

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO**  
**ESCUELA DE POSGRADO**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN**  
**MENCIÓN: GESTIÓN DEL TURISMO**



**“PRODUCTO ARTESANAL AUTÓCTONO PARA LA SATISFACCIÓN DEL  
TURISTA EN LAS ISLAS FLOTANTES DE LOS UROS- PROVINCIA DE PUNO,  
PERIODO: 2018”**

**Tesis presentada por:**

**Bach. Kelly Luzgarda Yanarico Huanca**

**PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO  
EN ADMINISTRACIÓN MENCIÓN: GESTIÓN DEL  
TURISMO**

**ASESOR: Dr. Fortunato Contreras Chávez**

**CUSCO-PERÚ**

**2022**

## **DEDICATORIA**

*A Dios, por su amor infinito, protección en cada etapa de mi vida para poder superar cada desafío que se me presenta en el camino.*

*A mis padres, por su cariño, comprensión, paciencia, consejo y apoyo incondicional en todo momento y enseñarme a ser mejor persona con su humildad y sabiduría, cada palabra de aliento me inspira a seguir con perseverancia.*

## AGRADECIMIENTOS

- *Mi agradecimiento a la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, en particular a su Escuela de Postgrado, en cuyas aulas desarrolle mis estudios de Maestría.*
- *A la plana docente de la Escuela de Postgrado, especialmente a la Maestría en Administración y su mención en gestión del turismo, por brindarme sus sabias enseñanzas que permitieron formarme en esta especialidad.*
- *A los jurados de la presente investigación, cuyas valiosas sugerencias permitieron la mejora significativa del presente documento.*
- *A los pobladores de las Islas Flotantes de los Uros, así como a los turistas que visitan las Islas Flotantes de los Uros en la ciudad de Puno, por su colaboración desinteresada en la realización de este estudio.*

## ÍNDICE

|   |           |
|---|-----------|
| DEDICATORIA.....                            | ii        |
| AGRADECIMIENTOS.....                        | iii       |
| ÍNDICE.....                                 | iv        |
| LISTA DE TABLAS.....                        | vii       |
| LISTA DE FIGURAS.....                       | viii      |
| RESUMEN.....                                | ix        |
| ABSTRACT.....                               | x         |
| INTRODUCCIÓN.....                           | xi        |
| <br>  |           |
| <b>CAPÍTULO I.....</b>                      | <b>13</b> |
| <b>1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>   | <b>13</b> |
| 1.1. Situación problemática.....            | 13        |
| 1.2. Formulación del problema.....          | 15        |
| 1.2.1. Problema general.....                | 15        |
| 1.2.2. Problemas específicos.....           | 15        |
| 1.3. Justificación de la investigación..... | 16        |
| 1.4. Objetivos de la investigación.....     | 17        |
| 1.4.1. Objetivo general.....                | 17        |
| 1.4.2. Objetivos específicos.....           | 17        |
| <br>  |           |
| <b>CAPÍTULO II.....</b>                     | <b>18</b> |
| <b>2. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....</b>     | <b>18</b> |
| 2.1. Bases teóricas.....                    | 18        |
| 2.1.1. Producción artesanal.....            | 18        |
| 2.1.2. Teoría de la demanda.....            | 19        |
| 2.1.3. Teoría de la oferta.....             | 20        |
| 2.1.4. Producto artesanal autóctono.....    | 26        |
| 2.1.2. Satisfacción del Turista.....        | 35        |
| 2.2. Marco conceptual (palabras clave)..... | 39        |
| 2.2.1. Diseño.....                          | 39        |
| 2.2.2. Diseñar.....                         | 40        |

