



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



**EVALUACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DEL
PRODUCTO TURÍSTICO DEL DISTRITO DE JULI**

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. DILMA APAZA COILA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN TURISMO

PUNO – PERÚ

2019



DEDICATORIA

A mi familia, en especial a mis padres, forjadores de mi persona como profesional, con respeto aprecio y cariño por siempre y seguir superándome en la vida.



AGRADECIMIENTOS

A la universidad nacional del altiplano, a la escuela profesional de turismo y a los docentes por compartir sus conocimientos, experiencias y apoyo durante el transcurso de mis estudios y culminar con éxito.

Al Dr. Mario Silva Dueñas por su orientación y apoyo incondicional durante el proceso de este proyecto.

A la Lic. Karen Madrid Fredes Tipo por haber formado parte de mi vida profesional a la que me encantaría agradecerle su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía.

A la Municipalidad Provincial de Chucuito - Juli, a la oficina de la Subgerencia de Turismo por haberme brindado toda la información y asesorado en la culminación de este trabajo de investigación.



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

ÍNDICE GENERAL

INDICE DE TABLAS

INDICE DE FIGURAS

INDICE DE ACRÓNIMOS

RESUMEN 11

ABSTRACT..... 12

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 13

1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA..... 15

 1.2.1. Pregunta General 15

 1.2.2. Preguntas Específicas 15

1.3. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN..... 15

 1.3.1. Hipótesis General..... 15

 1.3.2. Hipótesis Específica..... 16

1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO 16

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN 16

 1.5.1. Objetivo General..... 16

 1.5.2. Objetivos Específicos 17

CAPÍTULO II

REVISION DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION..... 18

2.2. BASES TEÓRICAS 23



2.2.1. Empleo y Turismo	23
2.2.2. Turismo	25
2.3. MARCO CONCEPTUAL	26

CAPÍTULO III

MATERIALES Y METODOS

3.1. UBICACIÓN GEOGRAFICA DEL ESTUDIO.....	30
3.1.1. Juli, La Roma de América	31
3.1.2. Delimitación Geográfica.....	33
3.1.3. Demografía de Juli.....	33
3.1.4. Accesibilidad	34
3.1.5. Principales Actividades	34
3.2. PERIODO DE DURACION DEL ESTUDIO.....	37
3.3. PROCEDENCIA DEL MATERIAL UTILIZADO	38
3.4. POBLACION Y MUESTRA DEL ESTUDIO.....	38
3.5. DISEÑO ESTADISTICO Y METODOLOGICO.....	39
3.5.1. Tipo de Investigación	39
3.5.2. Técnica de análisis.....	39
3.6. PROCEDIMIENTO.....	40
3.7. VARIABLES	41

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS	42
4.1.1. Análisis de la demanda turística	42
4.1.2. Análisis de la oferta turística	48
4.1.3. Análisis de las inversiones turísticas (Públicas Y Privadas)	61
4.1.4 Análisis Foda	64



4.1.5. Propuesta estratégica	66
4.1.6. Identificación de actores para la generación de propuestas del producto Turístico (STAKEHOLDERS)	72
4.2. PERCEPCIÓN DEL POBLADOR DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	75
4.2.1. Datos generales	75
4.2.2. Percepción de la actividad turística en el distrito de Juli.....	78
4.2.3. Propuesta del producto turístico	83
4.2.4. Identificación del producto turístico potencial:	84
4.2.5. Evaluación de productos turísticos propuestos.....	89
4.2.6. Comercialización y promoción del destino turístico	95
4.3. ROL DEL ESTADO	96
V. CONCLUSIONES.....	97
VI. RECOMENDACIONES.....	99
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	100
ANEXOS.....	103

Área: Ciencias Sociales

Línea de Investigación: Gestión de Emprendimientos y Negocios Turísticos

Fecha de Sustentación: 14 de junio del 2019



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población de Juli.....	34
Tabla 2: Accesibilidad al distrito De Juli.....	34
Tabla 3. Arribo total de turistas, nacionales y extranjeros a la región Puno (2007 - 2016)	42
Tabla 4. Arribo total de turistas, nacionales y extranjeros a la Provincia de Chucuito (2007 - 2016).....	43
Tabla 5. Arribo total de turistas, nacionales y extranjeros al Distrito de Juli 2007-2016	43
Tabla 6. Registro de visitas a los templos y museos en el año 2017	45
Tabla 7. Lugar de procedencia de turistas extranjeros.....	46
Tabla 8. Infraestructura de servicios del distrito de Juli	48
Tabla 9. Situación de los Recursos y Atractivos Turísticos	50
Tabla 10. Instalaciones turísticas del distrito de Juli	53
Tabla 11. Actividades complementarias	54
Tabla 12. Establecimientos de hospedaje de la ciudad de Juli	55
Tabla 13. Establecimientos rurales	56
Tabla 14: Establecimientos rurales en proyecto	56
Tabla 15. Establecimientos de Alimentos de la ciudad de Juli.....	57
Tabla 16. Operadores de Turismo y agencias de viaje.	58
Tabla 17: Asociación de Artesanos	59
Tabla 18. Orientadores turísticos en la ciudad de Juli	60
Tabla 19. Asociaciones de transporte del distrito de Juli	60
Tabla 20. Programa de inversiones del plan de desarrollo urbano	62
Tabla 21. Proyecto y planes de inversión pública en el distrito de Juli	63



Tabla 22. Proyectos de inversión privada.....	63
Tabla 23. Análisis interno.....	64
Tabla 24. Análisis externo.....	65
Tabla 25. Identificación de los principales actores.....	73
Tabla 26. Análisis del potencial turístico Juli.....	85
Tabla 27. Tipificación del visitante según actividades.....	86
Tabla 28. Condiciones de infraestructura y servicio.....	87
Tabla 29. Eestándares generales establecidos.....	89
Tabla 30. Análisis del perfil de visitante del distrito de Juli.....	91



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Localización del distrito de Juli.....	33
Figura 2. Bosquejo de la planificación de un producto turístico	38
Figura 3. Promedio de los turistas extranjeros que visita el distrito de Juli	46
Figura 4. Motivo de visita de los turistas extranjeros al distrito de Juli	47
Figura 5. Género de los pobladores encuestados	75
Figura 6. Edad de los pobladores encuestados	76
Figura 7. Nivel educativo.....	76
Figura 8. Estado Civil.	77
Figura 9. Ocupación.....	78
Figura 10. Conocimiento de la existencia de un Plan de Desarrollo Turístico Local.....	79
Figura 11. satisfacción del trabajo del gobierno local (municipalidad).....	79
Figura 12. Contribución y mejoramiento de edificios para la conservación de los recursos turísticos.....	80
Figura 13. El turismo genera EMPLEO, DINERO en la población anfitriona (JULI)...	81
Figura 14. El turismo mejora la calidad de vida de la población anfitriona.	81
Figura 15. El turismo atrae inversión a la zona (distrito de Juli).....	82
Figura 16. Impactos ambientales negativos.....	83
Figura 17. Cambios en la cultura tradicional.....	83
Figura 18. desarrollo de un PRODUCTO TURÍSTICO.....	84



ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

MINCETUR	: Ministerio de comercio exterior y turismo
PENTUR	: Plan estratégico nacional del turismo
OMT	: Organización mundial de turismo
CST	: Cuenta satélite del turismo
DDC	: Dirección Desconcentrada de Turismo
DIRCETUR	: Dirección de Comercio exterior y Turismo



RESUMEN

El objetivo principal de la investigación fue describir los componentes para la planificación y gestión del producto turístico del distrito de Juli, desarrollado bajo la metodología de una investigación tipo exploratorio, descriptivo, teniendo una población de 23 741 habitantes de los cuales se hizo un muestreo aleatorio simple el cual resultó 138 habitantes involucrados en el turismo usando la técnica de la encuesta y el procesamiento de datos, como resultado de la investigación se tiene que en la demanda existe un tipo de turismo que está cada vez más atento a salvaguardar los paisajes naturales que obliga a mantener relaciones con la comunidad anfitriona y tienen incidencia en el desarrollo del sector, sin embargo la escasa coordinación entre las instancias públicas, privadas y población, resulta endémica entre ellas, por lo que se debe fortalecer estos puntos críticos. En las acciones del plan estratégico del 2019 al 2023 se contempla el fortalecimiento de capacidades en las escuelas, población, emprendedores del sector y las mismas autoridades e incrementar presupuesto que garantice la viabilidad de las actividades, finalmente se concluye que los componentes para una planificación y gestión eficiente del producto turístico “Juli”, descritos y analizados son los pasos para la formulación de un plan estratégico que contemple el desarrollo del contexto del mercado oferta y demanda, análisis FODA y la propuesta estratégica en cinco objetivos y acciones concretas como herramienta básica para una gestión integral del destino.

Palabras Clave: Demanda efectiva, gestión, percepción, planificación, turismo.



ABSTRACT

The main objective of the research was to describe the components for the planning and management of the tourist product of the Juli district, developed under the methodology of an exploratory, descriptive research, having a population of 23 741 inhabitants of which a random sampling was made. simple which resulted 138 inhabitants involved in tourism using the survey technique and data processing, as a result of the research it is found that in demand there is a type of tourism that is increasingly attentive to safeguarding the natural landscapes that It forces us to maintain relations with the host community and they have an impact on the development of the sector, however the scarce coordination between public and private entities and the population is endemic among them, so these critical points must be strengthened. In the actions of the strategic plan from 2019 to 2023, the strengthening of capacities in schools, the population, entrepreneurs of the sector and the authorities themselves and increasing the budget that guarantees the viability of the activities is contemplated, finally it is concluded that the components for planning and Efficient management of the "Juli" tourism product, described and analyzed are the steps for the formulation of a strategic plan that contemplates the development of the supply and demand market context, SWOT analysis and the strategic proposal in five objectives and concrete actions as a basic tool for comprehensive management of the destination.

Key Words: Effective demand, management, perception, planning, tourism



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La región de Puno según el MINCETUR, es el undécimo departamento preferido por los turistas nacionales, después de Ica; y el 39% viaja para relajarse y descansar y el 63% realiza actividades de naturaleza y 35% actividades culturales; sin embargo, es el tercer destino más visitado por turistas extranjeros después de Lima y Cusco y el 93% de los turistas extranjeros que visita el Perú realiza actividades culturales y 44% actividades de naturaleza.

En la región de Puno está ubicado la provincia de Chucuito que tiene como capital a la ciudad de Juli, siendo este distrito uno de los más ricos en lo que respecta a su acervo cultural y natural, cuenta con una localización privilegiada, con una herencia cultural de más de 10,000 años de antigüedad, sus testimonios son múltiples, desde el arte parietal hasta monumentos de la época colonial, además deja contemplar el panorama la magnificencia del lago navegable más alto del mundo “Lago Titicaca”, Juli cobra mayor importancia porque fue el centro de evangelización más importante de la región de Puno, prueba de ello son las construcciones de sus templos; San Pedro Martir, San Juan de Letrán, Santa Cruz, y Asunción, los jesuitas decorároslos con las magnificencia propia de esos tiempos, altares regiamente tallados, copias naturales de cuadros célebres y otras decoraciones, dieron justa fama al interior de los templos.

En el distrito de Juli, muestra un decrecimiento en su población, debido a la tasa de crecimiento poblacional negativa (1993-2007) a consecuencia de la emigración hacia otras zonas de la región y otras regiones vecinas; por lo que en el año 2015 se estimó que tiene una población de 21,462 y al 2021 tendrá alrededor de 20,000 habitantes, y la



problemática del distrito de Juli, se resume en índices de pobreza, entre otros. Su población se encuentra asentada principalmente en la zona rural (65.64%) y el 34.36% en la zona urbana; está integrada por 149 comunidades campesinas y parcialidades y 28 barrios. Está compuesta en un 50.78% por mujeres y 49.22% por varones.

La actividad turística en el distrito de Juli, representa el 1.4% del total de actividades económicas del distrito según el CNPV-INEI 2007, sin embargo, está cobrando una especial relevancia por la potencialidad de sus paisajes de orden natural y cultural dentro de la región, considerado dentro del corredor turístico “Aymara” según el Plan Estratégico Turismo de Puno 2021. En ese sentido, este distrito según informe recabado por la Subgerencia de Turismo, su demanda efectiva receptiva está compuesto por el arribo de turistas y/o excursionistas extranjeros en el año 2016 por 1,798 (ver anexo N°01) lo cual representa el 0.049% del total de turistas que arriban al Perú de un total de 3,7 millones (ver anexo N°02) y respecto al arribo de turismo nacional tiene un total de 8,482 es decir el 0.053% de los más de 16 millones de turismo interno (ver anexo N°03).

Sin embargo, la poca planificación de desarrollo del sector en el Distrito de Juli, la endémica coordinación de los partnerships públicos y privados del sector en todos sus niveles, la poca contextualización de políticas públicas de turismo como matriz de generador de estrategias, los bajos niveles de fortalecimiento de capacidades del sector, y el escaso presupuesto para proyectos de inversión que mejoren la infraestructura, hace que los recursos y/o atractivos turísticos sean escasamente aprovechados, por lo que aporta poco al desarrollo económico; en ese sentido es necesario hacer una revisión a nivel de análisis de la demanda, oferta turística y plantear los componentes de planificación y gestión del Producto Turístico del Distrito de “Juli”, ya que existe un alto crecimiento en la tendencia de la demanda receptiva e interna por compartir experiencias



y convivir con el destino, la escasa diversificación del producto turístico con valor cultura y paisajístico y destinos turísticos trillados en la región de Puno, hace que el Distrito de Juli se ajuste oportunamente en los indicadores de principales motivos de viaje siempre y cuando se diseñe una estructura del producto de manera planificada y sostenible con estrategias que le permitan su operacionalización.

Además surge la necesidad para implementar el turismo como una actividad económica complementaria a las tradicionales que es la ganadería, agricultura, y artesanía, etc., en el distrito de Juli de manera planificada a través de la gestión del producto turístico y su debida comercialización competitiva efectiva, direccionada a mejorar la calidad de vida de la población e ingresos económicos, con estos antecedentes se pretende llegar a través del estudio a plantear alternativas posibles de solución por lo que pretendo dar respuesta a través de las siguientes preguntas:

1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA

1.2.1. Pregunta General

¿Cuáles son los componentes para la planificación y gestión del Producto Turístico Juli?

1.2.2. Preguntas Específicas

- ¿Cuál es la oferta y demanda turístico que tiene el distrito de Juli?
- ¿Cuál es la percepción del poblador de la ciudad de Juli sobre la actividad turística?
- ¿Cuál es el rol de los organismos públicos para la adecuada gestión producto turístico Juli?

1.3. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Hipótesis General

La planificación y gestión del Producto Turístico, comprende el un plan estratégico del



distrito de Juli.

1.3.2. Hipótesis Específica

La oferta turística consta de los recursos, instalaciones, actividades y planta turística, y la demanda efectiva que actualmente visita es el turista nacional.

La percepción del poblador respecto a la actividad turística es altamente positiva.

El rol de los organismos públicos frente a la promoción y difusión es medio.

1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

El presente proyecto de investigación plantea como objetivo principal describir los componentes para la planificación y gestión del producto turístico Juli, conocer la oferta como la demanda turística considerando los elementos que lo componen, los mismos que pretenden ser puestos en valor a través del diseño de una estructura del Producto Turístico y comercialización competitiva efectiva. El distrito de Juli presenta un gran interés por su valor patrimonial, histórico, cultural y paisajístico, tomando en cuenta el perfil de turista extranjero que visita Perú y su principal motivo de viaje es por vacaciones, recreación u ocio y las actividades principales que realiza es cultura con 93% y naturaleza con 44%, factores idóneos que creemos se apuntan a la oferta existente en el Distrito. Además, será objeto de estudio conocer la percepción directa que tiene el poblador de Juli frente al desarrollo de la actividad turística, como una actividad económica complementaria, puesto que el desarrollo de la actividad también implica el compromiso de la población anfitriona para una gestión equilibrada, que garantice la sostenibilidad y sustentabilidad de la actividad en el tiempo.

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. Objetivo General

- Describir los componentes para la planificación y gestión del producto turístico



del distrito de Juli.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Conocer y analizar la oferta y demanda turístico del distrito de Juli.
- Conocer e interpretar la percepción del poblador del distrito de Juli sobre los efectos de la actividad turísticas.
- Explicar y proponer el rol de los organismos públicos para la difusión y promoción del producto turístico Juli.



CAPÍTULO II

REVISION DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION

Pacios, (2020) en investigación denominada “análisis, planificación y gestión turística de los caminos de Santiago en la Comarca del Bierzo” de la Universidad de Valladolid, cuyo objetivo fue “apreciar el modelo de gestión y de planificación actual, cómo intervienen las diferentes instituciones en el camino y manifestar el potencial turístico y cultural de la zona” desarrollado bajo la metodología de tipo descriptivo, llegando a la conclusión siguiente: El Camino de Santiago es uno de los principales atractivos turísticos de la comarca de El Bierzo sirviendo como motor económico de varias zonas rurales y herramienta de una tercerización económica algo mutilada por la minería y que depende mucho del sector primario como la agricultura. Además, se determinó que es necesario una mejor coordinación entre administraciones y una mayor colaboración público-privada para impulsar de una manera efectiva el proyecto jacobeo. Esta tarea puede parecer sencilla, pero tal y como se ha comprobado en este documento es un asunto complejo que requiere de una organización constante con lo que ello conlleva: estudio previo, planificación con políticas y objetivos realistas, medición de resultados, provisión de datos objetivos para la toma de medidas, el fin último será la evolución ordenada del turismo maximizando los beneficios y evitando los perjuicios, garantizando la sostenibilidad a la par que se asegura la calidad.

Vendramini, (2018) en su estudio titulada “Evaluación de potencialidad turística y percepción del residente en la Comarca del Colorado (Río Colorado, Río Negro - La Adela, La Pampa)” de la Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, cuyo objetivo fue “Evaluar la potencialidad turística de la Comarca del Colorado y su interrelación con la percepción de la comunidad local, como factores determinantes para el desarrollo



turístico local” desarrollo bajo la metodología de tipo mixto, exploratorio descriptivo, llegando a la conclusión siguiente: existe un fuerte potencial de las localidades principalmente como consecuencia de los recursos naturales y culturales, sin embargo, el sitio carece de un producto turístico, el cual se pueda comercializar, para ser un atractivo de visita específico para los turistas. Si bien, existen algunos prestadores turísticos que ofrecen distintos servicios, actualmente no se cuenta con un producto turístico desarrollado para comercializar a nivel local, regional y porque no, nacional. Por lo tanto, ante esto, si se pretende desarrollar y/o mejorar la oferta, es necesario el fortalecimiento de las instalaciones e infraestructura general y específica, con objeto de crear un mayor valor turístico a la región y a través de estas acciones incrementar el interés de los turistas por visitarlo, y permanecer. Asimismo, deben valorarse e inventariarse en continuidad los distintos recursos culturales y naturales existentes, de tal forma que estos sean utilizados como mecanismos para atraer más visitantes, generar mayores ingresos y brindar mayores opciones de desarrollo a las generaciones futuras.

Zúñiga, (2018) en su estudio denominada “propuesta de modelo de evaluación para planes de desarrollo turístico en Chile” de la Universidad Austral de Chile, cuyo objetivo fue “generar un modelo de evaluación de los Planes de Desarrollo Turístico que permita identificar brechas en estructura y contenido de éstos” llegando a la siguientes conclusiones: el análisis de los datos provenientes de los Planes de Desarrollo Turísticos del territorio nacional, otorgando información acerca de la situación de las herramientas de la planificación que tienen la característica de ser y operar de forma disímil, situando en la escena tres tipos de planificación, una que se genera con énfasis en generar una prefactibilidad para la operación del turismo, en cuyos casos tiene experiencias positivas y negativas siendo la vocación turística territorial el principal factor que determina la acción de emprender una estrategia de implementación para la planificación de la gestión



de actividad estratégicas que entregan valor la actividad turística.

Salinas, (2019) en su estudio denominado “evaluación del potencial y propuesta de planificación turística de la región Huánuco al 2021” de la Universidad Nacional Federico Villareal, cuyo objetivo fue “evaluar el potencial turístico de la Región Huánuco para realizar una propuesta de planificación turística al 2021” desarrollado bajo la metodología de tipo descriptivo correlacional, con enfoque cuantitativo, llegando a la conclusión siguiente: Se evaluó el potencial turístico de la Región Huánuco, tomando como base los distritos de Huánuco como distrito, Leoncio Prado, Lauricocha, Dos de Mayo y Huamalés, lugares donde se identificó mayores recursos turísticos para aprovecharlos de manera sostenible, también podemos visualizarlos en los cinco mapas elaborados. Se realizó un diagnóstico social, económico y ambiental en los once distritos de la Región Huánuco, donde se identificó que si cuenta con un gran potencial turístico cinco de ellos. Además, se determinó recursos turísticos, rutas, circuitos de las provincias trabajadas, ellas son Huánuco como distrito, logrando realizar una propuesta de planificación turística en la región al 2021. En los últimos cinco años se ha tenido un incremento notable en el número de visitas a los principales recursos turísticos del departamento, La principal demanda turística al Departamento es nacional, siendo la ciudad de Lima su principal mercado emisor, la reciente demanda de turistas extranjeros hacia la Zona Reservada Cordillera Huayhuash, Río Hirviente Mayantuyacu y ACP Panguana, la estancia promedio del turista nacional en el departamento de Huánuco es 5 días y 4 noches.

Arce, (2016) en su tesis denominada “evaluación del potencial y propuesta de planificación del distrito de Comas - Lima” de la Universidad Nacional Federico Villareal, Lima, cuyo objetivo fue “evaluar las potencialidades y realizar la propuesta de planificación para la actividad turística del distrito de Comas” desarrollado bajo la



metodología de diseño no experimental, aplicada y transectorial, histórico lógico, Analítico-Sintético y empírico, con enfoque mixto, llegando a la conclusión siguiente: Al realizar un diagnóstico físico nos permitió ver que el distrito de comas cuenta con 1 ecosistema de Loma y 1 mirador ubicado en una de las laderas del distrito, con gran potencial para el turismo, así mismo; cuenta con la presencia del río Chillón el cual está altamente contaminado y por ese motivo; turísticamente no podría ser aprovechado. Además, es importante conocer la realidad de mi zona de estudio para el desarrollo de las actividades económicas que se dan en base a recursos turísticos, así como áreas de esparcimiento recreativo; tomando como referencias a diferentes zonas para prácticas como disfrute gastronómico, turismo de naturaleza, diversión nocturna, turismo de aventura, zona de camping y turismo cultural. Se evaluó cada zona implementando propuestas de mejora y programas que estén acompañados con el apoyo de la población para de una forma generar ingresos en el lugar, todo ello en razón de determinar la proyección de beneficios en las actividades. Por lo tanto, para que este plan funcione se recomienda más compromiso de parte de las autoridades competentes y así se logre una buena planificación turística y posibilidad de mayor implementación de proyectos generando más empleo y mejora de calidad de vida en la población.

Carrasco y Aspajo (2017) en su estudio titulada “evaluación del potencial turístico histórico de la Ciudad de Iquitos, Periodo 2017” de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana, cuyo objetivo fue “Evaluar el potencial de los recursos turísticos, históricos y complementarios, como potencial turístico histórico de la ciudad de Iquitos, 2017” desarrollado bajo la metodología de tipo descriptiva, no experimental, llegando a la siguiente conclusión: Tras analizar los resultados, se determinó que los recursos históricos como el Museo Amazónico y el Museo Barco Amazónico, tiene un potencial turístico bajo, debido a las deficiencias percibidas, tanto en la infraestructura de lugar, en la



limpieza, en los objetos que exponen, pues muchos de estos se están deteriorando, además poseen deficiencias en los servicios higiénicos, se determinó que los recursos turísticos como el Parque Turístico Quistococha, la Reserva Allpahuayo Mishana, y el Centro de Rescate Amazónico tienen un potencial turístico regular, pues han gestionado sus recursos de manera adecuada, sin embargo aún existen deficiencias que impiden convertirse en un alto potencial turístico, como la inadecuada limpieza, la inapropiada distribución de los espacios, la falta de información sobre cada recurso, la falta de profesionales capacitados, y las pésimas condiciones de los servicios higiénicos

Llanqui, (2020) en tesis de grado denominado “análisis de la gestión turística de acuerdo al perfil profesional de los responsables de la Sub Gerencia de Turismo y Comercio Exterior de la Municipalidad Provincial de Puno – periodo 2019” de la Universidad Nacional del Altiplano Puno, cuyo objetivo fue “Analizar el perfil profesional de los responsables de la sub Gerencia de Turismo y Comercio Exterior y su implicancia en el cumplimiento de las funciones y políticas turísticas en la municipalidad provincial de Puno” desarrollado bajo la metodología de diseño no experimental, con enfoque cuantitativo, llegando a la conclusión siguientes: El análisis académico y profesional de los responsables de la sub gerencia de turismo y comercio exterior y la relación con el nivel de cumplimiento de las funciones y políticas turísticas permiten confirmar la hipótesis de que los responsables del área de turismo de la municipalidad provincial de Puno cuentan con los conocimientos y competencias mínimos requeridos en materia de turismo para el cumplimiento de las políticas turísticas locales. Se puede mencionar que solo un 50% de los responsables son egresados de la carrera de turismo y el otro 50% son de otras carreras; los mismo que no cuentan con la experiencia necesaria en hotelería, Agencias de viajes y administración pública.

