CONCEPTUAL:.....	27
2.3. ANTECEDENTES:.....	31

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. MATERIALES:.....	37
3.1.1. RECURSOS NECESARIOS.....	37
3.2. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:.....	37
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN:.....	39
3.4. UBICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:.....	46
3.4.1. LOCALIZACIÓN DE LA EJECUCIÓN DE LA TESIS:.....	46
3.4.2. DESCRIPCIÓN DEL LAGO TITICACA Y DE LOS ATRACTIVOS PRINCIPALES INVESTIGADOS.....	46
3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:.....	71
3.6. PLAN DE TRATAMIENTO DE DATOS:.....	72
3.7. DISEÑO ESTADÍSTICO PARA LA PRUEBA DE HIPÓTESIS:.....	73

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS:.....	75
4.1.1. INTENSIDAD DEL MOMENTO FLOW:.....	75
4.1.2. PRINCIPALES ATRACTIVOS DEL LAGO TITICACA-PUNO:.....	77

4.1.2.1. GRADO DE PREFERENCIA POR EL ATRACTIVO TURÍSTICO	78
4.1.2.2. COMPONENTES DEL MOMENTO FLOW PREDOMINANTES EN UROS Y TAQUILE	79
4.1.2.3. MOTIVOS PRINCIPALES PARA VISITAR UROS Y TAQUILE	81
4.1.2.4. ELEMENTOS QUE HICIERON ESPECIAL LA VISITA DE UROS Y TAQUILE	82
4.1.3 PRUEBA ESTADÍSTICA DE LA HIPÓTESIS	83
4.2. DISCUSIÓN	84
CONCLUSIONES	86
RECOMENDACIONES	89
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	92
ANEXOS	96
ANEXO 1: Matriz de consistencia.	97
ANEXO 2: Encuesta aplicada a los turistas alemanes (111 ejemplares)	100
ANEXO 3: Encuesta traducida al español	104

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Pirámide de las necesidades humanas de Maslow adaptada a las tendencias del turismo	23
Figura N° 2: Características relevantes del turista alemán que visita Puno.	42
Figura N° 3: Mapa del lago Titicaca	47
Figura N° 4: Descripción del lago Titicaca.	51
Figura N° 5: Mapa de la isla de Taquile.....	66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Resumen del perfil del turista alemán.....	41
Tabla N° 2: Sexo de turistas de habla alemana en los atractivos turísticos de Isla de los Uros y Taquile, Puno 2018	43
Tabla N° 3: Edad de turistas de habla alemana en los atractivos turísticos de Isla de los Uros y Taquile, Puno 2018	44
Tabla N° 4: Acompañamiento en turistas de habla alemana en los atractivos turísticos de Isla de los Uros y Taquile, Puno 2018	45
Tabla N° 5: Intensidad del momento flow: Intensidad del momento flow que experimentaron los turistas alemanes durante la visita de Uros y Taquile, 2018.....	76
Tabla N° 6: Atractivo turístico que genera el nivel más alto del momento flow según turistas de habla alemana en los atractivos turísticos de Isla de los Uros y Taquile, Puno 2018	77
Tabla N° 7: Calificación de la visita turística según turistas de habla alemana en los atractivos turísticos de Isla de los Uros y Taquile, Puno 2018.....	78
Tabla N° 8: Componentes del momento flow durante su visita turística según turistas de habla alemana en los atractivos turísticos de Isla de los Uros y Taquile, Puno 2018.....	79
Tabla N° 9: Motivación de la visita turística según turistas de habla alemana en los atractivos turísticos de Isla de los Uros y Taquile, Puno 2018.....	81
Tabla N° 10: Elementos que hicieron especial la visita turística según turistas de habla alemana en los atractivos turísticos de Isla de los Uros y Taquile, Puno 2018	82
Tabla N° 11: Sensación durante la visita turística según turistas de habla alemana en los atractivos turísticos de Isla de los Uros y Taquile, Puno 2018	83

ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

CONCYTEC:	Consejo nacional de ciencia, tecnología e innovación tecnológica
MINCETUR:	Ministerio de comercio exterior y turismo
OMT:	Organización mundial del turismo
PROMPERÚ:	Comisión de promoción del Perú para la Exportación y el turismo.

RESUMEN

En la investigación se determinó la intensidad del momento *flow* (fluír) en los turistas alemanes que visitaron los atractivos turísticos que más destacan en la región Puno, durante la temporada alta del año 2018, se obtuvo una muestra de 111. Esto con el fin de conocer, en qué lugar de los atractivos del lago Titicaca en la región de Puno principalmente visitados por los turistas alemanes, que son las islas de los Uros y la isla de Taquile, el turista experimentó un nivel mayor de *flow* (fluir), y por ende vivió una experiencia única que perdura. Además se conoció cuáles son los componentes principales y los motivos y elementos que impulsan el momento flow. El concepto de *flow* o fluir es el estado mental operativo en el cual una persona está completamente inmersa en la actividad que ejecuta. Los componentes son: objetivos claros, concentración y enfoque, retroalimentación, equilibrio entre las habilidades que se requieren y el desafío; y la actividad es intrínsecamente gratificante, es decir, vale por sí misma. Según su metodología, la investigación es cuantitativa y el diseño es no experimental. La investigación ha sido de tipo descriptivo, analítico, ya que sirve para describir y analizar sistemáticamente lo que existe con respecto a las variaciones o las condiciones de una situación. Como resultados de la investigación se tiene que el turista alemán experimenta una intensidad mayor del momento flow en la isla de Taquile, aunque determinados valores de los componentes del momento *flow* tienen índices mayores en Uros. La intensidad que experimentan los turistas alemanes es alta, aunque no experimenta un momento flow real y entre los atractivos de Uros y Taquile no hay diferencias significativas. El componente con mayor relevancia del flow en ambos atractivos es que se cumplió la meta del viaje, que es el viaje en sí y el motivo del viaje principal es conocer el lago Titicaca y las comunidades nativas; adicionalmente los elementos más destacados como el paisaje, vistas, naturaleza y la autenticidad de las comunidades nativas.

Palabras Clave: Momento Flow, turismo alemán, experiencia, emociones positivas, comunidad nativa

ABSTRACT

This research was made to determine the intensity of the flow for German tourists who visit the most important touristic attractions in the region of Puno, during the year 2018. This, with the finish to know in which of the places at the Titicaca lake in the region of Puno mostly visited by German tourists, who are the floating islands of Uros and the island of Taquile, the tourist experienced a higher level of flow, and as a consequence an unique experience who lasts, and also to know the main components, the reasons and elements that boosted the flow moment. The concept of flow is the mental operative status in which one person is completely immersed in the activity that she or he runs. The components are: Clear targets, concentration and focus, feedback, balance between the skills that are required and the challenge and, the activity is intrinsically gratifying, who means, it worth's for itself. According to your methodology, the research is quantitative and the design is not experimental. The research will be of the descriptive type, analytic, cause it served to describe and analyze systematically what it exists with respect to variations and conditions of a situation. As results of the research, it is noted that the German tourist experiences a higher intensity of the flow moment in the island of Taquile, although certain values of the flow components have higher indices in Uros. The intensity of flow who experiences the German tourists is high, although he does not experience a real flow and between the attractions of Uros and Taquile are no significant differences. The component with higher relevance of flow in both attractions is that the goal of the trip was met, who is the trip itself and the main reason is to know the Titicaca Lake and native communities. The most important elements are the landscape, views, nature and the authenticity of the native communities.

Keywords: Flow moment, German tourism, experience, positive emotions, native community

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Las tendencias del turismo, desde el cambio de milenio han cambiado significativamente, al igual que las tendencias de los “*millennials*”. Hay un marcado individualismo y una competitividad cada vez más fuerte. Especialmente el turista alemán, influenciado por el consumismo y un ritmo acelerado de vida, busca experiencias únicas, con los que, de alguna forma, puede presentarse. Se observa una búsqueda innata de la felicidad que se traduce en su máximo esplendor: El *flow*. De acuerdo a Tafur (1995) existen cuatro tipos de justificaciones: teórica, metodológica, práctica y legal. Para nuestra investigación las justificaciones que corresponden son: legal y práctica. Legal, porque de acuerdo a la Ley universitaria 23733 de la Universidad Nacional del Altiplano, artículo 22, (Ley vigente al momento de egresar de la escuela profesional) “El título profesional se obtendrá a la presentación aprobación de la tesis”, por lo cual la presentación de la tesis es requisito indispensable para obtener el título profesional de Licenciada en turismo. Es práctica porque investiga la intensidad del momento “flow” que gozan los turistas alemanes en los principales atractivos turísticos del lago Titicaca de la región Puno. El momento flow (fluir) o punto de felicidad máxima ha sido descubierto e investigado por primera vez por Mijail Csíkszentmihályi en 1975, y reproducido y ampliado por muchos autores. El flow, que traducido del inglés significa fluir, se puede definir como una experiencia de inmersión total en la tarea en la que la persona experimenta cambios en la consciencia, percepción y placer (Seligman y Csíkszentmihályi, 2000). Se ha observado que el turismo vive principalmente de experiencias emocionales que se vinculan al momento flow (fluir) y que consisten en recuerdos anclados en la mente a largo plazo, llevando consigo un efecto multiplicador

gracias a la promoción oral del turista maravillado por sus experiencias nuevas a personas cercanas. (Bodenhausen, 1992). En la región de Puno se observa que en algunas ocasiones los turistas se van insatisfechos y sin haber experimentado experiencias únicas que enriquecen sus recuerdos e impulsan a compartir sus vivencias con otros potenciales turistas. Si el turista se va después de haber conocido los principales atractivos turísticos del lago Titicaca en Puno sin haber vivenciado el experimento flow (fluir), no habrá sido significativo la visita a los mismos para él, por lo que no contará emocionadamente a otros de Puno y así se perderá el efecto multiplicador del turismo vía promoción oral. Conocer las condiciones y las circunstancias en que se da el momento de felicidad en el que fluye el turista y se olvida del tiempo, es esencial porque al conocer los atractivos y las personas involucradas, los proveedores del servicio y la importancia de vivir esa experiencia “flow”; se torna fundamental para crear experiencias. La información obtenida a partir de esta investigación contribuirá de manera significativa al entendimiento de la dinámica y psicología del turismo que hace del viaje a la región de Puno una experiencia única e inolvidable. Es por eso que se ha planteado un objetivo general, que es determinar la intensidad del momento flow en los principales atractivos turísticos de Puno para ver si ocurre realmente un momento flow, y, específicamente, identificar el atractivo que genera el nivel más alto de flow. Además se describirá el o los componentes más importantes durante el momento flow y los motivos y elementos que impulsaron la visita a Uros y Taquile.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

La investigación corresponde a la identificación de la intensidad del momento flow vivido por los turistas alemanes en su visita a la región de Puno considerándose como atractivos principales las islas de Uros y Taquile en el lago Titicaca.

En muchas investigaciones acerca del turismo, se habla de la satisfacción del turista, relacionado con la calidad de los servicios recibidos, más no de los motivos de viaje ni de la vivencia de una experiencia que perdura en el tiempo del turista, que al cumplirse llegan a dar un momento flow, independientemente de la calidad del servicio recibido. Tenemos que preguntarnos entonces, si en vez de buscar una satisfacción del turista, no sería mejor perseguir que ocurra un momento flow, las circunstancias de éste y los niveles más altos a los que se pueden llegar. Satisfacer al turista es insuficiente porque llega solamente a un estado de bienestar, más no a niveles más altos de emotividad, se tienen que crear momentos inolvidables, momentos cumbre en el viaje, que son precisamente los momentos flow, momentos caracterizados por niveles de emoción altos, que se alcanzan según la motivación del viaje y las expectativas en un lugar único, que al alcanzarse producen recuerdos perpetuos.

Cuando no se llegan a vivir momentos flow durante un viaje, no se llegan a dar ciertos estímulos psicológicos, por lo que la experiencia pasa a ser una más de la vida y no algo resaltante, no cumple con la necesidad inconsciente del ser humano de ser feliz.

A consecuencia no habrá una motivación de volver al lugar visitado, ni de difundir la experiencia especial que se ha vivido y por lo tanto no habrá un efecto positivo ni multiplicador impulsador del turismo. El ser humano buscará otras alternativas que cumplan sus necesidades y que provoquen uno o más momentos flow.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:

Problema general

¿Cuál es la intensidad del momento “flow” que gozan los turistas de habla alemana en los principales atractivos turísticos de la región Puno?

Problemas Específicos

- 1) ¿Cuál es el atractivo turístico de la región Puno que genera el nivel más alto del momento “flow”?
- 2) ¿Cuál es el componente del momento “flow” que más predomina en los atractivos turísticos de la región de Puno?
- 3) ¿Cuáles son los motivos y elementos principales que impulsaron a la visita de Uros y Taquile?

1.3. HIPÓTESIS:

Hipótesis General.

La intensidad del momento “flow” que gozan los turistas de habla alemana en los principales atractivos turístico de la región Puno es alta.

Hipótesis Específicas.

- 1) El atractivo turístico de la región Puno que genera el nivel más alto del momento “flow” es Taquile.
- 2) El componente que más predomina durante el momento “flow” es el cumplimiento del viaje, el viaje en sí.
- 3) El motivo principal es conocer el lago Titicaca y su elemento principal es explorar la cultura y recursos paisajísticos.

1.4. JUSTIFICACIÓN:

De acuerdo a Tafur (1995) existen cuatro tipos de justificaciones: teórica, metodológica, práctica y legal. Para la investigación las justificaciones que corresponden son: legal y práctica.

Legal, porque de acuerdo a la Ley universitaria 23733 de la Universidad Nacional del Altiplano, artículo 22, (Ley vigente al momento de egresar de la escuela profesional) “El título profesional se obtendrá a la presentación aprobación de la tesis”, por lo cual la presentación de la tesis es requisito indispensable para obtener el título profesional de Licenciada en turismo.

Es práctica porque investiga la intensidad del momento “flow” que gozan los turistas alemanes en los principales atractivos turísticos del lago Titikaka de la región Puno.

El momento flow (fluir) o punto de felicidad máxima ha sido descubierto e investigado por primera vez por Mijail Csíkszentmihályi en 1975, y reproducido y ampliado por muchos autores. El flow, que traducido del inglés significa fluir, se puede definir como una experiencia de inmersión total en la tarea en la que la persona experimenta cambios en la consciencia, percepción y placer (Seligman y Csíkszentmihályi, 2000).

Se ha observado que el turismo vive principalmente de experiencias emocionales que se vinculan al momento flow (fluir) y que consisten en recuerdos anclados en la mente a largo plazo, llevando consigo un efecto multiplicador gracias a la promoción oral del turista maravillado por sus experiencias nuevas a personas cercanas. (Bodenhausen, 1992)

En la región de Puno se observa que en algunas ocasiones los turistas se van insatisfechos y sin haber experimentado experiencias únicas que enriquecen sus recuerdos e impulsan a compartir sus vivencias con otros potenciales turistas. Si el turista se va después de haber conocido los principales atractivos turísticos del lago Titicaca en Puno sin haber vivenciado el experimento flow (fluir), no habrá sido significativo la visita a los mismos para él, por lo que no contará emocionadamente a otros de Puno y así se perderá el efecto multiplicador del turismo vía propaganda oral.

Conocer las condiciones y las circunstancias en que se da el momento de felicidad en el que fluye el turista y se olvida del tiempo, es esencial porque al conocer los atractivos y las personas involucradas, los proveedores del servicio y la importancia de vivir esa experiencia “flow”; se torna fundamental para crear experiencias. La información obtenida a partir de esta investigación contribuirá de manera significativa al entendimiento de la dinámica y psicología del turismo que hace del viaje a la región de Puno una experiencia única e inolvidable.

Las motivaciones de la presente investigación se centran en la inquietud de entender la psicología de la felicidad aplicada al turismo, que es la razón de viajar del turista, y la razón principal de su llegada a Puno: la búsqueda de la felicidad al vivir el momento flow (fluir).

La investigación corresponde a la identificación de las condiciones y búsqueda del momento flow (fluir) vivido por el turista alemán en su visita a la región de Puno, en la que se consideran solo atractivos principales (los de mayor afluencia turística) los cuales son: Las islas de los Uros y Taquile. Se consideran solamente turistas alemanes debido a que constituyen una población relativamente homogénea con características, intereses y psicología similares y que conforman un conjunto en número relevante y

significativo para el turismo receptivo en la región de Puno, especialmente la afluencia al lago Titicaca, ya que el 57% de los turistas alemanes que llegan al Perú visitan el lago Titicaca desde Puno. Además, nosotros por poseer la nacionalidad alemana, somos conocedores de ésta población y trabajamos constantemente con el segmento mencionado.

A partir de los resultados obtenidos se podrá concienciar a las personas involucradas en la actividad turística acerca del momento flow (fluir) y cómo conseguirlo, para elevar así la calidad de los servicios turísticos, lograr el efecto multiplicador a partir de la propaganda oral de los turistas satisfechos y de esta manera hacer crecer la economía de la región a través del incremento del turismo que brindará mayor bienestar a la población.

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN:

Objetivo General.

Determinar la intensidad del momento “flow” que gozan los turistas de habla alemana en los principales atractivos turístico de la región Puno.

Objetivos Específicos.