|                                       |   |           |
|---------------------------------------|---|-----------|
| 2.2.3.                                | Kinestesia (cinestesia) .....   | 40        |
| 2.2.4.                                | Percepción.....   | 40        |
| 2.2.5.                                | Técnica.....  | 40        |
| 2.2.6.                                | Sensorial .....   | 41        |
| 2.2.7.                                | Artesanía .....   | 41        |
| 2.2.8.                                | Turista.....  | 41        |
| 2.2.9.                                | Estética.....   | 41        |
| 2.2.10.                               | Commodity .....   | 41        |
| 2.3.                                  | Antecedentes empíricos de la investigación (estado del arte) .....            | 42        |
| 2.3.1.                                | Antecedente Internacional .....   | 42        |
| 2.3.2.                                | Antecedente Nacional.....   | 44        |
| 2.3.3.                                | Antecedente Local.....  | 46        |
| <b>CAPÍTULO III .....</b>             |   | <b>47</b> |
| <b>3. HIPÓTESIS Y VARIABLES .....</b> |   | <b>47</b> |
| 3.1.                                  | Hipótesis .....   | 47        |
| 3.1.1.                                | Hipótesis general.....  | 47        |
| 3.1.2.                                | Hipótesis específicas .....   | 47        |
| 3.2.                                  | Identificación de variables e indicador.....                                  | 47        |
| 3.3.                                  | Operacionalización de variables .....   | 49        |
| <b>CAPÍTULO IV .....</b>              |   | <b>50</b> |
| <b>4. METODOLOGÍA .....</b>           |   | <b>50</b> |
| 4.1.                                  | Ámbito de estudio: Localización .....   | 50        |
| 4.2.                                  | Tipo y nivel de investigación.....  | 50        |
| 4.3.                                  | Unidad de análisis .....  | 51        |
| 4.4.                                  | Población de estudio.....   | 51        |
| 4.5.                                  | Tamaño de muestra .....   | 52        |
| 4.6.                                  | Técnicas de selección de muestra.....   | 52        |
| 4.7.                                  | Técnicas de recolección de información .....                                  | 53        |
| 4.7.1.                                | Encuesta.....   | 53        |
| 4.7.2.                                | Cuestionario .....  | 53        |
| 4.8.                                  | Técnicas de análisis e interpretación de la información .....                 | 55        |
| 4.9.                                  | Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis planteadas..... | 55        |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>CAPÍTULO V</b> .....  | <b>56</b> |
| <b>5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b> .....                                       | <b>56</b> |
| 5.1. Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados ..... | 56        |
| 5.1.1. Análisis de las encuestas aplicadas a turistas.....                   | 56        |
| 5.2. Prueba de hipótesis de la investigación .....                           | 58        |
| 5.2.1. Hipótesis General .....   | 58        |
| 5.2.2. Prueba específica 1 .....   | 60        |
| 5.2.3. Prueba específica 2.....  | 61        |
| 5.2.4. Prueba específica 3 .....   | 62        |
| 5.2.5. Prueba específica 4.....  | 63        |
| 5.3. Presentación de resultados .....  | 64        |
| <br>   |           |
| CONCLUSIONES.....  | 68        |
| RECOMENDACIONES.....   | 70        |
| BIBLIOGRAFIA.....  | 72        |
| ANEXOS .....   | 75        |
| a. Matriz de consistencia lógica .....                                       | 76        |
| b. Instrumentos de recolección de datos .....                                | 77        |
| c. Medios de verificación.....   | 82        |
| d. Árbol de problemas.....   | 84        |

## LISTA DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| Tabla N° 1 Síntesis del micro interaccionismo entre el producto artesanal y el consumidor .....   | 37 |
| Tabla N° 2 Matriz de operacionalización de variables .....  | 49 |
| Tabla N° 3 Llegada de visitantes a la Isla Uros del Lago Titicaca .....                           | 52 |
| Tabla N° 4 Análisis de Confiabilidad del Instrumento .....  | 55 |
| Tabla N° 5 Escala de valores de Correlación de Rho Spearman .....                                 | 55 |
| Tabla N° 6 Producto Artesanal Autóctono.....  | 56 |
| Tabla N° 7 Satisfacción del turista .....   | 57 |
| Tabla N° 8 Tabla cruzada del producto artesanal autóctono*satisfacción del turista .....          | 57 |
| Tabla N° 9 Escala de valores de Correlación de Rho Spearman .....                                 | 59 |
| Tabla N° 10 Correlación entre el producto artesanal autóctono y la satisfacción del turista ..... | 59 |
| Tabla N° 11 Correlación entre aspecto uso y la satisfacción del turista .....                     | 60 |
| Tabla N° 12 Correlación entre aspecto elaboración y satisfacción del turista.....                 | 61 |
| Tabla N° 13 Correlación entre el aspecto materia prima y satisfacción del turista .....           | 62 |
| Tabla N° 14 Correlación entre el aspecto emisor y satisfacción del turista .....                  | 63 |