Medina, (2016) en su tesis de Maestría titulada “evaluación de la administración



pública del turismo del gobierno regional de Puno y efectos en la demanda del turismo extranjero 2015” de la Universidad Nacional del Altiplano Puno, cuyo objetivo fue “Evaluar el desempeño de la administración pública del turismo del Gobierno Regional de Puno y sus efectos en la demanda del turismo extranjero en el año 2015” desarrollado bajo la metodología de tipo descriptivo de carácter correlacional, llegando a la siguientes conclusión: Las funciones de la administración pública del turismo del Gobierno Regional de Puno, se encuentran enmarcadas en el reglamento de organización y funciones ROF, de las cuales como función principal se tiene la promoción de la inversión privada relacionada al turismo, la formulación de proyectos de inversión pública, planificación del turismo y promoción turística como principales funciones que puede permitir el incremento significativo del turismo receptivo a la región de Puno porque en la actualidad no se cumplen de manera efectiva, de manera general el desempeño funcional de la administración pública del turismo de los funcionarios del Gobierno Regional de Puno durante el año 2015 fue calificada como deficiente 28.9% y regular 42.2%, ya que la inversión específica en este sector fue nula según el cuadro de presupuesto para la inversión pública del portal transparencia económica Perú del Ministerio de Economía y Finanzas.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. Empleo y Turismo

En la revista (Jimenez, 2018) el autor indica que la industria turística, por la propia actividad y servicios que ofrece es un ser con características particulares que impactan el empleo, así como la estacionalidad, heterogeneidad de actividades y perfiles profesionales, capilaridad geográfica, tejido empresarial fragmentado, la industria turística es intensiva en mano de obra, impacto indirecto del turismo en la generación de riqueza y empleo.



La industria turística abre las puertas a gran diversidad de profesionales, favoreciendo así la integración de diversos colectivos en el mercado laboral, es así que también su importancia ha repercutido en fomentar el apoyo gubernamental para impulsar y fomentar el desarrollo de la industria a través de la elaboración de planes estratégicos que mejoren la competitividad del sector. Por otro lado, es importante capacitar a los profesionales y mejorar la formación del sector ya que el turismo está muy atomizado en pequeñas empresas y que solo es valorada por grandes empresas.

En ese sentido involucrar a las comunidades para que sean promotores de su propio emprendimiento de sus negocios con el turismo rural comunitario es algo que debe ser evaluado en Juli, debido al alto número deficitario de infraestructura hotelera.

Según la publicación del autor MONTANER JORDI, 1991. Señala que el turismo está tradicionalmente considerado como un sector que utiliza, de forma intensiva y muchas veces estacional, el factor trabajo. Es un generador importante de nuevos puestos de trabajo, teniendo el componente de servicios personales en la mayoría de las prestaciones de servicios personales en la mayoría de las prestaciones turísticas, camareros, recepcionistas, etc.

La cuestión es saber si esta capacidad de crear empleo es superior o no a la de otros sectores productivos de la economía.

En materia de empleo turístico, la terminología es poco precisa, Normalmente, se designa por empleo directo el que se realiza en una empresa turística – hotel, agencia de viajes-, y por empleo indirecto un puesto de trabajo en una empresa relacionada indirectamente con el turismo – discotecas, comercios, situada en zonas turísticas- o una empresa suministradora de bienes y servicios para el sector turístico.



Otra de las características del empleo en el sector turístico es el carácter estacional y discontinuo motivado por la estacionalidad estival o invernal.

También MATHIESON ALISTER, 1990 señala que poco se conoce acerca de la incidencia de gastos turísticos en la creación de oportunidad de empleo. McCloy planteó diversas preguntas sobre las relaciones entre turismo y empleo para que los investigadores encuentren respuestas.

Tres tipos de empleo son generados por el turismo y tienen una correspondencia cercana con los tipos de ingreso estudiados en la sección de multiplicadores.

- a) El empleo directo resulta de los gastos de visitante en las plantas turísticas, como hoteles.
- b) El empleo indirecto está aún en el sector de abastecimiento turístico, pero no resulta directamente de los gastos del turista.
- c) El empleo inducido es el adicional resultante de los efectos del multiplicador de turismo, ya que los residentes locales gastan nuevamente el dinero que ganaron.

2.2.2. Turismo

La existencia de los magníficos legados culturales pre incas y de la época hispánica, la belleza azul del lago, su bucólico silencio, el colorido de sus riveras, las cordialidad de sus habitantes y la especial gastronomía han provocado que los visitantes fluyan cada vez en mayor cantidad a visitar la región de Puno.

Es así que el turismo se ha ido posicionando como otra alternativa para la actividad económica rentable, limpia y sostenible en la Meseta del Collao.

Ya desde los años 60, tanto con el plan COPESCO y después con las fuentes



inversiones que se hicieron por la Corporación de Puno y el Gobierno Central, se logró estabilizar algunos circuitos que antes estaban cerrados para la oferta internacional.

Recorrer Puno es gozar del extraordinario y múltiple encanto de ruinas prehispánicas, arquitectura virreinal y de paisajes naturales.

Por lo mismo, la promoción del turismo implica la conjunción del esfuerzo público con la inversión privada, para continuar la ruta ascendente del desarrollo de esta actividad. Y para señalar respecto a la estimación de empleo e ingresos el turismo en la provincia de Puno, hace referencia la tesis de maestría de Silva Dueñas (2005), el mismo que también es usado como bibliografía en el presente trabajo de investigación.

Para concluir y lo que me llamo la atención es que sugiere la inmediata elaboración del “Plan Estratégico de Desarrollo Turístico”.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

Acciones Estratégicas

Perfilar estrategias de gestión innovadoras es buscar un equilibrio entre las necesidades de la conservación y el interés de los visitantes residentes y la industria turística. (UNIVERSIDAD SAN MARTÍN DE PORRES – “TURISMO Y PATRIMONIO” 2000.)

Demanda

La ley de la demanda establece que: “Si los demás factores permanecen constantes, cuanto más alto sea el precio de un bien, menor es la cantidad demanda; y mientras menor sea el precio de un bien, mayor es la cantidad demandada. (PARKIN



ESQUIVEL “MACROECONOMÍA” 2007 PAG. 61)

Desino Turístico

El lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje, en gran parte es determinado por el turista quienes determinar. (unwto)

Desarrollo turístico

El turismo provoca cambios en el capital humano de la ciudad. Los turistas al ser un grupo social heterogéneo, demandan diferentes tipos de bienes y servicios. En consecuencia, el empresariado y la mano de obra tienen que atender las diferentes demandas del mercado, también impulsa procesos de revalorización de recursos locales que pueden estar subutilizados y de ellos que se encuentran en grave deterioro así como dinámica de reconocimiento cultural. (UNIVERSIDAD SAN MARTÍN DE PORRES – “TURISMO Y PATRIMONIO” 2000.)

Economía y turismo

“El turismo constituye un elemento fundamental en la vida y la economía de muchas ciudades históricas, y ofrece nuevas oportunidades para la repercusión urbana. Los estudios de prospectiva apuntan hacia la consolidación del turismo como la principal industria del mundo y hacia un importante crecimiento económico”. (UNIVERSIDAD SAN MARTÍN DE PORRES – “TURISMO Y PATRIMONIO” 2000.)

Flujo de demanda Turística

Esto se debe al gran porcentaje en aumento del turismo en el Perú. Las atracciones más importantes para los turistas son las de tipo cultural, natural e históricas. En este



sentido, la existencia en el Perú de una riqueza de ecosistemas, diversidad de plantas y especies de animales, sumado a la vasta riqueza cultural y arquitectónica, configuran un panorama atractivo para el turismo, potencial que aún no es explotado en su totalidad.

Generación de Empleo

El turismo modifica de forma significativa el mercado de trabajo. Su efecto multiplicador en la economía se traduce en la creación de nuevos empleos. A la oferta de trabajo generada en las actividades directamente relacionadas con el turismo hace que sumen el empleo indirecto en las empresas que presten bienes y servicios el sector. Se estima que por cada empleo indirecto creado en turismo se generan 1.2 empleos indirectos y 1.5 empleos inducidos. Es pues uno de los pocos sectores económicos capaces de incrementar el puesto de trabajo. UNIVERSIDAD SAN MARTÍN DE PORRES – “TURISMO Y PATRIMONIO” 2000.

Marketing Turístico

Proceso de comercialización utiliza muchos métodos para lograr que los posibles conozcan los bienes y servicios y que se adquieren oportunamente. (GURRÍA DI BELLA- “INTRODUCCIÓN AL TURISMO”- 1994.

Oferta

Es el producto turístico que es la suma de atractivos turísticos, infraestructura, estructura de producción (planta turística) (transporte, alojamiento, alimentación, recreación), superestructura conforme a la demanda real o potencial. GURRÍA DI BELLA- “INTRODUCCIÓN AL TURISMO”- 1994.

Planificación Turística

Supone la aplicación de un conjunto de principios y técnicas que normalmente son válidos para diversos tipos de planificación turística. A nivel de unidades de planeamiento



(región), debe contarse con un buen punto de acceso, uno o más espacios de concentración o espera, áreas de desarrollo turístico, agrupamiento de atracciones turísticas, red eficiente de transporte e infraestructura adecuada. (MATHIESON ALISTER “TURISMO –1990.)

PBI

(Producto Bruto Interno), es un indicador estadístico que intenta medir el valor total de los bienes y servicios finales producidos dentro de los límites geográficos de una economía en un período dado de tiempo. Se calcula sumando los valores de mercado de todos los millones de bienes y servicios finales de dicha economía, en una forma apropiada

Turismo

Fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas, que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica cultural. (LA TORRE PADILLA-1994.)



CAPÍTULO III

MATERIALES Y METODOS

3.1. UBICACIÓN GEOGRAFICA DEL ESTUDIO

Juli, siendo la capital de la provincia de Chucuito, tiene una herencia cultural de 10,000 años de antigüedad. Sus testimonios son múltiples, desde el arte parietal hasta monumentos de la época colonial. Además, está situada sobre una eminencia de tierra que deja contemplar hacia el sur el panorama del Lago Titicaca. Esta población extensa cobra un mayor realce gracias a la ubicación estratégica y fue el centro de evangelización más importante del departamento de Puno, prueba de ello son las construcciones de sus templos y que se hace frecuente mención, son los de Santa Cruz, San Juan de Letrán, Asunción y San Pedro Martir.

La reciente creación de una oficina de la Subgerencia de Turismo (2016), en la Municipalidad Provincial de Chucuito-Juli, ha permitido centralizar y definir funciones específicas en pro de la actividad turística y artesanal. Cuenta con profesionales especializados y con presupuesto propio para planificar, organizar, controlar y dirigir la actividad, con responsabilidad social y ambiental.

El turismo en el distrito de Juli, es considerado como tercera actividad, puesto que no alcanza nivel de participación en población económicamente activa (PEA), más es considerado dentro de la Región de Puno, zona turística por la presencia de paisajes de orden natural y cultural, lo que ha permitido ser considerado en el Corredor Cuzco, Puno y Bolivia o llamado, también corredor aymara según el PERTUR. Los recursos turísticos no son aprovechados, para generar empleo y que dinamicen la inversión privada para mejorar la planta turística; pero pese a las deficiencias la ciudad de Juli, el Centro poblado de Challapampa y el centro de Restos paleontológicos de Choccoconiri, están siendo



visitado diariamente por visitantes extranjeros y nacionales.

Actualmente en la orilla lacustre de la ciudad de Juli, son visitadas por turistas locales, nacionales y extranjeros; especialmente de la ciudad de Puno, por la belleza natural y la dinámica de actividades recreativas que se desarrollan en el lago y que ha permitido que varios emprendimientos privados, desarrollen actividades como: paseo en pedales, lanchas, cuatrimotos, motos acuáticas, actividades de canopy, disfrute del paisaje natural, etc. Además del expendio de artesanías ubicadas en el muelle, que se distinguen por su maestría en el arte de los tejidos finos, especialmente los bordados, ahuyayos, además de artesanía en madera, piedra, etc. La comercialización se realiza en el mismo distrito y algunos artesanos asociados vienen comercializando sus productos en la ciudad de Puno y Lima.

Es de considerar que Juli, como cultura viva, ha iniciado en el 2016 con la creación del producto de turismo rural comunitario, y se ha identificado 6 comunidades campesinas y 3 priorizadas, en el presente año se ha incrementado el presupuesto por lo que se espera resultados positivos del producto, con el fin de mejorar la calidad de vida de las poblaciones rurales y conservar la identidad cultural.

3.1.1. Juli, La Roma de América

Según (Malaga Sabogal, 2011) en su tesis después del trabajo de campo que ha desarrollado la autora, concluye que el principal criterio para la “recuperación del pasado” es la promoción turística. Ellos provocan que se le dé mayor importancia al periodo relacionado con los vestigios materiales existentes (en este caso las 4 iglesias del periodo jesuita colonial) que a hecho que no tenga un respaldo material. De allí que algo tan importante como el hecho de haber alojado en Juli una de las primeras imprentas de América, no sea tan conocido: no hay un espacio material que pueda indicarse. Hay



incluso una iniciativa de la municipalidad para encontrar el lugar exacto donde se habría ubicado la imprenta, a fin de señalar el lugar (con una placa conmemorativa o algo similar) y ganar ese lugar para el turismo. Se busca construir así nudos convocantes de memoria. La conocida premisa de “papelito manda” se convierte en este caso en “lugarcito manda”. La construcción de la identidad juleña y la reivindicación de su pasado colonial son indisolubles de la promoción turística en Juli. Los eslóganes son dirigidos principalmente a los potenciales visitantes.

¿El hecho de que funcione a partir de eslóganes hace a esta historia menos válida? No solo la respuesta es negativa, sino que quizás cabría preguntarse si, más allá de círculos de iniciados, la historia no temería traduciendo ser siempre a través de eslóganes o frases hechas. En este sentido, la utilización de los eslóganes para atraer al turismo no le quita validez alguna a un esfuerzo paralelo de construcción de un discurso identitario. Identidad y turismo no son términos contrapuestos, a pesar de los que algún idealista quisiera demostrar.

La identidad puede valerse de todo tipo de recursos para su construcción constante. La construcción del pasado tiene también un lado político: si bien por definición la narración histórica es política y se inscribe en el contexto del que la relata – especialmente del grupo hegemónico actual – hay casos en los cuales esto se hace más evidente. Como decía Ricoeur (2004), el recuerdo como representación del pasado varía de acuerdo al grupo social que impone su representación del pasado varía de acuerdo al grupo social que impone su representación a otras. Tal es el caso de Juli. La gestión de Barbaito, pero también el de Hector Estrada – el anterior alcalde, miembro de una familia de élite, intelectual Juleña – son un amuestrado de ellos. Barbaito intentó reescribir la historia desde la perspectiva aimara y no lo logró. Estrada puso su granito de arena en la

mitificación del pasado colonial juleño como “el pasado perfecto”. Lo que está detrás en el caso de Juli, no es solo una forma de plantear el pasado como tal, sino la forma de comprender la relación entre campo-ciudad hoy en día. Barbaito, “El Campesino”, frente a Estrada, “el juleño tradicional”. Cada uno reivindicando lo que creen que representa el pasado de Juli, en la realidad política actual. Así, siguiendo a Connerton (1989), las imágenes del pasado terminan legitimando el orden social actual.

3.1.2. Delimitación Geográfica

El distrito de Juli se encuentra ubicado al sur-este de la región de Puno, a 80.7 km de la ciudad de Puno, teniendo los siguientes límites:

- Norte : Con el Distrito de Pilcuyo y el Lago Titicaca.
- Por el Sur : Con el Distrito de Conduriri y Huacullani.
- Por el Este : Con el Distrito de Pomata y Lago Titicaca.
- Por el Oeste : Con el Distrito de Ilave.

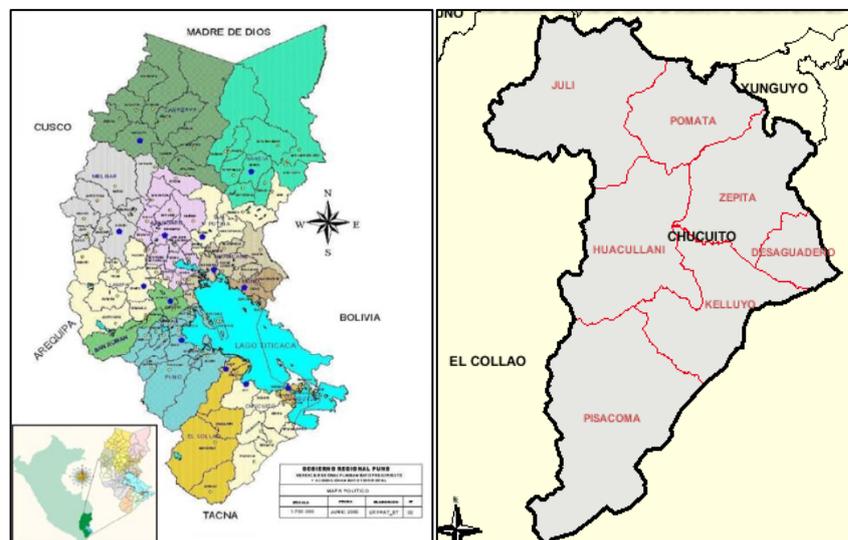


Figura 1. Localización del distrito de Juli

Fuente: Mapa político del Perú

3.1.3. Demografía de Juli

La población del distrito de Juli es de 21,462 habitantes que representan el 18,8% del total de la población provincial. Su población se encuentra asentada principalmente

en la zona rural (65.64%) y el 34,36% en la zona urbana; está integrada por 149 comunidades campesinas y parcialidades y 28 barrios. Está compuesto en un 50.78% (12,056) por mujeres y 49.22% (11,685) por varones.

Tabla 1. Población de Juli

Dpto. / Prov. /Distr	2010	2011	2012	2013	2014	2015
PUNO	1,352,523	1,364,752	1,377,122	1,389,684	1,402,496	1,415,608
CHUCUITO	37,838	40,263	142,711	45,186	147,694	150,239
Juli	23,689	23,273	22,840	22,391	21,932	21,462

Fuente: Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda

3.1.4. Accesibilidad

Al distrito de Juli, se puede llegar desde las ciudades de Puno, Desaguadero, Ilave y Yunguyo por vía asfaltada (Puno-Desaguadero). Desde estas localidades hay movilidad permanente.

Tabla 2: Accesibilidad al distrito De Juli

Nº	TRAMO	DISTANCIA (KM)	TIEMPO	TIPO DE VÍA
1	Puno - Juli	80.70	1 hora y 20 min	Asfaltada
2	Juliaca - Juli	124.00	2 horas y 5 min	Asfaltada
3	Ilave - Juli	28.00	29 min	Asfaltada
4	Ácora - Juli	49.00	44 min	Asfaltada
5	Pomata - Juli	22.00	20 min	Asfaltada
6	Zepita - Juli	56.00	47 min	Asfaltada
7	Desaguadero - Juli	66.00	1 hora	Asfaltada
8	Yunguyo - Juli	61.00	55 min	Asfaltada

Fuente: Elaboración propia

3.1.5. Principales Actividades

Las principales actividades económicas, desarrolladas por la población del distrito de Juli se ubican en los siguientes sectores:



a) Actividad agropecuaria

La base económica del distrito de Juli es la actividad agropecuaria, dado que el 65,64% de la población se encuentra asentada en el medio rural; pero esta actividad es de alto riesgo e incertidumbre.

La actividad pecuaria, es de suma importancia, dado que se realiza en todo el ámbito distrital, aprovechando los pastos naturales, que se encuentran distribuidas en todas las comunidades; pero en el área del altiplano e intermedia se realiza con mayor intensidad la crianza de ganado vacuno y ovino; en cambio, en la parte alta, la crianza de camélidos sudamericanos (alpaca y llama).

b) Actividad pesquera

La actividad pesquera, es bastante significativa, por la presencia del Lago Titicaca y una oportunidad para los pobladores ribereños, quienes practican la pesca artesanal de especies nativas como carachi, ispi, mauri y las introducidas como el pejerrey y la trucha, para obtener ingresos por la comercialización en los mercados locales. En los últimos años en el lago Titicaca, se ha intensificado la crianza de truchas en jaulas flotantes, principalmente en las localidades de Chucasuyo, Molino, Vilcallame, Kaje, Olla, Huaquina, Challapampa, Sihuayro del distrito de Juli.

c) Actividad de artesanía

En la artesanía, las mujeres han alcanzado la complejidad de este trabajo haciendo con sus propias manos prendas de vestir, frazadas elaborados a base de la fibra de alpaca y lana de oveja, llijllas, principalmente son conocidas por la elaboración de bordados de bayeta; ellas están organizadas formalmente en 11 asociaciones artesanales; y, se encuentra en proceso de formación la Central de Artesanos “Roma Aymara de Juli”.



También hay ciudadanos que practican la elaboración de telas de bayeta, para confeccionar pantalones, camisas y otros

La comercialización se realiza en el mismo distrito y algunos artesanos asociados vienen comercializando sus productos en las ciudades de Puno y Lima.

d) Construcción

Es un sector muy dinámico, su crecimiento es significativo para tratar de satisfacer la vivienda a la gran cantidad de personas asentadas en el distrito desarrolladas mayormente en forma individual, no tiene presencia grandes empresas constructoras y la PEA que se dedica a esta tarea es del 5.9% del total distrital.

e) Comercio

En el caso específico del distrito de Juli, la actividad comercial se realiza principalmente a través de las ferias semanales (miércoles y domingo), en donde se comercializa productos industriales y agropecuarios para el consumo local y destinados a abastecer a las ciudades de Puno e Ilave, e incluso el ganado vacuno se saca en pie; la carne de ovino y alpaca es acopiada por los comerciantes, para su posterior comercialización en las ciudades de Tacna, Moquegua e Ilo. Entre estas ferias, destaca la de Juli.

Esta actividad es la que más mano de obra ocupada genera, alcanza el 43.14% de la PEA distrital que se dedica tanto al comercio formal como informal, mayormente de los productos de contrabando.

f) Turismo

Es la actividad potencial que tiene el distrito, sin embargo, no alcanza un nivel de participación alto por parte de la PEA dedicada a esta actividad.



Asimismo, existen otros recursos turísticos que aún son escasamente explotadas; tales como:

- Museos de Asunción y San Juan
- Complejo arqueológico de Huaquina
- Mirador ecoturístico
- Casa colonial Cuentas Zavalla
- Ruinas de Lundayani (antiguo Juli)
- Ruinas en Inca Pucara (Restos de la cultura Lupaca)
- Agua mineral de Jaruni
- Restos óseos o fósiles en Chococoniri
- Playas de Juli

g) Banca y Finanzas

Existe limitado acceso a fuentes de financiamiento para la producción, transformación y comercialización de las actividades económicas, acompañado a la nula inversión de capitales para el desarrollo de las actividades, pese a que se cuenta con una agencia del Banco de la Nación y otra de Mi banco; así como cuatro microfinancieras como: Credinka, Edyficar, Credicoop y raíz.

3.2. PERIODO DE DURACION DEL ESTUDIO

El periodo de duración del estudio esta contado desde la iniciación del proyecto de tesis con el diagnóstico del problema de estudio hasta la sustentación del trabajo de investigación que tuvo una duración de estudio de 2 años basado en diferentes etapas.



Figura 2. Bosquejo de la planificación de un producto turístico
Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2014

3.3. PROCEDENCIA DEL MATERIAL UTILIZADO

El material utilizado en la investigación fue financiado al 100% por el responsable de la investigación con la finalidad de obtener el grado académico de licenciada en Turismo de la Universidad Nacional del Altiplano.

3.4. POBLACION Y MUESTRA DEL ESTUDIO

La población está conformada por el total de habitantes del distrito de Juli 23,741; para el cálculo de la muestra para la población en referencia se utilizó el muestreo aleatorio simple, la estimación muestral tienen un error de 5% y un nivel de confianza de 95%. ello se calculará con la siguiente fórmula:

$$\frac{Z^2 N p q}{NE^2 + Z^2 p q}$$



Simbología:

N = población	23741
P = nivel de insatisfacción	0.5
Q= nivel de satisfacción	0.5
Z= nivel de confianza	1.96
E = error	0.05
n = tamaño de la muestra estimada	138 ENCUESTAS

Por tanto, se aplicó 138 encuestas para medir la percepción del poblador respecto a la actividad turística.

3.5. DISEÑO ESTADISTICO Y METODOLOGICO

3.5.1. Tipo de Investigación

El tipo de investigación es de carácter exploratorio descriptivo, a fin de aproximarnos al problema y así determinar los fenómenos que se presentaron, tanto en los componentes, características más resaltantes, que permitirá contrastar las hipótesis con la realidad y responder a los objetivos planteados en la presente tesis.

En la investigación, además de cumplir con cada lineamiento, nos apoyamos en la metodología de estudiar las estrategias o componentes que conciernen a la planificación de un producto turístico a fin de arribar a los resultados que se quiere, es así que se utiliza los siguientes métodos generales de investigación: método deductivo a inductivo, método analítico, sintético y el método estadístico.

3.5.2. Técnica de análisis

- **TECNICA DOCUMENTAL O BIBLIOGRAFICA:** permitió revisar la documentación de carácter teórico sobre la materia, elementos de sustento del presente trabajo de investigación.
- **TÉCNICA DE LA ENCUESTA:** Mediante esta técnica, apoyados de un instrumento de recolección de información se aplicó una encuesta a los



pobladores de la ciudad de Juli, a fin de conocer la percepción sobre el turismo, que es parte fundamental de análisis de la presente tesis.

- **TÉCNICA DE LA ESTADÍSTICA:** La recolección de datos obtenidos en el trabajo de campo, fueron cuantificados, posteriormente sometidos a un tratamiento estadístico y finalmente analizados.

3.6. PROCEDIMIENTO

Como parte del procedimiento se realizó la revisión de fuentes primarias y secundarias de información como a continuación se relaciona y especifican en función de los objetivos formulados.