- 1) Identificar al atractivo turístico de la región Puno que genera el nivel más alto del momento “flow”.
- 2) Describir al componente del momento “flow” que más predomina en los atractivos turísticos de la región de Puno.
- 3) Señalar los motivos y elementos principales que impulsaron a la visita de Uros y Taquile.

1.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES:

VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES	CATEGORÍAS	
Variable 1: (Independiente) La intensidad del momento flow (fluir)	Perfil y características del turista alemán según PROMPerú	<ul style="list-style-type: none"> - Pérdida de noción del tiempo. - Emociones y sentimientos positivos. - Retroalimentación. - Inmersión en la experiencia. - Actividad intrínsecamente gratificante. - Concentración y enfoque. - Manejo de la situación. - Nivel de desafío. 	<ul style="list-style-type: none"> 5=Muy Alta 4=Alta 3=Regular 2=Baja 1=Muy baja 	
Variable 2: (Dependiente) Principales Atractivos Turísticos del Lago Titicaca en Puno.	Atractivos turísticos: Uros y Taquile	- Grado de preferencia por el atractivo turístico.	<ul style="list-style-type: none"> 5= Muchísimo 4= Mucho 3= Regular 2= Algo 1= Nada 	
	Experiencia vivida por los turistas alemanes durante la visita que incluye guiado, transporte, comida, caminata para apreciar paisajes y vistas e interacción con los nativos	<ul style="list-style-type: none"> - Motivos principales para visitar Uros y Taquile. 	<ul style="list-style-type: none"> - Conocer el lago Titicaca. - Conocer etnias nativas. - Conocer sitios arqueológicos. - Disfrutar el paisaje. - Conocer la cultura y gastronomía. 	<ul style="list-style-type: none"> 5= Muchísimo 4= Mucho 3= Regular 2= Algo 1= Nada
	Elementos que hicieron especial la visita de Uros y Taquile.	<ul style="list-style-type: none"> - Paisaje, ubicación y vista. - Cultura de la población local. - Comida. - Guías (explicaciones). - Arqueología. - Organización y logística. - Sensación de logro. - Descanso. - Renovación espiritual. - Naturaleza y energía. - Otros 		

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. MARCO TEÓRICO:

Los servicios turísticos y productos, a pesar de ser complejos, tienen un ciclo de vida de producción. (Vernon, 1966), asimismo que determinan el ciclo de vida del destino turístico. Las tendencias y expectativas del turista cambian con el tiempo, igual que la moda durante la historia. En destinos turísticos principales en todo el mundo se puede observar este ciclo a través de los últimos 60 años. Desde la década de los 50`s hasta fines de los 60`s fueron los destinos naturales (percibidos como auténticos), aquellos que eran preferidos por el turismo, como son playas, lagos, bosques o balnearios, por lo que el lugar del destino fue el motivo de viaje en sí. A partir de la década de los 70`s, en la que comenzó el turismo de masas, el motivo cambió a ser el precio, el valor del servicio recibido, con la frase “value for money”, que se puede traducir como “valor por dinero.” Este fenómeno toma mayor relevancia en las décadas de los 80`s y 90`s en los que crece la conciencia por la calidad y la orientación hacia la calidad percibida. Se propaga “calidad de vida”, lo que influye en el turismo. (Poon, 1993). La calidad del servicio no es solo exigida por el cliente, si no que se estudia científicamente. (Parasuraman, Berry, Zeithaml, 1985). En aquellas décadas, la calidad del servicio en turismo dependía principalmente del poder adquisitivo y el número de viajes que hacía el cliente.

En cambio, desde el año 2000, el cambio de milenio, se observa una fuerte tendencia hacia vivir una experiencia y la calidad de la experiencia vivida. Los recursos naturales poco a poco son reemplazados por recursos creados por el hombre, servicios turísticos y productos tangibles son cada vez más intangibles. El turismo de masas se

modifica y se convierte en una individualización cada vez más fuerte. El turismo tiende hacia el vivir experiencias únicas y se orienta fuertemente hacia una prestación de servicios personalizada y la orientación individual del cliente. (Poon, 1993)

Una competencia mayor del mercado hizo que difícilmente se pueda vender productos homogéneos en el mercado y que las agencias de viaje tengan que ofrecer soluciones individuales a los problemas/demandas con los que llegan los turistas.

Cuando se individualiza la solución del problema o demanda, entonces la solución de esa demanda se convierte en una experiencia de viaje. Ésta experiencia depende de un valor agregado que se da durante el servicio. Por ejemplo, el servicio solo es el alojamiento en una isla del Titicaca. Y el servicio agregado, es que los pobladores nativos que mantienen el alojamiento no solo les indican unas rutas de caminata por la isla, si no que acompañan a sus huéspedes hablando de su forma de vida y mostrando directamente sus actividades al individuo.

Otro cambio en las últimas décadas, es que las mujeres ya no son más amas de casa que se quedan en el hogar si no que trabajan y por ende sufren estrés fuera del hogar lo que contribuye a dos motivos principales para viajar: Relajación total o experiencia total (salir del trajín diario). (Steinecke, 2000).

El tiempo libre se ve como un tiempo libre de trabajo, mientras más se trabaja, más fuerte es el deseo de escaparse de ello y sumergirse en un viaje vacacional. Los estudios empíricos de Weiermair y Fuchs, (2003) han demostrado que los alemanes perciben que tienen cada vez menos tiempo libre y por lo tanto existe un mayor deseo de buscar experiencias en el turismo de aventura o el turismo que supone experiencias únicas.

Paralelamente a éste desarrollo social y determinantes económicos del trabajo y tiempo libre, hay una evolución de necesidades y motivaciones desde las necesidades básicas fisiológicas hasta necesidades de autorrealización pura.

A partir de la pirámide de Abraham Maslow, se ha creado la pirámide de necesidades con relación al turismo y que demuestra claramente la evolución hasta el turismo de experiencias:



Figura N° 1: Pirámide de las necesidades humanas de Maslow adaptada a las tendencias del turismo

Fuente: Weiermair y Brunner–Sperdin (2006)

De la pirámide se desprende que hay una existencia muy fuerte hacia el individualismo, una orientación hacia ofertas hedonistas, placenteras y de mayores experiencias que da una satisfacción individual. Toda oferta percibida capaz de satisfacer esa necesidad de vivir experiencias es una experiencia.

La vida está llena de diferentes experiencias, que normalmente no están estructuradas y cambian constantemente. Si se estructuran, da como resultado sentimientos de agrado, desagrado, bienestar e incomodidad. Muchos y hasta todos estos sentimientos se pueden experimentar durante un viaje turístico. Por lo tanto, la tarea de

todos los creadores del producto turístico es provocar sentimientos de agrado y bienestar, y prevenir que sucedan sensaciones de desagrado e incomodidad a causa de las emociones.

Las emociones son:

“Estados que suceden a partir de una afectación, únicos, sentidos a través de interrelaciones humanas mayormente, no se expresan a través de canales verbales, usualmente hay cierto grado de excitación a pesar de la pasividad de la persona que dan continuidad a la conciencia y no tienen ninguna función primaria, salvo ella misma.”
(Asanger/Wenninger, 1999, p.14)

La experiencia es parte de una emoción, pero la emoción es más compleja y engloba a la experiencia.

La búsqueda de emociones y experiencias es la búsqueda innata de la felicidad, según Schulze (2000). De acuerdo a Csikszentmihalyi (1985) el momento flow o la experiencia del flow es la cima, el pico máximo de la felicidad durante un viaje turístico.

Durante alguna actividad en el tiempo libre, el trabajo, el deporte u otra actividad se pueden llegar a una experiencia agradable, se llega a una inmersión en la actividad. Si ésta actividad se realiza por la actividad en sí, se le llama motivación intrínseca. (Interior).

Según Csikszentmihalyi (1985) es la motivación intrínseca, no la extrínseca como postulan muchos psicólogos, la que determina una acción. Intrínseco significa devoción completa a una actividad, ser absorbido completamente por una experiencia por la actividad realizada, que él llama la experiencia del flow. La actividad vale por sí misma y no tiene ningún otro fin, aparte de la actividad en sí misma, la meta de la actividad, es

la actividad en sí. Durante ésta actividad se experimenta un pico máximo de felicidad también llamada experiencia óptima.

Estructura del flow

El flow es un estado de motivación con la más alta motivación intrínseca, una experiencia armónica, en la cual, cuerpo y mente trabajan juntos, sin esfuerzo lo que provoca una sensación de un momento muy especial. Para vivir un momento flow es necesario vivir al menos la mitad de las siguientes características o componentes:

1. Objetivos claros (las expectativas y normas se pueden percibir y los objetivos son alcanzables apropiadamente con el conjunto de habilidades y destrezas).
2. Concentración y enfoque, un alto grado de concentración en un limitado campo de atención (una persona relacionada con una única actividad tendrá la oportunidad para enfocar y profundizar en el asunto).
3. Retroalimentación directa e inmediata (éxitos y fallos en el curso de la actividad son obvios, así el comportamiento puede ser ajustado como se necesite).
4. Equilibrio entre el nivel de habilidad y el desafío (la actividad no es ni demasiado fácil ni demasiado complicada).
5. La actividad es intrínsecamente gratificante, así no se nota el esfuerzo cuando se ejecuta con los siguientes resultados:
 1. Una pérdida del sentimiento de autoconocimiento, la fusión entre acción y conciencia.
 2. Distorsión del sentido del tiempo, se altera la percepción subjetiva de la experiencia temporal.
 3. Un sentimiento de control personal sobre la situación o actividad.

4. Cuando se está en el estado de flujo, las personas llegan a estar absorbidas en sus actividades, y el foco de conciencia se reduce a la actividad misma, acción y conciencia se fusionan (Csikszentmihalyi, 1975. p.72).

No todos los componentes son necesarios para conseguir una experiencia de flujo, pero según Csikszentmihalyi, (1985), El equilibrio entre la habilidad y el desafío es lo más importante.

El flow se ubica exactamente entre el miedo y el aburrimiento.

La psicología del turismo parte de un concepto, que la experiencia es un proceso, porque cada turista tiene un mundo de experiencias personal y único y percibe una situación diferente a otra persona. Éste proceso se divide en ocho fases, y el pico máximo (flow) se experimenta en la fase 5.

1. El turista experimenta una necesidad a partir de deseos insatisfechos.
2. Para satisfacer esa necesidad, inicia una búsqueda de una meta determinada.
3. La percepción de la meta y la posibilidad de vivir una experiencia crean cierto agrado preliminar y un estado de activación emocional.
4. Al alcanzar la meta se llega al estado de la experiencia especial.
5. Por el aumento de la sensación de experiencia se llega a una intensificación de la llegada a la meta.
6. La típica sensación de la experiencia se desarrolla al máximo por un tiempo delimitado.
7. La intensidad de la experiencia disminuye poco a poco y se llega a una satisfacción psicológica/fisiológica.
8. El organismo vuelve a su estado de equilibrio original.

El momento flow en el turismo significa experimentar una felicidad máxima y usualmente es provocada por una actividad que da bastante placer al turista. El turista se encuentra concentrado sin esfuerzo, solo reacciona a estímulos relevantes y es absorbido completamente por la actividad que realiza. El camino es la meta. Se busca estímulos que no se viven en la normalidad de lo cotidiano. Acción sigue a acción, que no necesita una intervención directa de la persona, pero que lo mantiene en un flujo continuo y se parece a la meditación. (Luger, 2001)

No todos los turistas buscan situaciones muy emocionantes como es el turismo de aventuras, si no que un momento flow también se puede dar durante una actividad turística pasiva como ver el atardecer o una caminata por la naturaleza. (Steinbach, 2003)

A partir de éstas teorías se supone que no basta la satisfacción del turista durante su visita a un atractivo, sino que hay que buscar que el turista experimente un verdadero momento flow, que provoca que ésta experiencia perdure en la memoria y se pueda evocar de forma constante para ser compartida como algo único y especial a otros turistas.

2.2. MARCO CONCEPTUAL:

a) Flow: El psicólogo húngaro Mihaly Csikzentmihalyi, ha definido *flow*, traducido al español como *fluir*, como un estado emocional en el que la persona se encuentra completamente absorta en una actividad para su propio placer y disfrute, durante la cual se pierde la noción del tiempo y las acciones; pensamientos y movimientos se suceden unas a otras sin pausa. Todo el ser está envuelto en esta actividad y la persona se concentra sin ningún esfuerzo en lo que está haciendo. La persona está en “flow”

cuando se encuentra completamente absorta en una actividad durante la cual experimenta una enorme satisfacción. (Csikzentmihalyi, 1992)

b) Emoción: Del latín emotio, la emoción es la variación profunda pero efímera del ánimo, la cual puede ser agradable o penosa y presentarse junto a cierta conmoción somática. Por otra parte, constituye un interés repleto de expectativa con que se participa en algo que está sucediendo. Las emociones están entendidas como fenómenos de raíz psico-fisiológica y, según los expertos, reflejan formas eficaces de adaptación a diversos cambios ambientales. En el aspecto psicológico, las emociones generan sobresaltos en el índice de atención y aumentan el rango de diversas conductas en la jerarquía de respuestas del individuo que las experimenta. En cuanto a la fisiología, las emociones permiten ordenar las respuestas de diversas estructuras biológicas, incluyendo las expresiones faciales, la voz, los músculos y el sistema endocrino, con el objetivo de definir un medio interno adecuado para el comportamiento más óptimo. Las emociones le permiten a todo individuo establecer su posición respecto al entorno que lo rodea, siendo impulsada hacia otras personas, objetos, acciones o ideas. Las emociones funcionan también como una especie de depósito de influencias innatas y aprendidas. (Schachter-Singer, 1962)

c) Necesidades humanas: Según Max-Neef, (2007), las necesidades Humanas pueden ser definidas como sensaciones de carencias unidas al deseo de satisfacerlas. Clasifica las necesidades humanas fundamentales en las siguientes: Subsistencia, Protección, Afecto, Entendimiento, Participación, Ocio, Creación, Identidad y Libertad.

Afirma que las necesidades son y seguirán siendo las mismas en todas las culturas y en todos los períodos históricos. Lo que cambia son los medios utilizados para satisfacerlas.

d) Turismo: Es una actividad recreativa con fines de ocio por un tiempo determinado (Fernández, 1973). La palabra hace referencia a que luego de conocer, y explorar en un lugar diferente al de residencia habitual por más de 24 horas, se va a volver al lugar de origen.

e) Psicología positiva: La Psicología positiva es una disciplina de la psicología que trata del estudio de las bases del bienestar psicológico y de la felicidad, así como de las fortalezas y virtudes humanas. La Psicología positiva estudia diversos aspectos del ser humano: emociones positivas como la felicidad, la alegría o el amor y fortalezas como el optimismo, la creatividad, la gratitud, la sabiduría o la resiliencia y hace énfasis en que la felicidad es más que la ausencia de depresión y ansiedad. (Seligmann, 2000)

f) Destino turístico: Valls (2000) define al destino turístico como "... la unidad base de gestión [para las políticas turísticas]" y considera una serie de características que lo configuran: Un espacio territorial homogéneo: en realidad, cualquier espacio geográfico susceptible de ser planificado por poseer cierta capacidad administrativa. Esto significa que "además de unidades territoriales básicas, los destinos pueden abarcar una o varias naciones; una o varias regiones o estados..."

Centralidad: criterio que hace referencia a la capacidad del territorio para motivar el desplazamiento de personas hacia sí. (En este punto es de vital importancia el concepto de capacidad de carga), Una oferta estructurada de atractivos: resulta un sistema integrado de recursos, atractivos y empresas orientado hacia la satisfacción del turista. También puede entenderse como la puesta en valor del territorio y su ordenación de acuerdo a las necesidades de los potenciales clientes. Una marca integradora: el destino debe estar representado en una imagen atractiva que represente a toda la oferta en él y facilite su identificación en diferentes mercados. Una comercialización conjunta: "resulta

imprescindible (...) la presencia de una cooperación vertical en materia de marketing para todo el espacio geográfico del destino, articulada sobre una visión estratégica."(p.43)

g) Atractivo turístico: El concepto de atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico. (Valls, 2000)

h) Turista: Se conoce popularmente con el término de turista a aquella persona que se traslada de su territorio de origen o de su residencia habitual a un punto geográfico diferente al suyo. La ausencia se produce más allá de 24 horas e incluye pernoctación en el punto geográfico de destino. (Fernández, 1985)

i) Experiencia: Del latín comprobar, es el conocimiento o habilidad derivados de la observación, de la participación y de la vivencia de un suceso proveniente de las cosas que suceden en la vida, es un conocimiento que se elabora colectivamente. Así, un experto es aquella persona que tiene conocimientos más avanzados que los demás sobre una materia en cuestión. La experiencia se aplica a todos los campos y en turismo, se define como una vivencia auténtica que queda grabada en la memoria del turista y tiene que ver bastante con las emociones. (Alfaro, 2014)

j) Sensación: La sensación es la experiencia básica de la estimulación proveniente de los sentidos. Detectar algo a través de los sentidos (vista, oído, gusto, olfato y tacto) y los receptores de sensación internos (movimiento, equilibrio, malestar, dolor) sin que aun haya sido elaborado o tenga un significado. Es "*una reacción consciente ante un estímulo,*

el cual actúa sobre un órgano sensible y provoca una reacción de uno o varios de los sentidos". (Foley Y Matlin, 1996, p.72) Los complejos procesos perceptuales dependen tanto de los sistemas sensoriales como del cerebro. El cuerpo humano está dotado de sistemas especializados de obtención de información llamados sentidos o sistemas sensoriales, que registran los cambios energéticos en el entorno.

k) Turismo rural-comunitario: Según la definición del MINCETUR (2018), es toda actividad turística que se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible, basada en la participación de las poblaciones locales organizadas para beneficio de la comunidad, siendo la cultura rural un componente clave del producto, se basa en la participación local como elemento fundamental que permita la sostenibilidad de la actividad turística (como actividad económica complementaria), y la inclusión social y económica de las poblaciones rurales a través del desarrollo de productos y servicios diversos, usando adecuadamente sus activos naturales, culturales, financieros, humanos, sociales y físicos. Contribuye, desde las zonas rurales, al desarrollo de un Turismo sostenible como herramienta de desarrollo económico-social del Perú.