## LISTA DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| Figura N° 1 Producto artesanal autóctono (móvil).....                          | 24 |
| Figura N° 2 Producto artesanal balsa de totora en miniatura .....              | 25 |
| Figura N° 3 medidas de producto artesanal (balsa de totora en minaitura) ..... | 28 |
| Figura N° 4 medidas producto artesanal (móvil) .....                           | 29 |



## RESUMEN

El trabajo de investigación denominado “Producto artesanal autóctono para la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018” tuvo como objetivo general determinar la relación del producto artesanal autóctono y la satisfacción del turista. La investigación corresponde al tipo cuantitativo de alcance correlacional con diseño no experimental de corte transversal con una muestra de 379 turistas extranjeros. Para la recolección de datos se diseñó una encuesta cuyo instrumento fue un cuestionario, los cuales permitieron medir el grado de relación que existe entre ambas variables. Basado en los resultados obtenidos  $r = 0,482$   $\rho = 0,000 < 0,05$ ; se puede concluir que existe una correlación moderada directa y altamente significativa entre el producto artesanal autóctono y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros provincia de Puno-Periodo 2018 es decir que a medida que se dé mayor énfasis en las dimensiones aspecto uso, aspecto elaboración aspecto materia prima y aspecto emisor se logrará incrementar la satisfacción del turista.

**Palabras clave:** Producto artesanal, satisfacción, turismo, islas flotantes

## ABSTRACT

The research work entitled "Indigenous Artisan Product for Tourist Satisfaction in the floating Islands of the Uros Puno Province, Period:2018" had the general objective to determine the relationship of the indigenous artisan product and the satisfaction of the tourist. The research corresponds to a quantitative type of correlational scope, with a non-experimental cross-sectional design, with a sample of 379 foreign tourists who visit the Uros floating Islands. For data collection, a survey was designed whose instrument was a questionnaire, which allowed measuring the degree of relationship that exists between both variables. Based on the results obtained  $r = 0,482$   $\rho = 0.000 < 0.05$ , it can be concluded that there is a moderate and very significant correlation between the indigenous artisan product and the satisfaction of the tourist in the Uros floating Islands, province of Puno-Period 2018, it is to say that as that greater emphasis in dimensions aspect use, manufacture aspect, appearance raw material and emitter aspect is achieved increase tourist satisfaction.

**Keywords:** Artisanal product, satisfaction, tourism, floating islands.

## INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación denominado “Producto Artesanal autóctono para la Satisfacción del Turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018” surgió con la idea de generar nuevas oportunidades de mejora en los productos artesanales autóctonos para lograr el acceso a nuevos mercados y por ende a una nueva realidad económica, debido a que los diseños de estos productos promueven la conservación de técnicas tradicionales, así como el uso de materia prima autóctona. Por lo que el producto artesanal autóctono es único e irrepetible para el turista su proceso de concepción y su modo de producción está relacionado con las tradiciones es así que la artesanía es un modo de vida, ya que cada objeto artesanal tiene su propia identidad, en término de diseño el artesano (poblador de las Islas Flotantes de los Uros) es quien se convierte en diseñador por lo que incorporar el diseño es parte del proceso del artesano, la apariencia del producto artesanal en lo visual y sentido táctil y su interacción es un elemento estratégico fundamental para satisfacer al turista al que está dirigida el producto artesanal autóctono.

