



UNAP



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
Escuela Profesional de Negocios Internacionales y Turismo

TESIS

**EL TURISMO COMO FACTOR DE INTEGRACIÓN EN LA CIUDAD DE
YURIMAGUAS 2018.**

**Para optar el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales y
Turismo.**

PRESENTADO POR:

RENZO SAUL CUENCA RAMIREZ

ASESORA

LIC .ADM. NÉLIDA VALENCIA CORAL, DRA.

IQUITOS, PERÚ

2019



UNAP

Universidad Nacional de la Amazonía Peruana

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
FACEN

"OFICINA DE ASUNTOS ACADÉMICOS"



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Iquitos, a los 12 días del mes de JUNIO del 2019, siendo las 05:00 pm de acuerdo a lo establecido en la Resolución Decanal N° 0748 2019-FACEN-UNAP, se constituyeron en el Auditorio de esta Facultad, el Jurado de la tesis, integrado por los docentes: LIC.ADM. VICTOR RAUL REATEGUI PAREDES, Mgr. (Presidente), LIC.ADM. FRANCISCO PAREDES SANCHEZ (Miembro) y el LIC.NIT. RILKE CHONG VELA, Mgr. (Miembro), y se dio inicio al acto para escuchar la sustentación pública de la tesis: "EL TURISMO COMO FACTOR DE INTEGRACION EN LA CIUDAD DE YURIMAGUAS 2018", presentado por el bachiller en Negocios Internacionales y Turismo RENZO SAUL CUENCA RAMIREZ, para optar el Título Profesional de LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO, que otorga la Universidad de acuerdo a la Ley y al Estatuto vigente.

Después de haber escuchado con mucha atención y formulado las preguntas necesarias, las cuales fueron respondidas en forma SATISFACTORIA

El Jurado luego de las deliberaciones correspondientes en privado, llegó a la conclusión siguiente:

La Tesis ha sido: APROBADA POR MAYORIA

Siendo las 07:00 pm se dio por terminado el acto FÍSICO

Agradeciendo al sustentante por su exposición.

LIC.ADM. VICTOR RAUL REATEGUI-PAREDES, Mgr.
Presidente

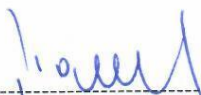
LIC.ADM. FRANCISCO PAREDES SANCHEZ
Miembro

LIC.NIT. RILKE CHONG VELA, Mgr.
Miembro

Somos la Universidad licenciada más importante de la Amazonía del Perú, rumbo a la acreditación

Calle Nanay N° 352-356- Distrito de Iquitos - Maynas - Loreto
<http://www.unapiquitos.edu.pe> - e-mail: facenunap@yahoo.es
Teléfonos: #065-234364 / 065-243644 - Decanatura: #065-224342 / 944670264



MIEMBROS DEL JURADO**LIC.ADM. VICTOR RAÚL REÁTEGUI PAREDES, Mgr.**Presidente
CLAD-01966**LIC.ADM. FRANCISCO PAREDES SANCHEZ**Miembro
CLAD-11564**LIC.NIT. RILKE CHONG VELA, Mgr.**Miembro
CLAD-22275**LIC.ADM. NELIDA VALENCIA CORAL, Dra.**Asesora
CLAD-02311

DEDICATORIA

A mi madre, pilar fundamental para el cumplimiento de todas
mis metas, gracias a sus consejos y amor incondicional,
hoy soy una persona de bien.

A mis hermanos, que siempre están prestos a brindarme todo
su apoyo en los buenos y malos momentos.

AGRADECIMIENTO

A Dios por bendecirme con la vida y por haberme permitido
llegar al final de mi carrera.

A mis profesores por impartir sus conocimientos que me
sirven de mucho en el campo profesional.

ÍNDICE DE CONTENIDO

JURADO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	3
1.1 Antecedentes.....	3
1.2 Bases teóricas.....	7
1.3 Definición de términos básicos.....	15
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	18
2.1 Formulación de la hipótesis.....	18
2.2 Variables y su operacionalización.....	18
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.....	19
3.1 Tipo y diseño.....	19
3.2 Diseño muestral.....	19
3.3 Procedimientos de recolección de datos.....	19
3.4 Procesamiento y análisis de datos.....	20
3.5 Aspectos éticos.....	20
CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	22
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN.....	36
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES.....	37
CAPÍTULO VII. RECOMENDACIONES.....	38
CAPÍTULO VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN.....	39
ANEXOS:.....	41
Anexo 1. Matriz de consistencia	42

Anexo 2. Encuesta	44
Anexo 3: Consentimiento Informado	47

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cargo actual del entrevistado.....	22
Tabla 2. Grado de instrucción de los entrevistados	22
Tabla 3. Opinión de la ubicación de la ciudad de Yurimaguas	23
Tabla 4. Opinión si existe intercambio de conocimiento científico y tecnológico ..	24
Tabla 5. Opinión si existe intercambio cultural entre turistas nacionales y extranjeros.	24
Tabla 6. Opinión sobre las nuevas oportunidades laborales provenientes del turismo.	25
Tabla 7. Información si existen libros de literatura en lugares turísticos.	25
Tabla 8. Si existen publicaciones de la biodiversidad.	26
Tabla 9. La publicidad de las empresas privadas relacionadas al turismo.....	26
Tabla 10. Opinión si los centros recreativos están con las nuevas tendencias del turismo.	27
Tabla 11. Opinión si las empresas de turismo están preparadas para recibir grupos vulnerables.	27
Tabla 12. Si se promueve turismo para jubilados.	28
Tabla 13. Opinión si se promueve turismo para trabajadores de todos los niveles	28
Tabla 14. Opinión si se promueve turismo para jóvenes.....	29
Tabla 15. Opinión si se promueve turismo estudiantil.	29
Tabla 16. Si en la institución u organización turística se practican valores como seguridad e integración	30
Tabla 17. Si se realiza integración de culturas: ciudad-zona rural y comunidad nativa.	30
Tabla 18. Integración de la oferta turística en la ciudad de Yurimaguas.	31
Tabla 19. Opinión si se integra la demanda turística en las empresas.....	31

Tabla 20. Si la ciudad de Yurimaguas se integra con los demás pueblos de su jurisdicción.....	32
Tabla 21. Si los espacios se aprovechan racionalmente.....	32
Tabla 22. Si existe proximidad de localización hacia las fronteras.	33
Tabla 23. Si es que existen nuevas actividades en la ciudad de Yurimaguas.	33
Tabla 24. Si las actividades agrarias se incrementaron en la zona	34
Tabla 25. Si se incrementaron los productos naturales en la zona.	34
Tabla 26. Si se incrementaron la estadística de emprendedores.	35

RESUMEN

El propósito de la investigación es determinar si el turismo es un componente de integración para la ciudad de Yurimaguas, lo cual conlleva identificar si el turismo representa un factor de desarrollo en relación al espacio geográfico que ocupa, su ubicación y el desempeño administrativo de los sectores competentes. La investigación es aplicada y cuantitativa con un diseño transversal y de tipo descriptivo. El instrumento lo constituye el cuestionario y la encuesta se aplicó a una muestra de 20 representantes de las organizaciones estatales como privadas. Los resultados de la investigación señalan que Yurimaguas se ubica estratégicamente; igualmente, se observa la falta de uso de nuevas tendencias para optimizar los atractivos; también en el aspecto de correlación entre la ciudad y las comunidades rurales se establece que es mínimo; del mismo modo, se observa que la oferta turística no se integra; no se reconoce aporte del turismo para generar nuevas actividades; finalmente, se concluye que el turismo es un factor determinante para el desarrollo de la ciudad de Yurimaguas, sin embargo, no llega a configurarse como el elemento de integración alrededor del cual se podrían impulsar las demás actividades económicas y sociales de la zona. Es recomendable formular estrategias que conlleven a dar ese matiz integrador al turismo por el potencial, la ubicación y los atractivos que se posee.

Palabras clave: turismo, factor de integración, desarrollo

ABSTRACT

The purpose of the research is to determine if tourism is an integration component for the city of Yurimaguas, which entails identifying whether tourism represents a development factor in relation to the geographical space it occupies, its location and the administrative performance of the sectors competent. The research is applied and quantitative with a transversal and descriptive design. The instrument is the questionnaire and the survey were applied to a sample of 20 representatives of state and private organizations. The results of the investigation indicate that Yurimaguas is strategically located; likewise, we observe the lack of use of new trends to optimize attractiveness; also in the aspect of correlation between the city and rural communities it is established that it is minimal; In the same way, it is observed that the tourist offer is not integrated; tourism contribution is not recognized to generate new activities; finally, it is concluded that tourism is a determining factor for the development of the city of Yurimaguas, however, it does not come to be configured as the element of integration around which other economic and social activities in the area could be promoted. It is advisable to formulate strategies that entail to give that integrating nuance to the tourism by the potential, the location and the attractiveness that is possessed.