- Consulta de fuentes de información secundaria de diversos organismos turísticos fuentes oficiales como, MINCETUR, PROMPERU, OMT.
- Análisis de la procedencia de la demanda a través de información recopilada y disponible en la Subgerencia de Turismo de la Municipalidad Provincial de Chucuito – Juli Dirección Regional de Turismo - periodo 2017.
- Elaboración de una ficha metodológica para la recogida de información para el diseño de la estructura de producto turístico y comercialización competitiva efectiva. (anexo N°1)
- Elaboración de una ficha para encuestar y medir la percepción del poblador del Distrito de Juli frente a la actividad de turismo. (Anexo N°2)

3.7. VARIABLES

Variable independiente:

- Planificación y gestión

Variable dependiente:

- Producto turístico “Juli”

Variables	Indicadores	Dimensiones	Técnicas	Instrumentos
Variable independiente: <ul style="list-style-type: none"> • Planificación y gestión 	Contenido y estructura de la propuesta del plan estratégico: Objetivos estratégicos, acciones, cronograma y presupuesto	Ruta propuesta	Revisión bibliográfica. Entrevista a expertos Trabajo de gabinete y campo Método de Observación. Encuestas	Fichas bibliográficas y resumen. Ficha de recolección de datos Formato del cuestionario.
Variable dependiente <ul style="list-style-type: none"> • Producto turístico “Juli” 	Análisis de la demanda Análisis de la Oferta Actividades	Producto	Entrevista Revisión bibliográfica	Cuadros de evaluación

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

4.1.1. Análisis de la demanda turística

- **demanda referencial**

Según el informe emitido por la subgerencia de Turismo de la MPCH-J (2017), está dada por la afluencia de turistas nacionales y extranjeros a la Región de Puno, cuyos principales destinos según el MINCETUR son: Sillustani, Uros, las islas Taquile y Amantani, la ciudad de Puno y la reserva Nacional del Titicaca, en la tabla a continuación se muestra la cantidad.

Tabla 3. Arribo total de turistas, nacionales y extranjeros a la región Puno (2007 - 2016)

DEMANDA	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
REFERENCIAL										
NACIONAL	394,6	425,4	459,1	513,9	513,5	503,8	502,19	607,99	636,98	797,45
	96	20	12	94	64	54	5	2	2	7
EXTRANJERA	310,1	351,4	316,0	389,3	389,3	461,3	549,64	501,75	523,69	497,63
	57	46	49	89	89	24	5	8	4	0
TOTAL	704,8	776,8	775,1	902,9	902,9	965,1	1,051,8	1,109,7	1,109,7	1,295,0
	53	66	61	53	53	78	40	50	50	87

Fuente: Mincetur, DDC Puno, BCR sucursal Puno.

Elaboración: Subgerencia de Turismo, MPCHJ

- **Demanda Potencial**

Según el informe emitido por la subgerencia de Turismo de la MPCH-J (2017), está conformada por la afluencia de turistas nacionales y extranjeros que arribaron a la

Provincia de Chucuito, en gran medida por el paso de frontera entre Perú y Bolivia, que se realiza en el Distrito de Desaguadero.

Tabla 4. Arribo total de turistas, nacionales y extranjeros a la Provincia de Chucuito (2007 - 2016)

DEMANDA	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
POTENCIAL										
Nacional	12,026	11,447	22,221	23,501	24,558	24,003	25,316	30,719	34,599	40,098
Extranjera	3,092	2,178	2,909	2,605	6,658	6,443	7,510	6,558	6,721	7,581
TOTAL	15,118	13,665	25,130	26,106	31,246	30,446	32,826	37,277	41,320	47,679

Fuente: Mincetur, DDC Puno, BCR sucursal Puno, DIRCETUR, MPCHJ.

Elaboración: Subgerencia de Turismo, MPCHJ.

- **Demanda efectiva**

Según el informe emitido por la subgerencia de Turismo de la MPCH-J (2017), es la afluencia de turistas nacionales y extranjeros que arribaron al Distrito de Juli, en el caso de los turistas extranjeros, atraídos principalmente por los templos museo San Juan de Letrán y Nuestra Señora de la Asunción, el estilo colonial de la Pequeña Roma de América y algunos sitios arqueológicos; en el caso de los nacionales, atraídos por la cultura, recursos naturales y aventura de Juli.

Tabla 5. Arribo total de turistas, nacionales y extranjeros al Distrito de Juli 2007-2016

DEMANDA	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
EFFECTIVA										
Nacional	1,555	1,669	2,498	3,613	3,613	3,720	4,720	5,253	7,119	8,482
Extranjera	1,376	1,356	1,110	1,060	1,681	1,598	1,598	1,488	1,758	1,798
TOTAL	2,531	3,025	3,608	4,756	5,294	5,318	5,318	6,741	8,877	10,280

Fuente: Mincetur, DDC Puno, BCR sucursal Puno, DIRCETUR, MPCHJ.

Elaboración: Subgerencia de Turismo, MPCHJ.



- **Perfil de turista nacional que visita el Distrito de Juli (2017)**

Según datos emitidos por la Subgerencia de Turismo en el año 2017, indica que la mayor parte de visitantes que llegan al distrito de Juli, estos pertenecen a diferentes ciudades de la Región, un 40% provenientes de la ciudad de Puno, seguidos de Juliaca con 10%, Ilave con 9%; y Lima con 7%; la mayor parte jóvenes de entre 18 y 24 años y adultos de entre 25 y 34 años, solteros que culminaron o siguen en la Universidad, con ingresos por debajo de los 1000 soles. Indican que tuvieron una buena experiencia, motivados por la visita de campo de atractivos turísticos, siendo los templos y museos, junto a la playa San Juan los más visitados, la pasividad y tranquilidad de Juli, lo transforman en un lugar de relajación natural. El 66% de los turistas encuestados afirman que el motivo de la visita es para conocer los templos y visitar los paisajes naturales como la playa y alrededores. El 41% indica que gasto menos de 50 soles en la visita a Juli, sin embargo, la prestación de servicios fue mal calificada por este grupo, en cambio el fácil acceso terrestre y público junto con el bajo costo de visita hacen que este sea un lugar apreciado por este grupo, a tal grado de que el 85% indicó que recomendaría Juli.

- **Perfil del turista extranjero que visita Juli (2018)**

Según la Subgerencia de Turismo, en una encuesta emitida en el 2016 para el perfil de la demanda receptiva que arriba a Juli, indica que estos pertenecen a diferentes lugares del planeta, un 44% proveniente de Chile, seguidos de Bélgica con 22% y Francia con 22%, sin embargo estas cifras pueden ser muy variantes puesto que Juli, no es un destino internacional muy cotizado, sino eventual, para este tipo de turistas; la mayor parte son jóvenes de entre 18 y 24 años, solteros que culminaron o siguen en la Universidad, con ingresos entre 1000 a 2000 soles y algunos mayores a los 5000 soles mensuales. Indican que tuvieron una buena experiencia, motivados por la visita de campo de atractivos turísticos, siendo los templos y playa los más visitados con 65% de visitas,

gracias a los paisajes naturales y tranquilidad de Juli, sin embargo, la calificación de la calidad de servicios como restaurantes, hospedajes, servicios higiénicos fueron los más bajos de los tres grupos. El 67% indica que gasto menos de 50 soles en la visita a Juli, puesto que la calidad de servicios no exige un mayor monto a pagar.

Tabla 6. Registro de visitas a los templos y museos en el año 2017

VISITA DE EXTRANJEROS	Frecuencia Absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
Templo museo de san Juan de Letrán	410	0.60	60%
Templo museo de Nuestra señora de Asunción	242	0.36	36%
Museo Oscar Velasco Mesa	24	0.04	4%
Museo de restos fosiles de Mastodonte de choccoconiri	4	0.01	1%
TOTAL	680	1.00	100%

Fuente: cuaderno de visitas de templos y museos 2017

Elaboración: Subgerencia de Turismo, MPCHJ.

Del cuadro anterior se puede deducir que el 60% de los turistas que visitan Juli prefiere visitar el templo museo San Juan de Letrán. Seguido con un 36% Templo Museo Nuestra Señora de Asunción, siendo estos dos museos más visitados debido a que están promocionados directamente por las agencias que pasan por la carretera panamericana sur lo cual los obliga a tener una parada no mayor a 5 horas, en el caso del museo de Choccoconiri existen limitantes como la lejanía de la ciudad, el camino agreste y la atención limitada.

Tabla 7. Lugar de procedencia de turistas extranjeros

LUGAR DE PROCEDENCIA	Frecuencia Absoluta (f)	Frecuencia Absoluta (h)	Porcentaje (%)
Suiza	40	0.17	17%
Francia	85	0.37	37%
España	30	0.13	13%
México	5	0.02	2%
Usa	6	0.03	3%
Uruguay	7	0.03	3%
Turquía	4	0.02	2%
Grecia	7	0.03	3%
Canadá	45	0.20	20%
Brasil	2	0.01	1%
Italia	1	0.00	0%
Israel	1	0.00	0%
TOTAL	230	1.00	100%

Fuente: Registro de visitas de los templos museos

Elaboracion: Subgerencia de Turismo, MPCHJ.

Según los registros y el cuadro la mayor parte de visitantes que arriban al distrito de Juli son Europa: según los registros en los templos museos el 37% son franceses, 20% canadienses, 17% suizos, 13% España, seguida por Bélgica, Grecia, Uruguay, Turquía, México, Brasil, Israel e Italia.

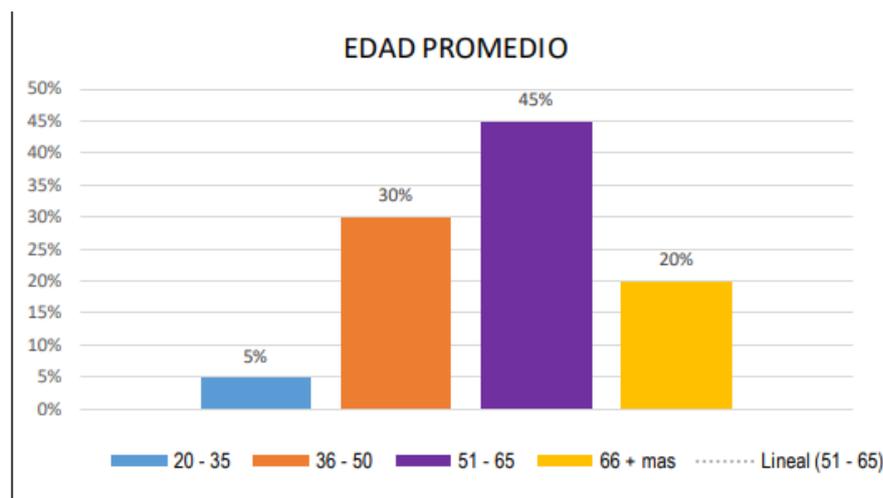


Figura 3. Promedio de los turistas extranjeros que visita el distrito de Juli

Fuente: entrevista y focus group a los agentes en turismo

Según el cuadro anterior indica que el 45% de turistas que visitan al distrito de

Juli tiene la edad de 51 a 60 años, como se muestra la mayoría que viaja son personas mayores de edad y algunos jubilados, viajan con la finalidad de conocer la cultura y atractivos turísticos aprovechando sus vacaciones, seguido por el 30% de turistas que oscilan sus edades entre 36 a 50 años de edad que visitan los diferentes atractivos turísticos del distrito de Juli en compañía de amigos y en ocasiones con familiares compuesto por esposa e hijos, mientras el 20% tiene una edad de 66 años a mas que visita la ciudad con un viaje organizado mediante una agencia de viaje, y el 5% tiene la edad de 20 a 35 años, ratificando que los turistas extranjeros que visitan al distrito de Juli son personas mayores de edad y relativamente es minoría de turistas jóvenes que visita el distrito.

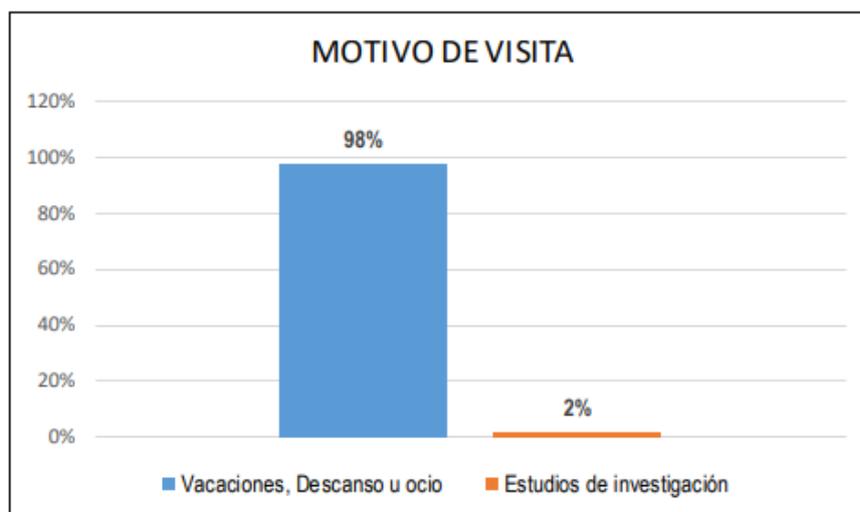


Figura 4. Motivo de visita de los turistas extranjeros al distrito de Juli
Fuente: Mincetur, DDC Puno, BCR sucursal Puno, DIRCETUR, MPCHJ.

Elaboración: Subgerencia de Turismo, MPCHJ.

El 98% de los turistas que visitan la ciudad de Juli, viajan por motivos de sus vacaciones, descanso y ocio con la finalidad de visitar los diferentes atractivos turísticos, disfrutar de la naturaleza, y conocer los diferentes culturales y degustar una gastronomía variada, se caracterizan por ser personas con un nivel educativo y económico elevado. Mientras el 2% de los turistas extranjeros visitan al distrito con la finalidad de realizar

estudios de investigación, puesto que el distrito de Juli genera una gran expectativa a los extranjeros porque tiene una historia transcendental desde la época preinca, inca y colonial lo cual genera que los investigadores arriben al distrito.

4.1.2. Análisis de la oferta turística

El análisis básico de los componentes de la oferta turística implica estudiar el estado y uso actual de todos los elementos identificados, y se tomara en cuenta los siguientes aspectos:

A. *INFRAESTRUCTURA GENERAL*

La información censal del año 2007 nos gráfica una situación preocupante, desde el punto de vista de la provisión de los servicios básicos en el distrito de Juli, y se resume a continuación:

Tabla 8. Infraestructura de servicios del distrito de Juli

Servicio	Disponi- bilidad si o no	Breve descripción
Agua potable y saneamiento	SI	Este servicio de agua potable y saneamiento en la ciudad se Juli está en proceso de mejoramiento integral por el gobierno local. Por otro lado, en la zona rural, solo algunas comunidades cuentan con el servicio, pero en la mayoría de centros poblados rurales del área circunlacustre existen redes de agua potable y piletas públicas.
Energía eléctrica	SI	El servicio de energía eléctrica se abastece a nivel urbano y rural, en los últimos años se abastece a más del 90% de los pobladores. Este servicio es administrada por Electro Puno S.A.
Telefonía fija, móvil e Internet	SI	Al 2016, 264 usuarios de línea fija se encuentran ubicados principalmente en la Ciudad de Juli. Los operadores móviles tienen señal en la ciudad de Juli y en la parte circunlacustre, pero la señal es limitada en la mayoría de los centros poblados. Asimismo, el servicio de internet en la ciudad es hasta de 4G y 3G.

Servicio de Salud	SI	El distrito de Juli cuenta con 15 establecimientos de salud, distribuidos en 1 Hospital de Juli proyectado de nivel II-1 Quirúrgico, 2 Centro de Salud y 12 Puestos de Salud, en proceso de mejoramiento de la infraestructura y equipamiento en la mayoría de las zonas rurales.
Servicio de seguridad y Limpieza pública	SI	Existe una comisaría PNP tipo A, el mismo que tiene efectivos en diversas oficinas y actividades de patrullaje. También existe el servicio de Serenazgo, que realiza en patrullaje en conjunto con la PNP, asimismo este servicio tiene un proyecto en ejecución que contempla compra de camionetas y motos, así como la vigilancia por cámaras de vigilancia.
Terminal terrestre	SI	Cuenta con un terminal interregional e interprovincial así como un terminal zonal, organizados en asociaciones de transporte y debidamente registrados.
Vías internas de tránsito distrital	SI	El distrito de Juli, tiene una longitud total de 269.00 Km de tramos de carretera afirmada, distribuidas en las comunidades, centros poblados y parcialidades. La mayoría de caminos tienen mantenimiento por lo que se encuentran transitables y en buen estado, sin embargo el mantenimiento es limitado hacia los recursos turísticos. También los recursos no tienen adecuados accesos al interior de los recursos.
Señalización (ciudad, turística o vial)	SI	Existe señalización pero es insuficiente de señalización e información turística y vial. Los turistas que nos visitan tienen escasa información respecto a los recursos turísticos; tampoco se cuenta con una adecuada señalización de las vías de la ciudad, que permitan ofrecer una mejor experiencia a las personas que visitan la ciudad a diario.

Fuente: Plan Estratégico Municipalidad Provincial de Chucuito – Juli

B. RECURSOS TURÍSTICOS:

En el tabla 9, se describe los recursos turísticos identificados lo que respecta al patrimonio cultural y natural juleño, según el inventario de los recursos turísticos del distrito de Juli, fueron identificados 22 recursos turísticos; por lo que podemos destacar la existencia de manifestaciones culturales de 6 en arquitectura y espacios urbanos; sitios naturales 1 playa (San Juan), 1 lugar paleontológico (Comunidad de Choccoconiri), 2 montañas (San Bartolomé y León dormido) y 1 museo (Oscar Velazco Meza); en

manifestaciones Arqueológicas 6 sitios arqueológicos y en folclore 3 creencias populares, así mismo cabe recalcar que muchas de estos patrimonio culturales están reconocidos como parte del patrimonio cultural, lo cual consigna en el Inventario de recursos turísticos.

Tabla 9. Situación de los Recursos y Atractivos Turísticos

N°	Recurso / Atractivo	Clasificación	Estado de conservación	Afluencia de visitantes (Fuente)	Temporalidad (meses)	Se encuentra en el inventario turístico	Atributo
1	Templo- Museo San Juan de Letrán	Manifestaciones Culturales / Arquitectura y Espacios Urbanos	BUENO	2059*	Julio - Diciembre	SI (DIRCETUR)	Declarada como Patrimonio Cultural de la Nación y Monumento Nacional con Resolución Suprema N° 515, de fecha 1 de diciembre de 1959.
2	Templo- Museo Nuestra Señora de Asunción	Manifestaciones Culturales / Arquitectura y Espacios Urbanos	BUENO	1325*	Enero – Abril Julio- Diciembre	SI (DIRCETUR)	Patrimonio Cultural de la Nación con R.D. N° 2900 – 72- ED. y Monumento con Resolución Ministerial N° 0928-80-ED, de fecha 23 de Julio de 1980.
3	Templo San Pedro Mártir	Manifestaciones Culturales / Arquitectura y Espacios Urbanos	BUENO	No se cuenta con registro	Julio - Diciembre	SI (DIRCETUR)	Declarada como Monumento Nacional con Resolución Suprema N° 515, de fecha 1 de diciembre de 1959.
4	Templo Santa Cruz de Jerusalén	Manifestaciones Culturales / Arquitectura y Espacios Urbanos	REGULAR	No se cuenta con registro	Julio - Diciembre	SI (DIRCETUR)	Declarada como Patrimonio Cultural de la Nación y Monumento Nacional con Resolución Suprema N° 515, de fecha 1 de diciembre de 1959. Labrada a piedra con decoraciones místicas de la zona.
5	Playa San Juan	Sitio Naturales/Playas	BUENO	No se cuenta con registro	Julio – Diciembre	SI (DIRCETUR)	Claridad del agua y paisaje.
6	Capilla san Pedro de Challa pampa	Manifestaciones Culturales / Arquitectura y Espacios Urbanos	REGULAR	No se cuenta con registro	Julio - Diciembre	SI (Dircetur)	Declarado Patrimonio Cultural de la Nación bajo Resolución Ministerial N° 0928-80-ED de fecha 23 de julio de 1980. Capilla rural para la evangelización a aymaras.
7	Restos Fósiles de Chocco	Sitios naturales/ Lugares Paleontológico	REGULAR	No se cuenta con registro	Junio- Diciembre	SI (Municipalidad Provincial)	Mastodonte más completo de Sudamérica y único en su especie.



	coniri	gicos				Chucuito- Juli)	
8	Qhapaq Ñan Camino Inca	Manifestaciones Culturales/ Sitios Arqueológicos	BUENO	No se cuenta con registro	Junio-Enero	SI (Dirctetur)	Resolución Directoral Nacional N° 355/INC de fecha 19 de febrero del 2010. Declaración mundial por la UNESCO.
9	Complejo Arqueológico de Huaylluni	Manifestaciones Culturales/ Sitios Arqueológicos	REGULAR	No se cuenta con registro	Febrero y Agosto	SI (Municipalidad Provincial Chucuito-Juli)	Belleza paisajística y arqueológica
10	Complejo Arqueológico de Huaquiña	Manifestaciones Culturales/ Sitios Arqueológicos	REGULAR	No se cuenta con registro	Enero, Febrero, Agosto - Diciembre	SI (Municipalidad Provincial Chucuito-Juli)	Declarado como Patrimonio Cultural de la Nación en la denominación monumentos arqueológicos con resolución Directoral Nacional N° 677/INC del 29 de Abril del 2009. Paisaje, arqueología y vivencial.
11	Apu San Bartolomé	Sitios Naturales/ Montañas	REGULAR	No se cuenta con registro	Todo el año	SI (Municipalidad Provincial Chucuito-Juli)	Declarado Patrimonio Cultural de la Nación bajo Resolución Directoral N° 677/INC del 29 de abril del 2009. Paisaje y misticismo.
12	Arco de Arcopata	Manifestaciones Culturales / Arquitectura y Espacios Urbanos	REGULAR	No se cuenta con registro	Setiembre y Diciembre	SI (Municipalidad Provincial Chucuito-Juli)	Declarado Monumento Nacional al amparo de la Resolución Ministerial N° 0928-80-ED. Lugar de descanso y entrega del niño san salvador y virgen de natividad de las comunidad rural a urbana.
13	Fortaleza de Tanapaca	Manifestaciones Culturales/ Sitios Arqueológicos	REGULAR	No se cuenta con registro	Agosto	SI (Municipalidad Provincial Chucuito-Juli)	Fortaleza en un lugar estratégico en la época pre inca.
14	Fortaleza de Pucara	Manifestaciones Culturales/ Sitios arqueológicos	REGULAR	No se cuenta con registro	No es visitado	SI (Municipalidad Provincial Chucuito-Juli)	Denominación Monumentos Arqueológicos, con Resolución Directoral Nacional N° 677/INC del 29 de Abril del 2009. Fortaleza en un lugar estratégico en la época pre inca.
15	Festividad de la Exaltación de Santa Cruz	Folclore/ Creencias Populares		No se cuenta con registro	Setiembre	SI (Municipalidad Provincial Chucuito-Juli)	Declarado Patrimonio Cultural de la Nación con Resolución Viceministerial N° 123-2015-VMPCIC-MC.



16	Escuela de Indios Nobles	Manifestaciones Culturales / Arquitectura y Espacios Urbanos	REGULAR	No se cuenta con registro	Junio-Diciembre	SI (Municipalidad Provincial Chucuito-Juli)	Declarados como monumento cultural el local de la Cárcel de Juli y la Casa de los Cuentas Zavala con R.S. N° 2900- 72- ED del 28- 12- 72, y con Resolución Ministerial N° 0928-80-ED del 23 de Julio de 1980. Una de las 3 escuelas de indios nobles a nivel nacional.
17	Festividad de la Virgen Inmaculada Concepción	Folclore/ Creencias Populares		No se cuenta con registro	Diciembre	SI (Municipalidad Provincial Chucuito-Juli)	Fiesta Patronal
18	Formación Geológica de Yacari	Sitios Naturales/ Montañas	BUENO	No se cuenta con registro	Abril	SI (Municipalidad Provincial Chucuito-Juli)	Declarado como Patrimonio Cultural Nación con Resolución Directoral N° 677/INC, de fecha 29 de Abril de 2009. Zoológico y bosque natural
19	Complejo Arqueológico de Lundayani	Manifestaciones Culturales/ Sitios Arqueológicos	REGULAR	No se cuenta con registro	Todo el año	SI (Municipalidad Provincial Chucuito-Juli)	Declarado como Patrimonio Cultural de la Nación en la denominación Monumentos Arqueológicos con Resolución Directoral Nacional N° 677/INC del 29 de Abril del 2009. Ultimo lugar donde habitó el reino Lupaca.
20	Museo Oscar Velazco Meza	Manifestaciones Culturales/ Museo	BUENO	2795*	Enero-Marzo Mayo-Junio Setiembre-Diciembre	SI (Municipalidad Provincial Chucuito-Juli)	Objetos pre incas, incas y colonial.
21	Carnaval Juleño	Folclore/ Creencias Populares		No se cuenta con registro	Febrero	SI (Municipalidad Provincial Chucuito-Juli)	Danza en minifaldas.
22	Centro Arqueológico de Tuma Tumaní	Manifestaciones Culturales/ Sitios Arqueológicos	REGULAR	No se cuenta con registro	Todo el año	SI (Municipalidad Provincial Chucuito-Juli)	Declarado como Patrimonio Cultural de la Nación en la denominación Monumentos Arqueológicos con Resolución Directoral Nacional N° 677/INC del 29 de Abril del 2009. Ultimo lugar donde habitó el reino Lupaca.

Fuente: Inventario de Recursos Turísticos de la Provincia de Chucuito – Juli, Elaboración propia.

C. INSTALACIONES TURÍSTICAS:

Lo que respecta a las instalaciones físicas que se relacionan directamente con los recursos turísticos anteriormente señalados, de uso complementario para el disfrute de la visita turística, sin embargo, se debe señalar que los lugares señalados en el cuadro en lo que respecta al puerto embarcadero se cuenta con infraestructura a la fecha no está en funcionamiento, existen esfuerzos por activarlos de parte de las instancias gubernamentales locales.