2.3. ANTECEDENTES:

A nivel internacional se ha encontrado la siguiente publicación relacionada: Fernández, (2014) ha publicado su investigación: "*Emociones, identidad, turismo y vida en Huasca*", que se ubica en México, con el objetivo de hacer una revisión de una temática importante en los estudios sobre imaginarios y turismo que no siempre ha sido suficientemente tomada en cuenta: las emociones y las identidades. Emociones de unos e identidades de otros, emociones e identidades de todos y todas, turistas y habitantes, en esa interrelación que es la vida y co-creación que es el mundo, aquí en el escenario e imaginario del turismo.

¿Qué percibe y sienten los protagonistas del turismo en torno a la localidad receptora?

Se trata de un acercamiento que relaciona las miradas particulares según testimonios de turistas y habitantes, las investigaciones internacionales sobre las tendencias del turismo en el mundo hoy y el programa de la Secretaría de Turismo de México (SECTUR), Pueblos Mágicos, y lo aterriza en el estudio concreto de Huasca de Ocampo (Hidalgo, México). Para ello se lleva a cabo el análisis de 56 entrevistas aplicadas en junio del 2013, a 28 turistas -14 hombres y 14 mujeres- y a 28 habitantes - 12 hombres y 16 mujeres- entre 19 y 72 años. El lugar fue la cabecera municipal. El cuestionario de ambas entrevistas tenía preguntas similares o en todo caso comparables en su mayoría. Entre otros hallazgos resalta la importancia de las emociones e identidades en la configuración del turismo cultural actual. La búsqueda de lo auténtico y diferente, el encuentro con la tranquilidad y felicidad de turistas, y también residentes. Para los turistas el descubrimiento y valoración significa un interludio y descanso en su vida, una renovación energética. Para quienes residen, su identidad como construcción de sentido de comunidad y apego a la tierra se revaloriza ante la valoración de la mirada del otro, el visitante, toda vez que fincan sus esperanzas de supervivencia en el desarrollo turístico.

A nivel nacional:

Hasta la fecha no se han encontrado investigaciones del momento flow aplicadas específicamente al turismo, pero se encuentra la aplicación al deporte y la educación.

A nivel nacional, Shimokawa (2017), en sus tesis:” *El flow y los estados de ánimo: un estudio correlacional en deportistas*”, investigó acerca de la relación entre los estados anímicos y emociones que experimentan los deportistas y que influyen significativamente en su rendimiento, conocer la relación entre dichas variables aporta mayor profundidad en el conocimiento teórico del flow. Investigar ambas variables ha podido dar una ventaja

a cualquier psicólogo deportivo que busque trabajar sobre las emociones de los deportistas y sobre el rendimiento de los mismos llegando a la conclusión que la intensidad del momento flow es fundamental en la obtención de resultados superiores.

Alfaro (2016), en su tesis “*Mindfulness, flow y rendimiento académico en estudiantes universitarios*”, estudió la relación entre Mindfulness, momento flow y el rendimiento académico de estudiantes universitarios entre 17 a 31 años con el objetivo de relacionar estas variables. Se obtuvo como resultado que el rendimiento académico se relacionaba de manera directa y significativa con el mindfulness. Por otro lado, se encontró que el flow es una variable mediadora entre mindfulness y rendimiento académico.

El rendimiento académico y el flow se relacionan de la siguiente manera: experimentar flow supone que el alumno se halla en un estado de concentración total en la actividad, haciendo así un uso óptimo de sus recursos para la ejecución de las tareas, lo que es un determinante clave para obtener un buen aprendizaje. En efecto, cuando el alumno anticipa que la realización de una actividad le producirá disfrute en sí misma, él estará motivado y sentirá que controla su propio proceso de aprendizaje. En estas condiciones, el Mindfulness, Flow y Rendimiento Académico en Estudiantes Universitarios alumno experimenta sensaciones de flow, lo que le conduce a obtener buenos resultados de rendimiento.

En la investigación: “*Psicología de la felicidad. Introducción a la psicología positiva*”, crea una nueva perspectiva acerca de las dimensiones factoriales de ésta que son: Ausencia de sufrimiento profundo, satisfacción con la vida, realización personal y alegría de vivir y se analizan las variables de las cuales depende: Género (que no es significativo), influencias socioculturales, económicas, de edad y otros. Reynaldo

Alarcón define felicidad como “...un estado de satisfacción, más o menos duradero, que experimenta subjetivamente el individuo en posesión de un bien deseado...” (Alarcón, 2009 p. 137). Con base en este concepto, realiza sus investigaciones que son muy originales y poseen importantes aplicaciones para mejorar la vida del ser humano y de su sociedad.

A nivel regional no se han hecho investigaciones relacionadas a *Flow* (fluir) o psicología de la felicidad, pero se han encontrado investigaciones relacionadas a los principales atractivos turísticos del lago Titicaca que son las islas de los Uros y Taquile, con temas relevantes:

El trabajo de Investigación Titulado: "Factores Críticos de Éxito y su influencia en el desarrollo turístico competitivo: caso Comunidad de los Uros-Puno periodo 2008-2009", basado en el tema de desarrollo local y competitividad de territorios subnacionales, con el uso de la metodología participativa denominada la brújula de competitividad, la que permitió trabajar con los actores directos involucrados en el tema de desarrollo económico local de la comunidad de los Uros. Se trabajó en función del Objetivo General, establecer los factores críticos de éxito relevantes que potencian el desarrollo turístico competitivo de la Comunidad de Uros, aplicando la metodología del Balanced Scorecard, periodo 2008-2009; para lo cual se planteó desarrollar una base de conocimientos del entorno y las características en el cual se desarrolla la Comunidad de Uros, para luego identificar los Factores de Éxito y finalmente los factores críticos de éxito que potencian el desarrollo turístico competitivo de la Comunidad de Uros en el periodo de estudio, cuya proyección se soporta en el cuadro de mando integral o Balanced scorecard, en base a objetivos, estrategias, indicadores y principales actividades. En éste trabajo, se aplicó el Método de Investigación Teórica; por ser un método que permite revelar las causas,

relaciones y características, para sintetizar el desarrollo de los hechos los cual nos permitió determinar factores de éxito y Factores críticos de éxito (FCE), su incidencia en el desarrollo competitivo a través del análisis, síntesis, deducción e inducción, la técnica de focus group y la herramienta del Balanced Score Card - brújula de la competitividad, que como dijimos sirvió para establecer de manera participativa factores de éxito, que condicionan en cierta medida o grado el desarrollo sin que su influencia sea en un grado tan alto, sin embargo los Factores Críticos de Éxito de la Comunidad de los Uros por su implicancia favorable, clave o relevante en el Desarrollo de la competitividad del territorio en estudio y por el grado de su incidencia se establecieron que son: Preservación de la Identidad cultural, tradiciones, vivencias y la unidad organizacional. (Particularidad del Modus vivendi), Habilidades en servicios turísticos con adaptación al cliente. (Desarrollo de actividades y competencias técnico productivas), entre otras. Con ésta evidencia se espera que las organizaciones trabajen en pro de generar un desarrollo sostenido en este rubro socio económico, potenciar con mayor énfasis que en otras actividades la valoración y fortalecimiento de su cultura, realizar alianzas estratégicas, desarrollar capacidades técnico productivas de los pobladores con competitividad, garantizando así el arribo creciente de turistas, de esta manera se reducirán esfuerzos y recursos a emplear, mejorando así su desarrollo económico local. (Arohuanca, 2010)

Otra investigación relacionada es la siguiente:

El trabajo de investigación titulado “Posicionamiento del lago Titicaca en la mente de los turistas nacionales y extranjeros a través de los atractivos turísticos de la región Puno 2011”, tiene por objetivo principal, identificar el nivel de posicionamiento del Lago Titicaca, en los Turistas nacionales y extranjeros a través de los atractivos turísticos de la Región Puno año 2011. La actividad del turismo ha cobrado importancia estratégica para las economías que disponen el conjunto de recursos de diferente tipo, considerando

además que en la última década se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes del mundo. Esta importancia estratégica y la tendencia creciente del turismo según los pronósticos se ha convertido en una fuente primaria del crecimiento para Puno. Es por ello, que según la problemática planteada en la Investigación se sustenta en las siguiente Interrogante principal: ¿Por qué se da un bajo nivel de posicionamiento del Lago Titicaca, en la mente de los turistas nacionales y extranjeros? El objetivo principal que nos planteamos es: Identificar el nivel de posicionamiento del Lago Titicaca, en los Turistas nacionales y extranjeros a través de los atractivos turísticos de la Región Puno año 2011, siendo los objetivos específicos: Determinar cuáles son los mejores atractivos turísticos que posee Puno de acuerdo a los turistas nacionales y extranjeros que participan en la investigación. Establecer las diferencias en el nivel de posicionamiento y satisfacción en la prestación de servicios turísticos en su estadía y visita al Lago Titicaca entre turistas nacionales y extranjeros y Determinar la influencia de la prestación de servicios turísticos en el nivel de posicionamiento en la mente de los turistas nacionales y extranjeros que visitan el Lago Titicaca, se trabajó con una muestra de 194 turistas, de los cuales 105 son de procedencia extranjera y 89 de procedencia nacional. Con los resultados mencionados se llega a la siguiente conclusión principal: Según los resultados de los cuadros, el Lago Titicaca no presenta un adecuado posicionamiento en la mente de los turistas, principalmente extranjeros y solo en parte en la mente de los turistas nacionales, debido primordialmente al bajo nivel de difusión de los atractivos turísticos, falta de diversidad en la prestación de servicios turísticos y la falta de infraestructura y tecnología adecuada para una mejor atención y atracción de los turistas nacionales y extranjeros. (Velásquez, 2013)

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. MATERIALES:

3.1.1. RECURSOS NECESARIOS.

Para llevar a cabo la investigación se necesita de recursos económicos, de recursos materiales como una laptop con acceso a internet, impresora, fotocopidora, útiles de escritorio. Además, se hace uso de distintos programas de software que incluyen el Word, el SPSS, Excel entre otros.

Para acceder a los principales atractivos donde se realizará la investigación, también se hará uso del transporte público como recurso.

El principal recurso de la investigación, es, sin embargo, el tiempo.

3.2. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:

En la presente investigación se empleará el método hipotético-deductivo planteado por Popper (1934), puesto que las teorías se construyen como conjeturas o suposiciones especulativas y provisionales que el intelecto crea en un intento de solucionar problemas y de proporcionar una explicación adecuada del comportamiento de algunos aspectos del mundo o el universo. Luego las hipótesis deberán ser falseadas o han de ser comprobadas en forma rigurosa por la observación o la experimentación. En este caso se utilizará la observación mediante la aplicación de encuestas, para las cuales se ha utilizado la escala de Likert con los siguientes valores:

1=Nada

2=Algo

3=Regular

4=Mucho

5=Muchísimo

El tipo de investigación según Ávila (1990) de acuerdo a los propósitos de la investigación y la naturaleza del problema corresponde al tipo de investigación Básica, que tiene como propósito recoger la información de la realidad para enriquecer el conocimiento científico.

De acuerdo a Palomino (2010) el tipo de investigación al aplicar el criterio de los paradigmas y enfoques es cuantitativo, porque en la investigación cuantitativa se da la organización y realización en base a la aplicación del método científico, dentro del enfoque cuantitativo corresponde al tipo no experimental debido a que el problema a investigar no es apto para ser investigado de una forma experimental porque no se manipulan las variables, sino que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos después.

Se utilizó el enfoque cuantitativo que se ajusta mejor a la investigación debido a que según Hernández, Fernández y Baptista (2014), el enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

El diseño es no experimental, porque “los estudios se realizan sin la manipulación deliberada de variables y solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos” (Hernández et al., 2014, p.5.). Esto se observa claramente porque no se manipuló de ninguna manera las variables, ni se pretendió influir en la opinión de las personas.

El nivel de la investigación será descriptivo, analítico, porque sirve para describir y analizar sistemáticamente lo que existe con respecto a las variaciones o las condiciones de una situación. (Charaja, 2011) Esto coincide con los objetivos planteados debido a que se describe de acuerdo a los resultados cuál atractivo turístico genera el flow más alto y con cual componente analizando la experiencia vivida por los turistas alemanes en estos lugares.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN:

Población.

Se considerará a los turistas extranjeros alemanes que arribarán a la región de Puno en el año 2018 durante los meses de temporada media entre julio a septiembre y visitan sus principales atractivos en el lago Titicaca, que son Uros y Taquile, de manera organizada.

Muestra.

Se utilizará el muestreo aleatorio simple para poblaciones infinitas, considerando que aún no se conoce el total de turistas alemanes que arribarán al departamento de Puno, para el periodo estimado. El tamaño de muestra será determinado teniendo en consideración los pasos detallados líneas abajo.

Para obtener el tamaño de muestra se considera el caso de que la población es infinita o el muestreo es con reemplazamiento:

$$n_o = p * q \left(\frac{Z\alpha/2}{\varepsilon} \right)^2$$

donde :

p; Proporción de las unidades de análisis que poseen la característica objeto de estudio.

Si esta no es conocida se estima de una muestra piloto.

q; Proporción de las unidades de análisis que poseen la característica objeto de estudio.

n_0 ; Tamaño de la muestra si la población es infinita o el muestreo es con reemplazamiento.

$Z_{\alpha/2}$ Factor de confiabilidad (determinado por el nivel de confianza requerido $(1 - \alpha)$).

ε : Máximo error permisible.

Considerando que en este caso no se tiene el tamaño exacto de la población, no es necesario realizar el muestreo piloto, por lo que se recurre a hacer el supuesto más desfavorable (aquel para el que el tamaño muestral es mayor) de que $p = 1/2$; entonces $q = 1/2$. En este caso la muestra que calculamos nos da una precisión en los resultados “superior a la exigida”.

Entonces, haciendo uso del hecho de que el producto $p \cdot q$ es máximo cuando: $p = 1/2$ y $q = 1/2$ tenemos que:

$$p \cdot q = \frac{1}{2} * \frac{1}{2} = \frac{1}{4} \text{ (producto máximo)}$$

Luego: sustituyendo en la ecuación inicial obtenemos que:

$$n_o = p \cdot q \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{\varepsilon} \right)^2$$

$$n_o = \frac{1}{4} \left(\frac{1.96}{0.05} \right)^2$$

Dónde: el nivel de confianza al 95% es igual a 1,96 y el margen de error es 0.05

Por tanto: El tamaño de la muestra es $n_0=445.73$ si se considera como población infinita por lo que es necesario ajustar al 25%, siendo el nuevo tamaño de muestra $n_0=445.73*0.25=111.43$.

Lo cual significa que se aplicarán encuestas a 111 turistas alemanes en cada uno de los atractivos que arribarán a la región de Puno en los atractivos turísticos de Uros y Taquile, durante la temporada alta entre los meses de julio y setiembre.

Descripción de la población.

La investigación se ha realizado únicamente en los turistas de nacionalidad alemana por ser una población homogénea. La visita de los alemanes al Perú incrementa en promedio un 4% anual, esto sería un aproximado de 445 turistas alemanes que viajan de manera organizada durante julio a septiembre y visitan las islas del Uros y Taquile. Se está aplicando el cuestionario a prácticamente un cuarto de ellos.