Keywords: tourism, integration factor, development

INTRODUCCIÓN

La tesis se desarrolla en el marco de los lineamientos de la escuela profesional de Negocios Internacionales y Turismo de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana – UNAP, cuya sede está localizada en la ciudad de Yurimaguas; lugar donde se realizó la investigación; tiene el propósito de estudiar los aspectos relacionados a la problemática del turismo, para verificar si es un ente integrador para la ciudad, que siendo o estando como una ciudad emergente en la zona sur del Departamento de Loreto, lejos de la capital, es una ciudad que tiene el segundo lugar de habitantes de todo el departamento. Por su ubicación geográfica es importante que sea o integre para formar un todo integrado en todo el departamento, se precisa con este estudio conocer si el turismo integra el departamento y así conocer si mejora la calidad de vida del hombre amazónico y de su hábitat con toda su biodiversidad.

Se estudia la variable turismo y la variable integración, para esto se elabora un instrumento de recolección de datos que contiene las variables e indicadores y los ítems están en las preguntas que sirvieron para obtener los datos necesarios para el estudio.

La metodología es de una investigación aplicada, cuantitativa, de diseño transversal, descriptiva. La muestra es por conveniencia, pues no conoce la población. Se determinó realizar el estudio a los funcionarios que toman decisiones en el sector público y en el privado de las entidades de la ciudad de Yurimaguas, se determinó aplicar 20 encuestas, correspondiendo a un funcionario de mayor nivel de cada institución.

La investigación está sistematizada, de tal manera que los problemas, los objetivos y la hipótesis junto a las variables e indicadores tienen una secuencia lógica y están debidamente operacionalizada.

El instrumento se realiza con ítems basados en los indicadores, con los cuales se recolectó información con factores de desarrollo, factores de interés cultural, factores de política social, todos estos de la variable Turismo, mientras por la

variable Integración se va a recolectar información respecto a la dimensión espacial, proximidad de localización y asociación funcional.

Se espera que los resultados sean aplicados en primer lugar las autoridades que facilitaron la información para que tomen los correctivos del caso si es que se requiere, o de lo contrario continúen colaborando con la integración del turismo en la ciudad.

Con la contrastación de la hipótesis se demostraron la interrogante y desde esta demostración se desarrollaron las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes

(Cruz Ledesma, 2006), el autor, en la tesis “Turismo, alternativas de desarrollo de los pueblos y regiones del Perú”, se refiere al estudio realizado en el pueblo Callhuanca, que según el autor tiene muchos e interesantes atractivos, que se puede crear varias opciones de turismo porque existe demanda, pero se puede poner un valor agregado como es la calidad. Referente a las alternativas turísticas se puede crear según el tipo de público por ejemplo con jóvenes de 20 a 50 años, puede ser el turismo de aventura junto a otras actividades complementarias como la práctica del ciclismo, senderemos, incentivando hacia un mayor contacto con la naturaleza por el tipo de terreno y estas actividades favorecen practicarlas, además el clima es muy bueno. Además, se recomienda formar otro tipo de turismo como el vivencial de esta manera, se puede mejorar los servicios aprovechando el territorio, este es un tipo de turismo denominado turismo rural pues se considera que es una gran oportunidad porque posee atractivo diferentes y suficientes para incentivar al desplazamiento de turistas.

(Díaz Sarco, 2016), en su tesis “Turismo e Inclusión social”, se refiere a las actividades recreacionales para las personas de la localidad donde residen, quienes no cuenta con los intermediarios turísticos como las agencias de viaje. Los organismos no gubernamentales son entidades sin ánimo de lucro con capacidad económica para realizar sus programas y actividades que gestión fondos que muchas veces es puesta por los fundadores o socios. Estas organizaciones desean tener una oferta mucho más amplia y más acorde a este tipo de personas de la ciudad para la práctica del turismo interno y a nivel profesional que realiza turismo por agencias de viaje o programa de turismo social.

El autor se refiere al turismo de las emociones que contribuiría a otras posibles formas de turismo, con creatividad de integrando a las personas para lograr mejor satisfacción. Se avanzó mucho en la integración de las personas en

diferentes ámbitos como en el trabajo, pero, apenas se realizó algunas actividades en otros aspectos uno de estos es el turismo.

También se refiere que se avanzado bastante en la integración de las personas de varios lugares o ámbitos, por ejemplo, del laboral, pero aún no se hace casi nada sobre el turismo que ocupa o el turismo profesional o de los trabajadores.

Existe una falta de coordinación entre las agencias de viajes y el movimiento asociativo, plataforma y asociaciones comprometidas en las diversidades a la hora de administrar la oferta turística inclusiva. Mientras no se llegue a consolidar la oferta turística no se desarrolle y se consolide, es importante poder mediar entre agencias, asociaciones y plataforma para lograr el mayor beneficio de los destinatarios de todas las propuestas para facilitar el acceso a las diversas opciones.

Mientras que la oferta turística no se desarrolle y se consolide, sería interesante poder mediar entre agencia, asociaciones y plataforma para conseguir mejor y mayor beneficio de los destinatarios de todas las propuestas para así facilitar el camino a las ofertas. Una de las formas es creando conciencia social, que la universidad incorpore entre sus planes de estudio, cursos para que el capital humano formado en turismo profundice y difunda las ventajas de la integración e inclusión social para la comunidad.

(Soledad Romano, 1996), en su tesis "Impactos socioculturales del turismo en San Antonio de Areco", sostiene que toda actividad turística debería generar ingresos a su comunidad o ciudad para reinvertir en la ciudad como por ejemplo para preservar o conservar lo que diríamos mantenimiento de los recursos turísticos, menciona que en Europa no existe ninguna iglesia que no cobre dinero para que pueda ingresar, todo se cobra, por lo que no se debe pensar mal que las actividades turísticas por ejemplo que son guiadas se podría cobrar por esto, la autora pone de ejemplo al Prado español que realiza una combinación de espacios abiertos y cerrados, peñas, conciertos u otra actividad y se recolectó para implementar con maquinaria el hospital, equipar el hospital, también se destina para la limpieza de la ciudad, para los parques y jardines y otros.

Existe en la mente del residente de un lugar que piensan que se puede infringir un valor económico a ciertas actividades recreacionales, es porque maneja una mentalidad muy delgada al opinar que un elemento cultural puede transformarse en mercancía.

Es así como el residente considera que la fiesta de la tradición que realiza el residente de Areco, es un evento puramente comercial, cuyo único propósito es el de satisfacer al turista defraudando y desplazando a los residentes. Detallan a la fiesta llena de diversión y espontaneidad, momento de real expansión, es percibida como artificialidad y montaje. En la actualidad este festejo tiene matiz comercial, menos íntima, menos persona, sin embargo, la presencia del turista le ha disminuido la familiaridad.

(Corbalán, 2011), la autora se refiere a la investigación de su autoría “integración, diversificación e innovación en la estrategia de productos turísticos” caso de estudio: Aluminé, el propósito de la tesis es plantear la necesidad de redefinir una oferta de productos y servicios que hay en el destino, desde los atractivos que tienen alguna particularidad, considerando la ubicación donde se ubica Aluminé.

Uno de los aspectos son las políticas públicas de planificación, donde el problema primordial puede ser controlada y solucionada en un tiempo corto, sin que se ponga obstáculos en el desarrollo y en la expansión del turismo. El estado de la provincia y de la ciudad de Aluminé deberían impulsar procesos de desarrollo turístico, planteándose desafíos para redireccionar las inversiones hacia destinos emergentes en la provincia de Neuquén.

Los nuevos criterios de la oferta y del mercado y los cambios de conducta y valores del consumidor o cliente, son cada vez más exigentes, hace que la responsabilidad de los actores sociales sea más comprometida y responsable. El destino turístico posee recursos naturales y culturales que la autora sostiene que no alcanza ser competitivo con oferta sin reparación para satisfacer una demanda cada vez más exigente, de ahí la necesidad de renovar o cambiar las ofertas, dale nuevos rumbos de acuerdo a las nuevas exigencias del turista.

(Bravo Pinto, 2000), en su investigación para obtener el grado de Maestro “Turismo para discapacitados”, se refiere a este segmento que aún no tiene

la debida importancia para su desarrollo y que recién se están realizando investigaciones y propuestas, los ingresos que pueden generar son significativos. La capacidad hotelera debería adaptarse a las necesidades para atender y tener la oportunidad de dar el servicio a una demanda que está creciendo, que genera ingresos mayores, mucho más que eso es la generación de respeto y apoyo con sentimiento humano por los discapacitados.

Las organizaciones hoteleras día a día van incrementando su mercado, pero aún tienen limitaciones para atender adecuadamente a esta demanda. Les falta simbología o stickers que faciliten la accesibilidad a los servicios en los comercios, que vendrían a ser una gran ayuda al turista y muy en especial al discapacitado.