Tabla 10. Instalaciones turísticas del distrito de Juli

Lugares	Puerto embarcaderos, muelles	- Embarcadero Lacustre de Juli.
	Oficina de información turística	- Ubicado en la plaza central Ludovico Bertonio de la ciudad de Juli, segundo piso del museo Oscar.

Fuente: Elaboración Propia

D. ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Para el análisis de la situación actual es preciso conocer también los servicios turísticos que se producen en el distrito; por lo tanto, se analiza las actividades con las que cuentan los recursos turísticos y cómo se realiza la visita turística de ser el caso.

En el distrito de Juli, existen recursos culturales y naturales variados; sin embargo los únicos recursos que son frecuentados por el turismo receptivo son: las templos museo ubicadas en el distrito de Juli, aclarando que son atractivos en ruta utilizados por los operadores y el tiempo de visita es menos de cinco horas.

Sin embargo, hay otros visitantes nacionales y locales que visitan la orilla lacustre del lago Titicaca actualmente por lo que se han desarrollado diversas actividades económicas como las actividades recreativas consignadas en la tabla, lo que actualmente

genera la visita de turistas internos, lo cual se detalla a continuación:

Tabla 11. Actividades complementarias

Servicios complementarios*	N° total	Descripción breve del servicio complementario	Formalidad		
			N° de empresas con licencia de funcionamiento municipal	N° de empresarios con RUC	N° de empresarios registrados en DIRCETUR
"LULI MARCA"	Cuatrimotos 9, cuatrimotos pequeños 2, Motos acuáticas 2, Canopy 180	Alquiler y paseo en cuatrimotos canopy y Motos acuáticas. Deslizamiento de canopy de 180 metros.	EN TRAMITE	10436104109	NO
KOTA LAKA	Cuatrimotos 4, carro tubular 1, juego de billar gigante a pie 1, juego de los bolos 1, laberinto en los arboles 1, canopy 200 metros 1, banano 1, roler 1.	Alquiler y paseo en cuatrimotos, roler, carro tubular, juego de billar a pie, laberinto en el arbol, deslizamiento en canopy de 200 metros.	EN TRAMITE	20600709594	NO
EMPRESA DE SERVICIOS MULTIPLES PLAYA RECREACION ACUATICO SCRH	Pedalones 7, botes 5, cuatrimotos 5.	Alquiler y paseo en pedalones, botes y cuatrimotos.	N° 000091	20600399633	NO

Fuente: Elaboración Propia, datos MPCHJ

E. PLANTA TURÍSTICA

E.1. ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE

Tabla 12. Establecimientos de hospedaje de la ciudad de Juli

Número total de establecimiento o de hospedaje por clasificación *	Capacidad ofertada		Formalidad		
	N° de habitaciones	N° total de camas	N° de establecimientos de hospedaje con licencia de funcionamiento municipal	N° de establecimiento o de hospedaje con RUC	N° de Establecimiento de hospedaje registrados en DIRCETUR
1. Hostal Brisas del Titicaca	11	19	Si	1005120026	No
2. Hospedaje El Palacio	7	14	Si	10412531235	Si
3. Hospedaje Los Ángeles	18	26	Si	1070500161	No
4. Hospedaje San Bartolomé	10	12	Si	10018626395	No
5. Albergue Turístico	8	12	No	-	No
TOTAL	54	83	4	4	1

Fuente: Elaboración Propia, datos MPCHJ

A nivel distrital a julio del 2017, se cuenta con 4 establecimientos de hospedaje en funcionamiento y 1 albergue turístico, considerado dentro de la planta turística en el centro soporte de la Ciudad de Juli, siendo el único lugar urbano de la extensión geográfica del distrito, para lo cual se señala en la tabla 9. De los hospedajes registrados solo 1 de ellos emite información a la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo.

E.2. ESTABLECIMIENTOS RURALES

Tabla 13. Establecimientos rurales

N° TOTAL DE ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE RURAL	UBICACION DEL HOSPEDAJE RURAL	CAPACIDAD OFERTADA		FORMALIDAD		
		N° DE HABITACIONES	N° DE CAMAS	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	REGISTRO UNICO DEL CONTRIBUYENTE	REGISTRO EN DIRCETUR
1. Casa Andina Rural	C.P de Molino A 10 Km. De Juli	9	11	NO	SI	NO
2. Taypi Q'amaña Establo	C.P de Chucasuyo Ccaje a 3km	3	6	NO	SI	NO
TOTAL		12	17	-	-	-

Fuente: Elaboración estudio de mercado – MPCHJ 2018

Según los registros a nivel distrital a Julio del 2017, se cuenta con dos establecimientos de hospedaje rurales en funcionamiento, el hospedaje rural TAYPI Q´AMAÑA ESTABLO con una capacidad de 6 pax (personas) se encuentra ubicado en la comunidad de Chucasuyo Ccaje, el hospedaje CASA RURAL ANDINA tiene una capacidad de 11 pax (personas) está ubicado en el centro poblado de Molino.

Tabla 14: Establecimientos rurales en proyecto

N° TOTAL DE ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE RURAL	EMPRENEDORES	UBICACION DEL HOSPEDAJE RURAL	CAPACIDAD OFERTADA		FORMALIDAD	
			N° DE HABITACIONES	N° DE CAMAS	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	REGISTRO UNICO DEL CONTRIBUYENTE
1. La casa de Madera de Enrique	Enrique Velasco Aguilar	C.P de Chucasuyo Ccaje a 3km de la ciudad de Juli	1	2	NO	NO
2. Suma Lodge	Maura Mamani Amaru	C.P de Chucasuyo Ccaje a 3km de la ciudad de Juli	1	2	NO	NO
TOTAL			2	4	-	-

Fuente: Elaboración estudio de mercado – MPCHJ 2018

Los hospedajes en la tabla siguiente son hospedajes que están en proyecto y en proceso de habilitación puesto que ha sido focalizado como hospedajes rurales en el año 2018.

E.3. RESTAURANTES

Los restaurantes que se muestran en la tabla 13, son establecimientos encargados de expendir comidas y bebidas en condiciones apropiadas de ubicación, presentación y en alguna manera hay calidad de servicio; esta base de datos se elaboró en base a la ficha de levantamiento de información de la oferta turística, se muestra un número reducido, ya que solo se ha considerado los que cumplen con los requisitos mínimos.

Tabla 15. Establecimientos de Alimentos de la ciudad de Juli

Número total de establecimiento de alimentos & bebidas	Capacidad ofertada		Formalidad		
	N° total de mesas	N° total de sillas	N° de A & B con licencia de funcionamiento municipal	N° de A & B con RUC	N° de A & B DIRCETUR
1. Restaurante Litoral	7	34	NO	10046282332	NO
2. Restaurante San Bartolomé	14	68	SI	10017711321	
3. Restaurante Piro	10	40	NO	NO	NO
4. Restaurante Nieves	14	60	NO	10017316905	NO
5. restaurante Kantuta	6	24	NO	-	NO
6. Restaurante Brisas del Lago	19	70	SI	10107249325	NO
7. Snack bar el Solar	4	10	SI		NO
8. Snack Café Soda Lundayani	11	44	SI (316-06)	10017711330	NO
9. Snack Rosy	9	40	NO	NO	NO
10. Restaurante Titanic	14	56	NO	NO	NO
TOTAL	108	446	3	5	0

Fuente: Elaboración Propia, datos MPCHJ

E.4. OPERADORES TURÍSTICOS

En la tabla 16, detalla la lista de agencias de viajes ubicadas en el destino más próximo al distrito de Juli, con una planta turística más fortalecida que es Puno, estas agencias consideran dentro de sus paquetes turísticos a Juli, como un lugar de paso con un promedio de estadía menor a 5 horas; además la inadecuada promoción hace que no sea opción por todas las agencias:

Tabla 16. Operadores de Turismo y agencias de viaje.

Número total de operadores de turismo y agencias de viaje	Público Objetivo (Nacional / Extranjero)	Formalidad		
		N° de operadores de turismo y agencias de viaje con licencia de funcionamiento o municipal	N° de operadores de turismo y agencias de viajes con RUC	N° de operadores de turismo y agencias de viajes registrados en DIRCETUR
16 AAVV ubicadas en la ciudad de Puno	EXTRANJ ERO	16	16	16

Fuente: Elaboración Propia, datos MPCHJ

E.5. ARTESANIAS

En el año 2017 se registro 11 asociaciones que desempeñan diversos trabajos en la elaboración de bordados en bayeta, tejidos, telares, etc. Tres asociaciones se han unido y tienen un local ubicado en el embarcadero turístico, y los demás usan su domicilio para reuniones y centro de elaboración de sus productos. Y respecto a los artesanos que hacen trabajo en tallado en madera y piedra no pertenecen a una asociación, lo cual se resume en la tabla 17.

Tabla 17: Asociación de Artesanos

LÍNEA ARTESANA L	N° TOTAL DE ARTESANOS / TALLERES	PRODUCTOS	VENTAS		FORMALIDAD	
			NACIONAL	EXPOR TACIÓ N	N° DE ARTESA NOS CON RNA.	N° DE ARTESA NOS CON RUC.
BORDADO A BAYETA	5 ASOCIA CIONES	Panoramas, Cojines, Tapices, Colchas, Tarjeteros, Manteles, Cubrecamas, Tiritas, Paisajes, porta celulares, Porta vasos, Cultura, Bolsas de Culturas	Juli, Puno, Lima, Cusco, Iquitos, Copacabana y Desaguadero	1 España, EEUU , Chile, Bolivi a 02 Bra sil	5 asociacio nes	4 personas las presidentes
TEJIDO A PALILLO / CROCHET	10 ASOCIA CIONES	Ponchos, chompas, chalinas, boinas, gorros, chullos, guantes, medias, miniaturas, mitones, vinchas, chales, vestidos, manoplas, aretes, palquitos, medias, collares, etc.	Juli, Puno, Lima Huancayo, Cuzco, Desaguadero, Iquitos, Tacna y Moquegua	3 Alema nia, Austra lia y 05 EEUU 01 Bolivi a, Brasil, España, Japón	9 asociacio nes	8 personas
TÉJIDO A TELAR	1 ASOCIA CION	Sweter, chales, mantas, mantones, chullos, chalinas, etc.	Juli, Puno, Juliaca y Lima.	-	-	-
TÉJIDO PLANO O RAS DEL SUELO (CUATRO ESTACAS)	1 ASOCIA CION	Incuñas, aguayos, pullos, chuspas, fajas, frazadas, sillco, mantas y mantones.	Juli, Puno, Juliaca y Lima.	-	1 ASOCIA CIÓN	-
MACRAMÉ (son dos personas con discapacida d)	2 PERSO NAS	Carteras, adornos florales, correas, porta reloj, porta celulares y panadera.	Juli, Puno, Juliaca y Lima.	-	-	-
TALLADO A MADERA	4 PERSO NAS	Logotipos, tallados en cuadro, tallados de todo tipo, escultura en general.	Juli, Puno, Juliaca y Lima.	-	-	-
TALLADO EN PIEDRA	4 PERSO NAS	Escultura en piedra y tallado en piedra	Juli, Puno, Tacna y Desaguadero	-	-	-

Fuente: Elaboración Propia, datos MPCHJ

E.6. GUÍA ORIENTADORES TURÍSTICOS

En la tabla 18, se detalla la cantidad de orientadores turísticos que fueron capacitados por el Centro de Formación Turística (CENFOTUR) en el año 2016 y 4 guías en turismo quienes son especialistas en guiados egresadas de la universidad y tecnológico.

Tabla 18. Orientadores turísticos en la ciudad de Juli

Número total de guías y orientadores turísticos locales	Formalidad	
	N° de guías y orientadores turísticos Locales organizados	N° de guías y orientadores turísticos locales registrados en DIRCETUR
37 Orientadores Turísticos	-	Certificados por el CENFOTUR – 2016
4 Guías turísticas	1	Licenciados en Turismo sin registro

Fuente: Elaboración Propia, datos MPCHJ

E.7. TRANSPORTE

Existen empresas que prestan servicios de traslado, mas no están categorizados dentro del rubro turístico.

Tabla 19. Asociaciones de transporte del distrito de Juli

N°	Nombre de la Empresa de Transportes	Capacidad de pasajeros por unidad	Frecuencia diarias	Cuenta con RUC	Cuenta con licencia de funcionamiento
1	Desaguadero SCRL.	14 pax.	Permanente	20222370044	El 100 % de los conductores cuentan con licencia de funcionamiento.
2	Trans Roma SCRL.	14 pax.		20405620520	
3	Líder SCRL.	14 pax.		20364289457	
4	24 de Agosto SRL.	14 pax.		20364360771	
5	Juli Express SCRL.	14 pax.		20322081693	
6	Juli Andino SRL.	14 pax.		20601505631	
7	Urbano Nueva Visión	14 pax.		20600801792	
8	Taxi 2 de Abril	04 pax.		20448206760	
9	Taxi Brisas	04 pax.		20448038956	



Tours					
10	Taxi Poder de Dios	04 pax.		20448102638	
11	Taxi Inca Tours	04 pax.		20601003750	
12	Taxi Líder	04 pax.		10408461982	
13	Taxi Rey	04 pax.		20542645939	
14	Taxi San Bartolomé	04 pax.		20448146414	
15	Trans Juli	14 pax.	En	No cuenta	No cuenta con
16	Rosario Central		festividades	con RUC	licencia de
17	El Progreso SCRL.		y días de		funcionamiento
18	Trans Bartolomé SCRL.		feria		por ser
19	Central Buena Vista SRL.		"Miércoles		empresas
20	Virgen de la Merced SCRL.		y		informales
21	San Agustín SCRL.		Domingos"		rurales
22	Molino Express				
23	1° de Agosto SCRL.				
24	Señor de Mayo SRL.				
25	San Andrés SRL.				
26	Orión SCRL.				
27	31 de Mayo				
28	Express Pizacoma SRL.				
29	Nueva Visión				

Fuente: Elaboración Propia, datos MPCHJ

4.1.3. Análisis de las inversiones turísticas (Públicas Y Privadas)

Se revisó el Plan de Desarrollo Urbano de la ciudad de Juli del año 2016, en donde muestra en el siguiente listado se encuentra validado con el Plan de Desarrollo Concertado del distrito de Juli.

Tabla 20. Programa de inversiones del plan de desarrollo urbano

EJE ESTRATEGICO 1 : DERECHOS FUNDAMENTALES Y DIGNIDAD DE LAS PERSONAS						
A. PROGRAMA: MANIFESTACIONES CULTURALES E IDENTIDAD						
PROYECTOS DE INVERSION	PLAZO			FUENTE DE FINANCIAMIENTO	PROMOTOR / RESPONSABLES	
	CORTO PLAZO	MEDIANO PLAZO	LARGO PLAZO			
A.1	RESTAURACIÓN Y PUESTA EN VALOR DEL TEMPLO SANTA CRUZ DE JERUSALEM			Recursos del Ministerio de Cultura	Dirección Regional de Cultura del Puno	
A.2	CREACIÓN DEL CENTRO CULTURAL JULI (TEATRO, BIBLIOTECA, SALAS DE EXPOSICIONES)			Recursos del Ministerio de Cultura	Dirección Regional de Cultura del Puno	
A.3	CREACIÓN DEL CENTRO ARTESANAL JULI			Recursos del Ministerio de Cultura	Dirección Regional de Cultura del Puno	
A.4	RECUPERACION Y VALORACIÓN DE LA CULTURAL ANCESTRAL DE LOS POBLADORES DE LA PROVINCIA			Municipalidad Provincial de Chucuito	Municipalidad Provincial de Chucuito, Dirección	
A.5	RESTAURACION Y PUESTA EN VALOR DEL LOCAL DE LA INQUISICION			Recursos del Ministerio de Cultura	Municipalidad Provincial de Chucuito, Dirección	
A.6	IDENTIFICACION, RECUPERACION Y PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO ARQUITECTONICO PREHISPANO EN LOS CERROS ZAPACOLLO Y PUCARA.			Municipalidad Provincial de Chucuito	Municipalidad Provincial de Chucuito, Dirección Regional de Cultura Puno	
A.7	ACONDICIONAMIENTO URBANISTICO DEL ENTORNO EXTERIOS DE LOS TEMPLOS SAN JUAN DE LETRAN,			Recursos del Ministerio de Cultura	Municipalidad Provincial de Chucuito, Dirección	

EJE ESTRATEGICO 4 : ECONOMIA, COMPETITIVIDAD Y EMPLEO						
E. PROGRAMA: CAPACIDAD COMERCIAL Y TURISTICA DE LA CIUDAD DE JULI						
PROYECTOS DE INVERSION	CORTO PLAZO	MEDIANO PLAZO	LARGO PLAZO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	PROMOTOR / RESPONSABLES	
E.1	Programa de capacitación y asistencia técnica empresarial de actividades comerciales y de servicios Turísticos			Recursos de la MPCH	Municipalidad Provincial Chucuito Juli	
E.2	Implementación de redes o asociaciones empresariales Artesanales			Recursos de la MPCH	Municipalidad Provincial Chucuito Juli	
E.3	Fortalecimiento de capacidades de las dependencias públicas y prestadores de servicios aduaneros			Recursos de la MPCH	Municipalidad Provincial Chucuito Juli	
E.4	Construcción del Mercado Mayorista de Juli			Inversión privada	Municipalidad Provincial Chucuito Juli	

EJE ESTRATEGICO 5 : DESARROLLO REGIONAL E INFRAESTRUCTURA						
F. PROGRAMA: CONSOLIDACION DEL EMBARCADERO TURISTICO, MIGRATORIO Y ADUANERO						
PROYECTOS DE INVERSION	CORTO PLAZO	MEDIANO PLAZO	LARGO PLAZO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	PROMOTOR / RESPONSABLES	
F.1	Habilitación e Implementación del embarcadero turístico como paso de frontera			Inversión Privada, MRE, GRP.	Municipalidad Provincial Chucuito Juli	
F.2	Habilitación e Implementación del area comercial especializada			Inversión Privada	Municipalidad Provincial Chucuito Juli	
F.3	Acondicionamiento Urbano del Centro Binacional de Atención Fronteriza Juli- Copacabana			Recursos del MRREE	Municipalidad Provincial Chucuito Juli	
F.4	Acondicionamiento Urbano del entorno del embarcadero Turístico Juli			Inversión Privada	Municipalidad Provincial Chucuito Juli	
F.5	Construcción de la Estación Logístico Ferroviario			Recursos de la MPCH, MTC	Ministerio de Transporte y Comunicaciones	

Fuente: Proyectos y programas de inversión del Plan de Desarrollo Urbano de la ciudad de Juli.

Sin embargo, a la fecha los esfuerzos por formular y presupuestar dichos proyectos, programas y talleres de fortalecimiento de capacidades no ha sido posible en su totalidad para su realización por la escasez de fondos y limitado presupuesto que tiene la oficina de Turismo de la municipalidad en referencia.

Por otro lado en la misma línea de inversión, en el año 2017 la Municipalidad Provincial de Chucuito – Juli, a través de la subgerencia de Turismo, ha priorizado dos proyectos que se explica en la tabla 21, hay un plan de trabajo que se está desarrollando

para la creación del producto de turismo rural comunitario y la inserción de Comunidades Campesinas.

Tabla 21. Proyecto y planes de inversión pública en el distrito de Juli

Proyectos Vinculados al Turismo (Priorizados)	Monto de Inversión S/.	Nivel de gobierno ejecutor
Instalación del centro de información y fomento turístico en la municipalidad provincial de Chucuito, provincia de Chucuito-Puno	1`222,679.00	Municipalidad Provincial Chucuito
"Instalación de teatro municipal para la prestación de servicios sociales y culturales en la ciudad de Juli, distrito Juli – Chucuito-Puno"	2`800,000.00	Municipalidad Provincial Chucuito
Plan de Trabajo: "Creación del Producto Turístico "Turismo Rural comunitario e inserción de Comunidades Campesinas priorizadas.	14,000.00	Municipalidad Provincial Chucuito – Subgerencia de Turismo

Fuente: Elaboración propia, en base a información del PIA 2017

En lo que respecta a la inversión privada se ha elaborado una ficha de estudio de la oferta, donde se ha identificado posibles inversiones privadas, expresadas por los emprendedores de las actividades recreativas ubicados en la Playa San Juan de la ciudad de Juli, tal como lo señala los funcionarios públicos de la oficina de Turismo.

Tabla 22. Proyectos de inversión privada

Proyectos Vinculados al Turismo (Priorizados)	Breve descripción (rubro)	Monto aproximado S/.
Ampliación de actividades recreativas de motos acuáticas y cuatrimotos.	Recreación activa	80,000.00
Mejoramiento de actividades recreativas y áreas de camping.	Recreación activa	200,000.00
Mejoramiento de los servicios múltiples playa recreacional acuático.	Recreación activa	50,000.00
Construcción del Hotel Asunción	Hotelería	800,000.00
Total S/.		1`130,000.00

Fuente: Elaboración propia, Datos MPCHJ

4.1.4 Análisis Foda

A continuación, se muestra el análisis FODA del distrito de Juli, con el fin de explicar los aspectos internos y externos del producto que se pretende proponer como objetivo de la presente tesis.

4.1.4.1. Analisis foda del destino turístico

Tabla 23. Análisis interno

Campos de interes	Fortalezas	Debilidades
Territorio	Localización estratégica del distrito de Juli sobre la carretera Panamericana Sur	Algunos de tramos cuentan con una red vial deficiente
Poblacion	Disponibilidad de la población local para recepcionar turistas	Alto resentimiento de la población frente a las autoridades ediles del distrito.
Recursos y atractivos turisticos	Existencia de atractivos naturales como aguas minero-medicinales, cataratas, bosques de queñuales, formaciones rocosas y Manifestaciones culturales como arte rupestre, iglesias coloniales, casonas, y restos fósiles y restos arqueológicos	Inadecuado mantenimiento de los recursos turísticos Limitada infraestructura de servicios complementarios para la actividad turística en la provincia Baja implementación de gestión integral de residuos sólidos
Servicios turisticos	Existencia de nuevos emprendimientos rurales	Escasos y deficiente servicio en establecimientos de hospedaje y restauración categorizados Elevados niveles de informalidad en la provincia
Infraestructura y servicios basicos	Infraestructura vial y conectividad existente en condiciones regulares Existencia de servicios básicos en el distrito.	Acceso limitado a los servicios básicos de luz, agua, alcantarillado, telefonía e internet debido a bajos niveles de gestión de las municipalidades distritales y provincial
Transporte	Empresas de transporte interprovincial	Escasa conectividad en el servicio de transporte y bajo nivel de calidad de atención en el servicio.
Gestion municipal	Predisposición por parte de las autoridades locales para desarrollar el turismo Planificación a nivel de investigación	Escasa institucionalidad de documentos como instrumentos de gestión como los planes de Desarrollo del Turismo

	Existencia de proyectos para la implementación de servicios básicos e infraestructura primaria	Los gobiernos de turno tienen un periodo corto de gobernanza, lo cual estanca los proyectos propuestos.
	Se ha creado la Sub Gerencia de Turismo en la Municipalidad Provincial de Chucuito	
	Planes de Desarrollo Concertado actualizados	Escasa difusión y socialización de planificación del territorio, lo que provoca una débil gestión de los recursos turísticos
Demanda	Inclusión de algunos recursos turísticos en la comercialización del producto regional	El periodo de estadía en la ciudad de Juli no supera las cinco horas y se limita al ingreso de museos y servicios higiénicos, mas no interactúa con los otros servicios por ser deficientes.
Promocion	Se han realizado famtrip, promoción en páginas, redes sociales.	Existe escasa promoción de los recursos turísticos de la provincia de Chucuito, y los esfuerzos en promocionar están limitados.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24. Análisis externo

CAMPO DE INTERES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Medioambiente	Cambios en las preferencias del turista nacional y extranjero, búsqueda de atractivos naturales y de aventura.	Mala manipulación de residuos sólidos. Sobre explotación de la frontera agrícola y de pastoreo. Desastres naturales (Sequias, inundaciones, heladas).
Economía	Mejoramiento progresivo de la calidad de vida de los ciudadanos del estrato social B y C.	Inestabilidad económica a nivel mundial, la volatilidad del precio del barril de petróleo, y su influencia en la economía de países en vías de desarrollo. Conflictos sociales mineros afecta directamente al crecimiento del PBI.
Tecnología	Incremento en la tecnología de las comunicaciones.	Escaso manejo de tecnologías emergentes en el distrito, además del deficiente uso de internet.
Servicio turístico	El turista prefiere servicios acogedores y familiares antes que grandes instalaciones.	El surgimiento de nuevos productos que puedan posicionarse en el mercado a mediano plazo .

Gestión	El MINCETUR promueve el Turismo Rural Comunitario como una alternativa para el desarrollo integral de las comunidades.	Politización de los cargos y actividades claves para el desarrollo turístico.
	Desarrollo de Planes de Acondicionamiento Territorial y Desarrollo Urbano.	Alto niveles de rotación de personal.

Fuente: Elaboración propia

4.1.5. Propuesta estratégica

VISIÓN

El distrito de Juli al 2023, está posicionado como un destino turístico sostenible y competitivo a nivel nacional que aporta al bienestar común económico y social del distrito.

MISIÓN

Juli, es reconocido por su vasta riqueza cultural y natural, conserva sus valores ancestrales e históricos con identidad, ofreciendo recreación para sus visitantes con sus recursos turísticos acordes a las tendencias mundiales.

OBJETIVOS ESTRATEGICOS:

OBJ. EST. 1: Fomentar conciencia turística en la población

Acción Estratégica 1: Fomentar e implementar cursos-talleres de capacitación dirigidos a la población

Acción Estratégica 2. Promover el turismo como generador de empleo y divisas

Acción Estratégica 3: Gestionar el turismo sostenible

Acción Estratégica 4: Fomentar y comunicar la actividad turística en centros educativos



de todos los niveles.