El presente trabajo de investigación inicia con una introducción del tema de estudio, en el Capítulo I se muestra el planteamiento del problema, de cuya percepción inicial inició el proceso investigativo; en el Capítulo II exponemos las bases teóricas y el marco conceptual, además de los antecedentes empíricos de la investigación tanto a nivel global como regional; en el Capítulo III presentamos las variables identificadas para el estudio y el planteamiento de las hipótesis, además se exponen la operacionalización de las variables involucradas; en el Capítulo IV presentamos los materiales y métodos utilizados en el desarrollo del estudio, especificando el lugar de estudio, población, muestra, métodos y su descripción para cada objetivo específico de la investigación; en el Capítulo V exponemos los resultados y discusión, realizando una descripción de los mismos y su respectivo análisis estadístico, posteriormente

se realiza la discusión de los mismos en relación con la literatura revisada; finalmente se presenta las conclusiones derivadas de los resultados, las recomendaciones pertinentes y la bibliografía utilizada, en los anexos se encuentran información adicional y figuras de la evidencia de la realización del estudio.

# CAPÍTULO I

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1. Situación problemática

En los últimos años, la investigación acerca de la artesanía se ha tornado prioritaria. De los Ríos (2011) señala que las características de la artesanía están basadas en su diseño como su aspecto uso, aspecto materia prima, aspecto elaboración y aspecto emisor; asimismo Chalko (2011) menciona que el diseño y la artesanía confieren un valor positivo a los objetos por lo que el diseño no debe permanecer aislado del sector artesanal. Rojas y García (como se citó en Fonseca, 2019) afirman que el “diseño no solo trata de comprender, analizar y registrar el proceso de la técnica, la materia prima y la forma del objeto artesanal de hecho busca posicionar a la artesanía en la sociedad de consumo”(p.11). En la actualidad existe una tendencia creciente en el consumo artesanal a nivel mundial, este crecimiento se dio en un 34% en productos de madera, 13% en tejidos y 44% en artículos de metal (Takeyama, 2017).

Es por esta razón que Estados Unidos ha intentado posicionarse en la sociedad de consumo artesanal, sin embargo, se dio cuenta que sus diseños no son muy populares debido a que adoptan modelos industrializados, por lo que empezó a rehabilitar y valorar el diseño artesanal autóctono; mientras que Japón adoptó medidas para que sus diseños artesanales perduren en el tiempo declarándolos como tesoro viviente. Por su parte, Italia y Cataluña han realizado distintas investigaciones acerca de diseño y artesanía, por lo que concluyeron que la conexión entre estado, industrias, diseñadores, artesanos y residentes es primordial para adoptar estrategias de mejora continua en la creación de nuevos productos. Del mismo modo, en India se incorporan programa de diseño para reunir a diseñadores profesionales y artesanos con la finalidad de compartir experiencias y adoptar estrategias de diseño para satisfacer las necesidades actuales.

En Latinoamérica el diseño artesanal tiene una gran dependencia de los principales países industrializados, por este motivo el diseño y la artesanía se encuentran disociados, debido a que el diseño es percibido solo como un objeto bello [...] no obstante la artesanía va más allá de lo estético tiene la capacidad de generar un universo objetual para satisfacer necesidades (Agresta y Chavat ,2014, p.127). Asimismo, este “mundo objetual es captado a través de nuestros sentidos” con la cual percibimos y distinguimos las cualidades de un objeto, es así que los turistas recurren a ella para satisfacer sus necesidades, es por esta razón que “el diseño es el componente fundamental para que la producción artesanal alcance un verdadero posicionamiento tanto en el ámbito nacional como en el internacional” (UNESCO, 2005).

En el Perú existen precedentes que han buscado abordar problemáticas artesanales basadas en el diseño artesanal es por esta razón que el MINCETUR promueve la innovación de la artesanía, a través de un concurso denominado “Premio Nacional de Diseño de Artesanía Peruana” en el que participan diseñadores, artistas académicos, investigadores, asociaciones de artesanos, empresas dedicadas a la producción, promoción y/o comercialización de artesanías, etc. todos ellos cuentan con experiencia en el rubro de la artesanía y el turismo formando parte de este concurso con el objetivo de mejorar su competitividad en el sector artesanal y consolidarse en el mercado nacional e internacional.