Por su misma naturaleza, el turista discapacitado está entre los que exigen mayor atención de los servicios y productos del turismo, no pueden ser tratados como los mismos turistas que no adolecen discapacidad. Se debe promover por el estado y por empresas privadas.

Aún no son considerados en la planificación de proyectos, en las instalaciones recreativas, en infraestructuras de uso público, transporte, solo en algunos, sin embargo, sigue incrementándose este tipo de turista.

Se puede complementar los ambientes y condiciones del turismo actuales para dar mayor accesibilidad al discapacitado referente a hoteles, restaurantes, servicios públicos, infraestructura, pero se necesita trabajar coordinadamente incluyendo a la población para que también crea conciencia.

(Aparicio Sánchez, 2013), en este estudio a profundidad referido al "Reto del turismo en los espacios naturales protegidos españoles: la integración entre conservación, calidad y satisfacción", ha realizado a base del método Delphi sobre los retos del turismo en los espacios naturales protegidos españoles para poder alcanzar la integración entre la conservación del territorio, la calidad del servicio y la satisfacción del visitante.

En el estudio reconoce la contribución de la calidad en la conservación de los espacios naturales protegidos, la mejora de las condiciones socioeconómicas del lugar, pero se corrobora que los espacios naturales protegidos no toman

el personal idóneo ni los recursos financieros para invertir en calidad. Se destaca las tendencias positivas como la calidad como estrategia para conseguir una experiencia de satisfacción en el visitante o turistas, consecuentemente tenga altos niveles de satisfacción. En segundo lugar, el acontecimiento positivo en los actores relacionados tiene el propósito de que los de calidad debe girar por el compromiso de sostenibilidad y la conservación de los espacios naturales protegidos.

Conceptualmente se acepta la nueva tendencia de la calidad de servicio, las expectativas y satisfacción de los visitantes con conceptos relacionados necesarios para los profesionales que trabajan en los espacios naturales protegidos, como agentes directos generadores de educación ambiental y de satisfacción.

1.2 Bases teóricas.

1.2.1 Turismo

Enfoque de Sistemas

(McIntosh, Goeldner, & Ritchie, 1999), los autores sostienen que para estudiar el turismo en toda su magnitud para ser comprendida es iniciando con este enfoque, porque un sistema es un todo que están organizados de tal manera que tiene un proceso desde el ingreso hasta la salida, a su vez el procesamiento es a base de lo planificado, siendo los objetivos el eje del accionar de este enfoque.

A su vez integra a los otros enfoques en un ambiente que la competencia de la empresa turística está pasando, donde el mercado cada vez es exigente, donde sus resultados tienden a ser de satisfacción, donde sus relaciones con otras empresas, así como con el consumidor requiere de su interacción, el enfoque permite ver al turismo desde una vista micro y macro, como funcionar interiormente y la relación que tiene con otros sistemas sea político, económico o social.

Conceptualización del Turismo

(Molina S. , 1991), se refiere a la superestructura que viene a ser la unión de las organizaciones públicas y privadas incluyendo el proceso de la compra venta de los productos turísticos, esto es que lo conforman las instituciones especializados del sector sean públicos o privados que optimizan y cambian es decir se adapta al funcionamiento de sus partes que lo integran para trabajar en completa sincronización de las relaciones y los servicios que brindan.

Estos son: “La **demanda:** constituyen los turistas residentes en el país y en el extranjero **La infraestructura:** la cual incluye aeropuertos, carreteras, redes de agua potable, drenaje, de teléfono, etc. **Los atractivos:** Son lugares que despiertan el interés del turista por visitar un destino gracias a sus características tangibles y/o intangibles destacadas. Un destino para considerarse atractivo debe ser competitivo y para lograrlo, se debe satisfacer las motivaciones que impulsaron a los visitantes a viajar a él.

Los atractivos turísticos de un destino se dividen en naturales como parques, desiertos, playas, etc., y culturales como la gastronomía, el folclor y la arquitectura de sus monumentos y sitios históricos. **El equipamiento y las instalaciones:** se integran por hoteles, moteles, campings, tráiler Parks, restaurantes, cafeterías, agencias de viajes, albergas, canchas de tenis, etc. **La comunidad receptora:** se refiere a los residentes locales ligados directa e indirectamente con el turismo”.

Conceptualización moderna del turismo

(Ramírez Cavassa, 2006), se refiere a la conceptualización del concepto de turismo como un “fenómeno”, por lo tanto, se le puede estudiar, analizar sea en forma eficaz o eficiente, este manejo se puede dar de acuerdo al enfoque. En la declaración de Manila referente al turismo mundial (27-09 al 10-10 del 1989) conceptualiza: “El objetivo último del turismo consiste en mejorar la calidad de conformidad con las existencias de la dignidad humana”.

El autor reitera que las acciones humanas tienen un propósito, y los resultados se miden por resultados sean objetivos o proyectivos. La abundancia de ingresos del turismo se puede realizar por resultados proyectivos, como generación de muchas actividades, los que permiten analizar al turismo desde varios enfoques.

La teoría de la Calidad Total

(Medina Macías & Avila Vidal, 2002), se refieren a este enfoque de la calidad desde varias décadas atrás entre los años 40, cuando se es tratada con un instrumento de la administración y gestión por las grandes utilidades y fortalezas dentro del ámbito laboral para reconstruir al país de Japón con urgencia, para así puedan llegar a niveles altos de eficiencias y validez en la fabricación de las grandes empresas que iniciaron sus actividades desde casi nada. Hay gran diferencia entre los modelos que surgieron simultáneamente entre USA y Japón, los primeros con procedimientos diferentes, implantaron controles o supervisiones en el proceso técnico de toda la producción, en cambio los japoneses iban corrigiendo mientras encontraban un detalle negativo, a los que ellos denominan “Kaysen” japonés.

Esta teoría es tomada de Edwards Deming. Se trata de encontrar lo óptimo de la fabricación con la denominada “calidad”, como impacto de “caída” quiere decir cuanto más rápido se identifica, más rápido se corrige, esto arriba a tener menor riesgo en el producto final, teniendo al proceso administrativo desde la elaboración del plan hasta el control en todos los momentos del proceso. Esta teoría es tomada de Edwards Deming.

Teorías de la Planificación integral del turismo

(Molina & Rodríguez, 2005), en el libro Planificación Integral del turismo. Un enfoque para Latinoamérica, se refiere a lo enunciado por Mannheim, quien da un concepto a modo de solucionar la escasez de raciocinio en los esfuerzos por cambiar la realidad y sostiene dos tipos de planificación racional: **“Planificación racional funcional.**

Su objeto se centra en la eficiente asignación de recursos y medios. Parte de la base de que los objetivos están previamente determinados, por lo tanto, cuando dichos objetivos no se alcanzan en los plazos establecidos, la falla de los planes se encuentra en las estrategias.

Planificación racional sustancial. Se ocupa del conocimiento, análisis, síntesis y evaluación de la complejidad organizada para después, definir objetivos. En este proceso, cuando los planes no consiguen los resultados definidos con anterioridad, es porque sus objetivos han sido deficientemente identificados”.

La teoría de la sociedad

(Osorio García, 2007), se refiere a un estudio donde menciona a (Luhmann, 1998a), (Luhmann, Teoría de los sistemas sociales, 1998b), (Luhmann, Complejidad y modernidad. De la unidad a la diferencia, 1998c), como autor de la teoría y cuya construcción parte de tres teorías del autor: “La teoría de sistemas, la teoría de la comunicación y la teoría de la evolución. La primera le proporciona el fundamento para señalar a la comunicación como la operación que establece la relación entre los seres humanos y que clausura a la sociedad como un sistema de sentido, autopoietico y autorreferencial.

La segunda le ofrece los elementos de la comunicación para exponer las formas en las que opera en congruencia con el planteamiento de la primera teoría. La teoría de la evolución le sirve para explicar la trayectoria de la sociedad en términos de diversas posibilidades de selecciones sujetas a la contingencia y a la complejidad que no trazan una historia lineal u homogénea de desarrollo, sino que van construyendo distintos órdenes sociales”.

Las categorías que parten de esta teoría denominada “luhmanniana”, trata del Sistema y complejidad, la selectividad y congruencia, contingencias, auto posiciones y clausura operativa, comunicación, distinción, acoplamiento, sistemas humanos y sistemas psíquicos.

La Teoría de Acción Razonada

(Reyes Rodríguez, 2007), Afirma el autor que la conducta de la persona tiene que ver con la relación de ideas, comportamiento, y que a su vez tiene que ver con las decisiones que toma en el comportamiento, es decir en su conducta con la sociedad, con el mundo que lo rodea, indica una característica de la persona es que son muy racionales y que esto facilita a la organización a tomar razonablemente una conducta de análisis en sus acciones antes de tomar decisiones.

Es así que con estas características las personas tienen conductas y comportamientos individual o en sociedad, su voluntad hace que tomen decisiones de un comportamiento organizacional o social, y que sus deseos dirigen sus acciones.