OBJ. EST. 2: Mejorar la infraestructura pública e incrementar asignación presupuestal

Acción Estratégica 1: Ampliar y mejorar la red de servicios básico

Acción Estratégica 2: Gestionar el ordenamiento territorial debidamente reglamentado

Acción Estratégica 3: Comprometer al Presupuesto Institucional de Apertura la participación presupuestaria de turismo

Acción Estratégica 4: Designar presupuesto para la implementación de los planes y proyectos.

OBJ. EST. 3: Mejorar los servicios turísticos y fortalecer capacidades

Acción Estratégica 1: Formular y reglamentar a través de un marco normativo que regule y estandarice los servicios turísticos para su adecuación, contextualización en el Distrito de Juli

Acción Estratégica 2: Identificar necesidades de los servicios turísticos para la adecuada intervención

Acción Estratégica 3: Fortalecer capacidades de producción y comercialización en el ámbito artesanal.

Acción Estratégica 4: Fortalecer capacidades y buenas prácticas en hospedajes

Acción Estratégica 5: Fortalecer capacidades y buenas prácticas en restaurantes

Acción Estratégica 6: fortalecer capacidades y buenas prácticas en actividades complementarias al turismo.

Acción Estratégica 7: Fomentar y capacitar en relación a planes de negocio a los emprendimientos turísticos o empresariales.



OBJ. ESTR. 4: Acondicionar y mejorar los recursos turísticos

Acción Estratégica 1: Elaborar proyectos para la puesta en valor de los recursos turísticos priorizados

Acción Estratégica 2: Financiar actividades de conservación y mantenimiento de los Recursos Turísticos

Acción Estratégica 3: Suscripción de convenios y alianzas con instituciones que apoyen el desarrollo del turismo.

OBJ. ESTR. 5: Fomentar la promoción y comercialización de los atractivos turísticos del distrito de Juli

Acción Estratégica 1: Elaborar un plan de marketing de Destino

Acción Estratégica 2: Elaborar un plan de gestión de Destino priorizando los atractivos con mayor potencial.

Acción Estratégica 3: Creación y adecuación de información turística de calidad.

Acción Estratégica 4: Ejecución de actividades de promoción

Acción Estratégica 5: Creación de web, blogs especializados, redes sociales (influencers)

Acción Estratégica 6: Consolidar un producto turístico innovador que logre posicionamiento.

Una vez expuesto los objetivos estratégicos y acciones estratégicas a continuación se gráfica el plan de acción que consigna cronograma, presupuesto, financiamiento y responsable.

• **PLAN DE ACCIÓN: Cronograma y Presupuesto**

Objetivos	Acción estratégica	2019-2023					PRESUPUESTO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	RESPONSABLE EJECUTOR
		1	2	3	4	5			
OE. 2. MEJORAR LA OE. 1. FOMENTAR INFRAESTRUCTURA CONCIENCIA TURÍSTICA PÚBLICA E INCREMENTAR EN LA POBLACIÓN ASIGNACIÓN PRESUPUESTAL	AE. 1	Fomentar e implementar cursos-talleres de capacitación dirigidos a la población	x	x	x	x	x	100,000.00	MPCHJ
	AE. 2	Promover el turismo como generador de empleo y divisas	x	x	x	x	50,000.00	Inversión Pública	MPCHJ
	AE. 3	Gestionar el turismo sostenible	x	x	x	x	150,000.00	Inversión Pública	MPCHJ
OE. 2. MEJORAR LA OE. 1. FOMENTAR INFRAESTRUCTURA CONCIENCIA TURÍSTICA PÚBLICA E INCREMENTAR EN LA POBLACIÓN ASIGNACIÓN PRESUPUESTAL	AE. 4	Fomentar, concientizar y comunicar la actividad turística en centros educativos de todos los niveles.	x	x	x	X	50,000.00	Inversión Pública	MPCHJ
	AE. 1	Ampliar y mejorar la red de servicios básico	x	x			1'000,000.00	Inversión Pública	MPCHJ
	AE. 2	Gestionar el ordenamiento territorial debidamente reglamentado (planes urbanos)	x	x	X		200,000.00	Inversión Pública	MPCHJ
OE. 2. MEJORAR LA OE. 1. FOMENTAR INFRAESTRUCTURA CONCIENCIA TURÍSTICA PÚBLICA E INCREMENTAR EN LA POBLACIÓN ASIGNACIÓN PRESUPUESTAL	AE. 3	Comprometer al Presupuesto Institucional de Apertura la participa presupuestaria de turismo	x	x	X	X	500,000.00	Inversión Pública	MPCHJ

OB. 3. MEJORAR LOS SERVICIOS TURÍSTICOS Y FORTALECER CAPACIDADES	ACO NDIC	AE. 4	Designar presupuesto para la implementación de los planes y proyectos.	x	X	X	500,000.00	Inversión Pública	MPCHJ
		AE. 1	Formular y reglamentar a través de un marco normativo que regule y estandarice los servicios turísticos para su adecuación, contextualización en el Distrito de Juli	x			35,000.00	Inversión Pública	MPCHJ
OB. 4. ELABORAR PROYECTOS PARA LA PUESTA EN VALOR DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS PRIORIZADOS	ACO NDIC	AE. 2	Identificar necesidades de los servicios turísticos para la adecuada intervención	x	X		15,000.00	Inversión Pública	MPCHJ
		AE. 3	Fortalecer capacidades de producción y comercialización en el ámbito artesanal	x	x	x	250,000.00	Inversión Pública	MPCHJ – GORE PUNO – DIRCETUR – MINCETUR
		AE. 4	Fortalecer capacidades y buenas prácticas en hospedajes de la ciudad y en TRC (turismo rural comunitario)	x	x	x	500,000.00	Inversión Pública	MPCHJ – GORE PUNO – DIRCETUR – MINCETUR
		AE. 5.	Fortalecer capacidades y buenas prácticas en restaurantes	x	x	x	250,000.00	Inversión Pública	MPCHJ – GORE PUNO – DIRCETUR – MINCETUR
OB. 3. MEJORAR LOS SERVICIOS TURÍSTICOS Y FORTALECER CAPACIDADES	ACO NDIC	AE. 6.	Fortalecer capacidades y buenas prácticas en actividades complementarias al turismo.	x	X		150,000.00	Inversión Pública	MPCHJ – GORE PUNO – DIRCETUR – MINCETUR
		AE. 7.	Fomentar y capacitar en relación a planes de negocio a los emprendimientos turísticos o empresariales.	x	x	x	150,000.00	Inversión Pública	MPCHJ – GORE PUNO – DIRCETUR – MINCETUR
OB. 4. ELABORAR PROYECTOS PARA LA PUESTA EN VALOR DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS PRIORIZADOS	ACO NDIC	AE. 1	Elaborar proyectos para la puesta en valor de los recursos turísticos priorizados	x	x	x	500,000.00	Inversión Pública	MPCHJ – GORE PUNO – DIRCETUR –

• **TABLA DE INDICADORES**

Objetivos estratégicos	Indicador		
	Unidad de medida	Sujeto	Atributo
OE. 1. FOMENTAR LA CONCIENCIA TURÍSTICA EN LA POBLACIÓN	Número	Población	Altos niveles de conciencia turística en la población del Distrito de Juli.
OE. 2. MEJORAR LA INFRAESTRUTURA PÚBLICA E INCREMENTAR ASIGNACIÓN DE PRESUPUESTO	Porcentaje	Presupuesto	Asignación a partida presupuestal 2018.
OE. 3. MEJORAR LOS SERVICIOS TURÍSTICOS Y FORTALECER CAPACIDADES	Número	Servicios turísticos	Servicios turísticos organizados y con capacidad de producción y Establecimientos calificados para la atención a turistas y visitantes.
OE. 4. ACONDICIONAR Y MEJORAR LOS RECURSOS TURÍSTICOS	Número	Atractivos turísticos	Puesta en valor de los recursos turísticos.
OE. 5. FOMENTAR LA COMERCIALIZACIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE JULI.	Número	Turistas y excursionistas	Afluencia de turistas y excursionistas.

4.1.6. Identificación de actores para la generación de propuestas del producto

Turístico (STAKEHOLDERS)

Tabla 25. Identificación de los principales actores

NOMBRE	FUNCIONES /ROL	INTERÉS	RELACION IDEAL
MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO	Dirigir, coordinar, elaborar y ejecutar los planes y programas nacionales sectoriales de desarrollo en materia de comercio exterior, integración, promoción de exportaciones, turismo y artesanía.	Formular, proponer, dirigir, ejecutar y evaluar la política nacional de turismo y artesanía.	Posicionar al Perú con un destino competitivo y acorde a las tendencias mundiales, con un turismo sostenible.
MINISTERIO DE CULTURA	Formular, ejecutar y establecer estrategias de promoción cultural de manera inclusiva y accesible, realizar acciones de conservación y protección del patrimonio cultural, fomentar toda forma de expresiones artísticas, convocar y reconocer el mérito de quienes aporten al patrimonio.		
Municipalidad Provincial Chucuito - Juli	Los gobiernos locales representan a la población, promueven la adecuada prestación de los servicios públicos locales y el desarrollo integral, sostenible y armónico de su circunscripción.	Planificar el desarrollo turístico con responsabilidad medioambiental que aporte en el desarrollo socioeconómico de la población local mediante la creación de empresas turísticas. Promover emprendimientos turísticos sostenibles que aporten en el desarrollo turístico. Promover el desarrollo de capacidades para generar servicios turísticos de calidad. Generar infraestructura vial adecuada con identificación y señalización de lugares turísticos.	Promoción turística efectiva, con altos estándares de calidad, competitividad, sostenibilidad y protección ambiental, generando empleo, mayores niveles de ingreso y contribuyendo significativamente al desarrollo humano, en articulación con otros sectores y colaboración con el sector privado y sociedad civil.
DIRCETUR	Planificar el desarrollo integral de la región y ejecutar los programas socioeconómicos, en armonía con el Plan Nacional de Desarrollo	Implementación del Plan Estratégico Regional de Turismo –PERTUR. Promover el desarrollo de la actividad turística y artesanal, para el aprovechamiento de las potencialidades regionales, así como el desarrollo de la cultura exportadora en la región.	Lograr alianzas con el sector privado y la cooperación internacional para el desarrollo del sector turístico y artesanal



Asociación de artesanos	Unificar y coordinar esfuerzos y recursos de los sectores público y privado que se interesen por los artesanos y la artesanía juleña para promover emprendimientos artesanales.	La producción artesanal (tejidos y bordados) del distrito de Juli y la provincia de Chucuito sean competitivos, de calidad y altamente ecológicos, posesionados en el mercado nacional e internacional. Comercializar a nivel nacional primordialmente en el exterior la producción artesanal de tejidos y bordados	Incremento sustancial de las exportaciones de productos, generando ingresos y trabajo en el sector productivo artesanal, con apoyo de las diferentes instancias de gobierno y el sector privado
Asociación de hospedajes y Hoteles	Promover e impulsar la competitividad y el desarrollo sostenible del sector hotelero de forma dinámica, pro activa y representativa	Desarrollar infraestructura hotelera y servicios turísticos de calidad.	Promoción de los atractivos turísticos de Juli, para su inserción en los paquetes turísticos nacionales y el incremento de visitantes Servicio de hospedajes de calidad
Centro de formación superior	Formar profesionales capaces de crear y gestionar empresas y proyectos turísticos sostenibles con dominio de la planificación y gestión de destino; desarrollando productos y destinos turísticos competitivos e innovadores que se destacarán por los altos estándares de calidad orientados a la satisfacción de los clientes.	Los egresados de Turismo logren el 100% de empleabilidad	Los egresados de turismo realicen trabajos de investigación para dar a conocer el potencial turístico de Juli y Provincia de Chucuito; y lograr el incremento de visitantes a nuestra localidad. Profesionales que gestionen, proyectos y empresas turísticas sostenibles aportando en el desarrollo turístico local.
ONG	Estar vinculadas a proyectos sociales, culturales, de desarrollo u otros que generen cambios de actitud en las comunidades para la implementación del Turismo Rural Comunitario y artesanía juleña	Combatir problemas como la pobreza, la exclusión, la inequidad, la desigualdad y otros de índole estructural	Brindar formación continua, directamente o en colaboración con entidades afines para buscar el desarrollo del sector turístico y artesanal
Establecimientos de prestación de alimentos	Establecimientos encargado de expender comidas y bebidas en condiciones apropiadas de ubicación con capacitación constante en manipulación y preparación de alimentos.	Desarrollar una infraestructura adecuada y capacitación en preparación y manipulación de alimentos para brindar servicios de calidad.	Promoción turísticos de Juli, para su inserción en los paquetes turísticos nacionales para así poder incrementar la cantidad de visitantes

DDC	protege, conserva, restaura y pone en valor el patrimonio cultural inmueble y propiciar estudios, proyectos y obras que permitan estas acciones	Puesta en valor de recursos culturales para el aprovechamiento integral de los recursos turísticos del distrito y la provincia y que estas se mantengan conservadas en buen estado y	difunde dentro de su jurisdicción los valores del patrimonio cultural inmueble y propone normas técnicas en el ámbito de su competencia
Empresas de Transporte	Prestan servicios de traslado de un lugar a otro	Mejorar el servicio de transporte para brindar servicio de calidad en el traslado de turistas y así incrementar las visitas.	Empresas de transporte con conciencia turística brindando servicio de calidad.

Fuente: Elaboración propia

4.2. PERCEPCIÓN DEL POBLADOR DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.

Tal como se indicó en la metodología se ha diseñado una encuesta (ver ANEXO N°04) dirigido los pobladores ya que conocemos la demanda y oferta, por tanto, también es necesario conocer cuál es la predisposición y percepción del poblador frente a la actividad turística para lo cual se han realizado 138 encuestas.

4.2.1. Datos generales

La muestra está distribuida en el género femenino (54%) y masculinos (46%), tal como se muestra en la siguiente figura.

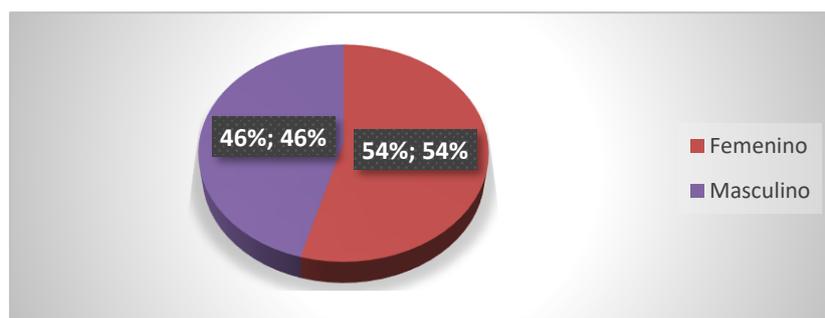


Figura 5. Género de los pobladores encuestados

Fuente: elaboración propia en base a la encuesta aplicada, 2018.

En la figura 6, la edad del poblador que mayor apoyo a la resolución de la encuesta fue de 35 a 44 años con un 45%, seguido con un 19% de personas de 45 – 64 años.

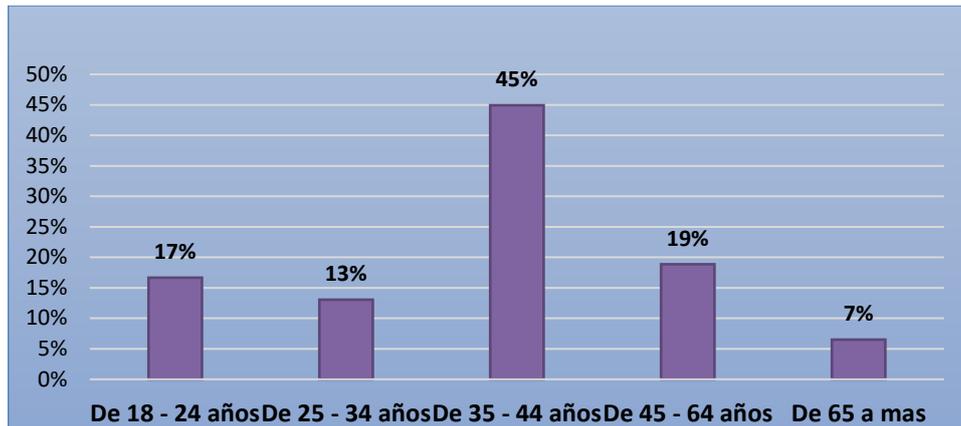


Figura 6. Edad de los pobladores encuestados

Fuente: elaboración propia en base a la encuesta aplicada, 2018.

En la figura 7, muestra que el nivel educativo de la población encuestada refiere que un 33% son egresados de superior técnico, el 29% tiene estudios superiores universitarios y el 16% de la población encuestada refiere que no tiene estudios y los demás pobladores tienen estudios de nivel primaria y secundaria completa.

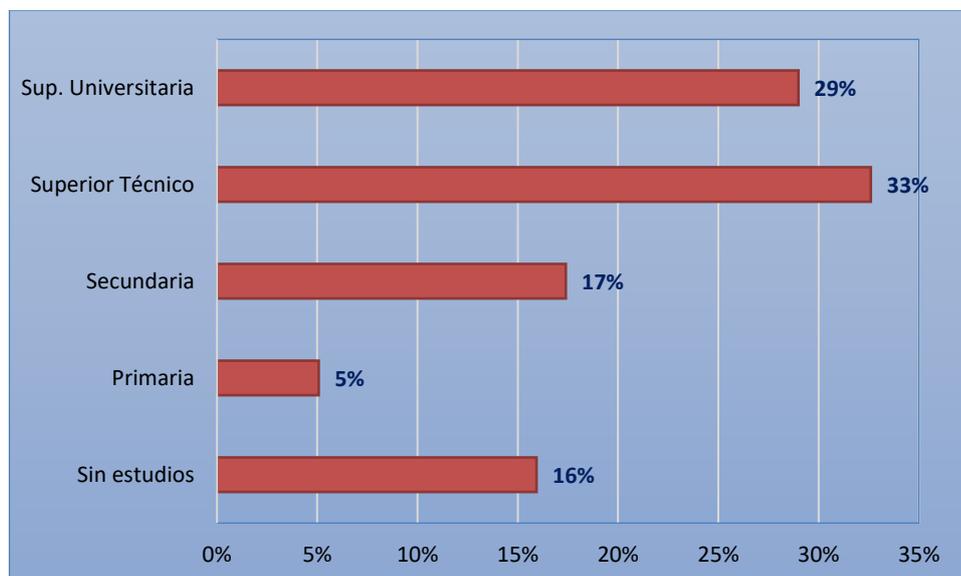


Figura 7. Nivel educativo.

Fuente: elaboración propia en base a la encuesta aplicada, 2018.

En la figura 8, observamos que el 59% de la población encuestada son solteros, el 25% casados seguido del 8% conviviente.

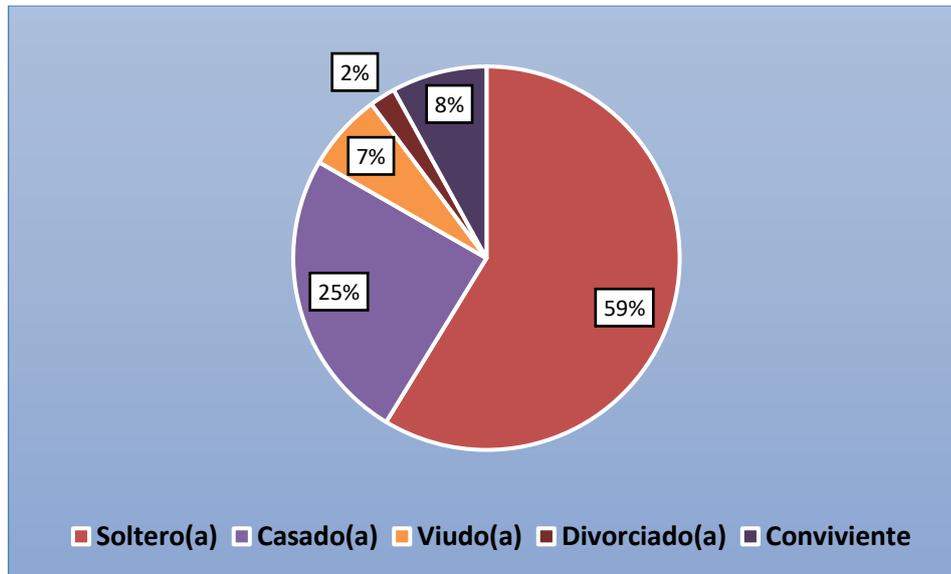


Figura 8. Estado Civil.

Fuente: elaboración propia en base a la encuesta aplicada, 2018.

En la figura 9, de la población encuestada en lo que respecta a su ocupación el 19% han sido comerciantes debido a que hay un alto número de personas que dedican a esta actividad económica, el 12% aseguro tener estudios universitarios completos y estar trabajando, y los demás trabajan para el sector público y privado, tal como se muestra en la siguiente figura.

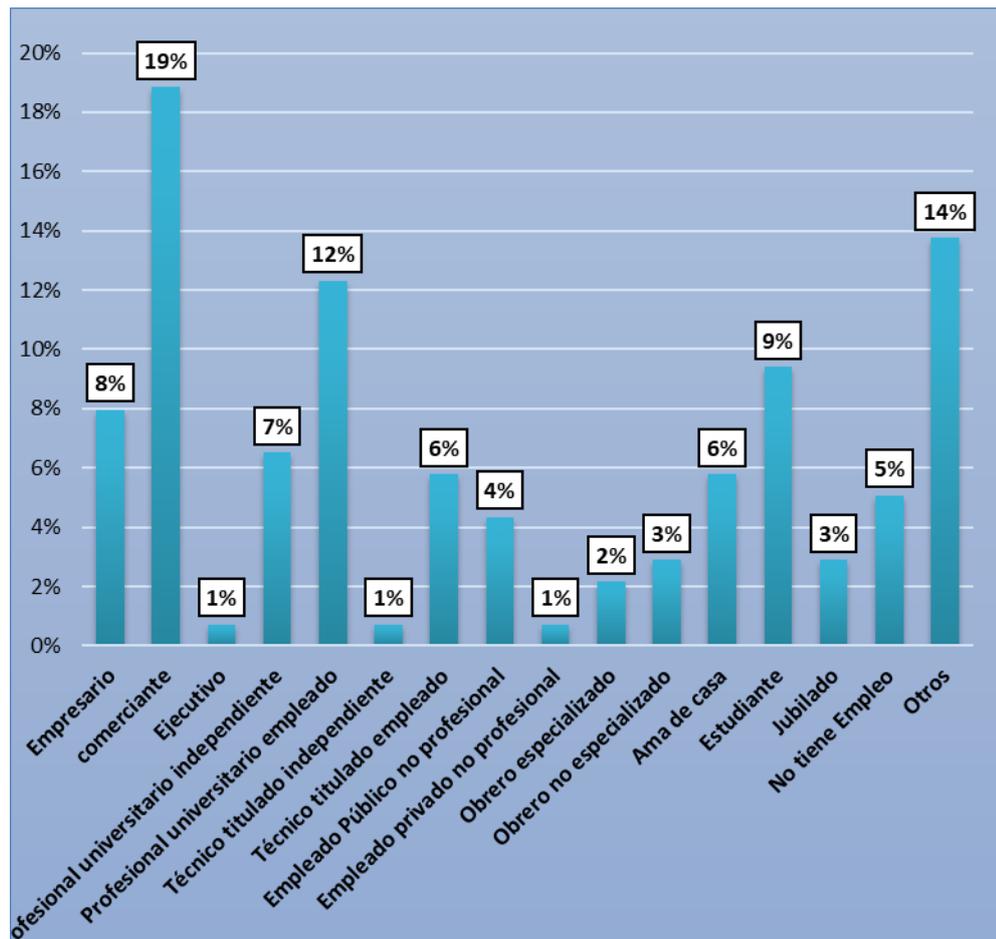


Figura 9. Ocupación

Fuente: elaboración propia en base a la encuesta aplicada, 2018.

4.2.2. Percepción de la actividad turística en el distrito de Juli

En la figura 10, se muestra que el 72% de la población encuestada desconoce la existencia del plan de Desarrollo Turístico Local, por tanto la Municipalidad Provincial de Chucuito-Juli, tendría ciertas deficiencias en comunicar y socializar parte de sus planes de desarrollo, los cuales deben ser compartidos con la población ya que finalmente serán ellos quienes deben conocer parte de su patrimonio cultural, histórico y natural.

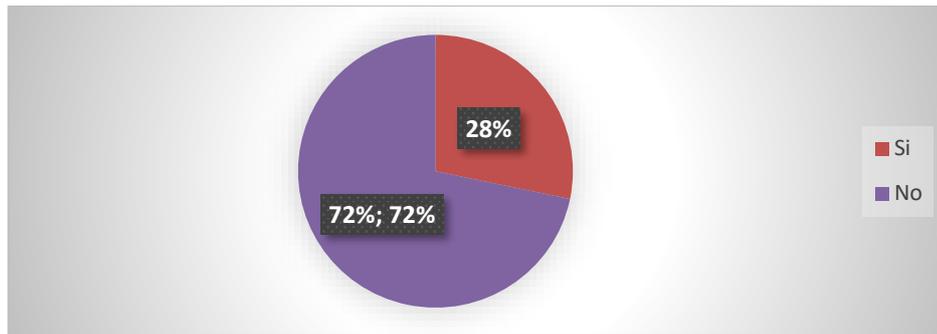


Figura 10. Conocimiento de la existencia de un Plan de Desarrollo Turístico Local

Fuente: elaboración propia en base a la encuesta aplicada, 2018.

Según la figura 11, indica que solo el 30% tiene una percepción positiva del trabajo que realiza el gobierno de turno y sus funcionarios de la municipalidad provincial de Chucuito – Juli, el 29% tiene una percepción regular del trabajo ejecutado, en lo que respecta a la insatisfacción de parte de población es un número considerable 48%, lo cual aumenta el resentimiento aún más de parte de la población lo cual es un problema que debe ser analizado y solucionado.