Asimismo, en las Islas Flotantes de los Uros, se observó que la actividad artesanal atraviesa por diversos problemas, debido a que el diseño de sus productos artesanales muestran deficiencias ya sea por el desinterés de los pobladores, la falta de información y un mínimo involucramiento en esta actividad es por esta razón que existe un inadecuado aprovechamiento en el uso de la totora, los pobladores han dejado de lado la materia prima del lugar, lo cual ha mermado la evolución de nuevas técnicas y nuevas aplicaciones de este recurso natural en consecuencia existe una escasa variedad de productos artesanales, esto se debe a la falta de diversificación en el uso de la totora que a la vez impide que sus productos artesanales se

integren en el mercado de manera eficiente, pues sus diseños son inadecuados lo cual evidentemente provoca la insatisfacción del turista, teniendo como efecto principal un bajo porcentaje de venta de sus productos artesanales autóctonos y un deficiente ingreso económico, actualmente la actividad artesanal continua en esta situación, pues existe un deficiente desarrollo económico local.

El presente trabajo de investigación recoge toda esa problemática y enfoques del nuevo desarrollo de productos artesanales con características de inclusión y la satisfacción del turista, enunciado el siguiente problema objeto de investigación como guía de la presente investigación.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿Cuál es la relación entre producto artesanal autóctono y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018?

### **1.2.2. Problemas específicos**

- ¿Cuál es la relación entre el aspecto uso y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018?.
- ¿Cuál es la relación entre el aspecto elaboración y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018?.
- ¿Cuál es la relación entre el aspecto materia prima y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018?.
- ¿Cuál es la relación entre el aspecto emisor y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018?

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

Esta investigación está enfocada en el estudio del producto artesanal autóctono y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros, debido a que existen pocos trabajos de investigación sobre este tema. Asimismo, se ha podido observar que los turistas se sienten insatisfechos con los productos artesanales, por lo que incluso muchos de ellos desisten de efectuar su compra, aseverando de que su diseño es inadecuado, esto se debe a que el diseño ha sido relegado a un segundo plano por el desinterés de los pobladores por la actividad artesanal y el desconocimiento de la importancia del diseño artesanal en la satisfacción del turista, en consecuencia los artesanos tienen un bajo porcentaje de ventas de sus productos artesanales y un deficiente desarrollo económico local.

La finalidad de este trabajo de investigación es demostrar la repercusión que tiene el diseño del producto artesanal autóctono en la satisfacción del turista, con el objetivo de promover estrategias de mejora en el diseño y su oferta artesanal para incrementar el nivel de satisfacción del turista acorde a sus necesidades a través de un diseño adecuado y por ende contribuir en el desarrollo económico de esta localidad de la región, ya que la información obtenida se ha de canalizar a las autoridades competentes.

Asimismo, los resultados obtenidos en esta investigación podrán ser utilizados en estudios posteriores con las bases conceptuales y metodologías aplicadas en este trabajo para disminuir la brecha entre la artesanía y el diseño, por consiguiente, obtener bases conceptuales y metodológicas para mejorar su inserción en la economía turística de acorde a las necesidades y expectativas del turista actual.



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

### **1.4.1. Objetivo general**

- Determinar la relación del producto artesanal autóctono y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

- Identificar la relación entre el aspecto uso y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018.
- Identificar la relación entre el aspecto elaboración y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018.
- Identificar la relación entre el aspecto materia prima y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018.
- Identificar la relación entre el aspecto emisor y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL**

#### **2.1. Bases teóricas**

##### **2.1.1. Producción artesanal**

Escobar (2012) considera que los actores del producto artesanal son de gran importancia, puesto que la artesanía es reconocida como un bien cultural, ya que contienen tres componentes que la delimitan y definen como producto; el primero es la producción en relación con el productor (artesano) como las condiciones bajo las cuales se produce un determinado proceso productivo y el producto producido (artesanía), su segundo componente es la distribución referida a los canales de distribución (intermediarios) de las artesanías y el tercero corresponde a los modos de consumo de la artesanía (bienes artísticos, estéticos, culturales) con una interpretación comercial referente a los consumidores (turistas).