La teoría que ha sido contribuida por Ajzen y Fishben, asegura que se puede presagiar los comportamientos y condiciones de las ideas que influyen en el comportamiento incluyendo las opiniones y la voluntad de la misma persona.

1.2.2. Teorías de la Integración.

Planificación integral del turismo

(Molina & Rodríguez, 2005), en el libro Planificación Integral del turismo. Un enfoque para Latinoamérica, se refiere a lo enunciado por Mannheim, quien da un concepto a modo de solucionar la escasez de raciocinio en los esfuerzos por cambiar la realidad y sostiene dos tipos de planificación racional: **“Planificación racional funcional**. Su objeto se centra en la eficiente asignación de recursos y medios. Parte de la base de que los objetivos están previamente determinados, por lo tanto, cuando dichos objetivos no se alcanzan en los plazos establecidos, la falla de los planes se encuentra en las estrategias. **Planificación racional sustancial**. Se ocupa del conocimiento, análisis, síntesis y evaluación de la complejidad organizada para después, definir objetivos. En este proceso, cuando los planes no consiguen los resultados definidos con anterioridad, es porque sus objetivos han sido deficientemente identificados”.

La teoría de la sociedad

(Osorio García, 2007), se refiere a un estudio donde menciona a (Luhmann, 1998a), (Luhmann, Teoría de los sistemas sociales, 1998b), (Luhmann, Complejidad y modernidad. De la unidad a la diferencia, 1998c), como autor de la teoría y cuya construcción parte de tres teorías del autor: “La teoría de sistemas, la teoría de la comunicación y la teoría de la evolución. La primera le proporciona el fundamento para señalar a la comunicación como la operación que establece la relación entre los seres humanos y que clausura a la sociedad como un sistema de sentido, autopoietico y autorreferencial. La segunda le ofrece los elementos de la comunicación para exponer las formas en las que opera en congruencia con el planteamiento de la primera teoría. La teoría de la evolución le sirve para explicar la trayectoria de la sociedad en términos de diversas posibilidades de selecciones sujetas a la contingencia y a la complejidad que no trazan una historia lineal u homogénea de desarrollo, sino que van construyendo distintos órdenes sociales”.

Las categorías que parten de esta teoría denominada “luhmanniana”, trata del Sistema y complejidad, la selectividad y congruencia, contingencias, auto posiciones y clausura operativa, comunicación, distinción, acoplamiento, sistemas humanos y sistemas psíquicos.

La Teoría de Acción Razonada

(Reyes Rodríguez, 2007), Afirma el autor que la conducta de la persona tiene que ver con la relación de ideas, comportamiento, y que a su vez tiene que ver con las decisiones que toma en el comportamiento, es decir en su conducta con la sociedad, con el mundo que lo rodea, indica una característica de la persona es que son muy racionales y que esto facilita a la organización a tomar razonablemente una conducta de análisis en sus acciones antes de tomar decisiones.

Es así que con estas características las personas tienen conductas y comportamientos individual o en sociedad, su voluntad hace que tomen

decisiones de un comportamiento organizacional o social, y que sus deseos dirigen sus acciones.

La teoría que ha sido contribuida por Ajzen y Fishben, asegura que se puede presagiar los comportamientos y condiciones de las ideas que influyen en el comportamiento incluyendo las opiniones y la voluntad de la misma persona.

A continuación, se complementa las teorías con algunos antecedentes de estudios científicos que tienen una posición acorde a los indicadores del estudio:

(Cruz Ledesma, 2006), el autor, en la tesis "Turismo, alternativas de desarrollo de los pueblos y regiones del Perú", se refiere al estudio realizado, que según el autor tiene muchos e interesantes atractivos, que se puede crear varias opciones de turismo porque existe demanda, pero se puede poner un valor agregado como es la calidad. Además, se recomienda formar otro tipo de turismo como el vivencial de esta manera, se puede mejorar los servicios aprovechando el territorio, este es un tipo de turismo denominado turismo rural pues se considera que es una gran oportunidad porque posee atractivo diferentes y suficientes para incentivar al desplazamiento de turistas.

(Díaz Sarco, 2016), en su tesis "Turismo e Inclusión social", se refiere a las actividades recreacionales para las personas de la localidad donde residen, quienes no cuenta con los intermediarios turísticos como las agencias de viaje. Los organismos no gubernamentales son entidades sin ánimo de lucro con capacidad económica para realizar sus programas y actividades que gestión fondos que muchas veces es puesta por los fundadores o socios. Estas organizaciones desean tener una oferta mucho más amplia y más acorde a este tipo de personas de la ciudad para la práctica del turismo interno y a nivel profesional que realiza turismo por agencias de viaje o programa de turismo social.

El autor se refiere al turismo de las emociones que contribuiría a otras posibles formas de turismo, con creatividad de integrando a las personas para lograr mejor satisfacción. Se avanzó mucho en la integración de las personas en

diferentes ámbitos como en el trabajo, pero, apenas se realizó algunas actividades en otros aspectos uno de estos es el turismo.

También se refiere que se avanzado bastante en la integración de las personas de varios lugares o ámbitos, por ejemplo, del laboral, pero aún no se hace casi nada sobre el turismo que ocupa o el turismo profesional o de los trabajadores.

(Soledad Romano, 1996), en su tesis "Impactos socioculturales del turismo en San Antonio de Areco", sostiene que toda actividad turística debería generar ingresos a su comunidad o ciudad para reinvertir en la ciudad como por ejemplo para preservar o conservar lo que diríamos mantenimiento de los recursos turísticos, Existe en la mente del residente de un lugar que piensan que se puede infringir un valor económico a ciertas actividades recreacionales, es porque maneja una mentalidad muy delgada al opinar que un elemento cultural puede transformarse en mercancía.

(Corbalán, 2011), la autora se refiere a la investigación de su autoría "integración, diversificación e innovación en la estrategia de productos turísticos" caso de estudio: Aluminé, el propósito de la tesis es plantear la necesidad de redefinir una oferta de productos y servicios que hay en el destino, desde los atractivos que tienen alguna particularidad, considerando la ubicación.

Uno de los aspectos son las políticas públicas de planificación, donde el problema primordial puede ser controlada y solucionada en un tiempo corto, sin que se ponga obstáculos en el desarrollo y en la expansión del turismo. Los nuevos criterios de la oferta y del mercado y los cambios de conducta y valores del consumidor o cliente, son cada vez más exigentes, hace que la responsabilidad de los actores sociales sea más comprometida y responsable.

(Bravo Pinto, 2000), en su investigación para obtener el grado de Maestro "Turismo para discapacitados", se refiere a este segmento que aún no tiene la debida importancia para su desarrollo y que recién se están realizando investigaciones y propuestas, los ingresos que pueden generar son significativos. Aún no son considerados en la planificación de proyectos, en

las instalaciones recreativas, en infraestructuras de uso público, transporte, solo en algunos, sin embargo, sigue incrementándose este tipo de turista.

Se puede complementar los ambientes y condiciones del turismo actuales para dar mayor accesibilidad al discapacitado referente a hoteles, restaurantes, servicios públicos, infraestructura, pero se necesita trabajar coordinadamente incluyendo a la población para que también crea conciencia.

(Aparicio Sánchez, 2013), en este estudio a profundidad referido al “Reto del turismo en los espacios naturales protegidos españoles: la integración entre conservación, calidad y satisfacción”, ha realizado a base del método Delphi sobre los retos del turismo en los espacios naturales protegidos españoles para poder alcanzar la integración entre la conservación del territorio, la calidad del servicio y la satisfacción del visitante.

En el estudio reconoce la contribución de la calidad en la conservación de los espacios naturales protegidos, la mejora de las condiciones socioeconómicas del lugar, pero se corrobora que los espacios naturales protegidos no toman el personal idóneo ni los recursos financieros para invertir en calidad. Conceptualmente se acepta la nueva tendencia de la calidad de servicio, las expectativas y satisfacción de los visitantes con conceptos relacionados necesarios para los profesionales que trabajan en los espacios naturales protegidos, como agentes directos generadores de educación ambiental y de satisfacción.

1.3 Definición de términos básicos

Atractivos: Son lugares que despiertan el interés del turista por visitar un destino gracias a sus características tangibles y/o intangibles destacadas. Un destino para considerarse atractivo debe ser competitivo y para lograrlo, se debe satisfacer las motivaciones que impulsaron a los visitantes a viajar a él. Los atractivos turísticos de un destino se dividen en naturales como parques, desiertos, playas, etc., y culturales como la gastronomía, el folclor y la arquitectura de sus monumentos y sitios históricos. (Molina, 1991).