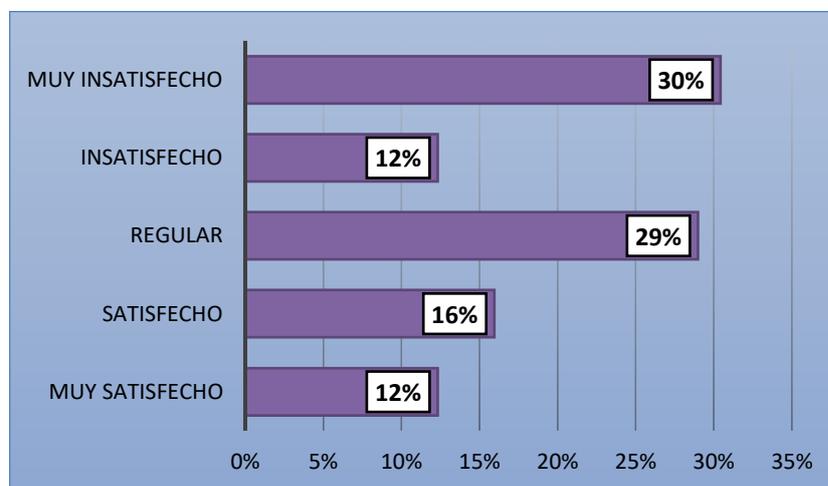


Figura 11. satisfacción del trabajo del gobierno local (municipalidad)

Fuente: elaboración propia en base a la encuesta aplicada, 2018.

En la figura 12, el 78% de la población encuestada desconoce si los gobiernos locales, regionales o nacionales han contribuido al mejoramiento de la planta turística compuesto por el patrimonio cultural, de la ciudad de Juli.

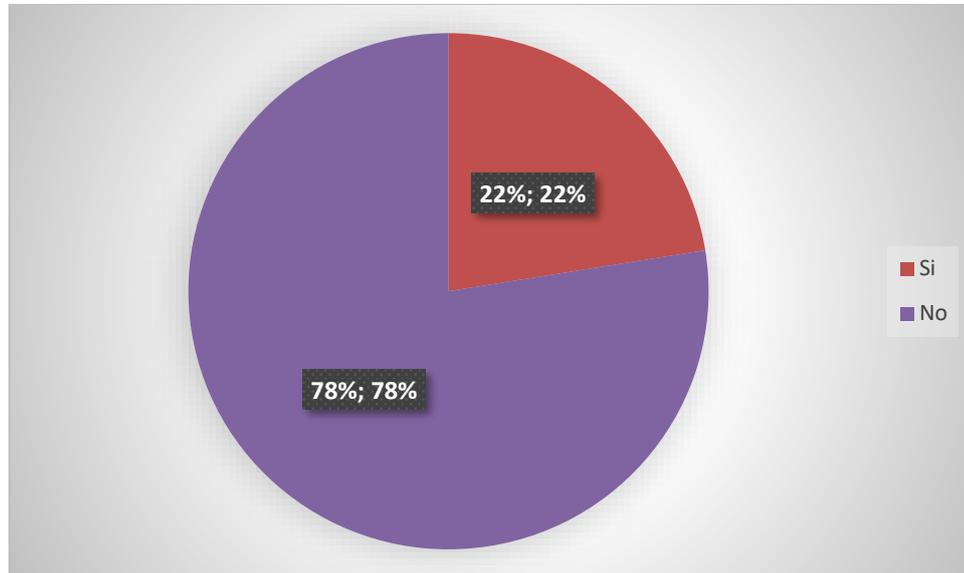


Figura 12. Contribución y mejoramiento de edificios para la conservación de los recursos turísticos.

Fuente: elaboración propia en base a la encuesta aplicada, 2018.

En la figura 13, el 83% de la población encuestada afirma que el turismo es una actividad que genera empleo y dinero, por lo que es preciso señalar que la gente conoce los aspectos positivos de la actividad turística, además su percepción y expectativas frente al sector son amplios los cuales deben ser aprovechados.

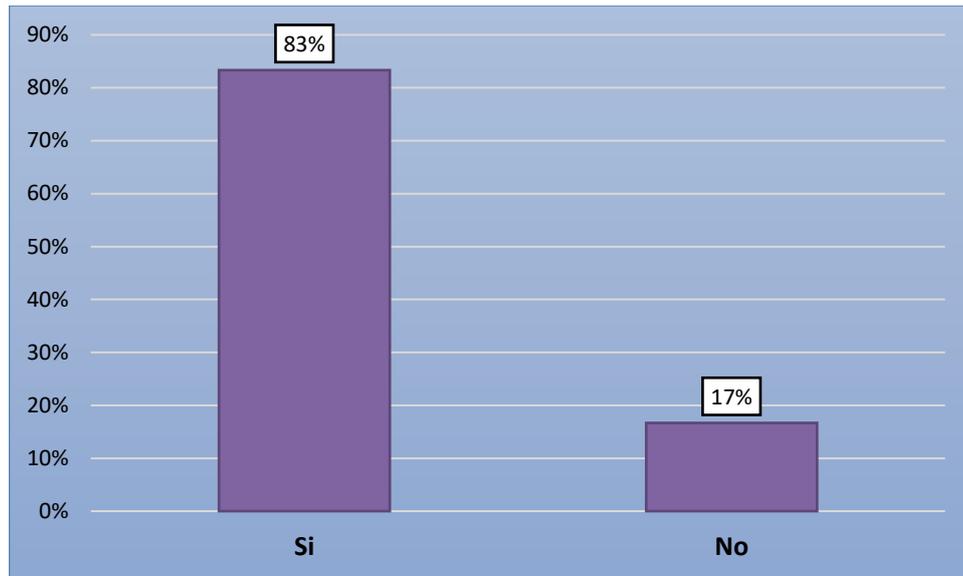


Figura 13. El turismo genera EMPLEO, DINERO en la población anfitriona (JULI)
Fuente: elaboración propia en base a la encuesta aplicada, 2018.

En la siguiente figura 14, la población encuestada señala que el 69% que está convencida de los impactos positivos frente al mejoramiento de la calidad de vida de los destinos anfitriones.

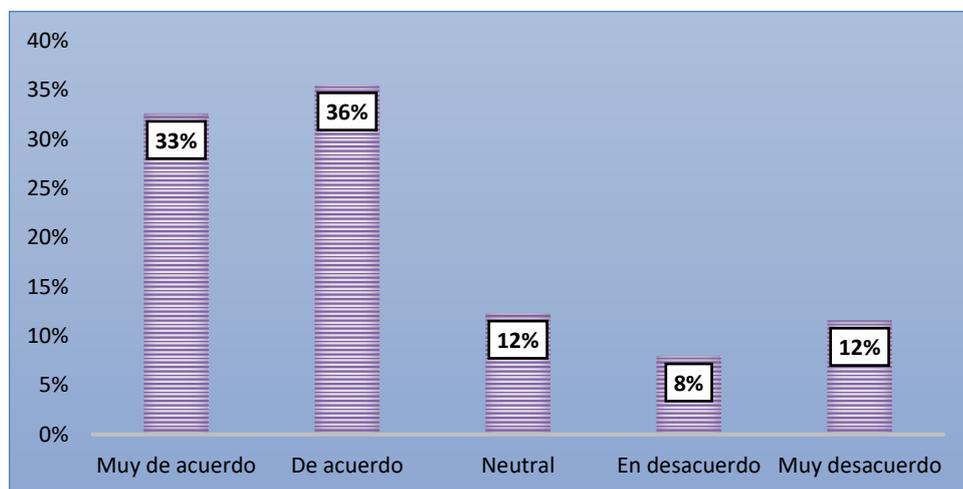


Figura 14. El turismo mejora la calidad de vida de la población anfitriona.

Fuente: elaboración propia en base a la encuesta aplicada, 2018.

En la siguiente figura 15, el 44% de la población encuestada, afirma que el turismo atrae inversión al distrito, apoyado por un 20% que está de acuerdo, ambos suman más del 60%, por lo que la percepción de la actividad sigue siendo alta; por otro lado y no menos importante y considerable que el 19% de la población tiene una posición negativa en lo que respecta a la inversión que podría atraer si se práctica la actividad turística, por lo que es necesario comunicar a detalle las implicancias que tiene el desarrollar la actividad.

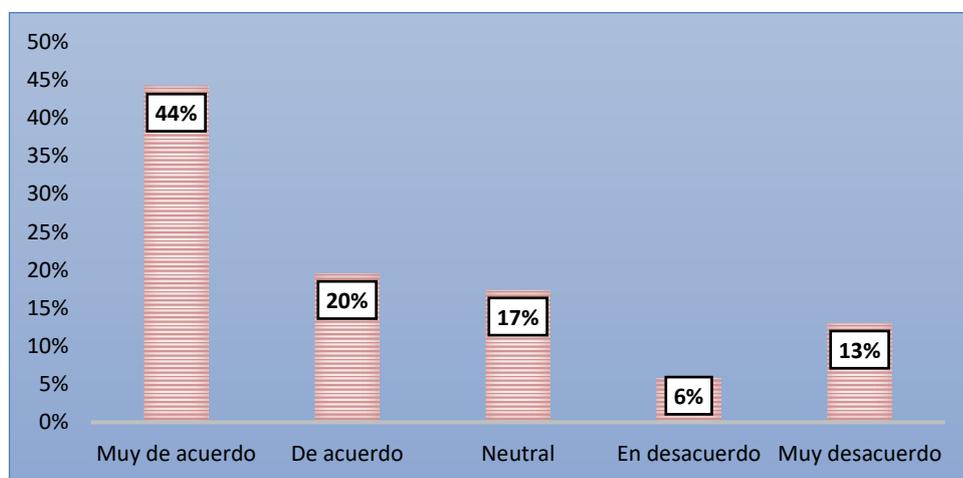


Figura 15. El turismo atrae inversión a la zona (distrito de Juli)
Fuente: elaboración propia en base a la encuesta aplicada, 2018.

En la figura 16, el 80% de la población encuestada desconocen de los impactos negativos que podría tener la actividad del turismo, ya que también es considerada como la actividad sin chimeneas.

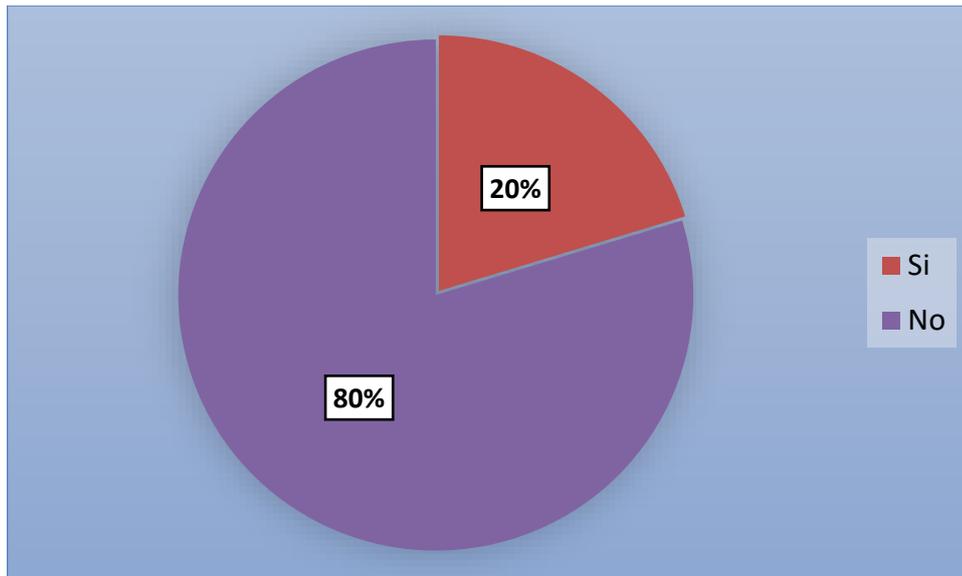


Figura 16. Impactos ambientales negativos.

Fuente: elaboración propia en base a la encuesta aplicada, 2018.

En la figura 17, el 79% afirma que las prácticas de la actividad del turismo no influyen en el cambio cultural.

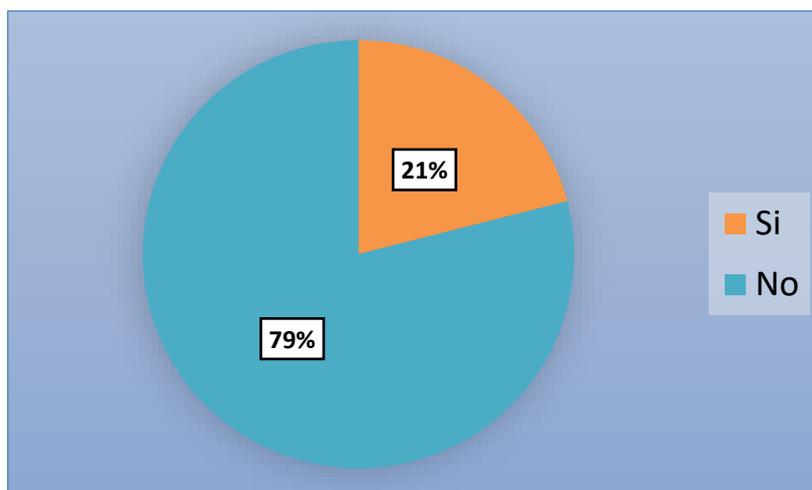


Figura 17. Cambios en la cultura tradicional.

Fuente: elaboración propia en base a la encuesta aplicada, 2018.

4.2.3. Propuesta del producto turístico

En el ítem 1 se ha definido y realizado un diagnóstico del destino turístico que mediante la presente tesis se desea gestionar como producto turístico potencial con la

vasta información que existen y lo cual es menester aprovecharlas.

Según el MINCETUR tal como se muestra en la figura 17, desarrolla los componentes o elementos que contemplan o definen un PRODUCTO TURÍSTICO, por lo que en el presente acápite nos abocaremos a desarrollarlos en comparación con el mercado, además para explicar la propuesta de valor como producto diferenciador se realizó el **modelo CANVAS**.

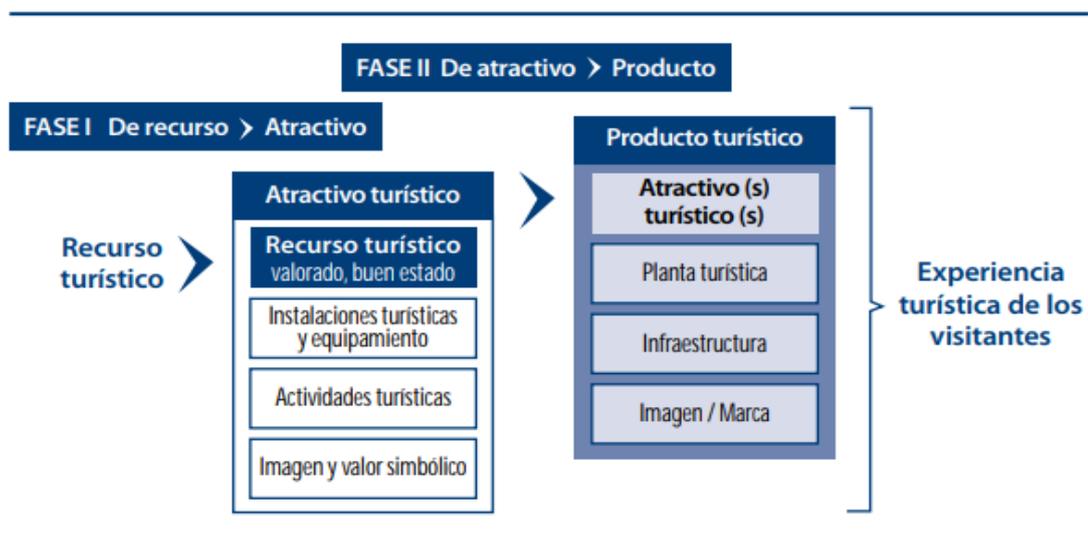


Figura 18. desarrollo de un PRODUCTO TURÍSTICO

Fuente: MINCETUR - DNDT

4.2.4. Identificación del producto turístico potencial:

Con la información expuesta en los anteriores párrafos un “producto turístico potencial debe ser identificado siempre en función al mercado turístico, es decir, deben estar dirigidos a un público específico, considerando sus intereses de viaje, características de edad, ejes temáticos de preferencia y aspectos determinantes de la oferta” tal como lo señala el MINCETUR.

En ese sentido a continuación se muestra una matriz de comparación entre

producto y mercado. Este ejercicio pretende identificar a Juli, como producto potencial de acuerdo a los principales mercados en un destino turístico.

Tabla 26. Análisis del potencial turístico Juli

DESTINO: JULI					
PROD/MERCADO	EXTRANJERO			NACIONAL	
	EN TOUR	INDEPENDIENTE	LOCAL	REGIONAL	INTERREGIONAL
BIENESTAR Y SALUD	*	*	**	*	*
SOL Y PLAYA	**	**	***	***	***
PATRIMONIO Y CULTURA	***	***	**	**	***
NATURALEZA	**	***	***	***	***
FESTIVIDADES LOCALES	*	*	***	***	***
NEGOCIOS	*	*	***	**	*
MODA Y COMPRAS	*	*	**	*	*
AVENTURAS Y DEPORTES EXTREMOS	*	*	***	***	***

ESCALA DEL POTENCIAL: * LIMITADO/**MODERADO A BUENO/*** FUERTE

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 26, hace referencia al producto turístico Juli propuesto, que conforma los siguientes actividades que al visitante potencial evaluado en el diagnostico le gustaría realizar tal como, bienestar y salud, sol y playa, patrimonio y cultura, naturaleza, festividades locales, negocios, moda, compras y aventura, se ha evaluado la demanda y se considera que para los turistas extranjeros en tour e independiente representaría una muy buena experiencia, las actividades que contengan visitas al patrimonio, la cultura, naturaleza y en menor grado actividades de sol y playa, sin embargo, para el visitante nacional local las actividades de sol, playa, naturaleza, festividades, negocios, aventuras resulta una buena experiencia, pero no ocurre lo mismo con el visitante nacional interno regional e interregional que prefiere actividades de naturaleza y aventura y las demás

actividades en menor grado.

Si bien es cierto las actividades se desarrollan en el mismo espacio geográfico e involucran los mismos recursos turísticos, pero el producto turístico Juli, están dirigido a distintos públicos objetivo variados ya que están los visitantes extranjeros y nacionales. Por lo que en a la siguiente tabla se ha tipificado de la siguiente manera:

Tabla 27. Tipificación del visitante según actividades

DESTINO				
PRODUCTO	PÚBLICO A: VISITANTE EXTRANJERO	PÚBLICO VISITANTE NACIONAL	B: PÚBLICO VISITANTE LOCAL	C:
AVENTURA		X		X
NATURALEZA	X	X		X
DESCANZO				X
CULTURA	X			
MISTICISMO		X		X
FOLKLORE		X		X

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla 28, para el visitante extranjero es interesante la naturaleza, cultura, para el visitante nacional o público B, le resulta interesante la aventura, naturaleza, misticismo, y folklore.

Tabla 28. Condiciones de infraestructura y servicio

Público objetivo	Concepto de producto	Público objetivo	Condiciones de infraestructura	Condiciones de servicio
Visitante Extranjero	Desarrollo de actividades de patrimonio y cultura.	Segmento de 35 años como edad promedio, gasto promedio de S/.320.00.	Existe Centro histórico y 4 templos como declaración patrimonio cultural de la nación de los cuales tres están en buenas condiciones y uno está en estado deplorable. 1. Templo-museo Nuestra señora de Asunción. 2. Templo-museo San Juan Letrán. 3. Museo Oscar Velasco Meza. 4. Templo Santa Cruz de Jerusalén. 5. Templo San Pedro Mártir. 6. Templo colonial de Challapampa. 7. Arco pata 8. Pintura rupestre de Huaquina. 9. Pintura rupestre del Cerro Anuanuni. 10. Mirador turístico. 11. Casa colonial Cuentas Zavalla. 12. Complejo arqueológico de Tanapaca. 13. Complejo arqueológico de Lundayani (antiguo Juli). 14. Ruinas en Inca Pucara (Restos de la cultura Lupaca). 15. Agua mineral de Jaruni. 16. Restos fósiles de Choccoconiri. 17. Chullpas de Huaquina. 18. Playas de Juli. Complejo arqueológico de Huaylluni.	Gestión: Los esfuerzos de promocionar los recursos turísticos de Juli, ya han dado su inicio sin embargo aún se debe asignar presupuesto para fortalecer la actividad turística, además de mejorar y poner en valor parte de su patrimonio cultural histórico. Planificación: En el año 2017 la Municipalidad Provincial de Chucuito Juli, han elaborado el Plan de Desarrollo Turístico Local, además ha elaborado el Inventario de Recursos turísticos de toda la Provincia. Asistencia: Cuentan con una oficina de información Turística ubicado en el museo Oscar
Visitante Nacional	Naturaleza, aventura, playa, festividades locales.	Segmento de 35 años en edad promedio, gasto promedio de S/.90.20	La ubicación privilegiada de Juli, en la bahía del lago Titicaca, aún en sus alrededores todavía practican sus actividades ancestrales desde la agricultura, criado de animales menores. Practican sus festividades patronales tales como:	



Visitante Local	Naturaleza, festividades locales, negocios, aventura y playa.	Segmento de 18 a 30 años.	<ul style="list-style-type: none"> - Carnavales - Fundación española - Elevación de Juli a capital provincial - San Juan Bautista en Chiaraque - San Pedro y San Pablo - San Ignacio de Loyola en Sivicani - San Santiago - Virgen de la Natividad de Huaylluni - Niño San Salvador - Virgen de la Asunción - Apóstol san Bartolomé - Exaltación de la Santa Cruz (Orqo fiesta). - San Mateo en Sihuayro - San Jerónimo en Caspa - Santa Teresa en Suancata - San Francisco en Ancohaque - Inmaculada Concepción 	<p>Velasco Meza. Capacitación: La municipalidad Provincial de Chucuito Juli, a través de la Oficina de Subgerencia de Turismo, están impulsando varios planes de fortalecimiento de capacidades que involucra a los stakeholders involucrados en la actividad. Infraestructura: Las infraestructura está en condiciones buenas para desarrollar ya que se cuenta con servicios básicos sin embargo en lo que respecta alas condiciones mínimas para desarrollar la actividad aún se debe promover acciones para mejorar los servicios básicos en la actividad turística (hospedaje, transporte y restaurantes)</p>
--------------------	--	---------------------------------	---	--

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 29, se menciona el público objetivo y su descripción en cuanto al visitante.

Tabla 29. Eestándares generales establecidos.

CONCEPTO DE PRODUCTO	PÚBLICO OBJETIVO	CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA DE SERVICIO											
		Embarcadero muelle fluvial	Mirador	Mapa de información al usuario	Señalización	Servicios Higiénicos	Estaciones de descanso	Guías bilingües (Inglés-Español)	Zona para camping	Alojamiento (hostales)	Alojamiento (o restaurante)	Alimentación (restaurante turístico)	
Patrimonio y cultura	Visitante Extranjero (40 años edad promedio)			X	x			x		x		x	x
Recreación, sol y playa	Visitante Nacional	x	x	X		x	x		x	x	x	x	x
Aventura	(38 años edad promedio)					x				x	x	x	
Naturaleza	(18-30 años)	x	x	X			x		x	x	x	x	
Misticismo						x				x		x	
Folklore				X		x				x		x	
NEGOCIOS	-									x		x	

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 26, se han identificado los estándares generales establecidos tales como: calidad en el servicio e infraestructura, uso de espacios, disponibilidad y facilidades para el consumo, medidas de seguridad y protección.

4.2.5. Evaluación de productos turísticos propuestos

A. ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS PROPUESTOS

Para evaluar la viabilidad del producto turístico Juli roma aimara de américa en el marco de la gestión de un destino, se analizará desde las siguientes perspectivas:



ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

El análisis de la demanda resulta indispensable, ya que nos ayudará a actuar con mayor eficiencia sobre el producto que se pretende planificar y gestionar en la presente tesis, además de proporcionar información indispensable en el diseño y desarrollo de estrategias de comercialización y comunicación.

Es menester mencionar que la demanda referencial (Puno) está constituido por turistas nacionales 62% y Extranjeros 38%, la demanda potencial (Provincia Chucuito) turistas nacionales 84% y Extranjeros 16%, y la demanda efectiva que atañe directamente el turista que visita el distrito de Juli, está constituido por 83% (8,482) turistas nacionales y 17% (1,798) turistas extranjeros.

Por otro lado, también se presenta en el siguiente cuadro de resumen del perfil de visitante al distrito de Juli, los datos han sido recabados de la oficina de la Subgerencia de Turismo de la Provincia de Chucuito-Juli, lo cual consigna una caracterización y aproximación las preferencias manifestadas por el visitante encuestado, además consigna motivación, recurso visitados, perfil demográfico y pictográfico y un gasto promedio diario, tal como muestra la siguiente tabla, expuesto a continuación.

Tabla 30. Análisis del perfil de visitante del distrito de Juli.