Los siguientes cuadros reflejan el perfil del turista alemán:

Tabla N° 1: Resumen del perfil del turista alemán

Resumen:	Cifras:
Total de turistas alemanes	74489
Permanencia	15 noches
Gasto por persona	1885 USD
Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo	

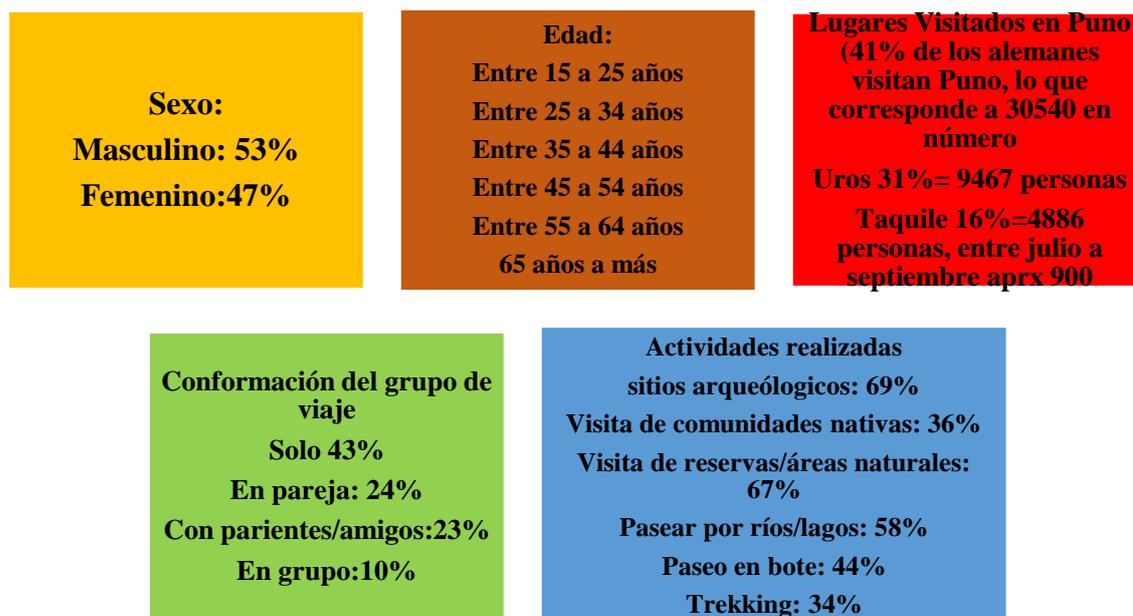


Figura N° 2: Características relevantes del turista alemán que visita Puno.

Fuente: PROM Perú, 2017

Los turistas alemanes, como refleja la tabla y la figura, son un segmento que viajan bastante, y son conocedores de muchas culturas y países. En el Perú y Puno les atrae el lago Titicaca, por ser el lago navegable más alto del mundo, rico en cultura y comunidades nativas. En primer lugar, les interesa el entorno paisajístico, la inmensidad del lago con vistas únicas de la naturaleza que lo conforma. Además, desean conocer las comunidades nativas, especialmente a los Uros, que son reconocidos mundialmente. Muchos de ellos no saben específicamente de la isla de Taquile, si no que llegan a ésta isla por una propuesta en su programa de viajes, porque la mayoría de los alemanes vienen con un paquete de viaje organizado. El alemán aprecia en gran manera la autenticidad y forma particular de los estilos de vida de la comunidad nativa de los Uros y Taquile.

Tabla N° 2: Sexo de turistas de habla alemana en los atractivos turísticos de Isla de los Uros y Taquile, Puno 2018

Sexo	N	%
Masculino	57	51.35
Femenino	54	48.65
Total	111	100.00

Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo.

Según la Tabla 1, existe proporcionalidad de los sexos de los turistas de origen alemán que visitan los atractivos turísticos de las islas de uros y Taquile, así el 51.35% es masculino y 48.65% femenino. El resultado arrojado, coincide con la investigación de PROM Perú (Comisión de promoción del Perú para la exportación y el turismo), que concluye que el sexo masculino predomina en los visitantes alemanes. Muy probablemente la razón es, que el Perú sigue siendo considerado un país inseguro y por lo tanto, las mujeres se atreven en menor número que los hombres, visitarlo.

Tabla N° 3: Edad de turistas de habla alemana en los atractivos turísticos de Isla de los Uros y Taquile, Puno 2018

Edad	N	%
Menos de 18 años	0	0.00
Entre 18 y 30 años	4	3.60
Entre 31 y 40 años	6	5.41
Entre 41 y 50 años	6	5.41
Entre 51 y 60 años	45	40.54
Entre 61 y 70 años	36	32.43
Entre 71 y 80 años	9	8.11
Entre 81 y 90 años	4	3.60
91 años y más	1	0.90
Total	111	100.00

Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo

En la Tabla 3, se observa que la edad predominante de los turistas de origen alemán que visitan las islas de los Uros y Taquile es de 51 a 60 años con el 40.54% y de 61 a 70 años con 32.43%, de lo cual se interpreta que el grupo de 51 a 70 años es el predominante. En general, los turistas alemanes jóvenes no disponen del tiempo ni del poder adquisitivo suficiente para visitar el Perú, porque debido a la distancia, es un país relativamente caro para visitar y se necesita de al menos 10 días de tiempo. Así que mayormente las personas jubiladas, que gozan de un poder adquisitivo mayor y de mucho tiempo, visitan el Perú y Puno.

Tabla N° 4: Acompañamiento en turistas de habla alemana en los atractivos turísticos de Isla de los Uros y Taquile, Puno 2018

Acompañamiento	N	%
Estuve solo	1	0.90
Yo y mi compañero/pareja	12	10.81
Estuve con mi familia/amigos	31	27.93
Fue un viaje en grupo	67	60.36
Total	111	100.00

Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo

Según la Tabla 4, respecto al acompañamiento, se determinó que la mayoría de los turistas de origen alemán realizaron el viaje en grupo con el 60.36% y en segundo lugar de importancia con familia y amigos con el 27.93%. Esto se debe a que, en muchos libros de guía de visita del Perú y según la embajada de Alemania en Perú y el ministerio de relaciones exteriores en Perú, puede ser a menudo peligroso y difícil (por la deficiente infraestructura y servicios, además del idioma), visitar el Perú y Puno por su cuenta. Por lo tanto, la mayoría viajan de forma organizada, y debido a que un programa individual organizado es más caro, la mayoría decide por viajar en grupo.

3.4. UBICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:

3.4.1. LOCALIZACIÓN DE LA EJECUCIÓN DE LA TESIS:

La ejecución de la tesis se desarrollará en los principales atractivos turísticos del lago Titicaca de la región de Puno, que son visitados por los turistas alemanes considerando las islas de los Uros y Taquile durante y después de la visita al lugar por parte de los turistas alemanes. Estos atractivos se encuentran en las inmediaciones de la ciudad de Puno.

Las islas flotantes de los Uros se encuentran a 7 km en dirección noreste de la ciudad de Puno, en la bahía interior del mismo nombre, al oeste del lago Titicaca, entre los paralelos 15°50'15" latitud sur y 70°01'18" longitud oeste del meridiano de Greenwich, a una altitud de aproximadamente 3810 msnm, que pertenece al centro poblado de Uros Chulluni, y la isla Taquile se ubica a 37 km de la ciudad de Puno, igualmente en dirección noreste, pertenece al distrito de Amantani, Puno, Perú y su pueblo principal se ubica a 3930m.s.n.m, con las coordenadas 15°46'38" latitud sur y 69°41'03"O longitud oeste referente al meridiano de Greenwich.

3.4.2. DESCRIPCIÓN DEL LAGO TITICACA Y DE LOS ATRACTIVOS

PRINCIPALES INVESTIGADOS

El lago Titicaca:

Importancia del lago Titicaca para el turista alemán.

El lago Titicaca es el marco del momento flow para los atractivos investigados que tiene fama a nivel mundial por ser el lago navegable más alto del mundo con paisajes y vistas impresionantes, caracterizado por poseer etnias y comunidades nativas únicas en su entorno que llaman la atención por su autenticidad y estilo de vida, ambos son características de gran importancia para el turista alemán.

El lago Titicaca tiene una superficie 15,5 veces mayor que el lago más grande de Alemania, el lago Bodensee, lo cual impresiona a los alemanes, además que se encuentra a una altura mayor que el pico más alto de Alemania, llamado Zugspitze a 2962 m.s.n.m. El turista alemán es muy exigente y desea ver sitios únicos en el mundo con gran valor natural y cultural. El alemán es muy culto y no se deja engañar por cuentos o apariencias, viene con conocimiento previo, indaga antes de viajar y viene al lago Titicaca, especialmente a las islas flotantes de los Uros y Taquile por el entorno natural del Titicaca, su majestuosidad, su inmensidad y el amplio cielo azul de postal con las nubes de cúmulo, características del altiplano, para conocer dentro de éste plano el estilo de vida y cultura con costumbres únicas y ancestrales de las comunidades nativas de Uros y Taquile caracterizadas por sus contrastes por ser aymaras, el pueblo de los Uros, y quechuas, el pueblo de Taquile.



Figura N° 3: Mapa del lago Titicaca

Fuente: Archivo de Amaru Tours

En el área del lago Titicaca, dentro de la bahía interior de Puno y el lago mayor, se encuentran los dos atractivos en los que se llevó a cabo la investigación.

Asimismo, el lago Titicaca en sí, constituye el principal atractivo para los turistas de habla alemana y se encuentra en segundo lugar después de Machu Picchu, como atractivo que lleva a la visita del Perú para los turistas de habla alemana.

El lago Titicaca

Descripción:

A partir de Dejoux e Ittis (1991), el lago Titicaca es el lago navegable más alto del mundo, un cuerpo de agua dulce que está catalogado como el segundo lago más grande de Sudamérica y ubicado en el puesto 18 de los lagos más grandes del mundo.

Ubicación:

El lago Titicaca está ubicado en la meseta del Collao en los Andes Centrales a una altitud promedio de 3812 msnm entre los territorios de Bolivia y Perú con las coordenadas: 15°45'00"S 69°25'00"O-15.75, -69.416666666667 Coordenadas: 15°45'00"S 69°25'00"O-15.75, -69.416666666667

Posee un área de 8562 km² de los cuales el 56 % (4772 km²) corresponden a Perú y el 44 % (3790 km²) a Bolivia y 1125 km de costa[] su profundidad máxima se estima en 281 m y se calcula su profundidad media en 107 m. Su nivel es irregular y aumenta durante el verano.

Está formado por dos cuerpos de agua separados por el estrecho de Tiquina; el más grande situado al norte es denominado lago Mayor o Chucuito tiene una superficie de 6450 km², estando en esta parte su mayor profundidad (281 m), cerca de la isla Soto. El otro cuerpo más pequeño llamado Menor o Wiñaymarca situado al sur tiene una superficie de 2112 km², con una profundidad máxima de 45 metros.

El lago Titicaca se encuentra entre las cordilleras andinas en una cuenca de alrededor de 58 000 km².³ Es el lago navegable más alto del mundo y ocupa el lugar 18° del mundo por superficie. Su atractivo turístico consiste en su ubicación geográfica, la belleza de sus paisajes y la cultura viva que se expresa en los grupos étnicos que habitan sus islas y orillas.

Ubicación geográfica y administrativa	
Continente	América
Región	América del Sur
Área protegida	Sitio Ramsar
Cuenca hidrográfica	Sistema endorreico Titicaca-Desaguadero-Poopó-Salar de Coipasa
País(es)	 Bolivia  Perú
División(es)	 La Paz (BOL)  Puno (PER)

Coordenadas	15°45'00"S 69°25'00"O-15.75, - 69.416666666667 Coordenadas: 15°45'00"S 69°25'00"O-15.75, - 69.416666666667
Cuerpo de agua	
Origen	Tectónico
Islas interiores	42 más otras islas artificiales (Isla del Sol, Amantani y Taquile)
Ciudades costeras	Puno y Copacabana
Afluentes	Ríos Suches, Huancané, Ramis, Coata, Ilave, Catari, Tiwanaku, Keka (hasta 25)
Efluentes	Río Desaguadero o Aullagas (436 km)
Dimensiones	
Longitud	204 km
Superficie	8.562 km ²
Volumen	893 km ³

Anchura máxima	65 km
Longitud costa	1.125 km
Profundidad	Media: 107 m Máxima: 283 ¹ m
Altitud	3.812 m
Características del embalse	
Área drenada	56.270 km ²
Otros datos	
Destacado	18° del mundo por superficie, 3° de América del Sur y lago de mayor altitud de los grandes lagos de Sudamérica

Figura N° 4: Descripción del lago Titicaca.

Fuente: www.wikipedia.com/lagotiticaca

Geografía

La temperatura promedio anual del lago es de 10°C, en tanto que el clima en la región del lago es de naturaleza extrema, con grandes variaciones de temperatura que se

acentúan en función a la lejanía del lago y aumento de altura. La pluviometría aumenta en los meses del verano austral (diciembre a marzo) y cae drásticamente en los meses de invierno (abril a noviembre). En verano son frecuentes las tormentas sobre el lago y la zona circundante, así como las inundaciones en zonas de nivel 0 sobre el lago.

Hidrología

Gran parte del agua se pierde por evaporación y las sales que han entrado con los ríos se quedan. Sólo un 5 % del agua se va por el río Desaguadero y desemboca en el lago Poopó que es mucho más salado. El agua finalmente se pierde en el salar de Coipasa donde la escasa cantidad de agua que reciben termina por evaporarse completamente. Los ríos de la hoya del Titicaca son de corta longitud, el río de mayor longitud (Ramis-Azángaro-Carabaya) sólo tiene 240 kilómetros. Otra característica de los afluentes del Titicaca es su caudal irregular marcado por las lluvias estacionales entre diciembre y marzo y la ausencia de lluvias entre junio y noviembre que disminuyen notablemente su caudal; estas lluvias generan inundaciones en las desembocaduras de los ríos, y son más notables en los ríos Ramis e Ilave. (Dejoux, et al. 1991)

Además, los afluentes del Titicaca destacan por la ausencia de turbulencia, el carácter meándrico debido a la baja pendiente y por mantener fauna fluvial consistente en peces (sucbe y chalhua) y reptiles, así como aves buceadoras que viven de la fauna del río. El nivel promedio histórico del lago Titicaca es de 3810 msnm, aunque sus fluctuaciones pueden sobrepasar los 3812 msnm (1986), bajar hasta 3808 msnm (1998), e incluso en 1943 llegar hasta los 3806,7 msnm. La periodicidad e intensidad de las lluvias condicionan el incremento o disminución de los niveles. Las pérdidas de agua en el lago son en un 91 % por evaporación y 9 % a través del río Desaguadero.

Fauna y flora

La fauna está compuesta principalmente de patos zambullidores, gato andino, chulumpi tiki, guallatas y parihuanas. Entre los peces destacan el suche (*Trichomycterus rivulatus*), el carachi y la trucha (introducida). En el lago existe una especie endémica conocida como rana gigante del lago Titicaca (*Telmatobius culeus*), siendo el lago el único hábitat de esta especie.

La vegetación del lago se clasifica en anfibia, sumergida y flotante, y compone uno de los principales elementos del ciclo del ecosistema. Su flora está representada por 12 variedades de plantas acuáticas resaltando la totora (*Scirpus californicus*), la yana llacho (*Elodea potamogeton*), la lenteja de agua (*Lemna sp.*) y la purima (*Chara sp.*). También existe fauna terrestre en las islas y riveras del lago Titicaca, entre las que destacan las vicuñas, alpacas, llamas, cuyes, zorros, entre otros. (Flores, 2012)

Demografía

El total de habitantes de la cuenca del Titicaca suma 2 054 622 habitantes, de los cuales 1 132 378 viven en el lado peruano y 922 244 en el lado boliviano.

Importancia del lago Titicaca en la zona

El lago Titicaca modera el clima de su zona circundante, pues absorbe y retiene la energía solar del día y la irradia en la noche. Por esta razón los climas en las zonas circundantes al lago no son extremadamente frías como se esperaría sobre los 3800 msnm, esto a su vez influye en las actividades agropecuarias en el área que rodea al lago. Debido a esto, en Perú el área circundante al lago es la región geoeconómica más importante de los andes sudperuanos; sólo en esta zona se encuentran el 49 % de las alpacas, el 32 % de ovinos, el 29 % de llamas y el 10 % de vacunos de todo el Perú.

La población también ha crecido en gran medida en esta zona, sólo en la parte peruana alrededor del lago viven más de un millón de personas. Debido al clima y a la agricultura que subsiste por la moderación en el clima que produce el lago Titicaca. Si el lago Titicaca no existiera, esta zona hubiera sido un páramo helado con muy pocos habitantes.

La Pesca

La pesca en el Lago Titicaca tiene una gran importancia económica y social en el devenir de los habitantes del departamento de Puno. La explotación continua de los recursos naturales del lago ha constituido una pieza clave en el desarrollo y supervivencia de los pueblos que durante milenios han localizado y transformado el entorno circunlacustre. En la actualidad, la pesca en el Lago Titicaca sigue teniendo un marcado carácter de actividad de subsistencia (captura por día entre 6 y 10 kg/viaje). El pescado constituye una fuente de alimento básica para estas poblaciones siendo en algunos casos casi el único aporte de proteínas en su dieta. Las capturas son comercializadas a través de intermediarios en núcleos poblacionales próximos al lago. El carácter artesanal de la actividad no ha permitido un mayor desarrollo de la pesca. (Flores, 2012)

Atracciones turísticas

El lago Titicaca en sí constituye el mayor atractivo turístico, debido a su gran tamaño, ser el lago navegable más alto del mundo y por poseer riqueza cultural por su diversidad étnica y pueblos nativos ubicados en sus islas y penínsulas, de los cuales se describen los dos principales visitados por los turistas alemanes a continuación:

Islas flotantes de los Uros

Descripción:

Según Anders (2017):

Las islas flotantes de los uros son un grupo de islas artificiales hechas de totora construidas en el lago Titicaca. Sus habitantes son los uros, un pueblo ancestral que actualmente se distribuye en la meseta del Collao y que en el Perú sólo habitan en las islas flotantes ubicadas en la bahía de Puno. La subsistencia en las islas flotantes se basa en una cultura ligada al lago y a la totora que brota del fondo del lago. La construcción de estas islas se hace cortando la raíz las totoras en las zonas en donde crece más tupidamente, formando una capa natural a la que los uros denominan *khili*; sobre esta capa construyen sus viviendas, también de una malla tejida de totora a la que denominan estera. Cada vivienda es de una sola habitación y cocinan al aire libre para evitar incendios.