Crecimiento económico. Tiene base eminentemente tecnocrática, se apoya en “rectas” que por su misma naturaleza se encuentra descontextualizadas en los aspectos físico, social, económico y cultural. Se mide en términos reales y objetivos, que todo aumento en la producción y en su valor, se expresa en términos cuantitativos. (Molina E. & Rodríguez A., 1991)

Destino. El último lugar de llegada de acuerdo con el contrato de transporte. Se le puede definir también como un lugar que ofreciendo cuando menos 1500 habitaciones para turistas. (McIntosh, Goeldner, & Ritchie, 1999).

Globalización. La globalización es un concepto que pretende definir la realidad de nuestro planeta como un todo conectado, que se va pareciendo más a una sola sociedad, más allá de fronteras nacionales, diferencias étnicas y religiosas, ideologías políticas y condiciones socio-económicas o culturales. Ésta consiste en la ampliación de la dependencia económica, cultural y política de los países del mundo, la cual es originada por el aumento insólito de la actividad internacional, el comercio mundial de bienes y servicios, el flujo de capitales, así como el avance de los medios de transporte, y el uso de las nuevas tecnológicas de información y comunicación (tecnologías satelitales y especialmente, de la Internet). (ConceptoDefinición, 2014).

Planificación. Es el resultado de un proceso lógico de pensamiento mediante el cual el ser humano analiza la realidad circundante y establece los medios que le permitirán transformarla de acuerdo con sus intereses y aspiraciones. (Molina E. & Rodríguez A., 1991).

Planificación y Contexto social. La planificación contribuye al alivio temporal de problemas económicos, sin embargo, también agudiza los desequilibrios sociales y trastorna seriamente el ambiente físico, todo ello en aras de la modernización. (Molina E. & Rodríguez A., 1991).

Integración. La integración es la acción y efecto de integrar o integrarse a algo, proviene del latín integration y constituye completar un todo con las partes que hacían falta ya sea objeto o persona. Es un fenómeno que sucede

cuando un grupo de individuos unen a alguien que se encuentra por fuera sin importar sus características y diferencias. (ConceptoDefinición, 2014)

Turismo: El concepto que comprende todos los procesos, especialmente los económicos, que se manifiestan en la afluencia, permanencia y regreso del turista hacia, en y fuera de un determinado municipio, estado o país. (Schullern, 1989).

Turista: persona que hace una o más excursiones, especialmente alguien que hace esto por recreación: alguien que viaja por placer o cultura visitando varios lugares por sus objetivos de interés, paisaje, etc. (The shorter Oxford, 2007).

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de la hipótesis

Hipótesis General

El turismo es un factor determinante para la integración en la ciudad de Yurimaguas

2.2 Variables y su operacionalización

HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	ÍNDICES	TÉCNICAS
<u>Hipótesis descriptiva</u> El turismo es un factor determinante para la integración en la ciudad de Yurimaguas	Variable Independiente Turismo	1. Factor de desarrollo 2. Factor cultural 3. Factor de política social	Ubicación Conocimientos Cultura Oportunidad laboral Literatura de lugares Publicaciones de biodiversidad Campañas publicitarias Centros recreativos Turismo de grupos vulnerables Turismo para jubilados Turismo para trabajadores Turismo para jóvenes. Turismo estudiantil	Encuesta a Actores del turismo Análisis documental Interpretación de Resultados
	Variable Dependiente Integración	1. Dimensión espacial 2. Proximidad de localización 3. Asociación funcional.	Valores de la sociedad Integración de culturas Integración de la oferta Integración de la demanda Acercamiento a pueblos Aprovechamiento de espacios. Fronteras Nuevas actividades. Actividades agrarias. Productos naturales Emprendedor.	

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño

El tipo de Investigación: Es aplicada y cuantitativa. Se demostrarán los resultados con estadísticas cuyas respuestas tienen las mismas valoraciones, los mismo que sirvieron para obtener los resultados provenientes de los instrumentos de recolección de datos.

El diseño: es transversal, descriptivo, pues tiene como objetivo investigar si el turismo es factor de integración para la ciudad de Yurimaguas.

3.2 Diseño muestral

La Población: Formada por todos los actores del turismo de las entidades públicas y privadas, de la ciudad de Yurimaguas

La Muestra. No se conoce la población, por lo tanto, se toma la muestra por conveniencia. Se aplicaron 20 encuestas a los representantes de las organizaciones públicas y privadas.

La unidad de análisis es el funcionario de las organizaciones públicas y privadas relacionados con el sector turismo de la ciudad de Yurimaguas.

3.3 Procedimientos de recolección de datos

El instrumento de recolección de datos es la Encuesta constituida por datos de control y del cuestionario. Para recolectar los datos se llevaron a cabo los siguientes aspectos:

- Identificar a los actores del turismo que toman decisiones.
- Establecer las coordinaciones o citas para aplicar las encuestas.
- Recolectar la información de acuerdo a la muestra

- Interpretación de los resultados.
- Elaborar el Informe final

3.4 Procesamiento y análisis de datos

Datos Primarios	Datos Secundarios
<p>Se obtuvo de la aplicación de la encuesta a los 20 funcionarios de las empresas públicas y privadas de la ciudad de Yurimaguas.</p> <p>Los datos obtenidos se sistematizaron de tal manera que se convirtió en información con la interpretación de los resultados. Finalmente, se demostró la hipótesis descriptiva, elaborando las conclusiones y recomendaciones respectivas.</p>	<p>Se realizó una investigación de gabinete o bibliográfico, obteniéndose información por medio de fichas, estas facilitaron para determinar los datos conceptuales del turismo y del concepto de integración. Ambas variables fueron estudiadas desde concepto de diferentes autores y se relacionan con un marco teórico y conceptual.</p>

3.5 Aspectos éticos

No se ha trasgredido ningún aspecto ético, se describe:

De la Encuesta: Está elaborada con datos de control y de ítems según los indicadores que a su vez es tomará con la debida discreción los nombres de los encuestados. Está elaborado de tal manera que no se saldrá a otros parámetros siendo el instrumento un documento público que se anexará al estudio.

De los encuestados: Se aplicaron a los funcionarios que aceptaron voluntariamente responder el cuestionario.

De los encuestadores: Son los investigadores que aplicaron con el debido respeto y mesura para no ofender ni obtener información más allá de lo necesario indicado en el cuestionario.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los datos se obtuvieron de la aplicación de 20 Encuestas que se aplicaron a los gerentes o funcionaron de mayor jerarquía de cada una de las instituciones que se relacionan con el sector turismo, comprenden las empresas públicas o privadas.

Es así que se han obtenido los siguientes resultados.

Tabla 1. Cargo actual del entrevistado

Cargo del entrevistado				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Administrador	6	30.0	30.0	30.0
Gerente	5	25.0	25.0	55.0
Gerente propietario	4	20.0	20.0	75.0
Director	5	25.0	25.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Fuente: De la encuesta aplicada a diferentes actores de turismo

Las encuestas aplicadas se distribuyeron de la siguiente manera: a 6 administradores, 5 gerentes y directores respectivamente y 4 gerentes propietarios de empresas de turismo.

Tabla 2. Grado de instrucción de los entrevistados

Grado de Instrucción				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Secundaria	2	10,0	10,0	10,0
Superior de Academia	1	5,0	5,0	15,0
Superior de Instituto	5	25,0	25,0	40,0
Superior Universitaria	12	60,0	60,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: De la encuesta aplicada a diferentes actores de turismo

De las personas encuestadas, el grado de instrucción que tienen: 2 tienen secundaria completa 1 Superior de Academia, 5 superior de Instituto y 12 superior universitaria.

Es importante recalcar que el 60% de los encuestados tienen educación superior universitaria, esto quiere decir que la mayoría que dirigen las empresas turísticas conocen y están el área de turismo o administración, además, aplican sus conocimientos para ser competitivos.

Los otros son los que tienen experiencias y estudios superiores y secundarios que se encuentran en el sector por la práctica y conocimiento sobre turismo, también recibieron capacitaciones.

Las siguientes tablas se refieren a la Encuesta para desarrollar el estudio, se han obtenido datos sistematizados desde la hipótesis, las variables, indicadores e índices.

Tabla 3. Opinión de la ubicación de la ciudad de Yurimaguas

Si la ciudad de Yurimaguas está ubicada estratégicamente				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco	2	10,0	10,0	10,0
Si	18	90,0	90,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: De la encuesta aplicada a diferentes actores de turismo

Según los funcionarios encuestados sobre la ubicación de la ciudad de Yurimaguas es estratégica para la integración de los pueblos; respondieron de la siguiente manera: el 10% sostienen que es poco y el 90% respondieron que sí.

Es muy significativo el porcentaje y opinan positivamente que es estratégico el lugar donde se localiza la ciudad de Yurimaguas.