Perfil	Motivación	Procedencia	Recurso atractivo y/o visitado	Perfil demográfico	Perfil Psicográfico	Gasto diario Promedio (Soles)
Excursionista.	Recreativo y de diversión	Puno, Desaguadero	Playas	Jóvenes entre 18-30 años, en su mayoría estudiantes y jóvenes profesionales sin familia.	Prefieren ir pareja y/o en grupo de amigos, para relajarse y disfrutar del paisaje y la comida en la playa no refieren los guías turísticos y vienen por recomendación de amigos los fines de semana principalmente.	50
Turista Nacional.	Recreación, paisaje y cultura	Lima, Arequipa, Cusco, Puno	Playas, museo - templo	18-24 años (41%) 25-34 años (40%), 60% son varones, 38%. Viaja en grupo familiar directo (padres e hijos); 20% con amigos o familiares (sin niños); 19% en pareja; con amigos y familia con ingresos entre 2,000 a 4,500 soles 2/3 tienen educación universitaria.	Hace recorridos por lugares como plazas, iglesias, conventos e inmuebles históricos y monumentos en menor medida.	90
Turista Extranjero.	Paleontología, Cultural y paisajístico	Europeos y Americanos	Museos - templos	18-24 años El 60% de ellos son varones, tienen ingresos mayores a 40 mil dólares. 3/4 de ellos tienen educación universitaria.	El turista viene principalmente por conocer el área protegida del lago Titicaca, su cultura e historia, y Los lugares que brindan buenos servicios, les agrada la cultura, la belleza paisajística prefieren ir con un guía.	321

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 27, se observa el perfil del excursionista que arriba a Juli.



ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta turística del Distrito de Juli, se caracteriza por sus monumentos históricos, naturaleza, cultura viva, además poseer diversos recursos turísticos a pesar del limitado espacio del territorio.

Los diferentes aspectos u actividades dentro del producto turístico Juli Roma Aymara de américa, que se analizan dentro de cada uno de los cuadros del anterior análisis son:

Patrimonio y Cultura: Constituido por el patrimonio cultural nacional que existe en la ciudad, además de una cultura viva en la población.

Recreación, sol y playa: Actividades de esparcimiento o complementarias desarrollado en la bahía del Lago Titicaca, como deportes de aventura, zip lining o canopy, paseos en cuatrimotos, motos acuáticas, etc, es claro que no se asemeja a otros destinos pero la singularidad de los paisajes andinos, le dan el toque especial y natural.

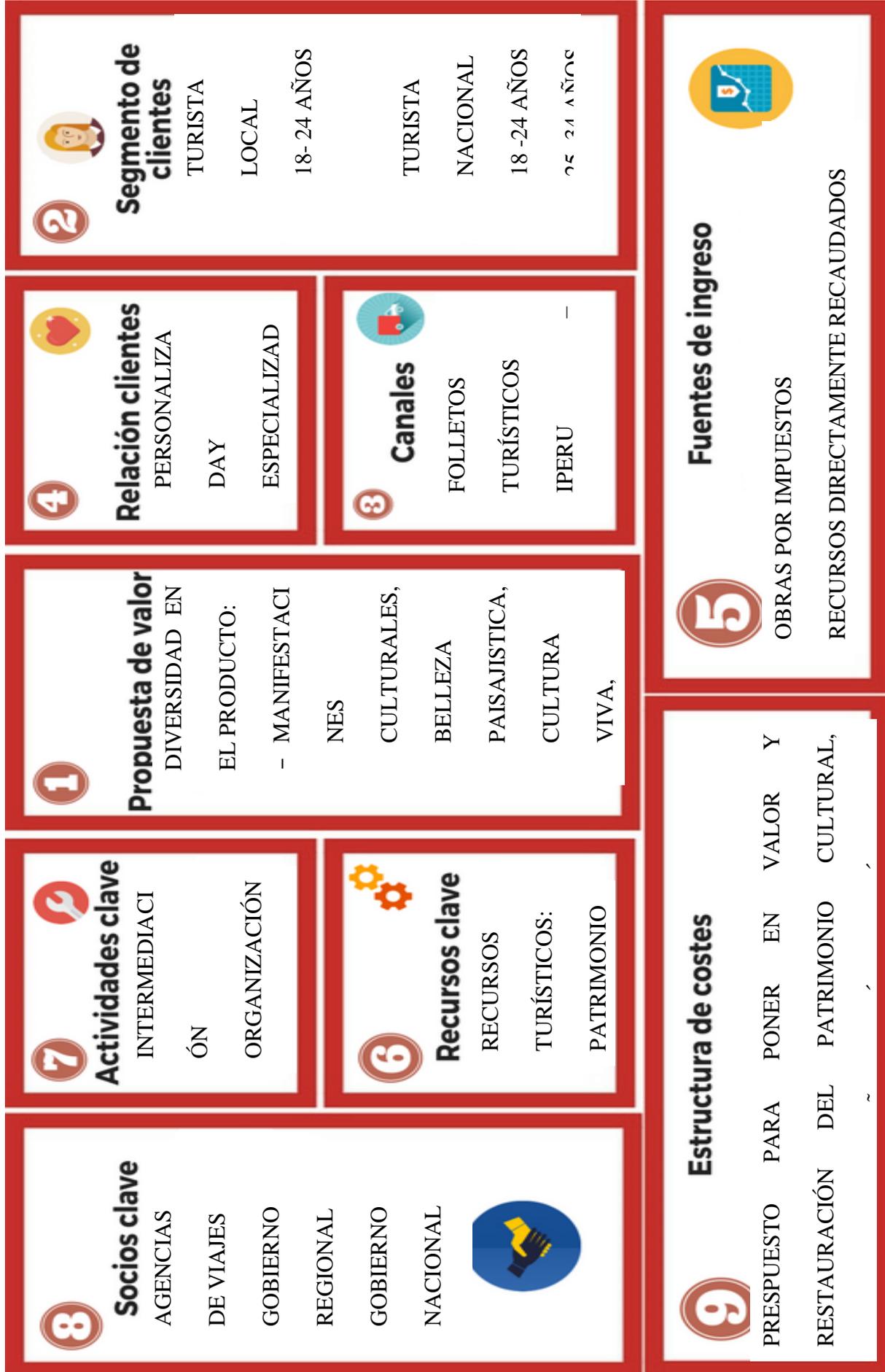
Aventura: Parte como actividades complementarias como es paseo en caballo, canopy, cuatrimotos, motos acuáticas, etc.

Folklore: Hace referencias a la variedad de manifestaciones tradicionales que se presenta en la ciudad de Juli, como ferias, fiestas tradicionales, etc, donde participan más visitantes locales y nacionales, debido a que dichas festividades se desarrollan en fechas específicas.

Los recursos del patrimonio histórico cultural y natural resaltan como principales atractivos en el Distrito de Juli, lo cual es altamente valorado por el visitante extranjero y nacional, tal como se mostró en el análisis de la demanda, según el perfil de los 266 encuestadas realizadas por la subgerencia de turismo, que indica que 66% y 55% respectivamente, el resto es motivado por la aventura, negocios, u otras actividades, sin embargo la escasa estructuración de la oferta turística de manera que los recursos no



constituyen un producto turístico en sí, tomando el referencia la figura para que un producto sea considerado como tal se le añade en suma varios elementos como una infraestructura adecuada, servicios adecuados, marcada por un deficiente infraestructura, escasa calidad en los servicios turísticos (hotelería, restaurantes, transporte, etc), además la necesidad de profesionalización del sector turístico se percibe como factor clave para las empresas y destaca la escasa integración de este tipo de oferta en los canales de distribución ausencia de centros de formación en Turismo, Ausencia de agencias de viaje que soporten el arribo de visitantes, escasa y limitada capacidad de atención en los guías de y orientadas de turismo, inadecuadas condiciones para la comercialización de artesanía, ausencia de control y regulación en el uso de espacios públicos en ferias, mercado, tránsito vial, actividades de esparcimiento, etc. Conceptualizar el producto turístico implica plantear la temática principal del producto, características, elementos básicos es decir la propuesta de valor para lo cual en este acápite se propone el MODELO CANVAS, dicho modelo nos va permitir conocer que es lo que nos diferencia de los demás destinos turísticos





El MODELO CANVAS, es una metodología para el levantamiento y diseño de modelos de negocios donde interactúan los usuarios (turistas) la infraestructura (recursos y productos) y la oferta sobre la base de los aspectos económicos (fuentes de ingresos y fuentes de gastos) Cómo interactúan los clientes del producto, cada cuadro representa un elemento importante en la interacción con los clientes.

4.2.6. Comercialización y promoción del destino turístico

Para este tema hacemos referencia a (EJARQUE, 2016), quien en su libro describe un que debe ser considerado dentro de un plan de marketing del destino, por tanto, a continuación describimos los recursos e instrumentos de marketing, señalados:

1. Marketing office:

- Exposiciones
- Workshop
- Guerrilla marketing
- Road Show
- Publicidad
- Viajes familiarización
- Folletos
- Publicidad exterior
- Blog trip
- Press trip
- Reservas

2. Marketing online

- SEO
- Email
- Contenidos RSS
- Banners
- Blog marketing
- E-newslette

3. Social media marketing

- Comunity travel blogging (WAYN, GOGOBOT, YAHOO TRAVEL, MINUBE)
- Reputación y valoración (KAYAK, TRIPADVISOR, TRIVADO,



HOLIDAYCHECK)

- Foto y video (FLICKS, VIADEO, YOUTUBE, PANORAMIO, INSTAGRAM)
- PR (TUMBIR, BLOG, TWITTER, FACEBOOK)

Estos instrumentos señalados por el autor, considera que son relevantes y que deberán ser utilizados por las instancias correspondiente como el gobierno local, y los emprendimientos turísticos del distrito de Juli, con el fin de comercializar y promocionar el producto turístico Juli.

4.3. ROL DEL ESTADO

Un destino turístico para que sea exitoso según (EJARQUE, 2016), indica que debe ser:

- Maximizar estrategias de cooperación entre stakeholders.
- Generar colaboraciones a largo plazo con los entes administrativos y políticos.
- Representar los intereses del sector turístico del destino frente a instancias superiores.
- Maximizar la rentabilidad de las empresas turísticas que operan en el destino.
- Desarrollar y consolidar una imagen de coherencia y de unión del destino.
- Optimizar el impacto económico del turismo en el sistema de destino.



V. CONCLUSIONES

Tomando en cuenta los objetivos planteados y las hipótesis planteadas, se afirma lo siguiente:

PRIMERA.- Los componentes para una planificación y gestión del producto turístico “Juli”, eficientes, descritos y analizados son los pasos para la formulación de un plan estratégico que contempla el desarrollo del contexto del mercado oferta y demanda, análisis FODA y la propuesta estratégica en cinco objetivos y acciones concretas como herramienta básica para una gestión integral de destino, en lo que respecta a la demanda existe un tipo de turismo que está cada vez más atento a salvaguardar los paisajes naturales que obliga a mantener relaciones con la comunidad anfitriona y tienen incidencia en el desarrollo del sector, sin embargo la escasa coordinación entre las instancias públicas, privadas y población, resulta endémica una con la otra, por lo que debiera fortalecer estos puntos críticos, en las acciones del plan estratégico del 2019 al 2023, contempla fortalecimiento de capacidades, en las escuelas, población, emprendedores del sector y las mismas autoridades y incrementar presupuesto que garantice la viabilidad de las actividades.

SEGUNDA: Describir la oferta que está compuesta por el acervo cultural y natural, la planta turística, actividades, etc, donde la calidad es un aspecto clave en el éxito en el servicio y producto ya que las expectativas del visitante son mayores que antaño, la demanda efectiva del Distrito de Juli, está conformada por la visita de turistas nacionales en mayor porcentaje que las visitas del turismo receptivo, ambos son motivados por la recreación de sus actividades complementarias, visita a templos o museos, y la belleza paisajística, siendo el actual visitante quién valora la sostenibilidad, autenticidad, relación con el lugar y con las personas.



TERCERA: La percepción del poblador del Distrito de Juli sobre los efectos de la actividad turística, son positivas ya que un 80% de la población afirma conocer los efectos positivos que se derivan del turismo, en ese sentido la planificación y gestión sostenible de dicha actividad, favorecerá la voluntad de hospitalidad así mismo es necesario extrapolar las mismas prácticas involucrados indirectos aunque no se sienten identificados, paralelamente el turismo conforma una oportunidad para las inversiones pública y privadas y la renovación económica, social y ambiental de la comunidad receptora.

CUARTA: Las acciones para fomentar un turismo sostenibles planificado en el Distrito de Juli, contempla la elaboración de un cuadro de evaluación que detalla el producto turístico en función al mercado, dirigido al turista nacional, extranjero y local todos motivados por la recreación, paisaje y cultura, identificado también en el modelo CANVAS herramienta que identifica la propuesta de valor del producto turístico que se pretende desarrollar. Para la comercialización y promoción es necesario hacer uso de las herramientas tecnológicas y de marketing como office, online, y social media marketing. Por último el rol de los organismos públicos debe comprender las dinámicas internas de destino, maximizar estrategias de cooperaciones de los involucrados, fomentar el desarrollo de los emprendimientos privados, y optimizar el impacto económico del turismo en el sistema de destino.



VI. RECOMENDACIONES

PRIMERA.- Se recomienda incrementar y priorizar el flujo de turistas extranjeros, ya que, a comparación de los nacionales, estos traen divisas. La promoción y diversificación de nuevos atractivos, para segmentos diversos, se logrará con la inclusión de nuevos segmentos de emprendedores en el sector turismo, además del ya conocido turismo rural comunitario, el poco explorado turismo de aventura, turismo de naturaleza y demás segmentos que pueden encaminarse con el debido apoyo estatal, en cuanto a brindado de condiciones y fortalecimiento de capacidades.

SEGUNDA.- Se recomienda a los gobiernos locales de la Provincia de Chucuito – Juli, a socializar el plan de Desarrollo Turístico Local, que contenga la revisión fidedigna del diagnóstico actual en que esta la actividad y asignarle presupuesto para priorizar los proyectos más importantes y de gran envergadura, para consolidar un destino competitivo como factor de desarrollo para las poblaciones receptoras.

TERCERA.- Se recomienda a los investigadores y académicos realizar estudios de impacto económicos en los lugares turísticos del distrito de Juli, para conocer más a profundo los beneficios que trae la práctica de la actividad.

CUARTA.- Se recomienda implementar planes de marketing de destino y planes de gestión de destino lo cual nos permitirá definir acciones para su debida comercialización y promoción del Destino “Juli”.



VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALEMANY MARMOL, B., RUIZ GARCÍA, J. C., & SUAU PIÑA, C. (2010).
*ESTUDIO SOBRE PRODUCTOS TURÍSTICOS EMERGENTES EN LAS ILLES
BALEARS. MALLORCA, ESPAÑA: SERVICIOS DE ESTUDIOS Y
PUBLICACIONES CÁMARA DE COMERCIO DE MALLORCA.*
- ALIU, A. (2011). PROYECCIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTATEGICA EN LA
INDUSTRIA TURÍSTICA: ENFOQUE COMPARATIVO Y MDOELO
HIBRIDO. *ESTUDIOS Y PESPECTIVAS EN TURISMO - CENTRO DE
INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS TURÍSTICOS.*
- Arce, F. (2016). *evaluación del potencial y propuesta de planificación del distrito de
Comas - Lima.* Lima: Tesis de la Universidad Nacional Federico Villarreal.
- Carrasco, M., & Aspajo, J. (2017). *evaluación del potencial turístico histórico de la
Ciudad de Iquitos, Periodo 2017.* Iquitos: Tesis de la Universidad Nacional de la
Amazonia Peruana.
- CHIPANA MUSAJA, Y. D. (2017). *LA ARQUITECTURA VIRREINAL DE LAS
IGLESIAS DE LA CIUDAD DE JULI.* PUNO: UNIVERSIDAD NACIONAL
DEL ALTIPLANO - FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN.
- DE LA COLINA, J. M. (2016). EL CONCEPTO DEL PRODUCTO TURÍSTICO.
PRODUCTO TURÍSTICO.
- EJARQUE, J. (2016). *MARKETING Y GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS.*
MADRID: EDICIONES PIRAMIDE.
- ILPES, I. L. (2003). GUÍA CONCEPTUAL Y METODOLÓGICA PARA EL
DESARROLLO Y LA PLANIFICACIÓN DEL SECTOR. *PUBLICACIÓN DE
LAS NACIONES UNIDAS, PAG. 15.*
- Jimenez, A. (2018). Turismo y Empleo: Luces y sombras. *Harvard-Deusto Business*



Review no, 284, 32-39.

- LLanqui, Y. (2020). *análisis de la gestión turística de acuerdo al perfil profesional de los responsables de la Sub Gerencia de Turismo y Comercio Exterior de la Municipalidad Provincial de Puno – periodo 2019*. Puno: Tesis de la Universidad Nacional del Altiplano.
- Lopez-Guzman Guzman, T. J., & Sanchez Cañizares, S. M. (2018). LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS UTILIZANDO RUTAS ENOLÓGICAS. *UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA-ESPAÑA*, VOL. 6 N°2 PAGNS. 153-171.
- Malaga Sabogal, X. (2011). *JULI, LA ROMA DE AMÉRICA: MEMORIA, CONSTRUCCIÓN Y PERCEPCIONES DEL PASADO JESUITA EN UN PUEBLO DEL ALTIPLANO*. LIMA: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ-FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES.
- Medina, R. (2016). *evaluación de la administración pública del turismo del gobierno regional de Puno y efectos en la demanda del turismo extranjero 2015*. Puno: Tesis de Maestria de la Universidad Nacional del Altiplano.
- MEGÍA SEGARRA, O. (2013). *CREACIÓN DEL PRODUCTO TURISTICO CENTRO HISTÓRICO DE GANDIA*. GANDIA, ESPAÑA: UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA.
- MINCETUR. (2014). *MANUAL PARA LA PLANIFICACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS*. Lima: Swisscontact, Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico.
- MÍNGUEZ GARCÍA, M. D. (2007). *PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN TURÍSTICA EN DESTINOS PATRIMONIALES: EL CASO DEL REAL SITIO DE SAN LORENZO DE EL ESCORIAL (COMUNIDAD DE MADRID)*. *DEPARTAMENTO DE GEOGRAFÍA HUMANA (UCM)*, PAGINAS 83.



- Pacios, J. (2020). *análisis, planificación y gestión turística de los caminos de Santiago en la Comarca del Bierzo*. Madrid: Universidad de Valladolid.
- Salinas, M. (2019). *Evaluación del potencial y propuesta de planificación turística de la región Huánuco al 2021*. Lima: Tesis de la Universidad Nacional Federico Villareal.
- SILVEIRA, J. M., & SILVEIRA, C. E. (2009). LA EVOLUCIÓN DEL MARKETING DE DESTINOS: SU SINERGIA CON LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA. *ESTUDIOS Y PERSPECTIVAS EN TURISMO - CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y ESTUDIOS TURÍSTICOS*.
- Vendramini, A. (2018). *Evaluación de potencialidad turística y percepción del residente en la Comarca del Colorado (Río Colorado, Río Negro - La Adela, La Pampa)*. Argentina: Tesis de la Universidad Nacional del Sur.
- Zúñiga, G. (2018). *propuesta de modelo de evaluación para planes de desarrollo turístico en Chile*. Valdivia-Chile: Universidad Austral de Chile.



ANEXOS



ANEXO N°01

1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1.1.LLEGADAS Y ESTADÍSTICA DE LA DEMANDA

Para esta parte, se analizará la demanda en tres categorías:

DEMANDA REFERENCIAL:

Está dada por la afluencia de turistas nacionales y extranjeros al Departamento de Puno, cuyos principales destinos según el MINCETUR son: Sillustani, Uros, las islas Taquile y Amantani, la ciudad de Puno y la reserva Nacional del Titicaca

ARRIBO TOTAL DE TURISTAS, NACIONALES Y EXTRANJEROS A LA REGIÓN PUNO (2007 - 2016)

DEMANDA REFERENCIAL	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Nacional	394,696	425,420	459,112	513,994	513,564	503,854	502,195	607,992	636,982	797,457
Extranjera	310,157	351,446	316,049	307,365	389,389	461,324	549,645	501,758	523,694	497,630
TOTAL	704,853	776,866	775,161	821,359	902,953	965,178	1,051,840	1,109,750	1,160,676	1,295,087

Fuente: MINCETUR, DDC Puno, BCR sucursal Puno.

Elaboración: Subgerencia de Turismo, MPCHJ

DEMANDA POTENCIAL:

Está conformada por la afluencia de turistas nacionales y extranjeros que arribaron a la Provincia de Chucuito, en gran medida por el paso de frontera entre Perú y Bolivia, que se realiza en el Distrito de Desaguadero.

ARRIBO TOTAL DE TURISTAS, NACIONALES Y EXTRANJEROS A LA PROVINCIA CHUCUITO (2007 - 2016)

DEMANDA POTENCIA L	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Nacional	12,026	11,477	22,221	23,501	24,588	24,003	25,316	30,719	34,599	40,098
Extranjera	3,092	2,178	2,909	2,605	6,658	6,443	7,510	6,558	6,721	7,581
TOTAL	15,118	13,655	25,130	26,106	31,246	30,446	32,826	37,277	41,320	47,679

Fuente: MINCETUR, DDC Puno, BCR sucursal Puno, DIRCETUR, MPCHJ

Elaboración: Subgerencia de Turismo, MPCHJ

DEMANDA EFECTIVA:

Es la afluencia de turistas nacionales y extranjeros que arribaron al Distrito de Juli, en el caso de los turistas extranjeros, atraídos principalmente por los templos museo San Juan de Letrán y Nuestra Señora de la Asunción, el estilo colonial de la Pequeña Roma de América y algunos sitios arqueológicos; en el caso de los nacionales, atraídos por la aventura y recursos naturales de Juli.

ARRIBO TOTAL DE TURISTAS, NACIONALES Y EXTRANJEROS A JULI 2007- 2016

DEMANDA EFECTIVA	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Nacional	1,155	1,669	2,498	3,696	3,613	3,720	4,531	5,253	7,119	8,482
Extranjera	1,376	1,356	1,110	1,060	1,681	1,598	1,502	1,488	1,758	1,798
TOTAL	2,531	3,025	3,608	4,756	5,294	5,318	6,033	6,741	8,877	10,280

Fuente: MINCETUR, DDC Puno, BCR sucursal Puno, DIRCETUR, MPCHJ

Elaboración: Subgerencia de Turismo, MPCHJ

DESCRIPCIÓN GENERAL:

Haciendo una descripción de la demanda y la participación que tiene el distrito y la provincia respecto a la demanda regional, se tiene que en promedio los turistas nacionales y extranjeros que entran a la provincia representan el 4.5% y 1.2% de los arribos a la región. Los turistas nacionales y extranjeros que ingresan a Juli, representan el 0.7% y 0.4% de los arribos a la región.

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE DEMANDA DE LA PROVINCIA Y DISTRITO, RESPECTO A LA DEMANDA REGIONAL, POR TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS (2007 - 2016)

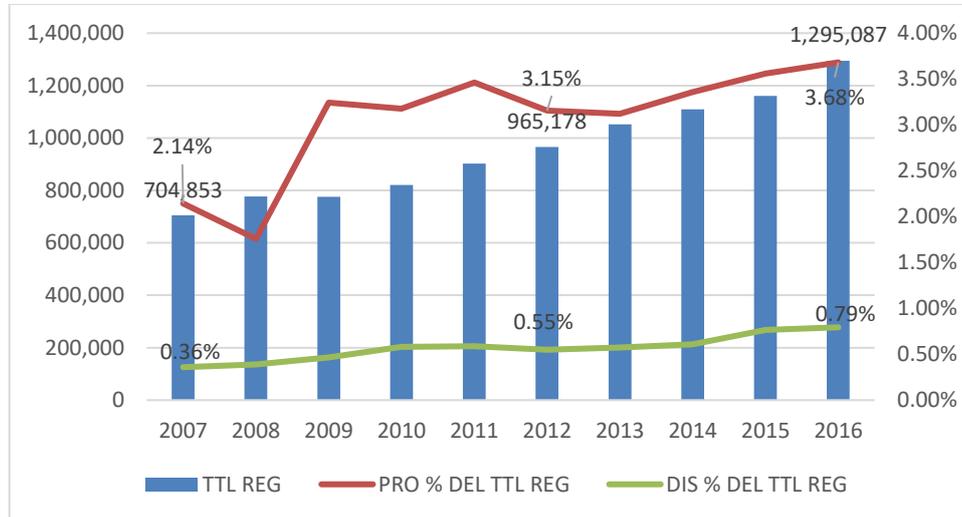
DEMANDA	%	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	PROMEDIO
DEMANDA PROVINCIAL / DEMANDA REGIONAL	NAC	3.05%	2.70%	4.84%	4.57%	4.79%	4.76%	5.04%	5.05%	5.43%	5.03%	4.50%
	REG											
	EXT	1.00%	0.62%	0.92%	0.85%	1.71%	1.40%	1.37%	1.31%	1.28%	1.52%	1.20%
	REG											
	TTL	2.14%	1.76%	3.24%	3.18%	3.46%	3.15%	3.12%	3.36%	3.56%	3.68%	3.10%
DEMANDA DISTRITAL / DEMANDA REGIONAL	NAC	0.29%	0.39%	0.54%	0.72%	0.70%	0.74%	0.90%	0.86%	1.12%	1.06%	0.70%
	REG											
	EXT	0.44%	0.39%	0.35%	0.34%	0.43%	0.35%	0.27%	0.30%	0.34%	0.36%	0.40%
	REG											
	TTL	0.36%	0.39%	0.47%	0.58%	0.59%	0.55%	0.57%	0.61%	0.76%	0.79%	0.60%
	REG											

Fuente: MINCETUR, DDC Puno, BCR sucursal Puno, DIRCETUR, MPCHJ

Elaboración: Subgerencia de Turismo, MPCHJ

En 2007 la región tuvo un arribo de 704,853 turistas, entre nacionales y extranjeros de los que un 2.14% (15,118) visitaron la provincia de Chucuito y 0.35% (2,531) el distrito de Juli; posteriormente en 2016 se tuvo un arribo regional de 1,295,087 turistas, incrementando la participación provincial a 3.68% (47,679) y 0.79% (10,280) el distrito; teniendo una tasa de

crecimiento inter anual en este periodo para la región de 5.39%, provincial de 13.61%, y distrital de 16.85%, de esta última se espera que se mantenga y sea aún mayor en el futuro.