Las iglesias, escuelas y locales comunales suelen llevar techo de calamina. En las islas también construyen corrales para criar chanchos, cuyes y aves de corral. En el Perú existen más de 100 islas de la etnia uro chulluni, el número de familias que ocupan una isla es bastante variable, en general oscila entre tres y diez.

Ubicación

La isla flotante de los uros se encuentra al oeste del lago Titicaca, y al noreste de Puno, entre los paralelos 15° 50' de longitud oeste del meridiano de Greenwich, a una altitud de aproximadamente 3810 metros. Situado a 7 km de la ciudad de Puno.

Etimología

El término «uros» proviene de la palabra aymara «qhana uru» («qhana» quiere decir claro; «uru» significa día, por lo tanto significa día claro).

«Uri», que significa indómito, chucaro, bravo, por lo que los urus fueron uri urus, es decir hombres indómitos, claros y salvajes, descendían de un grupo étnico llamado «qapi», cuya lengua era el pukina, que se extinguió, actualmente los habitantes de los uros hablan el aymara.

Altitud

La isla flotante de los uros se encuentra en la bahía de Puno, se encuentra a una altitud de aproximadamente 3810 metros.

Clima

La isla flotante de los uros tiene un clima frío y seco, con una temperatura máxima que llega a 20 ° c. por las estaciones del año, en las precipitaciones de verano llega la lluvia acompañada de fuertes vientos y olas en la tarde, mientras que en invierno es bastante frío por la noche y durante el día existe una intensa radiación solar. El lago Titikaka desempeña una función termorreguladora y esto permite una mayor producción en la agricultura en las zonas que rodean el lago Titicaca.

Idioma

La lengua materna de los Uros era puquina, que hoy en día es un idioma extinto. Actualmente se adoptó el aymara que es la lengua oficial que se impuso con el paso del tiempo. También se habla español. Entre 1931 y 1938 hubo como máximo 100 hablantes uruquilla, pertenecientes a 30 familias a orillas del Desaguadero, pero a partir de 1950 son sólo algunos oradores en uruquilla en la misma zona. La mayoría de los Uros

adoptaron el aymara y quechua, es decir que perdieron su lengua materna. Algunos sostienen que los Uros también podían hablar el idioma puquina además del suyo propio, por lo que hoy en día se le ha dado el mismo nombre, "puquina" a pesar de que son dos idiomas muy diferentes.

Flora

Las islas flotantes de los Uros son parte de la Reserva Nacional del Titicaca, lugar donde las cañas de totora o científicamente conocido como (*Schoenoplectus* o *Scirpus totora*) son la planta acuática más común. Estos favorecen el equilibrio del ecosistema y el hábitat de las poblaciones de aves silvestres que habitan en el lago. La totora está compuesta de dos partes y crece hasta 3,5 m. Una parte verde sobresaliente del agua y un parte corta y blanca seguida de la raíz a la que los uros llaman chullo.

El llacho (*Elodea*, *Meriophyllum patamogetum*) distribuidos en partes poco profundas del lago, es un recurso alimenticio que mantiene la producción de ganado y sus productos derivados. El grano de agua (*Lens esculenta*) es una presencia frecuente de macrófitos flotante en aguas de nitrógeno, potasio y fósforo, su presencia masiva provoca un impacto negativo.

Fauna

Peces nativos e introducidos forman parte de la dieta de los habitantes de las islas flotantes Uros. Especies de peces nativos son los siguientes:

- Carachi Blanco (*Orestias albus*)
- Carachi Pequeño (*Orestias olivaceus*)
- Carachi amarillo (*Orestias Luteus*)
- Carchi Negro (*Orestias Jusesi*)

- Ispi (*Orestias nooni*)
- Mauri (*trichumectarus dispar*)
- Boga (*Orestias Pentlandi*)
- Suche (*Trychemicterus*)
- Trucha (*Salmo spp*)
- Kingfish (*Orestias Sely*)
- Umantu (*Orestias cuvieri*)

Además, existen más de 60 especies de aves entre las cuales las siguientes especies:

- Garza blanca (*Egretta alba*)
- Garza gris Waqana, Martinete (*Nictycorax nicticorax*)
- Garza azul (*Agretta thula*)
- Garza Buyera (*Bubulcus Ibis*)
- Gaviota, Qillwa (*Larus serranus*)
- Ganso andino, Wallata (*Chloephaga melanoptera*)
- Pato cerdo, Mijji (*Phalacroconax alivaceus*)
- Ibis Negro, Chuwankira (*Plegadis redwayi*)
- Gallareta gigante, Ajoya (*Fulica gigate*)
- Gallareta americana, Choca (*Fulica ardesiaca*)
- Gallareta común, Mototo (*Pardirallus sanguinolentus*)
- Pato andino, qaqato (*Anas specluariodes*)
- Pato andino, qaqana (*Anas giorgica*)
- Suro Duck, encalla (*Anas puna*)
- Q'ñola (*Centropelma micropterum*)
- Gavilán (*Parabuteo unicantus*)

Medios de producción económica

Mantienen la tradición de la pesca artesanal, especialmente del carachi y el pejerrey. Cuando la pesca es abundante conservan los peces secándolos al sol. También se dedican a la caza de aves silvestres y a la recolección de huevos de pato.

Los hombres son hábiles constructores y conductores de balsas de totora y las mujeres son expertas haciendo tapices para la venta a los turistas. En los comienzos del siglo XXI han dirigido sus actividades al turismo. Se han convertido en un punto obligado en el recorrido de los turistas que pasan por Puno. El principal elemento de trabajo de los urus es la totora.

Artesanía

La producción de la artesanía tradicional es el más importante para los habitantes de las islas flotantes de los Uros, la producción artesanal se comercializa en las mismas islas a los turistas nacionales e internacionales. Las mujeres producen tapices, cobertores de almohadas y caminos de mesa a mano y también hay trabajos en totora, se hacen como balsas, móviles y canastas.

Turismo

En los últimos años el turismo en la región de Puno, se ha incrementado de manera significativa, las visitas a las islas flotantes de los Uros, los habitantes de las islas flotantes de los Uros diversifican su oferta turística que ofrecen a los turistas nacionales e internacionales. Los servicios que ofrecen son la visita a las islas con explicación de cómo viven y construyen sus islas, paseo en balsa de totora, artesanías, turismo vivencial con alojamiento básico y alimentación.

Población

Según el centro de salud básico, las Islas de los Uros tienen una población de 2000 habitantes.

Transporte

Como medios de transporte se utilizan balsas y botes para estar conectados principalmente a la ciudad de Puno y del mismo modo hay comunicación esporádica entre Ichu, Huata, Capachica, la península de Chucuito, entre otros.

Historia

Los Uros descienden de una tierra milenaria según las leyendas, son "pukinas" que hablan Uro o Pukina y que creen que son los dueños del lago y del agua. Los Uros dicen tener sangre de negro porque no sienten el frío. También se llaman a sí mismos "Lupihagues" (Hijos del Sol). Hoy en día, Uros no hablan el idioma Uro, ni practican sus antiguas creencias, pero mantienen algunas costumbres antiguas.

Los Uros negocian con la tribu Aymara en el sur, se casaban con ellos y, finalmente abandonan la lengua Uro por la de los aymaras. Hace unos 500 años que perdieron su lengua original. Cuando fueron amenazados por el imperio Inca, construyeron las islas flotantes en el lago como refugio y durante la colonia tenían que pagar impuestos a los españoles, y con frecuencia se hicieron esclavos. (Cerrón, 2017)

Construcción de las islas

Para empezar a describir la construcción de las islas de los Uros, antes se debe saber que es el kile, pieza fundamental de su construcción. El Kile es la Raíz de la totora mezclada con la base de la tierra del lago, es como un corcho que siempre flota. Pero, el kile solo se puede encontrar una vez al año, generalmente en verano, cuando el nivel del

agua sube. La presión del agua rompe la raíz de la totora y hace que flote naturalmente. Un pedazo de kile es de 5 o 6 metros de largo por 2 o 3 metros de ancho.

Una pieza de kile grande está entre 300 a 500 kilogramos de peso y otros gigantes entre 600 a 800 kilogramos de peso. ¿Cómo se corta la totora?: los Uros nunca cortan la totora desde la base de la raíz; lo que hacen es dejar uno 30 cm. Aproximadamente desde la raíz hasta el punto en que se va a cortar, pues ellos saben que después de 6 meses la totora volverá a crecer.

Para cortar la totora los Uros utilizan una herramienta principal llamada la Kiniña; instrumento (palo largo en el cual en la parte de la punta se ata un cuchillo muy filudo para cortar la totora).

Descripción de la construcción

Descubierto el kile los Uros tuvieron el ingenio de construir sus viviendas en el lago (islas flotantes), es así que como en un paso siguiente aprendieron a usar la totora, formando una capa natural que va por encima del llamado Kile. Debemos dejar en claro que la cantidad de piezas de kile para construcción de las islas dependerá de cuán grande sea la isla, pudiendo tener desde 8 piezas a más.

Encontrado el kile, se continuará con su proceso de traslado hasta el punto de construcción de la isla haciendo un recorrido de unos 6 a 7 kilómetros de distancia. Para lo cual se utilizan botes de madera para empujar y jalar las piezas de kile. Cuando el kile es muy grande para su traslado se utiliza el serrucho para dividirlo en dos y transportarlo fácilmente.

Cuando las piezas están en el río empiezan la unión de los pedazos de kile. Cuando ellos tienen clara la localización de las islas, utilizan eucaliptos largos con unos 3 m.

alrededor de la isla, 6 a 8 palos en número; estos palos generalmente son resultado de una compra directa o de un intercambio (un trueque), y éstas son utilizadas como anclas. Posteriormente estas anclas son amarradas hacia las anclas de la otra pieza con cuerdas sintéticas (hace tiempo atrás ellos utilizaron paja o “keswua” para poder hacer sus propias cuerdas).

Estas anclas están ubicadas a ambos lados del río Willy (río que cruza la reserva nacional), y sus cuerdas son hundidas con piedras para que los botes no tengan problemas como el de enredar sus hélices con las cuerdas que anclan las islas. Este es un proceso muy importante pues si las cuerdas con las que se atan llegan a romperse la isla podría moverse hacia el otro lado del río.

Cuando la isla está ya en una posición estable añaden capas y capas de totora en posición de cruz, teniendo 1.30 m de totora sumado con 1 m de kile, haciendo 2.30 m de espesor o grosor de la isla a más.

Para su mejor conservación los pobladores, tienen un constante trabajo en echar más plantas de totora después de un mes o dos meses, de esta manera evitan la desintegración de las islas. Sin embargo, al concluir la construcción de la isla ellos saben que durara 30 o 40 años aproximadamente, luego de este tiempo el quile se va a podrir con el agua y se construirá una nueva isla.

Construcción de las viviendas

Una vez acabada la construcción de las islas se procede con la construcción de las viviendas de los uros que son de dos tipos: la casa antigua o chuklla y la casa moderna de estilo rectangular, que es la predominante en la isla.

Para este proceso colocan una pieza extra de kile y totora como base de sus casas a 45 cm., ésto con el objetivo de contrarrestar la humedad. Sus casas poseen una duración de unos cinco años.

El periodo de construcción de sus viviendas es de 8 meses a 1 año.

Recientemente los uros han comenzado a utilizar calaminas para los techos, en algunos casos cubren las calaminas con esteras de totora, para conservar el aspecto característico de las chozas, para mejorar el aislamiento térmico y con fines turísticos.

Vida tradicional

Gran parte de la dieta y la medicina de los Uros también giran en torno a los mismos totora usadas para construir las islas. Cuando se tira de la totora, el fondo blanco se come a menudo para el yodo. Esto previene el bocio. Esta parte blanca de la totora se llama el chullo (Aymara). Al igual que los pueblos andinos del Perú dependen de la hoja de coca para el alivio de la dureza del clima y el hambre, los Uros se basan en las cañas de totora en la misma forma. Cuando en el dolor, la caña se envuelve alrededor del lugar en el dolor de absorberlo. Además, si hace calor afuera, ruedan la parte blanca de la totora en la mano, que se abre, colocando el chullo en la frente. En esta etapa, es muy fría al tacto. La parte blanca de la totora también se utiliza para ayudar a aliviar las resacas relacionados con el alcohol. Es una fuente primaria de alimentos. También hacen un té de flor de totora (chumi)

Mantienen la tradición de la pesca artesanal, especialmente del carachi y el pejerrey, cuando la pesca es abundante y conservas de pescado secado al sol. También se dedican a la caza de aves silvestres.

Educación

El poblador uro antiguamente era analfabeto, ya que se hablaba internado en las profundidades del lago, en sus islas y desconocía de la existencia de centros que impartían instrucción, por lo tanto no daban importancia a la educación de sus hijos.

En 1963 incursiona por primera vez la educación, propiciada por la “Misión Adventista del Lago Titicaca”, quienes crearon la primera escuela particular, respaldada por algunas personas caritativas con apoyo alimentario para los alumnos internados.

Actualmente en el Centro Poblado Turística Uros Chulluni, se cuenta con 8 escuelas de los diferentes niveles educativos. (Cerrón, 2017)

Programa de la visita turística clásica

La visita turística tradicional en los Uros generalmente es de una hora con 30 minutos en promedio.

La lancha con el grupo de turistas, o turistas individuales llega al río Wili que pasa por medio de las islas y le es asignada una isla que visitará. La asignación se da por rotación, éste sistema está organizado por los dirigentes de ésta comunidad nativa.

En la isla, los turistas son saludados por los uros en aymara y se les da una explicación acerca de la vida de los pobladores y la construcción de las islas, así como del lago Titicaca. Esto hace el guía o los pobladores de la isla. Posteriormente los turistas son invitados a explorar la isla y conocer a los pobladores y sus casas. Después tienen la posibilidad de comprar algunas artesanías y hacer un paseo en balsa de totora. Los pobladores de la isla cantan algunas canciones en su idioma y otros para despedirlos. Finalmente se llega a otra isla flotante con una estadía de diez minutos. Terminan la visita y continúan generalmente a otro destino como Taquile o Llachón o sino regresan a Puno.

Taquile:**Descripción:**

La isla de Taquile (Intika en quechua), en el lago Titicaca, pertenece al distrito de Amantaní, Puno, Perú. Cuenta con una población aproximada de 2.200 habitantes. La isla pertenece al dominio lingüístico del idioma quechua y el gentilicio de sus habitantes es *taquileño/a*.

Según Espinoza (1998), Intika fue parte del Imperio Incaico por lo que hasta el día de hoy se pueden apreciar algunos restos arqueológicos. Esta isla fue una de las últimas localidades peruanas que capitularon frente a los españoles en el siglo XVI. Posteriormente fue tomada en nombre del emperador Carlos V y finalmente pasó a la corte de Pedro Gonzales de Taquila, de cuyo apellido se desprende hoy su nombre. Los españoles prohibieron la vestimenta tradicional incaica, por lo que los isleños tuvieron que adoptar la vestimenta campesina que hasta el día de hoy usan. Es estrecho y largo, fue utilizado como prisión durante la Colonia Española y en el siglo 20. En 1970 pasó a ser propiedad del pueblo de Taquile, que han habitado la isla desde entonces.

Ubicación:

Taquile se encuentra en el lago Titicaca, en el lago mayor, a 35 km de la ciudad de Puno. La villa principal se encuentra a 3.950 msnm y el punto más alto de la isla llega a los 4.050 msnm.



Figura N° 5: Mapa de la isla de Taquile

Fuente: Munay Taquile, 2010

Tiene la coordenadas 15°46'38"S 69°41'03"O-15.77722, -69.68417. La isla de Taquile tiene una extensión de 6km de largo y 1,5 km de ancho. No hay vehículos de transporte; el único medio de transporte es a pie. La isla está dividida en 6 suyos o partes: Estancia, Chilcano, Chuñopampa, Kollino, Huayllano y Collata. Tenemos cinco puertos principales: Alsuno, Salacancha, Chilcano, Huayllano y Kollata.

Distancias:

Puno-Taquile: 37 km, 2,5 horas en lancha normal y 1,20 horas en lancha veloz.

Aspecto físico

La isla tiene una longitud máxima de 5,5 km y una anchura tope de 1,5 km, siendo la segunda isla más extensa del lago (5,72 km²) en su parte peruana después de Amantaní. La vertiente occidental es casi vertical, mientras que la oriental ofrece una pendiente menos inclinada. El pueblo de Taquile se encuentra a 140 m sobre el nivel del lago, a 3

950 m s.n.m. Gracias al efecto termoregulador del lago, en la isla existe un microclima favorable a la agricultura.

Sociedad

La sociedad taquileña está basada en el trabajo colectivo y en el código moral Inca "Ama sua, ama llulla, ama quella" (no robarás, no mentirás y no serás perezoso). Actualmente su economía se basa en la pesca, la agricultura de la papa en los andenes y el turismo, recibe anualmente 40,000 turistas. Los taquileños son especialmente conocidos por sus tejidos, los que se encuentran dentro de la más fina artesanía no solo en Perú sino en el mundo. "Taquile y su arte textil" fueron honrados al ser proclamados "obras maestras del Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad" por la UNESCO. Cabe resaltar que el hilado y el tejido es hecho principalmente por hombres, comenzando a la edad de ocho años. Las mujeres hacen exclusivamente de hilados y tejidos.