Tabla 4. Opinión si existe intercambio de conocimiento científico y tecnológico

Intercambio de conocimiento científico y tecnológico				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	12	60,0	60,0	60,0
POCO	5	25,0	25,0	85,0
SI	3	15,0	15,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: De la encuesta aplicada a diferentes actores de turismo

A la pregunta que, si existe intercambio de conocimiento científico y tecnológico, las respuestas tienen el siguiente comportamiento:

El 60% opina que no existe ningún intercambio, el 25% que existe poco y el 15% que si existe intercambio científico y tecnológico

Tabla 5. Opinión si existe intercambio cultural entre turistas nacionales y extranjeros.

Intercambio cultural entre turistas nacionales y extranjeros				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	7	35,0	35,0	35,0
Poco	7	35,0	35,0	70,0
Si	6	30,0	30,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: De la encuesta aplicada a diferentes actores de turismo

En la tabla 5 el 35% responden que no existe o existe poco intercambio cultural entre turistas nacionales y extranjeros, mientras que el 30% sostienen que si existe intercambio cultural.

Si se unen los porcentajes de no existe intercambio cultural y muy poco, el porcentaje es muy significativo, por lo que se afirma que hay muy baja integración cultural entre los turistas nacionales y extranjeros.

Tabla 6. Opinión sobre las nuevas oportunidades laborales provenientes del turismo.

Nuevas oportunidades laborales provenientes del turismo				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	4	20,0	20,0	20,0
Poco	6	30,0	30,0	50,0
Si	10	50,0	50,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: De la encuesta aplicada a diferentes actores de turismo

Si existen nuevas oportunidades laborales en la ciudad de Yurimaguas provenientes del turismo, los funcionarios encuestados responden: el 50% afirman que si, el 30% que son pocas nuevas oportunidades y el 20% afirman que no hay nuevas oportunidades laborables en la ciudad de Yurimaguas.

Tabla 7. Información si existen libros de literatura en lugares turísticos.

Hay libros de literatura en lugares turísticos				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	8	40,0	40,0	40,0
Poco	9	45,0	45,0	85,0
Si	3	15,0	15,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: De la encuesta aplicada a diferentes actores de turismo

Si existen libros de literatura exhibidos en lugares turísticos el 40% responden que no, el 45% que poco y el 15% responden que si existen libros de literatura en lugares turísticos.

Los libros de literatura, se explica que se refieren a la literatura de la selva con sus costumbres, tradiciones y mitos, estos libros, tal como indican las estadísticas no existen o en todo caso son pocos, más aún en las empresas privadas, existiendo éstas en porcentaje muy bajo en las empresas públicas.

Tabla 8. Si existen publicaciones de la biodiversidad.

Publicaciones de la biodiversidad				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	8	40,0	40,0	40,0
Poco	10	50,0	50,0	90,0
Si	2	10,0	10,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: De la encuesta aplicada a diferentes actores de turismo

Los resultados de la tabla 8, se relacionan con las dos tablas anteriores, los porcentajes de negatividad son altas, el 40% afirman que no existen publicaciones de la biodiversidad de la región para alcanzar a los turistas nacionales y extranjeros, el 50% afirma que hay pocas publicaciones y solo el 10% afirman que si hay publicaciones de la biodiversidad de Loreto y Yurimaguas.

Tabla 9. La publicidad de las empresas privadas relacionadas al turismo

Publicidad de empresas privadas relacionadas al turismo				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	4	20,0	20,0	20,0
Poco	13	65,0	65,0	85,0
Si	3	15,0	15,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: De la encuesta aplicada a diferentes actores de turismo

Referente a las empresas privadas si realizan publicidad relacionadas al turismo, el 20% afirman negativamente, el 65% que poco realizan la publicidad y el 15% que las empresas privadas realizan publicidad. Los resultados indican que es poco la publicidad que las empresas turísticas utilizan.

Tabla 10. Opinión si los centros recreativos están con las nuevas tendencias del turismo.

Centros recreativos con las nuevas tendencias del turismo				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	7	35,0	35,0	35,0
Poco	6	30,0	30,0	65,0
Si	7	35,0	35,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: De la encuesta aplicada a diferentes actores de turismo

A la pregunta si los centros recreativos están con las nuevas tendencias del turismo como por ejemplo con espacios grandes y convencionales o espacios pequeños y originales, con tecnología, espacios con buena ubicación y accesibilidad, espacios sorprendentes y singulares; las respuestas son: el 35% responden que no, el 30% que poco y el 35% responden que sí.

Tabla 11. Opinión si las empresas de turismo están preparadas para recepcionar grupos vulnerables.

Las empresas de turismo están preparadas para recepcionar grupos vulnerables				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	8	40,0	40,0	40,0
Poco	7	35,0	35,0	75,0
Si	5	25,0	25,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: De la encuesta aplicada a diferentes actores de turismo

La respuesta a la pregunta si las empresas de turismo están preparadas para recepcionar a grupos vulnerables, la respuesta es de 40% no, el 35% poco, y el 25% la respuesta es sí. Comprende los grupos vulnerables como las personas especiales, alumnos del Colegio, personas de la tercera edad entre otros.

Tabla 12. Si se promociona turismo para jubilados.

Se promociona turismo para jubilados				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	12	60,0	60,0	60,0
Poco	6	30,0	30,0	90,0
Si	2	10,0	10,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: De la encuesta aplicada a diferentes actores de turismo

Sobre el turismo para jubilados, el 60% responde que no se promociona este tipo de turismo el 30% afirma que poco se promociona y el 10% afirma que sí se promociona turismo para jubilados.

Tabla 13. Opinión si se promociona turismo para trabajadores de todos los niveles

Se promociona turismo para trabajadores				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	11	55,0	55,0	55,0
Poco	5	25,0	25,0	80,0
Si	4	20,0	20,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: De la encuesta aplicada a diferentes actores de turismo

Concerniente al turismo para trabajadores de todos los niveles o categorías, el 55% afirma que no se promociona, el 25% que poco y el 20% que si se promociona este tipo de turismo.

Tabla 14. Opinión si se promociona turismo para jóvenes.

Se promociona turismo para jóvenes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	9	45,0	45,0	45,0
Poco	7	35,0	35,0	80,0
Si	4	20,0	20,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: De la encuesta aplicada a diferentes actores de turismo

Relativo al turismo para jóvenes, el 45% afirma que no se promociona, el 35% que poco y el 20% que si se promociona el turismo para jóvenes. En este aspecto es necesario recalcar que existen varios tipos de turismo interno que se debe promocionar y que no es visto aún por los empresarios del sector.

Tabla 15. Opinión si se promociona turismo estudiantil.

Se promociona turismo estudiantil

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	6	30,0	30,0	30,0
Poco	7	35,0	35,0	65,0
Si	7	35,0	35,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: De la encuesta aplicada a diferentes actores de turismo

A la pregunta si se promociona el turismo estudiantil, el 30% responde que no se promociona, el 35% afirma que se promociona poco y el 35% afirma que sí se promociona el turismo estudiantil

Tabla 16. Si en la institución u organización turística se practica valores como seguridad e integración

Se practica valores como seguridad e integración				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	7	35,0	35,0	35,0
Poco	9	45,0	45,0	80,0
Si	4	20,0	20,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: De la encuesta aplicada a diferentes actores de turismo

A la pregunta si en la organización turística se practica valores como la seguridad y la integración, el comportamiento de las respuestas es como sigue: el 35% afirma que no, el 45% afirma que poco y el 20% afirma que si se practica valores de seguridad e integración.

Tabla 17. Si se realiza integración de culturas: ciudad-zona rural y comunidad nativa.

Integración de culturas: ciudad, zona rural y comunidad nativa				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	8	40,0	40,0	40,0
Poco	6	30,0	30,0	70,0
Si	6	30,0	30,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: De la encuesta aplicada a diferentes actores de turismo

Relativo a la pregunta si hay integración de culturas entre la ciudad, la zona rural y la comunidad nativa, los resultados fueron: el 40% afirma que no, el 30% que poco y el 30% que si se realiza integración de culturas.

Tabla 18. Integración de la oferta turística en la ciudad de Yurimaguas.

Integración de la oferta turística en la ciudad				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	10	50,0	50,0	50,0
Poco	8	40,0	40,0	90,0
Si	2	10,0	10,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: De la encuesta aplicada a diferentes actores de turismo

La opinión de la integración de la oferta turística en la ciudad de Yurimaguas es la siguiente afirmación de los encuestados: el 50% no existe integración de la oferta turística, el 40% que poco y el 10% que si hay integración de la oferta turística.

Tabla 19. Opinión si se integra la demanda turística en las empresas.

Integración de la demanda turística en las empresas.				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	9	45,0	45,0	45,0
Poco	8	40,0	40,0	85,0
Si	3	15,0	15,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: De la encuesta aplicada a diferentes actores de turismo

A la pregunta si se integra la demanda turista en las empresas del mismo sector, el 45% responde que no, el 40% que poco y el 15% que si se integra la demanda turística en las empresas del sector turístico.

Tabla 20. Si la ciudad de Yurimaguas se integra con los demás pueblos de su jurisdicción.