TOTAL, DE ARRIBOS A LA REGIÓN PUNO, Y PARTICIPACIÓN % DE LA PROVINCIA Y DISTRITO DE JULI (2007 - 2016)

Fuente: MINCETUR, DDC Puno, BCR sucursal Puno, DIRCETUR, MPCHJ

Elaboración: Subgerencia de Turismo-MPCHJ7

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA:

Para proyectar la demanda anual, en las tres categorías, de demanda (referencial, potencial y efectiva), se usaron las tasas de crecimiento interanual de cada una de las series en este periodo.

**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA REFERENCIAL (REGIÓN), POTENCIAL
(PROVINCIA) Y EFECTIVA (JULI), PARA NACIONALES Y EXTRANJEROS (2017 -
2026)**

PROYECCION DE DEMANDA REFERENCIAL	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
NAC (ts cre 8.13%)	862,275	932,361	1,008,144	1,090,086	1,178,688	1,274,492	1,378,083	1,490,094	1,611,209	1,742,169
EXT (ts cre 6.99%)	524,470	552,757	582,570	613,991	647,107	682,009	718,793	757,561	798,420	841,483
TTL (ts cre 5.39%)	1,385,653	1,482,553	1,586,229	1,697,155	1,815,838	1,942,821	2,078,684	2,224,048	2,379,577	2,545,982
PROYECCION DE DEMANDA POTENCIAL	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
NAC (ts cre 14.32%)	45,839	52,402	59,904	68,481	78,286	89,494	102,307	116,954	133,698	152,840
EXT (ts cre 10.48%)	8,375	9,253	10,223	11,294	12,477	13,784	15,228	16,824	18,587	20,535
TTL (ts cre 13.61%)	54,169	61,543	69,921	79,439	90,253	102,539	116,497	132,355	150,372	170,841
PROYECCION DE DEMANDA EFECTIVA	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
NAC (ts cre 24.80%)	10,585	13,210	16,486	20,574	25,676	32,044	39,991	49,909	62,286	77,733
EXT (ts cre 3.02%)	1,852	1,908	1,966	2,025	2,086	2,149	2,214	2,281	2,350	2,421
TTL (ts cre 16.85%)	12,012	14,036	16,401	19,165	22,395	26,169	30,579	35,732	41,753	48,789

Fuente: MINCETUR, DDC Puno, BCR sucursal Puno, DIRCETUR, MPCHJ

Elaboración: Subgerencia de Turismo, MPCHJ 2017

EXPECTATIVAS DE DEMANDA

Se espera que la demanda y la participación que tiene el distrito y la provincia respecto a la demanda regional aumente en el periodo 2017 - 2026, se calcula que en promedio los turistas nacionales y extranjeros que entran a la provincia representan el 6.92% y 1.99% de los arribos a la región. A su vez, los turistas nacionales y extranjeros que ingresen a Juli representaran el 2.54% y 0.32% de los arribos a la región.

Porcentaje de participación de demanda de la provincia y distrito, respecto a la demanda regional, por turistas nacionales y extranjeros (2017 - 2026)

DEMANDA	%	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	PROMEDI O
DEMANDA PROVINCIA L / DEMANDA REGIONAL	NAC REG	5.32%	5.62%	5.94%	6.28%	6.64%	7.02%	7.42%	7.85%	8.30%	8.77%	6.92%
	EXT REG	1.60%	1.67%	1.75%	1.84%	1.93%	2.02%	2.12%	2.22%	2.33%	2.44%	1.99%
	TTL REG	3.91%	4.15%	4.41%	4.68%	4.97%	5.28%	5.60%	5.95%	6.32%	6.71%	5.20%
DEMANDA DISTRITAL / DEMANDA REGIONAL	NAC REG	1.23%	1.42%	1.64%	1.89%	2.18%	2.51%	2.90%	3.35%	3.87%	4.46%	2.54%
	EXT REG	0.35%	0.35%	0.34%	0.33%	0.32%	0.32%	0.31%	0.30%	0.29%	0.29%	0.32%
	TTL REG	0.87%	0.95%	1.03%	1.13%	1.23%	1.35%	1.47%	1.61%	1.75%	1.92%	1.33%

Fuente: MINCETUR, DDC Puno, BCR sucursal Puno, DIRCETUR, MPCHJ

Elaboración: MPCHJ 2017

En 2017 se espera un arribo regional de 1,385,653 turistas, entre nacionales y extranjeros de los que un 3.91% (54,169) visitaran la provincia de Chucuito y 0.87% (12,012) el distrito de Juli; esperando que en 2026 se tenga un arribo regional de 2,545,982 turistas, incrementando la participación provincial a 6.71% (170,841) y 1.92% (48,789) en el distrito; se debe

considerar que si las condiciones mejoran se podría tener un crecimiento aun mayor.

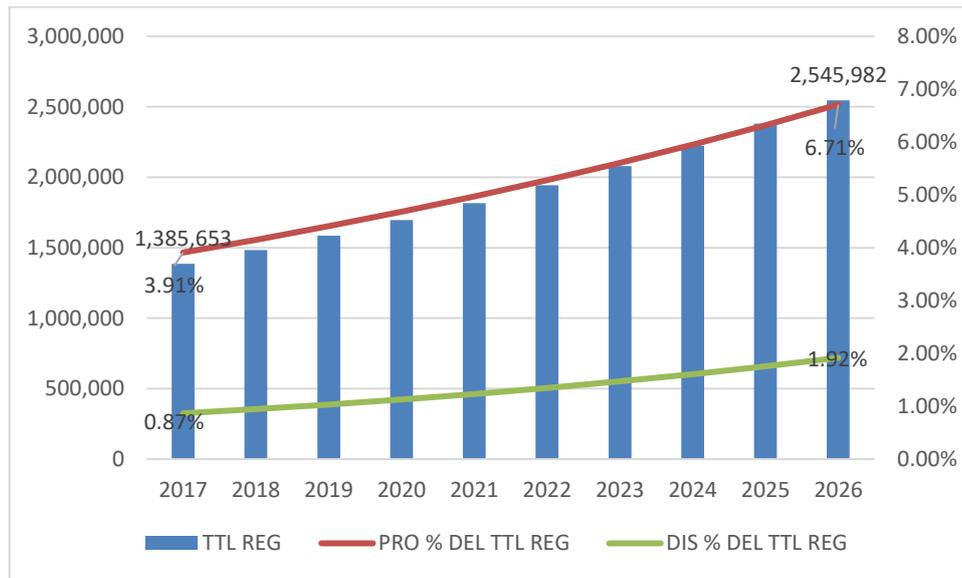


Figura 2: TOTAL DE ARRIBOS A LA REGIÓN PUNO, Y % DE PARTICIPACIÓN DE LA PROVINCIA Y DISTRITO DE JULI (2017 - 2026)

Fuente: MINCETUR, DDC Puno, BCR sucursal Puno, DIRCETUR, MPCHJ

Elaboración: Subgerencia de Turismo-MPCHJ

1.1.1. Perfil de Visitante

A. Los Nacionales

Conforman la mayor parte de visitantes que llegan a Juli, estos pertenecen a diferentes ciudades de la Región, un 40% provenientes de la ciudad de Puno, seguidos de Juliaca con 10% e Ilave con 9%; y Lima con 7%; la mayor parte jóvenes de entre 18 y 24 años y adultos de entre 25 y 34 años, solteros que culminaron o siguen en la Universidad, con ingresos por debajo de los 1000 soles. Indican que tuvieron una buena experiencia, motivados por la visita de campo de atractivos turísticos, siendo lo los templos y museos, junto a la playa San Juan los

más visitados, la pasividad y tranquilidad de Juli lo transforman en un lugar de relajación natural. El 41% indica que gasto menos de 50 soles en la visita a Juli, sin embargo, la prestación de servicios fue mal calificada por este grupo, en cambio el fácil acceso terrestre y público junto con el bajo costo de visita hacen que este sea un lugar apreciado por este grupo, a tal grado de que el 85% indicó que recomendaría Juli.

PERFIL DEL VISITANTE NACIONAL QUE VISITA EL DISTRITO DE JULI 2017

Sexo	%
Masculino	52%
Femenino	48%
Total	100%

Edad	%
De 18 a 24 años	41%
De 25 a 34 años	40%
De 35 a 44 años	12%
De 45 a 64 años	5%
De 65 a más	2%
Total	100%

Estado civil	%
Soltero	70%
Casado	17%
Viudo	0%
Divorciado	2%

Procedencia	%
Acora	1
Arequipa	5
Asillo	1
Ayaviri	4
Cusco	2
Desaguadero	4
Huancané	1
Ilave	9
Juliaca	10
Lampa	1
Lima	7
Macusani	1
Moquegua	2
Pomata	2
Puno	40
Putina	1
Sandia	1



Conviviente	11%
Total	100%

Grado de instrucción	%
Primaria incompleta	0%
Primaria completa	1%
Secundaria incompleta	4%
Secundaria completa	14%
Sup. Técnico incompleta	7%
Sup. Técnico completa	12%
Universitaria incompleta	24%
Universitaria completa	38%
Total	100%

Ingreso mensual	%
Menos de 1000	37%
De 1000 a 2000	32%
De 2000 a 3000	16%
De 3000 a 4001	8%

Tacna	5
Yunguyo	2
Zepita	1
Total	100

Ocupacion	%
Empresario	5%
Comerciante	8%
Ejecutivo	2%
Profesional universitario independiente	11%
Profesional universitario empleado	19%
Técnico titulado independiente	2%
Técnico titulado empleado	4%
Empleado público no profesional	0%
Empleado privado no profesional	2%
Obrero especializado	0%
Obrero no especializado	0%
Ama de casa	1%
Estudiante	39%



De 4000 a 5002	3%
Más de 5000	4%
Total	100%

Tenencia de Hijos	%
Si	36%
No	64%
Total	100%

Frecuencia que visito Juli	%
De 1 a 2 veces	43%
De 3 a 4 veces	17%
De 5 a 10 veces	8%
Más de 10 veces	24%
Nunca	8%
Total	100%

Calificación de la experiencia	%
Muy mala	0%

Jubilado	1%
No tiene empleo	1%
Otros	5%
Total	100%

Principal motivo de visita de Juli	%
Visita de campo	27%
Practicar canopy/cuatrimoto	9%
Conocer algunos recursos turísticos	19%
Reunión con amigos	20%
Por recomendación en internet	0%
Estudios/Investigación	8%
Otros	17%
Total	100%

Actividades deseadas en Juli	%
Actividades culturales	32%
Experiencias comunitarias	24%
Paseo en bicicleta/treking	31%



Mala	0%
Regular	11%
Buena	60%
Muy buena	29%
Total	100%

Lugares visitados	%
Templo San Pedro Mártir	13%
Templo Museo San Juan de Letrán	13%
Templo Museo Nuestra Señora de la Asunción	13%
Templo Santa Cruz de Jerusalén	8%
Museo Municipal Oscar Velazco Meza	3%
Arco Pata	3%
Playa San Juan	27%
Chullpas de Huaquina	4%
Comunidad de Olla	1%
Capilla de Huaylluni	2%
Cerro San Bartolomé	6%
Templo de Challapampa	1%
Restos Fósiles de Chococoniri	2%
Otros	4%

Otros	13%
Total	100%

Que le gusto mas	%
Paisaje	38%
Artesanía	3%
Amabilidad de la población	11%
Gastronomía	2%
Templos y museos	17%
Tranquilidad del lugar	22%
Sitios arqueológicos	3%
Restos paleontológicos	1%
Cultura	1%
Otros	2%
Total	100%



Total	100%
--------------	-------------

Calificación de servicios (%)						TOT AL
SERVICIO	Muy malo	Ma lo	Regu lar	Bue no	Muy buen o	
Alimentación	10%	16%	39%	29%	6%	100%
Alojamiento	9%	17%	39%	26%	9%	100%
Alquiler cuatrimotos	8%	15%	38%	32%	7%	100%
Caminatas	8%	14%	34%	34%	10%	100%
Alquiler caballos	8%	11%	42%	35%	4%	100%
Canopy	9%	13%	40%	31%	7%	100%
Otros	11%	25%	39%	21%	4%	100%

Calificación de Juli (%)						TOT AL
SERVICIO	Muy malo	Ma lo	Regu lar	Bue no	Muy buen o	
Ornato	2%	7%	29%	48%	14%	100%



Orden	1%	7%	29%	49%	14%	100%
Limpieza	1%	7%	29%	49%	14%	100%
Seguridad	3%	7%	30%	47%	13%	100%
Otros	18%	0%	64%	9%	9%	100%

Gasto en Juli	%
Menos de S/50	41%
De S/51-100	38%
De S/101-150	15%
De S/151-200	2%
Más de S/201	4%
Total	100%

Grado de satisfacción	%
Muy mala	26%
Mala	57%
Regular	17%
Buena	0%
Muy Buena	0%
Total	100%

Como supo de Juli	%
Ya conocía	45%
Folletos y guías	1%
Redes sociales	6%
Amigos/familia	44%
Agencia de viaje	0%
Prensa y revista	0%

Regresara o recomendara Juli	%
Seguro si	86%
Quizá	8%
Probablemente si	6%
Probablemente no	0%
seguro no	0%
Ns/Nc	0%



Tv/Radio	1%
Internet	2%
Oficina de turismo	1%
Total	100%

Como llego a Juli	%
Vehículo particular	11%
Vehículo propio	25%
Transporte público	62%
Otros	2%
Total	100%

Días hospedados	%
Nunca	56%
1-2 noches	29%
2-3 noches	11%
4-5 noches	3%

Total	100%
--------------	-------------

Tipo de alojamiento	%
Campamento	5%
Hospedaje	57%
Casa alquilada	3%
Familiares/amigos	19%
Ninguna	16%
Total	100%

Organización del viaje	%
Agencia/empresa	0%
Cuenta propia	100%
Total	100%



6-15 noches	1%
Más de 15	0%
Total	100%

* **Ficha Técnica**

Estudio: Perfil del Turista Nacional que visita Juli 2017 . Encuesta (**ver ANEXO N°8**)

Universo: turistas* y Excursionistas* nacionales de 18 a más años de edad, que permanecieron en Juli, por un día y cuyo motivo de visita fue disfrute del paisaje y actividades recreacionales en el Lago Titicaca

Muestra: 266 encuestas

Punto de muestreo: Playa San Juan de Juli, Plaza mayor Ludovico Bertonio y Cerro San Bartolome.

Trabajo de campo: Junio y julio 2017 (Oficina de la Subgerencia de Turismo)

(*) **Turista:** Es aquella persona que viaja a otro país o lugar distinto de donde reside por un período mínimo de una noche y no más de doce meses consecutivos y, cuyo principal motivo de viaje es diferente al de realizar una actividad remunerada en el país visitado o residir en el mismo

(*) **Excursionista:** Persona que viaja a otro país o lugar distinto de donde reside por un periodo máximo de 24 horas.

(Fuente: Organización Mundial del Turismo - OMT)

B. LOS EXTRANJEROS

Grupo en cantidad pero no el menos importante que llega a Juli, estos pertenecen a diferentes lugares del planeta, un 44% proveniente de Chile, seguidos de Bélgica con 22% y Francia con 22%, sin embargo estas cifras pueden ser muy variantes puesto que Juli, no



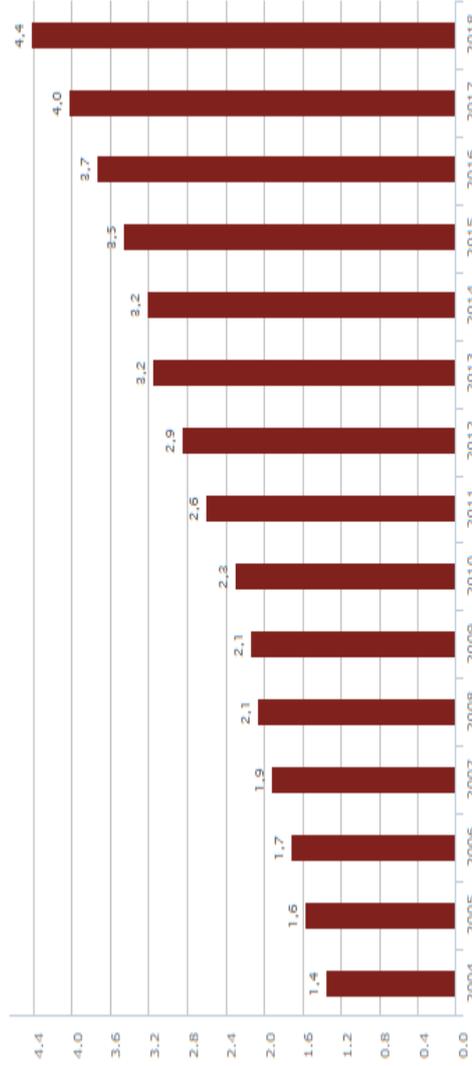
es un destino internacional muy cotizado, sino eventual, para este tipo de turistas; la mayor parte son jóvenes de entre 18 y 24 años, solteros que culminaron o siguen en la Universidad, con ingresos entre 1000 a 2000 soles y algunos mayores a los 5000 soles mensuales. Indican que tuvieron una buena experiencia, motivados por la visita de campo de atractivos turísticos, siendo lo los templos y playa los más visitados con 66% de visitas, gracias a los paisajes naturales y tranquilidad de Juli, sin embargo la calificación de la calidad de servicios como restaurantes, hospedajes, servicios higiénicos fueron los más bajos de los tres grupos. El 67% indica que gasto menos de 50 soles en la visita a Juli, puesto que la calidad de servicios no exige un mayor monto a pagar. **(ver ANEXO N°9 Y 10)**

ANEXO N°02

FLUJO DE TURISTAS INTERNACIONALES E INGRESO DE DIVISAS POR TURISMO RECEPTIVO

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Llegada de turistas internacionales (millones)	1,4	1,6	1,7	1,9	2,1	2,1	2,3	2,6	2,9	3,2	3,2	3,5	3,7	4,0	4,4

Llegada de turistas internacionales



Elaboración: SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE MIGRACIONES

Fuente: <http://datosurismo.mincetur.gob.pe/appdatosTurismo/Content.htmlhttp://datosurismo.mincetur.gob.pe/appdatosTuris>

ANEXO N°03

Turismo interno PERU



Fuente: BADATUR

Perú: Turismo Interno 1992-2018

Año	Turismo Interno Histórico
1992	6.265.755
1993	6.868.294
1994	6.787.455
1995	7.506.903
1996	7.676.356
1997	7.922.130
1998	8.218.234
1999	8.704.239
2000	9.156.933
2001	9.543.813
2002	10.529.419
2003	10.401.705
2004	10.784.118
2005	11.166.531
2006	11.538.997
2007	11.931.358
2008	12.310.867
2009	12.693.597
2010	13.075.807
2011	13.458.016
2012	13.849.207
2013	14.541.667
2014	15.268.750
2015	15.479.500
2016	16.100.228
2017	16.744.237
2018	17.497.728

Fuente: Badatur

Tasa de crecimiento: 4,19%



ANEXO N° 04

ENCUESTA APLICADA

Universidad Nacional del Altiplano - Puno

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela Profesional de Turismo

Estimado Poblador, me gustaría conocer la opinión que le merece la actividad turística por lo que
le estaremos agradecidos de contestar el siguiente cuestionario.

Fecha: ____/____/____

I. INFORMACIÓN GENERAL

1. Genero:

- a. Masculino
 b. Femenino

2. Edad: _____

- a. De 18 -24 años
 b. De 25 - 34 años
 c. De 35 - 44 años
 d. De 45 - 64 años
 e. De 65 a más

3. Nivel Educativo:

- a. Sin Estudios
 b. Primaria
 c. Secundaria
 d. Superior Técnico
 e. Sup. Universitaria

4. ¿Cuál es su estado civil?

- a. Soltero (a)
 b. Casado (a)
 c. Viudo (a)
 d. Divorciado(a)
 e. Conviviente

5. ¿Cuál es su ocupación actual?

- a. Empresario
 b. Comerciante
 c. Ejecutivo
 d. Profesional universitario independiente
 i. Empleado privado no profesional
 j. Obrero especializado
 i. Obrero no especializado
 j. Ama de casa



- | | | | |
|--------------------------|---------------------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> | e. Profesional universitario empleado | <input type="checkbox"/> | k. Estudiante |
| <input type="checkbox"/> | f. Técnico titulado independiente | <input type="checkbox"/> | l. Jubilado |
| <input type="checkbox"/> | g. Técnico titulado empleado | <input type="checkbox"/> | m. No tiene empleo |
| <input type="checkbox"/> | h. Empleado público no profesional | <input type="checkbox"/> | n. Otros:(especifique)_____ |

II. PERCEPCIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL DISTRITO DE JULI

6. ¿Conoce si el Distrito de Juli tiene un Plan de Desarrollo Turístico Local?

- a. Sí
- b. No
- Especifique _____

7. ¿Qué tan satisfecho está con el trabajo del gobierno local(municipalidad) para desarrollar la actividad turística en el Distrito de Juli

- | | | | |
|--------------------------|-------------------|--------------------------|---------------------|
| <input type="checkbox"/> | a. Muy satisfecho | <input type="checkbox"/> | d. Insatisfecho |
| <input type="checkbox"/> | b. Satisfecho | <input type="checkbox"/> | e. Muy insatisfecho |
| <input type="checkbox"/> | c. Regular | | |

8. ¿Sabe o conoce si el gobierno local, regional o nacional han contribuido a mejorar o restaurar edificios para la conservación de los recursos turísticos?

- a. Si
- b. No
- Especifique: _____

9. ¿Considera ud. que la actividad del turismo genera EMPLEO, DINERO en la población anfitriona(JULI)?

- a. Si
- b. No
- Especifique: _____

10. ¿Concuerda que el turismo mejora la calidad de vida de la población anfitriona?

- | | | | | | |
|--------------------------|-------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|-------------------|
| <input type="checkbox"/> | a. Muy de acuerdo | <input type="checkbox"/> | c. Neutral | <input type="checkbox"/> | e. Muy desacuerdo |
| <input type="checkbox"/> | b. De acuerdo | <input type="checkbox"/> | d. En desacuerdo | | |

11. ¿Concuerda que el turismo atrae inversión a la zona (Distrito de Juli)?

- | | | | |
|--------------------------|-------------------|--------------------------|-------------------|
| <input type="checkbox"/> | a. Muy de acuerdo | <input type="checkbox"/> | d. En desacuerdo |
| <input type="checkbox"/> | b. De acuerdo | <input type="checkbox"/> | e. Muy desacuerdo |



c. Neutral

12. ¿Considera ud. que la actividad del turismo genera impactos ambientales negativos?

a. Si

b. No

Especifique: _____

13. ¿Con la llegada de visitantes percibe que hay cambios en la cultura tradicional?

a. Si

b. No

Especifique:

14. Alguna OPINIÓN que le merece la actividad turística en Juli.

MUCHAS GRACIAS, POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N° 5

FOTOGRAFÍAS DEL LUGAR DE ESTUDIO



Ilustración 1: Fotografía de visita a la iglesia san Juan de Letrán

Fuente: Elaboración propia.



Ilustración 2: Fotografías del levantamiento de encuestas en el lugar de investigación

Fuente: Elaboración propia.



Ilustración: Fotografía del muelle en Juli.

Fuente. Elaboración propia.



Ilustración 3: Fotografía del muelle lugar turístico en Juli.

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO N° 06

EVALUACION DE LA PLANIFICACIÓN Y GESTION DEL PRODUCTO TURISTICO DEL DISTRITO DE JULI

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES
<p>PREGUNTA GENERAL:</p> <p>¿Cuáles son los componentes para la planificación y gestión del producto turístico?</p>	<p>O.G.</p> <p>Identificar los componentes para la planificación y gestión del producto turístico “Juli, la roma aimara de América”, del distrito de Juli.</p>	<p>H.G.</p> <p>La planificación y gestión del producto turístico, comprende el diagnostico situacional, análisis de los stakeholders, la percepción del poblador de la actividad turística en el distrito de Juli, que son altamente positivos.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE:</p> <p>PLANIFICACIÓN Y GESTION</p>
<p>PREGUNTAS ESPECIFICAS:</p> <p>¿Cuáles son los componentes más relevantes de la planificación y gestión del producto Turístico Juli?</p> <p>¿Cuál es la oferta y demanda potencial que tiene el Distrito de Juli?</p> <p>¿Cuál es la percepción del poblador de la ciudad de Juli sobre la actividad turística?</p> <p>¿Cuál es el rol de los organismos públicos para la adecuada gestión del producto turístico?</p>	<p>O.E.</p> <p>Identificar los componentes más relevantes para la planificación y gestión del producto turístico “Juli, la roma aimara de america”, del distrito de Juli.</p> <p>Describir la oferta y demanda potencial del distrito de Juli.</p> <p>Conocer e interpretar la percepción del poblador del Distrito de Juli sobre los efectos de la actividad turística.</p> <p>Explicar y proponer el rol de los organismos públicos para la difusión y promoción del producto turístico Juli.</p>	<p>H.E.</p> <p>La oferta turística consta de los servicios de alojamiento, alimentación, transporte y los recursos turísticos en el distrito de Juli, y la demanda potencial que actualmente visita es el turista nacional.</p> <p>La percepción del poblador respecto a la actividad turística es altamente positiva.</p> <p>El rol de los organismos públicos frente a la promoción y difusión del producto turísticos Juli.</p>	<p>VARIABLE DEPENDIENTE:</p> <ul style="list-style-type: none"> • PRODUCTO TURISTICO JULI <p>INDICADORES</p> <p>Análisis de demanda</p> <p>Análisis de oferta</p> <p>Actividad</p> <p>TECNICAS</p> <p>Encuestas</p> <p>Revisión bibliográfica</p> <p>Entrevista</p> <p>INSTUMENTOS</p> <p>Fichas bibliograficas</p>