La vida en Taquile es todavía en gran parte sin cambios por la modernidad del continente. No hay coches y hoteles en la isla solo hay unas pequeñas tiendas que venden los productos básicos. La mayoría de las familias utilizan velas o linternas con baterías o manivelas. Pequeños paneles solares se han instalado recientemente en algunos hogares.

Los Taquileños también son conocidos por haber creado un modelo innovador del turismo controlado por la comunidad, ofreciendo que se queda en las casas con las familias, el transporte, y restaurantes para turistas. Desde que el turismo comenzó a llegar a Taquile en los años setenta los taquileños poco a poco han perdido el control sobre del turismo de masas dirigidas por personas no Taquileños. Los Taquileños han desarrollado modelos de turismo alternativo, incluyendo el alojamiento para grupos, actividades culturales y guías locales, que han terminado recientemente un programa de formación

de 2 años. Además, una Agencia Local de Viajes (Munay Taquile) se ha establecido para recuperar el control sobre el turismo.

Se encuentran arbustos y árboles en la isla. Entre otros Kolle que es el árbol utilizado para cubrir las casas y para leña, la flor de la Cantuta (la flor nacional del Perú), el Chuju (utilizado como detergente) y Muña (para la enfermedad de estómago). Unas variedades de harinas en la isla se utilizan como Medicina Natural al igual que la Muña. La coca es traída desde Puno y proviene principalmente de Cusco.

La vida silvestre en Taquile incluye carneros, ovejas, vacas, cuyes, pollos. Los perros y los gatos son raros y si se desea hay que pedir permiso a las autoridades de la comunidad.

Taquile también ofrecen una amplia gama de platos típicos. El desayuno consiste de dos tortitas con azúcar o pan con huevos con un té hecho de Muña o Coca. Para el almuerzo se obtiene una sopa de verduras y quinua, trucha con arroz y tomate y ensalada. Para la cena la gente taquileña sirven una sopa de verduras con buen pan.

Los Taquileños dirigen su sociedad basada en el colectivismo de la comunidad y en la moral inca ama sua código, ama llulla, ama qhella, (no robar, no mentir, no ser flojo). La isla está dividida en seis sectores o suyus con fines de rotación de cultivos. La economía está basada en la pesca, la horticultura en terrazas de cultivo basados en el cultivo de la papa, y los ingresos turísticos generados a partir de los aproximadamente 40 mil turistas que visitan cada año.

La mayoría de los habitantes de Taquile son católicos. Se adaptaron a esta religión siguiendo la armonización de su cultura ancestral con la cultura cristiana. La madre tierra (Patchamama), la principal deidad andina que controlan directamente, la cosecha, la

fertilidad, que ofrece una serie de pagos (ofrenda) al año y tres hojas de coca antes de cada actividad o viaje. Dios está presente durante todo el año en las festividades. Hay dos iglesias católicas (la más grande en el centro y otro en Huayllano) y una iglesia Adventista (en Huayrapata).

Vestimenta étnica

Reconocida por la UNESCO en 2005 como Patrimonio intangible de la humanidad, Las prendas que utilizan conservan mucha reminiscencia de tiempos precolombinos tanto en su calidad, diseño y simbología.

La mujer viste una blusa roja y muchas faldas multicolores, recubiertas con una amplia falda negra. El talle es ceñido con un fino cinturón guinda. La cabeza y la cara son protegidas por un largo manto negro que las protege del sol.

Los hombres usan un pantalón tejido de color negro, su camisa blanca es recubierta por un chaleco corto, cuya forma y colores determinan su función en el seno de la comunidad. Lleva además una larga faja bordada, cuyo tejido describe en forma simbólica propio de la isla, los eventos que han marcado la vida de la pareja. El chullo o gorro finamente tejido, permite diferenciar los hombres casados de los solteros. La forma como usa la cola del chullo señala si está buscando pareja.

La historia de Taquile se remonta a la época pre-incaica. En efecto existen chullpas que servían de vivienda en esa época en la cima de la colina denominada "la isla", construidas enteramente en piedras labradas. Estas tienen la forma de pequeñas habitaciones rectangulares, y la entrada, contrariamente a las tumbas de Sillustani, son amplias y permiten la entrada de una persona de pie. Taquile cuenta también con una estación de radio que funciona a base de generadores, sin embargo los lugareños han

decidido no usarlos y optar por paneles solares. Un hecho curioso es que dentro de la isla no habita ningún perro.

Ruinas.- Existen cinco sitios con construcciones preincas, ubicadas en puntos estratégicos a lo largo de la isla. Son: Mulsinapata en Estancia Suyo, Cruzpata en Chanopampa Suyo, Quanojata en Collata Suyo y Quinuapata y Pukarapata en Kallino Suyo. Hatun Nan (Camino Grande).- Conduce a las ruinas y bellas playas de Huallano y Collata Suyo. Hay varios miradores naturales que permiten tomar fotos espectaculares de la isla y el Lago Titicaca. (Prochaska, 1990)

Programa de la visita turística clásica

Generalmente la visita clásica a Taquile es de tres horas en promedio. Los turistas llegan a uno de los puertos, que son generalmente Alsuno o Salacancha al promediar las 11 de la mañana y caminan junto a su guía por uno de los senderos hasta la plaza principal del pueblo, dónde pueden visitar el centro artesanal. En uno de los restaurantes cercanos a la plaza llegan a almorzar, y se les sirve una sopa de quinua con pan, y de segundo, trucha frita con papas, arroz y verduras o un omelette.

El guía hace la interpretación de los tejidos y textiles típicos de la isla, explica costumbres y estilo de vida de los taquileños y posteriormente se retorna por uno de los senderos a uno de los puertos y se regresa a Puno.

En algunos programas también se pernocta por una noche, programa que es el mismo ya descrito durante el primer día, solo que en la tarde se hace una caminata para ver la puesta del sol, puede ser un camino más largo, por ejemplo, hasta las playas de Collino o Kollata al sur de la isla. En la noche hay cena, generalmente algo simple, como una sopa de sémola y un guiso de segundo y muchas familias también ofrecen tocar algo

de música típica de isla y muestran sus danzas. A la mañana siguiente se puede hacer otra caminata para interpretar las plantas medicinales, conocer los sitios arqueológicos para subir al centro ceremonial de Mulsinapata.

Generalmente después del almuerzo retornan a Puno.

3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:

Se usó la técnica documental o bibliográfica, que, para Morán y Alvarado (2010) permitirá revisar la documentación de carácter teórico sobre la materia, elementos de sustento en la ejecución de la tesis. Instrumento: fichas bibliográficas.

Se utilizará la técnica de la encuesta, con el instrumento de recolección de datos como el cuestionario, Palomino (2010, p.233) afirma que “tiene el propósito de recoger datos de un grupo más o menos extenso o grande de sujetos...Es predominante que a través del diseño de encuestas se estudie el statu quo, sin preguntar por qué existe el statu quo en el campo social. El investigador tiene que operar las variables tal como se le presentan ante la observación, por ello todas estas variables son de observación”.

La encuesta según Encinas (1987) es una técnica muy utilizada en la investigación cuantitativa. Es un medio adecuado para obtener datos o informaciones que sólo pueden aportar los sujetos acerca de un determinado problema. La encuesta constituye, a menudo, el único medio por el cual se puede obtener opiniones, conocer actitudes y recibir sugerencias para el mejoramiento de distintos aspectos de la realidad.

El instrumento de la encuesta es el cuestionario, que es una lista de preguntas que se proponen con un determinado fin que en esta oportunidad vendría a ser conocer las preferencias del turista alemán que le generan el momento flow.

Según Palomino (2010) el cuestionario consiste en la estructuración de preguntas o ítems con el objetivo de obtener datos sobre las variables, sus dimensiones e indicadores, para obtener información indirectamente. El cuestionario elaborado consta de 8 ítems cerrados en su mayoría con diferentes categorías para marcar, en algunos casos subdivididos que permiten obtener respuesta a los objetivos planteados.

Para el primer objetivo: Identificar al atractivo turístico del lago Titicaca (Uros o Taquile) de la región Puno que genera el nivel más alto del momento “flow”.

Se aplicará una encuesta, según el tamaño de la muestra, para cada uno de los 2 atractivos principales identificados, a 111 turistas alemanes.

Para el segundo objetivo: Describir al componente del momento “flow” que más predomina en los atractivos turísticos del lago Titicaca (Uros y Taquile) de la región de Puno.

Se aplicará la misma encuesta que tiene como contenido todos los componentes del momento flow (fluir), siendo posible determinar y describir el componente que predomina según los resultados.

Para el tercer objetivo: Señalar los motivos y elementos principales que impulsaron a la visita de Uros y Taquile.

Se aplica la misma encuesta, que contiene preguntas al respecto

3.6. PLAN DE TRATAMIENTO DE DATOS:

Los datos recogidos y la información que brindan se abordaron considerando los siguientes aspectos:

- Tabulación de datos: Se hizo la contabilización y clasificación de los datos recogidos.
- Elaboración de cuadros de distribución porcentual: Se representó los datos recogidos en cuadros numéricos y estadísticos, agrupándolos de acuerdo a las variables, dimensiones e indicadores.
- Elaboración de figuras de ilustración: Los cuadros numéricos fueron transformados en gráficos de barra para ilustrar, comparar y relacionar de manera más objetiva los datos.
- Análisis e interpretación: Se analizó e interpretó los datos recopilados de acuerdo a los objetivos e hipótesis planteadas para poder sacar a partir de ahí las conclusiones y sugerencias que resultan de la investigación.

Se realizará a través de programas específicos como el SPSS versión 9, el Microsoft Word y Microsoft Excel para obtener los datos procesados correspondientes y ejecutar el análisis respectivo.

3.7. DISEÑO ESTADÍSTICO PARA LA PRUEBA DE HIPÓTESIS:

Para probar la veracidad o falsedad de la hipótesis se procedió de la siguiente manera:

- a) Determinación de las hipótesis estadísticas:
 - $H_i: y = f(x) \rightarrow$ La intensidad del momento “flow” que gozan los turistas alemanes en los principales atractivos turísticos del lago Titicaca de la región Puno es alta.

- $H_0: y \neq f(x) \rightarrow$ La intensidad del momento “flow” que gozan los turistas alemanes en los principales atractivos turísticos del lago Titicaca de la región Puno es baja
- b) Prueba Estadística: Determinación de la media aritmética respecto a la intensidad del momento flow:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^N x_i}{N}$$

Donde:

- Σ = Sumatoria de los datos a considerarse.
- x_i = Valor de i-ésima observación.
- n = Número de datos a considerarse en la muestra.
- N = Número de datos de la población.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN:

Se han aplicado las 111 encuestas a turistas alemanes durante los meses de julio a septiembre del año 2018, que reflejan las sensaciones promedio con respecto al momento flow.

4.1. RESULTADOS:

Se detallan los resultados con respecto a los objetivos:

4.1.1. INTENSIDAD DEL MOMENTO FLOW:

Respecto al objetivo principal: “Determinar la intensidad del momento “flow” que gozan los turistas de habla alemana en los principales atractivos turístico de la región Puno”, se ha sacado el promedio de percepción de los turistas a partir de la tabla 8.

Tabla N° 5: Intensidad del momento flow: Intensidad del momento flow que experimentaron los turistas alemanes durante la visita de Uros y Taquile, 2018.

Uros	
Sensaciones	
a) El tiempo pasó rápido	3,94
b) El tiempo estuvo marcado por emociones y sentimientos positivos	4,10
c) Usted podría narrar inmediatamente sus experiencias en la isla	4,14
d) Le hubiese gustado quedarse más tiempo	3,72
e) La meta del viaje al sitio mencionado (el viaje en sí) se cumplió	4,47
f) Usted pudo concentrarse bien durante la visita del sitio	4,08
g) Usted tuvo la sensación de tener todo bajo control	3,93
h) La visita no le exigió demasiado (eventualmente problemas con la altura)	3,60
Taquile	
Sensaciones	
a) El tiempo pasó rápido	4,19
b) El tiempo estuvo marcado por emociones y sentimientos positivos	4,03
c) Usted podría narrar inmediatamente sus experiencias en la isla	3,77
d) Le hubiese gustado quedarse más tiempo	3,85
e) La meta del viaje al sitio mencionado (el viaje en sí) se cumplió	4,26
f) Usted pudo concentrarse bien durante la visita del sitio	3,98
g) Usted tuvo la sensación de tener todo bajo control	4,01
h) La visita no le exigió demasiado (eventualmente problemas con la altura)	3,28

Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo

Promedio general Uros: 3,99

Promedio general Taquile: 4,00

Según la Tabla 5, se observa que la intensidad del momento flow para las islas de los Uros es alta (3,99), incluso más que en la isla de Taquile (3,92), posiblemente la visita a la isla de Taquile les demanda más a los alemanes por la altura, que también se refleja (Uros=3,60, Taquile=3,28), asimismo no se pudieron concentrar tan bien en la isla de Taquile (esfuerzo mayor) como en Uros. Además, el turista alemán aparentemente necesita de más tiempo en Taquile, quizá por la demanda de esfuerzo que en las islas de Uros.

4.1.2. PRINCIPALES ATRACTIVOS DEL LAGO TITICACA-PUNO:

En el primer objetivo específico:” Identificar al atractivo turístico de la región Puno que genera el nivel más alto del momento “flow” se detalla a continuación:

Tabla N° 6: Atractivo turístico que genera el nivel más alto del momento flow según turistas de habla alemana en los atractivos turísticos de Isla de los Uros y Taquile, Puno 2018

Lugar	N	%
Uros	48	43.24
Taquile	63	56.76
Total	111	100.00

Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo

$$\chi_c^2 = 1.83 < \chi_{t(1,0.05)}^2 = 3.84 \text{ Sig. } (p = 0.176)$$

En la Tabla 6, los atractivos turísticos preferidos por los turistas de origen alemán, fue en primer lugar la isla Taquile con 56.76% de preferencia, seguido de las islas de los uros con 43.24%.

El análisis estadístico mediante la prueba de Chi cuadrado de homogeneidad, señala que no existe diferencia estadística ($p=0.176$), de lo cual se interpreta que ambos lugares turísticos presentan un similar atractivo para los turistas alemanes. Sin embargo, los turistas prefieren Taquile, pese a tener una intensidad más alta de la experimentación del momento flow en Uros, lo que coincide con la importancia de apreciar paisajes y vistas del lago Titicaca, que se puede apreciar mejor en Taquile, que en Uros.

4.1.2.1. GRADO DE PREFERENCIA POR EL ATRACTIVO TURÍSTICO:

Además, se profundiza el primer objetivo específico:” Identificar al atractivo turístico de la región Puno que genera el nivel más alto del momento “flow” de la siguiente manera:

Tabla N° 7: Calificación de la visita turística según turistas de habla alemana en los atractivos turísticos de Isla de los Uros y Taquile, Puno 2018.

Calificación	Nada		Algo		Regular		Mucho		Muchísimo		Total
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Lugar	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N
Uros	0	0.00	5	3.96	18	14.85	49	45.54	39	35.64	111
Taquile	0	0.00	2	0.99	21	17.82	37	33.66	51	47.52	111
Total	0	0.00	3.5	2.48	19.5	16.34	43	39.60	45	41.58	111

Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo

Según la Tabla 7, para la calificación de la visita turística, se tiene que para las islas de los Uros el mayor porcentaje de entrevistados (45.54%) indica que le gustó mucho, mientras que en Taquile la mayor parte (47.52%) indicó que le gustó muchísimo, lo que significa una diferencia significativa, eso debido a que Taquile

reúne dos elementos importantes para el alemán: paisajes y comunidades nativas auténticas.