Integración de Yurimaguas a los pueblos				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	7	35,0	35,0	35,0
Poco	3	15,0	15,0	50,0
Si	10	50,0	50,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: De la encuesta aplicada a diferentes actores de turismo

Concerniente a la integración de la ciudad de Yurimaguas con los demás pueblos de su jurisdicción, las respuestas son: 35% afirma que no hay integración, el 15% que poco y el 50% afirma que si hay integración de Yurimaguas con los demás pueblos.

Tabla 21. Si los espacios se aprovechan racionalmente.

Aprovechamiento de los espacios racionalmente				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	9	45,0	45,0	45,0
Poco	5	25,0	25,0	70,0
Si	6	30,0	30,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: De la encuesta aplicada a diferentes actores de turismo

En el aspecto de los espacios del ambiente si es que son aprovechados racionalmente, el 45% responde que no, el 25% poco y el 30% responde que sí. Estas respuestas abordan una situación importante que se debe actuar inmediatamente para que los espacios sean aprovechados con aras a la sustentabilidad.

Tabla 22. Si existe proximidad de localización hacia las fronteras.

Hay proximidad de localización a las fronteras				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	13	65,0	65,0	65,0
Poco	4	20,0	20,0	85,0
Si	3	15,0	15,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: De la encuesta aplicada a diferentes actores de turismo

En el aspecto a la proximidad de localización hacia las fronteras, el 65% afirma que no, el 20% que poco y el 15% que sí. Esta respuesta que dieron los funcionarios encuestados se refiere a la ubicación geográfica de la ciudad de Yurimaguas con las fronteras de su jurisdicción. Esto es consecuencia de lo que conocemos que la Amazonía de la provincia de Yurimaguas es amplia y cuya accesibilidad es por río y tierra.

Tabla 23. Si es que existen nuevas actividades en la ciudad de Yurimaguas.

Aparición de nuevas actividades				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	7	35,0	35,0	35,0
Poco	9	45,0	45,0	80,0
Si	4	20,0	20,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: De la encuesta aplicada a diferentes actores de turismo

Según las respuestas de los encuestados el 35% opina que no existen nuevas actividades provenientes del turismo, el 45% opinan que poco y el 20% opinan que si hay nuevas actividades en la ciudad de Yu7rimguas.

Tabla 24. Si las actividades agrarias se incrementaron en la zona

Las actividades agrarias aumentaron				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	2	10,0	10,0	10,0
Poco	7	35,0	35,0	45,0
Si	11	55,0	55,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: De la encuesta aplicada a diferentes actores de turismo

Referente a si se incrementaron las actividades agrarias en zona de estudio, el comportamiento de las respuestas es: el 10% que no se incrementaron, el 35% se incrementaron poco y el 55% que sí se incrementó. Estos datos son significativos, esta área fue la única actividad que se incrementó.

Tabla 25. Si se incrementaron los productos naturales en la zona.

Los productos naturales se incrementaron				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	2	10,0	10,0	10,0
Poco	6	30,0	30,0	40,0
Válidos Si	12	60,0	60,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: De la encuesta aplicada a diferentes actores de turismo

Si se incrementaron los productos naturales en la zona, las respuestas son: el 10% afirma que no se incrementaron, el 30% que se incrementó poco y el 60% que si se incrementaron los productos naturales en la zona del estudio.

Tabla 26. Si se incrementaron la estadística de emprendedores.

Se incrementaron la estadística de emprendedores.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	3	15,0	15,0	15,0
Poco	9	45,0	45,0	60,0
Si	8	40,0	40,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: De la encuesta aplicada a diferentes actores de turismo

A la pregunta si se incrementaron el número de emprendedores, el 15% contesta que no se incrementaron los emprendedores, el 45% que se incrementó poco y el 40% que sí.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

Encontrados los resultados de la investigación se procede a contrastarlo con diferentes investigaciones relacionadas al tema, de la siguiente manera:

De acuerdo a los resultados de la investigación, los funcionarios encuestados consideran en un 90% que la ubicación de la ciudad de Yurimaguas es adecuada para integrar a los demás pueblos de la provincia. En ese sentido Corbalán (2011) en su investigación: “integración, diversificación e innovación en la estrategia de productos turísticos” caso de estudio: Aluminé, plantea rediseñar la oferta de productos y servicios que hay en el destino tomando en consideración considerando la ubicación donde se ubica Aluminé, es decir alrededor de un centro de mayor atractivo y disponibilidad de fortalezas por la ubicación.

Es de apreciar que entre el 35 y 30 por ciento de entrevistados observa que los centros recreativos no se adaptan a las nuevas tendencias del turismo como contar con locales espaciosos y tradicionales o pequeños y originales, menos aún el uso de la tecnología y brindar una buena accesibilidad. A este respecto, Cruz Ledesma (2006), en la tesis “Turismo, alternativas de desarrollo de los pueblos y regiones del Perú”, ejecutado en el pueblo Callhuanca, recomienda se dé un valor agregado a los atractivos para generar calidad en el servicio.

Es de preocupación identificar la poca integración cultural entre Yurimaguas y las demás comunidades rurales, por cuanto el 40% refiere que no existe esta integración. Cruz Ledesma (2006), resalta la práctica del turismo rural y constituye una gran oportunidad por los distintos atractivos que ostenta y puede impulsar el desplazamiento a estos lugares.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

De la información estadística obtenida, se arriba a las siguientes conclusiones:

1. Según la demostración de la hipótesis, el turismo es un factor determinante para la integración en la ciudad de Yurimaguas, se demuestra que aún falta que el turismo sea realmente un factor de integración.
2. Siendo que el turismo aún no es en su totalidad un factor de integración para la ciudad de Yurimaguas, sin embargo, se observa que se podría mejorar en los diferentes factores de desarrollo, en el factor cultural, en el factor de política social, en la dimensión espacial y en la proximidad de localización.
3. La ciudad de Yurimaguas está ubicada estratégicamente como para desarrollar el turismo, esto se demuestra con las nuevas oportunidades laborales en el sector; sin embargo, falta la práctica de valores de la sociedad como la seguridad e integración de los ciudadanos, falta aún la integración de culturas entre la ciudad - zonas rurales – comunidades nativas.
4. Referente al factor cultural del turismo, tiene una cultura que aún falta afianzar referente a los libros de literatura, publicaciones de la biodiversidad, campañas publicitarias y centros recreativos que requieren ser reconstruidos y construidos, de igual manera la dimensión espacial también requiere incrementarse en el acercamiento a los pueblos aledaños, en el aprovechamiento racional de los espacios y de determinar fronteras vivas con aprovechamiento sostenible.
5. Sobre el factor de la Política Social aún falta que las empresas turísticas se preparen para recibir a grupos vulnerables como jubilados, trabajadores, jóvenes y estudiantes, es así que la Asociación funcional requiere de nuevas actividades, que se incrementen las actividades agrarias, los productos naturales y se requiere que exista emprendedores.

CAPÍTULO VII. RECOMENDACIONES

Según los resultados, se recomienda los siguientes aspectos:

1. El factor de desarrollo se incrementa significativamente en los establecimientos de hospedaje por medio de intercambio de conocimientos científicos y tecnológicos y que se motive al intercambio cultural entre los turistas nacionales y extranjeros.
2. Las entidades estatales deben motivar a la práctica de valores a la sociedad para dar confianza, seguridad e integración a los pobladores de la ciudad de Yurimaguas.
3. Es importante que las empresas públicas y privadas del sector turismo se centren en el factor cultural como complemento del servicio que puedan brindar a los turistas, esto es referente a la literatura de la región y a los centros recreativos por medio de campañas publicitarias.
4. El estado tiene un rol fundamental en promocionar el turismo social con sus políticas de servicio a grupos vulnerables y con marcado apoyo a los jubilados, trabajadores, jóvenes y estudiantes.
5. La asociación funcional está cada vez en crecimiento, sin embargo, falta creatividad para ofertar nuevos productos o nuevas actividades, sin embargo, las entidades estatales deben ser los entes motivadores para incentivar hacia las actividades agrarias, productos naturales y facilitar para que se formen nuevas empresas emprendedoras.

CAPÍTULO VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN

- Aparicio Sánchez, M. (2013). *El reto del turismo en los espacios naturales protegidos españoles, la integración entre conservación, calidad y satisfacción*. Tesis para optar el grado de doctor, Universidad Complutense de Madrid., Madrid, España.
- Bravo Pinto, H. F. (2000). *Turismo para discapacitados en el Perú*. Tesis para obtener el grado de Maestra en Administración de Negocios, Lima, Perú.
- ConceptoDefinición. (2014). *Venemedia*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/>
- Corbalán, V. (2011). *Integración, diversificación e innovación en la estrategia de productos turísticos*. Tesis, Universidad Nacional del Comahue., Neuquén. Patagonia, Argentina.
- Cruz Ledesma, S. S. (2006). *Turismo alternativa de desarrollo de los pueblos y*. Universidad Nacional de San Marcos. Lima: Facultad de Ciencias Administrativas.
- Díaz Sarco, V. (2016). *Turismo e inclusión social*. Tesis, Madrid.
- Luhmann, N. (1998a). *Sistemas sociales. Antrophos*. Universidad Javeriana. Barcelona, España: Centro Universitario.
- Luhmann, N. (1998b). *Teoría de los sistemas sociales*. Universidad Iberoamericana, México.
- Luhmann, N. (1998c). *Complejidad y modernidad. De la unidad a la diferencia*. Madrid: Trotta.
- McIntosh, R., Goeldner, C., & Ritchie, J. (1999). *Turismo. Planeación, Administración y Perspectivas* (2da. Edición. ed.). México D.F.: LIMUSA S.A.
- McIntosh, R., Goeldner, C., & Ritchie, J. (1999). *Turismo. Planeación, Administración y Perspectivas*. Balderas, México: LIMUSA S.A.

- Medina Macías, A., & Avila Vidal, A. (2002). Evolución de la Teoría Administrativa, una visión desde la Psicología organizacional. *Revista Cubana de Psicología*, 19(03), 11. Recuperado el 23 de Julio de 2018, de <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rcp/v19n3/12.pdf>
- Molina E., S., & Rodríguez A., S. (1991). *Planificación integral del turismo. Un enfoque para latinoamérica*. Méxio: Trillas.
- Molina, S. (1991). *Conceptualización del turismo*. (Vol. ISBN 9681840216). Méxio,D.F: LIMUSA.
- Molina, S., & Rodríguez, S. (2005). *Planificación integral del turismo. Un enfoque para Latinoamérica*. Méxio: Trillas.
- Osorio García, M. (Octubre/Diciembre de 2007). El carácter social del turismo. Un análisis sistémico sobre su complejidad. *Estudios y perspectivas en turismo en Scielo*, 6(4). Recuperado el 2014 de Agosto de 16, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322007000400005
- Ramírez Cavassa, C. (2006). *Visión integral del turismo. Fenómeno dinámico y universal* (ISBN 968-24-3044-5 ed.). México D.F., México: TRILLAS.
- Schullern, H. V. (1989). Turismo y economía nacional. *Conferencia Mundial sobre el Desarrollo del Turismo y Medio ambiente*. Canarias, España.
- Soledad Romano, P. (1996). *Impactos socioculturales del turismo en San Antonio de Areco*. Tesis, Universidad abierta Interamericana, Buenos Aires, Argentina.
- The shorter Oxford, E. (21 de Setiembre de 2007). Diccionario. ISBN- 0.19-920687. Inglaterra, England.

ANEXOS:

Anexo 1. Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: EL TURISMO COMO FACTOR DE INTEGRACIÓN EN LA CIUDAD DE YURIMAGUAS-2018.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	ÍNDICES	TÉCNICAS
<p><u>Problema General</u> ¿Es el turismo un factor de integración de la ciudad de Yurimaguas?</p> <p><u>Problemas específicos</u> 1. ¿Cuál es el factor de desarrollo del turismo y la dimensión espacial de la integración? 2. ¿Cuál es el factor cultural del turismo y la proximidad de localización de la integración? 3. ¿Cuál es el factor de unión administrativa del turismo y la asociación funcional de la integración?</p>	<p><u>Objetivo General</u> Conocer si el turismo es un factor de integración para la ciudad de Yurimaguas.</p> <p><u>Objetivos específicos</u> 1. Determinar el factor de desarrollo del turismo y la dimensión espacial de la integración. 2. Determinar el factor cultural del turismo y la proximidad de localización de la integración. 3. Determinar el factor de unión administrativa del turismo y la asociación funcional de la integración</p>	<p><u>Hipótesis descriptiva</u> El turismo es un factor determinante para la integración en la ciudad de Yurimaguas</p>	<p><u>Variable Independiente</u> Turismo</p> <p><u>Variable Dependiente</u> Integración</p>	<p>1. Factor de desarrollo</p> <p>2. Factor cultural</p> <p>3. Factor de política social</p> <p>4. Dimensión espacial</p> <p>5. Proximidad de localización</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación • Conocimientos • Cultura • Oportunidad laboral • Literatura de lugares • Publicaciones de biodiversidad • Campañas publicitarias • Centros recreativos • Turismo de grupos vulnerables • Turismo para jubilados • Turismo para trabajadores • Turismo para jóvenes. • Turismo estudiantil • Valores de la sociedad • Integración de culturas • Integración de la oferta • Integración de la demanda. • Acercamiento a pueblos • Aprovechamiento de espacios. • Fronteras 	<p>Encuesta a Actores del turismo</p> <p>Análisis documental</p> <p>Interpretación de Resultados</p>

				6. Asociación funcional.	<ul style="list-style-type: none">• Nuevas actividades.• Actividades agrarias.• Productos naturales• Emprendedor	
--	--	--	--	--------------------------	---	--

Anexo 2. Encuesta

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA AMAZONÍA PERUANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
 Escuela profesional de negocios internacionales y turismo

Tesis

El turismo como factor de integración en la ciudad de Yurimaguas, 2018.

Buenos días /tardes/ noches, soy..... En esta oportunidad estoy realizando una investigación, para lograrlo, se requiere realizar una encuesta sobre el turismo e integración de la ciudad, la encuesta es anónima, le agradezco si usted me permite unos minutos de su tiempo.

Muchas gracias.

Nombre de la Empresa.....

Dirección.....

Teléfono:correo electrónico.....

Cargo del entrevistado:

Administrador ()

Gerente ()

Gerente Propietario ()

Director ()

Otros ().....

Grado de instrucción:

Primaria Incompleta ()

Primaria completa ()

Secundaria incompleta ()

Secundaria completa ()

Superior Academia ()

Superior Instituto ()

Superior Universitaria ()

Hora de Inicio.....Hora de término.....

Fecha de la encuesta.....

CUESTIONARIO

N°	ÍTEMS	NO	POCO	SI
	Factor de Desarrollo			
1	La ciudad de Yurimaguas tiene Ubicación estratégica para desarrollar el turismo.			
2	Existe intercambio de Conocimientos científicos y tecnológicos referidos al turismo			
3	Existe intercambio Cultural con turistas nacionales y extranjeros			
4	Existen nuevas Oportunidades laborales provenientes del turismo.			
	Factor Cultural			
5	Existen libros de literatura de lugares de atractivos turísticos de la ciudad de Yurimaguas.			
6	Existen publicaciones de la biodiversidad de la ciudad y de alrededores de la ciudad			
7	Existen campañas publicitarias de empresas privadas relacionadas con el turismo.			
8	Existen centros recreativos con las nuevas tendencias del turismo			
	Factor de Política Social			
9	Las empresas de Turismo, en especial los hoteles, están preparadas para recibir a grupos vulnerables			
10	Se promociona Turismo para jubilados			
11	Se promociona Turismo para trabajadores			
12	Se promociona Turismo para jóvenes.			
13	Se promociona Turismo estudiantil			
	Dimensión espacial			

14	Se practica Valores de la sociedad en la ciudad para dar ejemplo de seguridad e integración de los ciudadanos			
15	Existe la Integración de culturas (ciudad-zonas rurales-comunidades nativas)			
16	Existe Integración de la oferta turística en la ciudad			
17	Existe Integración de la demanda turística en las empresas.			
Proximidad de localización				
18	Acercamiento a pueblos			
19	Aprovechamiento de espacios			
20	Fronteras			
Asociación funcional				
21	Nuevas actividades			
22	Actividades agrarias			
23	Productos naturales			
24	Incremento de Emprendedores			

Anexo 3: Consentimiento Informado

Dirigido a:

Mediante la presente, se le solicita su autorización para participar del estudio enmarcado en el Proyecto de investigación ".....", conducido por el(la) alumno(a), perteneciente a la universidad

Dicho Proyecto tiene como objetivo principal.....

En función de lo anterior es pertinente su participación en el estudio, por lo que, mediante la presente, se le solicita su consentimiento informado.

Al colaborar usted con esta investigación, deberá, Dicha actividad durará aproximadamente.....

Su participación en este estudio no implica ningún riesgo de daño físico ni psicológico para usted. Es así que todos los datos que se recojan, serán estrictamente **anónimos y de carácter privados**. Asimismo, los datos entregados serán absolutamente **confidenciales** y sólo se usarán para los fines científicos de la investigación. El responsable de esto, en calidad de **custodio de los datos**, será el Investigador Responsable del proyecto, quien tomará todas las medidas necesarias para cautelar el adecuado tratamiento de los datos, el resguardo de la información registrada y la correcta custodia de estos.

Ya que la investigación ha sido autorizada por la Universidad, si usted considera necesario, se puede comunicar al o al Para confirmara la veracidad y seriedad de la investigación.

Desde ya le agradecemos su participación.

.....
NOMBRE

Investigador Responsable