4.1.2.2. COMPONENTES DEL MOMENTO FLOW PREDOMINANTES EN UROS Y TAQUILE:

“Describir al componente del momento “flow” que más predomina en los atractivos turísticos de la región de Puno” viene a ser el segundo objetivo específico que se muestra como sigue:

Tabla N° 8: Componentes del momento flow durante su visita turística según turistas de habla alemana en los atractivos turísticos de Isla de los Uros y Taquile, Puno 2018

	Uros											
	Nada		Algo		Regular		Mucho		Muchísimo		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	
Sensaciones												
i) El tiempo pasó rápido	0	0.00	3	6.25	11	22.92	20	41.67	14	29.17	48	
j) El tiempo estuvo marcado por emociones y sentimientos positivos	0	0.00	3	6.25	7	14.58	20	41.67	18	37.50	48	
k) Usted podría narrar inmediatamente sus experiencias en la isla	0	0.00	4	8.33	7	14.58	15	31.25	22	45.83	48	
l) Le hubiese gustado quedarse más tiempo	2	4.17	7	14.58	8	16.67	16	33.33	15	31.25	48	
m) La meta del viaje al sitio mencionado (el viaje en sí) se cumplió	0	0.00	0	0.00	3	6.25	19	39.58	26	54.17	48	
n) Usted pudo concentrarse bien durante la visita del sitio	0	0.00	4	8.33	8	16.67	16	33.33	20	41.67	48	
o) Usted tuvo la sensación de tener todo bajo control	1	2.08	6	12.50	8	16.67	13	27.08	20	41.67	48	
p) La visita no le exigió demasiado (eventualmente problemas con la altura)	3	6.25	6	12.50	11	22.92	15	31.25	13	27.08	48	

Taquile

Sensaciones	Nada		Algo		Regular		Mucho		Muchísimo		Total
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
i) El tiempo pasó rápido	0	0.00	3	4.76	9	14.29	24	38.10	27	42.86	63
j) El tiempo estuvo marcado por emociones y sentimientos positivos	0	0.00	5	7.94	11	17.46	24	38.10	23	36.51	63
k) Usted podría narrar inmediatamente sus experiencias en la isla	0	0.00	1	1.59	14	22.22	23	36.51	25	39.68	63
l) Le hubiese gustado quedarse más tiempo	3	4.76	7	11.11	16	25.40	13	20.63	24	38.10	63
m) La meta del viaje al sitio mencionado (el viaje en sí) se cumplió	1	1.59	4	6.35	8	12.70	14	22.22	36	57.14	63
n) Usted pudo concentrarse bien durante la visita del sitio	0	0.00	7	11.11	13	20.63	17	26.98	26	41.27	63
o) Usted tuvo la sensación de tener todo bajo control	0	0.00	6	9.52	9	14.29	26	41.27	22	34.92	63
p) La visita no le exigió demasiado (eventualmente problemas con la altura)	10	15.87	9	14.29	10	15.87	21	33.33	13	20.63	63

Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo

En la Tabla 8, para los componentes más importantes durante las visitas turísticas, para las islas de los Uros se tiene que las más importantes (muchísimo) para los turistas de origen alemán son: La meta del viaje al sitio mencionado (el viaje en sí) se cumplió con el 54.17%, seguido de “Usted podría narrar inmediatamente sus experiencias en la isla”, con un 45.83%. Mientras que para la isla de Taquile fueron importantes: “La meta del viaje al sitio mencionado” (el viaje en sí) se cumplió con 57.14%, seguido de “El tiempo pasó rápido con 42.86%.

De los resultados se evidencia que los turistas de origen alemán experimentaron solo un momento flow parcial, especialmente en la isla de Uros que aunque resulte en recuerdos importantes no llega a la pérdida de noción del tiempo,

mientras que en Taquile se acentúa más esa característica del momento flow que es primordial: “La pérdida de noción del tiempo” al indicar que el tiempo pasó rápido, éstos indicadores demuestran que no se llega a completar una experiencia impactante para el turista alemán, en posteriores estudios habría que investigar el por qué.

4.1.2.3. MOTIVOS PRINCIPALES PARA VISITAR UROS Y TAQUILE:

Tabla N° 9: Motivación de la visita turística según turistas de habla alemana en los atractivos turísticos de Isla de los Uros y Taquile, Puno 2018

Calificación	Nada		Algo		Regular		Mucho		Muchísimo		Total
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Motivación	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N
Conocer el lago Titicaca	0	0.00	0	0.00	34	30.63	25	22.52	52	46.85	111
Conocer etnias y comunidades nativas	0	0.00	1	0.90	21	18.92	35	31.53	54	48.65	111
Conocer sitios arqueológicos	6	5.41	21	18.92	36	32.43	25	22.52	23	20.72	111
Disfrutar paisajes y vistas	0	0.00	0	0.00	9	8.11	42	37.84	60	54.05	111
Conocer la cultura y la comida de las comunidades de Uros y Taquile	0	0.00	6	5.41	25	22.52	42	37.84	38	34.23	111
Total	1	1.08	6	5.05	25	22.52	34	30.45	45	40.90	111

Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo

$$\chi^2_c = 56.69 > \chi^2_{t(4,0.05)} = 9.488 \text{ Sig. } (p = 0.001)$$

Según la Tabla 9, para la motivación de la visita turística, se obtuvo una mayor puntuación para conocer el lago Titicaca, conocer etnias y comunidades y disfrutar paisajes y vistas con 46.85, 48.65 y 54.05% respectivamente; mientras que conocer sitios arqueológicos obtuvo una calificación de regular con 32.43% y Conocer la cultura y la comida de las comunidades de Uros y Taquile con puntuación de “mucho” con 37.84%.

El análisis estadístico mediante la prueba de Ji cuadrado de homogeneidad, señala que existe diferencia estadística significativa ($p=0.001$), de lo cual se interpreta que existe algún elemento que tiene mayor frecuencia, identificándose a los elementos “Conocer el lago Titicaca y Disfrutar paisajes y vistas” como los de mayor interés, por lo que se puede deducir que la mayor motivación para visitar las islas de Uros y Taquile es un fin mayor: conocer el lago Titicaca y sus paisajes.

4.1.2.4. ELEMENTOS QUE HICIERON ESPECIAL LA VISITA DE UROS Y TAQUILE:

Tabla N° 10: Elementos que hicieron especial la visita turística según turistas de habla alemana en los atractivos turísticos de Isla de los Uros y Taquile, Puno 2018

Elementos	N	%	Total
El paisaje/vista/ubicación	99	89.19	111
Los nativos/cultura	84	75.68	111
La comida	26	23.42	111
Los guías (Explicaciones)	65	58.56	111
Arqueología	9	8.11	111
La organización/logística	22	19.82	111
Sensación de éxito (subir a un cerro, siembra, cosecha, etc))	11	9.91	111
Descanso y recuperación	5	4.50	111
Fortalecimiento espiritual	26	23.42	111
Naturaleza y carisma	76	68.47	111
Otros	9	8.11	111
Total		432	100.00%

Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo

En la Tabla 10, para los elementos que hicieron especial la visita, los turistas alemanes señalaron que los más importantes fueron: El paisaje/vista/ubicación con 22.92%, seguido de los nativos/cultura con 19.44% y en tercer lugar la importancia de la Naturaleza y carisma del lugar con 17.59%, el resto de elementos presentaron porcentajes menores a los señalados.

Lo cual significa que el alemán disfruta del atractivo natural, tal como se presenta, sin adicionales o escenificación, pues busca autenticidad, quiere llegar a tener la impresión que lo que ve es único y natral, no hecho para el turista.

4.1.3 PRUEBA ESTADÍSTICA DE LA HIPÓTESIS:

Tabla N° 11: Sensación durante la visita turística según turistas de habla alemana en los atractivos turísticos de Isla de los Uros y Taquile, Puno 2018

Calificación	Nada		Algo		Regular		Mucho		Muchísimo		Total
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Lugar											
Uros	1	1.56	4	8.59	8	16.41	17	34.90	18	38.54	48
Taquile	2	2.78	5	8.33	11	17.86	20	32.14	25	38.89	63
Total	3	2.70	9	8.11	19	17.12	37	33.33	43	38.74	111

Fuente: Propia, elaborado en base a encuestas 2018

$$\chi_c^2 = 48.89 > \chi_{t(4,0.05)}^2 = 9.488 \text{ Sig. } (p = 0.001)$$

En la Tabla 11, el consolidado general por sitio turístico indica que para las Islas de los Uros la puntuación fue alta (muchísimo) con el 38.54%, del mismo modo para la isla de Taquile también se le dio una valoración alta (muchísimo) con 38.89.

De los resultados se tiene que las sensaciones de los turistas de los componentes del momento flow fueron buenas en los dos sitios turísticos en el lago Titicaca.

El análisis estadístico mediante la prueba de Chi cuadrado de homogeneidad, señala la existencia de diferencia estadística significativa ($p=0.001$), de lo cual se interpreta que la intensidad del momento “flow” es relativamente alta en los turistas alemanes, de lo cual se acepta la hipótesis general planteada en el estudio, aunque algunos componentes del momento flow no se han experimentado en mayor medida, esto probablemente debido a la dificultad de disfrutar el atractivo, por la altura que genera ciertos problema de salud.

4.2. DISCUSIÓN:

Contrastando la revisión de la literatura con los resultados de la presente investigación se han hallado las siguientes diferencias:

Según Csikszentmihalyi (1985) es la motivación intrínseca, no la extrínseca como postulan muchos psicólogos, la que determina una acción. Intrínseco significa devoción completa a una actividad, ser absorbido completamente por una experiencia por la actividad realizada, que él llama la experiencia del flow. La actividad vale por sí misma y no tiene ningún otro fin, aparte de la actividad en sí misma, y no depende de circunstancias externas. Durante la realización de la investigación se ha encontrado que sí hay algunos factores externos que tienen cierta influencia, cómo es el factor de la altura. Los atractivos estudiados en la investigación se encuentran a un mínimo de 3810 m.s.n.m., una altura a los que los turistas alemanes no están acostumbrados, además que la mayoría de ellos son mayores de 50 años, por lo tanto, en ocasiones el nivel de desafío por la altura es más grande que la habilidad de enfrentarlo, lo que impide llegar a un momento flow.

Además, se podrán aplicar técnicas y métodos para optimizar la experiencia y llegar a un momento flow, como es mediante la intervención del guía de turismo y

pobladores. Los atractivos como Uros y Taquile pertenecen al turismo rural-comunitario donde se experimentan encuentros con los pobladores nativos y se conoce su cultura, la experiencia en éstos lugares puede ser influenciada por una interacción mediante la intermediación del guía aplicando métodos de guiado que emplean los 5 sentidos: Sentir la estructura de la totora, saborearla, ver, lo que se construye de ella, olerla y palpar las artesanías hechas; por ejemplo. Asimismo, el guía puede fomentar la conversación y las preguntas a los nativos y traducir entre el turista y el nativo, cuando es necesario y así contribuir a una experiencia óptima.

Además, el momento flow es parte de la rama de la psicología positiva, que trata del estudio de la felicidad, la “felicología”. Según Rielo (2017), la felicidad en el marco de la feliciología nace en el interior, por lo que no se puede conseguir de manera extrínseca, por factores externos si no que nace de manera natural y espontánea gracias a la ausencia de emociones y pensamientos negativos. Se tiene que trabajar el interior de la persona para ser feliz.

En contraste con estas afirmaciones, los resultados de éste estudio arrojan que la visita del lago Titicaca y sus principales atractivos, que son Uros y Taquile, para los alemanes contribuyen a experimentar un momento flow, una experiencia óptima, y por lo tanto provocan un momento de felicidad efímero, que, sin embargo, tiene consecuencias en el largo plazo, porque crea un recuerdo perenne. Aunque esto no se pueda estudiar de manera objetiva, se cree que definitivamente la predisposición interior juega un papel importante para vivir un momento flow.

CONCLUSIONES

PRIMERA: Para la intensidad del momento "flow" se determinó que la misma en las islas de los Uros fue alta (3,99 de 5) y ligeramente más intenso que en la isla de Taquile, (3,92 de 5) donde también fue alta, demostrándose que el turista de origen alemán vive un momento flow, aunque no completo durante las visitas turísticas a ambas islas en el lago Titicaca. Según se desprende de los resultados sí influyen ciertos factores externos en la experiencia como es principalmente la altura que significa un gran obstáculo para la visita, más que todo en la isla de Taquile, donde se tiene que subir a pie, en algunos casos 100m, hasta una altura de casi 4000 m.s.n.m, que para algunos turistas alemanes de avanzada edad resulta imposible. Los problemas con la altura ocasionan dolor de cabeza, mareo y malestar general en muchos casos, lo que impide una mejor concentración en la actividad que se lleva a cabo y por ende, impide experimentar un momento flow verdadero.

SEGUNDA: El atractivo turístico que genera mayor momento "flow" en turistas de origen alemán fue la Isla de Taquile (56,76 %) y en segundo lugar las islas de los Uros, (43,24%) pero no existe diferencia estadística de preferencia entre ambos lugares turísticos ($p=0.176$), considerando que ambos presentan características que generan un momento flow parcial del turista. La isla de Taquile representa lo que busca el alemán promedio en su visita: una comunidad nativa que ha sabido preservar sus trajes, costumbres y autenticidad gracias a su ubicación alejada de la modernidad rodeada del majestuoso lago Titicaca, símbolo del altiplano de los Andes en Sudamérica y que tiene cierta fama en los alemanes. Muchos turistas conocen y admiran a Thor Heyerdahl, famoso noruego por sus

expediciones en balsas, que a su vez dio fama a la población de los Uros, por lo que el alemán promedio desea conocer las islas de los Uros por sus famosas balsas y algunos prefieren éste atractivo.

TERCERA: El componente del momento "flow" que predomina más es la “meta del viaje al sitio mencionado (el viaje en sí) que se cumplió” (57.4%), según opinión de turistas de origen alemán, ellos le dan mucha importancia al cumplimiento del servicio ofrecido, además se observa que la experiencia perdura en la memoria del turista alemán (45.83%) “Usted podría narrar inmediatamente sus experiencias en la isla”) y la pérdida de la noción del tiempo (42.86%), que es una de las características más importantes del momento flow. En ambos casos, Uros y Taquile, se destaca que la mayoría de los turistas alemanes perciben que su meta de viaje, que es el viaje en sí, se cumplió, llegaron a los atractivos que querían ver y conocieron el lago Titicaca. El componente, “podrían narrar inmediatamente sus experiencias”, significa que se ha producido una experiencia que perdura en el tiempo, un componente muy importante, y que tiene como consecuencia un efecto multiplicador. Además, se produjo una pérdida de noción del tiempo, el turista estuvo inmerso en la actividad y disfrutó el momento de una experiencia única, que es un indicador muy bueno.

CUARTA: Las principales motivaciones según los turistas de origen alemán, para la realización del viaje, fueron conocer el lago Titicaca (46.85%) y disfrutar paisajes y vistas durante la visita (54.05%), que indica que hay un fin y una expectativa mayor que las islas en sí, el lugar que engloba a ambos: El lago Titicaca. Las etnias y comunidades nativas que viven en las inmediaciones del

lago también forman una motivación importante (48.65%). Asimismo, los elementos más importantes fueron la ubicación con sus paisajes (el lago Titicaca con 99 de 111 encuestas), los nativos y su cultura (84 de 111 y la naturaleza y el carisma del entorno (76 de 111), que son considerados únicos y el turista alemán percibe éstos elementos como auténticos y sin comparación frente a otros destinos. Los turistas alemanes sueñan con venir a conocer el lago Titicaca, porque en todos los libros de geografía del colegio, hay como ejemplo de lago, a nivel mundial, el lago Titicaca, que es posicionado de esta forma en la mente de los turistas alemanes, desde que son niños, y todos ellos sueñan con conocer alguna vez, aquel majestuoso lago, que es el más alto navegable del mundo. Además hay múltiples reportajes sobre los Uros, la construcción de las balsas y un documental famoso del largo camino que recorren los niños de los Uros en botecitos, para llegar a la escuela. La isla de Taquile con sus paisajes obtiene fama mediante los hombres tejedores.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: La hipótesis en ésta investigación se acepta, sin embargo, no se alcanza un nivel de intensidad realmente alto, pues hay algunos componentes que solo alcanzan un valor medio. Se recomienda, por lo tanto, para lograr una experiencia significativa en el turista que implique vivir un verdadero momento flow, indagar sobre las verdaderas intenciones del viaje, sus implicancias y alcances deseados por el turista y la motivación intrínseca, para, con éstas informaciones, adecuar un servicio íntegro que lleve a experimentar emociones positivas fuertes. El flow es una experiencia intrínseca, por lo tanto no solo se puede quedar con las circunstancias, si no buscar más allá de eso, la motivación interior.

SEGUNDA: Los resultados de la presente investigación muestran que los turistas experimentan un nivel más alto de flow durante la visita de la isla de Taquile, que es el destino preferido, aunque no significativamente, en comparación con las islas de los Uros, sin embargo, la visita de la isla de Taquile demanda condiciones físicas que no todos los visitantes alemanes, por ser muchos de ellos, de avanzada edad; tienen y que por lo tanto no han podido concentrarse siempre de la manera adecuada, y no se ha llegado a un “Flujo” permanente durante la visita por lo que es de vital importancia adecuar la visita, especialmente de Taquile, al nivel de condición que tiene el turista alemán, es decir, crear una visita más inclusiva con el tiempo de permanencia adecuada, que se traducen en medios de transporte más modernos y sobretodo, rápidos, caminos y servicios más accesibles, físicamente. Las agencias de viaje deben indagar y luego brindar, información acerca del perfil hacia los prestadores de servicio, para así posibilitar aquella forma de visita inclusiva, además de crear circuitos convenientes para adaptarse paulatinamente a la altura, evitando subir y bajar, para luego subir de nuevo, especialmente a partir de los

3000 m.s.n.m. El guía de turismo cumple un rol fundamental para optimizar la experiencia del turista alemán, y debe aplicar técnicas y métodos para crear experiencias y poner en escena al atractivo, aplicando el método de los cinco sentidos: Tocar, degustar, sentir, oír y ver el atractivo con participación de los nativos.

TERCERA: El componente predominante del momento flow durante la visita a los atractivos principales es: “El viaje en sí”, se cumplió la meta de hacer la visita a determinado atractivo, tanto en Uros como en Taquile, porque en términos generales, ése, es el fin mayor, la visita en sí fue satisfactoria, cumplió las expectativas, seguido de que se perdió en cierta medida la noción del tiempo y que puede evocar los recuerdos de la experiencia inmediatamente, lo que significa que la experiencia permanecerá perpetua en la memoria (retroalimentación), importantes características de un momento flow. Por otro lado, hay ciertas deficiencias en la experimentación de otras características igualmente importantes, como es la concentración y enfoque, las emociones positivas, el nivel de desafío, razones por la cual es de gran significado realizar otros estudios a partir de la presente investigación, por qué no se han cumplido del todo éstas características, cuál es el fondo, y si podemos influir de alguna manera en el cumplimiento y la experimentación de un momento flow o no.

CUARTA: El motivo principal durante la visita de las islas de Uros y Taquile del turista alemán es conocer el lago Titicaca, motivo general que implica los demás, seguido de conocer etnias nativas y disfrutar los paisajes no se debe perder de la vista, que las visitas de las islas son parte de un todo superior: El lago Titicaca, el turista viene a conocer el lago con todo lo que implica y por su fama de ser el lago navegable más alto del mundo. El guía de turismo juega un rol importante en ése sentido, pues debe incluir en sus

explicaciones el origen, importancia, historia (de navegación) y características del lago, para luego recién enfocarse en los atractivos dentro del Titicaca a visitar. Se debe incluir, además, en las visitas, tiempo suficiente para apreciar los paisajes y para entrar en contacto con la cultura y etnias nativas, para ello el guía de turismo debe fomentar la interacción los nativos, preguntando y traduciendo entre nativos y turistas alemanes, si es necesario..Asimismo sucede con los elementos que tienen un vínculo estrecho con los motivos, las vistas, comunidades nativas y la naturaleza, el entorno que tienen un carisma importante, pero que son seguidos de los prestadores de servicio como son los guías y la organización de la visita. Por lo tanto es de suma importancia resguardar el lago Titicaca de su destrucción como es la contaminación masiva, preservar la autenticidad de las comunidades nativas y cuidar el ornato de los atractivos así como el orden y la limpieza. En segundo lugar se debe garantizar una óptima prestación del servicio, íntegramente y con especial énfasis en la calidad de los guías turísticos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alarcón, R. (2009). *Psicología de la felicidad. Introducción a la psicología positiva*. Lima, Perú. *Revista Latinoamericana de Psicología*, vol. 42, núm. 3
- Alfaro, E. (2014) *El journey de la experiencia*. Recuperado de:
www.puromarketing.com/14/22307/locos-customer-journey-map.html
- Alfaro, M. (2016). *Mindfulness, flow y rendimiento académico en estudiantes Universitarios*. PUCP, Lima, Perú
- Anders, M. (2017). *La situación actual de la etnia de los Urus Chulluni del lago Titicaca*. UNA Puno, Puno, Perú
- Arohuanca, P. (2010). Factores críticos de éxito y su influencia en el desarrollo turístico competitivo: caso comunidades de los Uros-Puno periodo 2008-2009. (Tesis de pregrado) UNA, Puno.
- Asanger, R. y Wenniger G. (1999) *Diccionario de la psicología*. Weinheim, Alemania, Beltz Verlag
- Ávila, R. (1984) *Introducción a la metodología de la investigación*. Lima, Perú. CONCYTEC
- Bodenhausen, G.W., Kramer, G.P. y Süsser, K. (1994) *Happiness and stereotypic thinking in social judgment*. Copenhagen, Dinamarca: *Journal of Personality and Social Psychology*
- Cerrón, R. (2017) *El Uro de la bahía de Puno*. PUCP, Lima, Perú

- Charaja, F. (2011) *El MAPIC en la metodología de Investigación*. Puno, Perú:
Sagitario Impresores
- Csikszentmihalyi, M. (1975) *Beyond Boredom and Anxiety*. San Francisco, CA.
Joessey-bass INC.
- Csikszentmihalyi, M. (1985) *Das Flow Erlebnis: Jenseits von Angst und
Langeweile. Im Tun aufgehen*. Stuttgart-Klett Kotta.
- Csikszentmihalyi, M. (2000) *Fluir (flow) una psicología de la felicidad*. Barcelona,
España: Kairós
- Dejoux, C. e Iltis, A. (1991) *El lago Titicaca. Síntesis del conocimiento limnológico
actual*. La Paz, Bolivia. IRD Editions
- Espinoza, J. (1998) *Taquile. Historia-Economía-Artesanía*. Puno, Perú. Nuffic.
- Fernández, A. (2014) *Emociones, identidad, turismo y vida en Huasca (México)*
Investigaciones Turísticas N° 8, 23-45
- Fernández, L. (1985) *Introducción a la teoría y práctica del turismo*. Madrid, España:
Alianza Universidad
- Flores, J. (2012) *La magia del agua en el lago Titicaca*. Lima, Perú. BCP ediciones.
- Foley J. y Matley M. (1996) *Sensación y percepción*. Madrid, España, 3era edición.
Prentice Hall Hispanoamericana.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P.(2014) *Metodología de la investigación*.
Ciudad de México, México. Mc Graw Hill Interamericana Editores

- Luger, K. (2001). *Der Abenteuer Urlaub. Beiträge zur Erforschung der Tourismusgesellschaft*. Wien, Österreich: Profil
- Max-Neef, M. (2007) *La dimensión perdida: la inmensidad de la medida humana*. Barcelona, España. Editorial Icaria
- MINCETUR (2018) Obtenido de: <https://www.mincetur.gob.pe/producto-turistico/turismo-rural-comunitario/>
- Morán, G. y Alvarado, D. (2010) *Métodos de investigación*. México. Pearson Educación
- Munay Taquile (2010-2018) Agencia de viaje comunitaria. Recuperado de <https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Titicaca&action=history>
- Palomino, G. (2010) *Investigación cualitativa y cuantitativa en Ciencias sociales y de la educación*. Puno, Perú. Oficina universitaria de investigación
- Parasuraman, A. Zeithaml, V., Berry L. (1985). *A conceptual Model of Service, Quality and its Implications*. Journal of Marketing, Vol. 49(Fall) California,USA.
- Popper, K. (1934) *La lógica de la investigación científica*. Frankfurt, Alemania. Editorial Reviews
- Prochaska, R. (1990) *Taquile y sus tejidos*. Waake, Alemania. Editorial Arius, segunda edición
- Rielo, A. (2017) *El pequeño libro de la felicidad*. Barcelona, España. Centro Libros PAPF
- Schachter, S. y Singer, J. (1962) *La teoría de las emociones*. Lisboa, Portugal. Editorial Salvat
- Schulze, G. (2000) *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt, New York: Campus
- Seligman, M.E.P. (2000) *La auténtica felicidad*. Barcelona, España. Ediciones B

- Shimokawa, J. (2016) *El flow y los estados de ánimo: Un estudio correlacional el deportistas*. UPC, Lima, Perú
- Steinbach, J. (2003) *Tourismus*. München, Oldenbourg
- Tafur, R. (1995) *La tesis universitaria*. Lima, Peru. Editorial Mantaro
- Titicaca. (2010-2018) *Wikipedia, la Enciclopedia libre*. (versión electrónica)
- Velásquez, O. (2013) Posicionamiento del lago Titicaca en la mente de los Turistas nacionales y extranjeros a través de los atractivos turísticos de la región Puno año 2011.(Tesis de pregrado) UNA, Puno.
- Vernon, R. (1966) International Trade and International Investment in the Product Cycle, in: *Quartal Journey of Economics*. Vol.80 (2). Florida, USA.
- Valls, F (2000) *Gestión de destinos turísticos: Barcelona, España*. Editorial Gestión
- Weiermair, K. y Brunner-Sperdin, A. (2006) *Erlebnisinszenierung im Tourismus Berlin, Alemania*. Editorial Erich-Schmidt
- Weiermair, K y Fuchs M. (2003) *Architektur im Tourismus oder Tourismus der Architektur*. St.Gallen, Suiza Schweizer Tourismusgesellschaft.

ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de consistencia.

Interrogantes	Objetivos	Hipótesis	Sistema de Variables	Diseño Metodológico
<p>General:</p> <p>¿Cuál es la intensidad del momento “flow” que gozan los turistas de habla alemana en los principales atractivos turístico de la región Puno?</p>	<p>General</p> <p>Determinar la intensidad del momento “flow” que gozan los turistas de habla alemana en los principales atractivos turístico de la región Puno.</p>	<p>General</p> <p>La intensidad del momento “flow” que gozan los turistas de habla alemana en los principales atractivos turístico de la región Puno es alta.</p>	<p>Variable 1:</p> <p>(Independiente)</p> <p>La intensidad del momento flow (fluir)</p> <p>Dimensión:</p> <p>Perfil y características del turista alemán según PROMPerú</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN:</p> <p>Cuantitativo</p> <p>No experimental.</p> <p>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:</p> <p>Descriptivo</p> <p>TÉCNICAS:</p> <p>- Encuesta</p> <p>INSTRUMENTOS:</p> <p>- Cuestionario</p> <p>POBLACIÓN:</p> <p>- Turistas alemanes que visitan los principales atractivos turísticos del lago Titicaca en Puno – 2018.</p>
<p>Específicas:</p> <p>1) ¿Cuál es el atractivo turístico de la</p>	<p>Específicas</p> <p>1) Identificar al atractivo</p>	<p>Específicas</p> <p>1) El atractivo turístico de</p>	<p>Variable 2:</p> <p>(Dependiente)</p> <p>Principales Atractivos</p>	

<p>región Puno que genera el nivel más alto del momento “flow”?</p> <p>2) ¿Cuál es el componente del momento “flow” que más predomina en los atractivos turísticos de la región de Puno?</p> <p>3) ¿Cuáles son los motivos y elementos principales que impulsaron a la visita de Uros y Taquile?</p>	<p>turístico de la región Puno que genera el nivel más alto del momento “flow”.</p> <p>2) Describir al component e del momento “flow” que más predomina en los atractivos turísticos de la región de Puno.</p> <p>3) Señalar los motivos y elementos principales</p>	<p>la región Puno que genera el nivel más alto del momento “flow” es Llachón.</p> <p>2) El componente que más predomina durante el momento “flow” es cuando la visita concuerda con el motivo de viaje.</p> <p>3) El motivo principal es conocer el lago</p>	<p>Turísticos del Lago Titicaca en Puno.</p> <p>Dimensiones: Uros y Taquile. Las experiencias del turista alemán durante la visita que implica el guiado, el transporte, la comida, caminata para apreciar paisajes y vistas y la interacción con los nativos.</p>	<p>MUESTRA: 111 turistas alemanes que visitan los principales atractivos turísticos del lago Titicaca en Puno – 2018.</p>
--	--	--	---	--

	<p>que impulsaron a la visita de Uros y Taquile.</p>	<p>Titicaca y su elemento principal es explorar la cultura y recursos paisajísticos .</p>		
--	--	---	--	--

ANEXO 2: Encuesta aplicada a los turistas alemanes (111 ejemplares)
GLÜCKSFORSCHUNG IN DER REISEBRANCHE – UROS UND TAQUILE

Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit nehmen, diese Fragen zu beantworten. Sie können die Antworten ankreuzen oder ankreisen.

Skala: 1=Gar nicht 2=Wenig 3=Mittelmässig 4=Viel 5=Sehr viel

1) Geschlecht:

Männlich		Weiblich	
----------	--	----------	--

2) Alter:

Weniger als 18 Jahre		Zwischen 41 und 50 Jahre		Zwischen 71 und 80 Jahre	
Zwischen 18 und 30 Jahre		Zwischen 51 und 60 Jahre		Zwischen 81 und 90 Jahre	
Zwischen 31 und 40 Jahre		Zwischen 61 und 70 Jahre		90 Jahre und mehr	

3) Wieviele Personen haben Sie auf dieser Reise im Bundesland Puno begleitet?

- a) Ich bin allein gereist b) Ich bin nur mit einem Partner gereist
- c) Ich bin mit meiner Familie/Freunden gereist d) Ich war in einer Reisegruppe

4) Was hat Ihnen besser gefallen, Die Schwimmenden Inseln der Uros oder die natürliche Insel Taquile?

- a) Uros b) Taquile

5) Je nachdem ob Sie sich bei der vorherigen Frage für Uros oder Taquile entschieden haben, qualifizieren Sie bitte folgende Empfindungen bei Ihrem Besuch von Uros oder Taquile. In einer Skala von 1 bis 5 (1=Gar nicht, 5=Sehr viel/stark):

Die Zeit verging schnell	1	2	3	4	5
Die Zeit war geprägt von positiven Emotionen und Gefühlen	1	2	3	4	5
Sie könnten sofort erzählen, was Sie dort erlebt haben und, wie es war	1	2	3	4	5
Sie wären gern länger geblieben	1	2	3	4	5
Das Ziel dieser Reise zu benanntem Ort, (das Reisen selbst) wurde erreicht	1	2	3	4	5
Sie konnten sich gut auf die Besichtigung/das Erleben diesen Ortes konzentrieren	1	2	3	4	5

Sie hatten das Gefühl, alles unter Kontrolle zu haben	1	2	3	4	5
Die Besichtigung hat sich nicht zu anspruchsvoll gestaltet (ev. Höhenprobleme)	1	2	3	4	5

6) Wie gut hat Ihnen Uros und Taquile gefallen: 1 = Am Wenigsten, 5=Am Meisten.

Uros	1	2	3	4	5
Taquile	1	2	3	4	5

7) Was waren für Sie die Hauptgründe, Uros und Taquile zu besuchen?

Den Titicacasee kennenzulernen	1	2	3	4	5
Native Bevölkerung und Ethnien kennenzulernen	1	2	3	4	5
Archäologische Orte kennenzulernen	1	2	3	4	5
Landschaft und Aussicht zu geniessen	1	2	3	4	5

	1	2	3	4	5
Die Kultur und das Essen der Bevölkerung von Uros und Taquile kennenzulernen					

8) Was waren ihrer Meinung nach das/die wichtigste(n) Element(e) die den Besuch von Uros und Taquile besonders gemacht haben? Bitte ggf. Mehrere ankreuzen.

- () Die Landschaft/Lage/Blick () Die Einheimischen/Kultur () Das Essen () Die Reiseführer (Erläuterungen) () Archäologie () Die Organisation/Logistik () Erfolgserlebnisse (z.B Bergbesteigung, Saat, Ernte, etc) () Echte Erholung
- () Geistliche Erneuerung&Stärkung () Natur und Ausstrahlung () Andere

Was?.....

ANEXO 3: Encuesta traducida al español

INVESTIGACIÓN ACERCA DEL MOMENTO FLOW – UROS UND TAQUILE

Muchas gracias por tomarse el tiempo de responder éstas preguntas. Usted puede encerrar las respuestas en un círculo o marcar con X.

Escala: 1=Muy poco 2=Poco 3=Regular 4=Mucho 5=Muchísimo

1) Sexo:

Masculino		Femenino	
-----------	--	----------	--

2) Edad:

Menos de 18 años		Entre 41 y 50 años		Entre 71 y 80 años	
Entre 18 y 30 años		Entre 51 y 60 años		Entre 81 y 90 años	
Entre 31 y 40 años		Entre 61 y 70 años		91 años y más	

3) ¿Cuántas personas le acompañan durante su viaje a la región de Puno?

- a) Estuve solo
- b) Yo y mi compañero/pareja
- c) Estuve con mi familia/amigos
- d) Fue un viaje en grupo

4) ¿Qué le gusto más, las islas flotantes de los Uros o la isla natural de Taquile?

- a) Uros
- b) Taquile

5) Dependiendo si usted escogió Uros o Taquile en la pregunta anterior, califique por favor sus sensaciones durante la visita de Uros o Taquile. En una escala de 1 al 5 (1=Nada, 5=Muchísimo):

El tiempo pasó rápido	1	2	3	4	5
El tiempo estuvo marcado por emociones y sentimientos positivos	1	2	3	4	5
Usted podría narrar inmediatamente sus experiencias en la isla	1	2	3	4	5
Le hubiese gustado quedarse más tiempo	1	2	3	4	5
La meta del viaje al sitio mencionado (el viaje en sí) se cumplió	1	2	3	4	5
Usted pudo concentrarse bien durante la visita del sitio	1	2	3	4	5
Usted tuvo la sensación de tener todo bajo control	1	2	3	4	5
La visita no le exigió demasiado (eventualmente problemas con la altura)	1	2	3	4	5

6) ¿Cómo califica la visita a Uros y Taquile?.

Uros	1	2	3	4	5
Taquile	1	2	3	4	5

7) ¿Qué le motivó a visitar Uros y Taquile?

Conocer el lago Titicaca	1	2	3	4	5
Conocer etnias y comunidades nativas	1	2	3	4	5
Conocer sitios arqueológicos	1	2	3	4	5
Disfrutar paisajes y vistas	1	2	3	4	5
Conocer la cultura y la comida de las comunidades de Uros y Taquile	1	2	3	4	5

8) De acuerdo con su opinión, ¿cuáles fueron el/los elementos(s) que hicieron especial la visita de Uros y Taquile. Marcar varios, si corresponde.

- () El paisaje/vista/ubicación () Los nativos/cultura () La comida
- () Los guías (Explicaciones) () Arqueología () La organización/logística
- () Sensación de éxito (subir a un cerro, siembra, cosecha, etc)) () Descanso y recuperación () Fortalecimiento espiritual () Naturaleza y carisma ()
- Otros, ¿qué?.....