##### **Nivel de vida de los pobladores de las Islas Flotantes de los Uros**

Los pobladores de las Islas Flotantes de los Uros se han dedicado a la actividad artesanal y turismo por generaciones es así que hace bastante tiempo intentaron asociarse con el objetivo de mejorar su productividad, estas asociaciones no obtuvieron resultados positivos por la falta de seguimiento de estas acciones y por el desinterés de los mismos por lo que no lograron obtener una asociación funcional ya sea por la falta de sentido de pertenencia y solidaridad por lo que no existían asociaciones artesanales; sin embargo, la pandemia por COVID-19 ha impulsado nuevamente a los pobladores a tomar la iniciativa de asociarse por lo que conformaron la “Asociación de Mujeres Emprendedoras Qota Tika (Flor del lago)” organización que está compuesta por 200 mujeres artesanas, en la elaboración de estos productos artesanales intervienen todos los miembros de una familia ya sean hombres y mujeres, con excepción de niños debido a que el tejido de la totora

tiene un grado de dificultad por las técnicas empleadas en la elaboración de estos productos artesanales y son elaboradas en el interior de las viviendas, como son las balsas de totora en miniatura, móviles (atrapa sueños). Estos productos artesanales son comercializados a los turistas, lo que se logró identificar es que existen bajos niveles de producción, limitada infraestructura, mínimo equipamiento en el proceso productivo y el desconocimiento de temas de gestión y articulación de sus productos en el mercado para la definición de canales de comercialización óptimos e identificación de clientes y nichos de mercado. Por lo tanto, existe una escasa participación en el mercado por consiguiente bajos ingresos económicos.

### **2.1.2. Teoría de la demanda**

Shashikant (1990) menciona que la demanda es un registro de la cantidad de un determinado producto y/o servicio que las personas están dispuestas a comprar durante un periodo específico a un costo determinado. Al respecto, Mora et al. (2008) señalan que la demanda en economía se define como la cantidad de bienes y/o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a distintos precios de mercado (demanda-individuo), se puede representar gráficamente a través de la curva de la demanda que determina como aumenta o disminuye en respuesta a los precios que pueden subir o bajar de acuerdo a su elasticidad la cual se divide en:

- Elástica, cuando la elasticidad de la demanda es mayor que 1, la cantidad demandada es el porcentaje sobre el precio.
- Inelástica, cuando la elasticidad de la demanda es menor que 1, el cambio de la demanda es el porcentaje de que la cantidad demandada es menor que el precio.

En las Islas Flotantes de los Uros se observó que los pobladores no se encuentran muy interesados en incentivar la compra de sus productos artesanales ni justificar el precio del producto ni el largo proceso que implica su producción, los pobladores

manifestaron que el promedio de compras diario está entre 1 y 7 clientes, que del total de turistas que visitan las islas solo el 10% adquieren sus productos artesanales elaborados a base de totora y que el resto de los turistas no se lleva nada.

### **2.1.3. Teoría de la oferta**

Bouillon (1994) menciona que la oferta es el análisis económico de un bien y/o servicio que ingresa al mercado de consumo a un precio específico y en un periodo de tiempo determinado cuando se trata de bienes (commodities), lo que se produce y no se vende se puede acumular dentro del límite de tiempo de los productos perecederos.

Por su parte, Arboleda (2021) señala que el equilibrio de mercado se da cuando los consumidores y productores se ponen de acuerdo; donde la cantidad ofrecida por el productor y la cantidad demandada por los consumidores sea la misma. No obstante, la oferta y la demanda son dos palabras que se usan a menudo en economía porque son fuerzas que permiten conocer la cantidad producida y el precio de venta de cada mercancía; ambas se encargan de determinar la cantidad y el precio de los bienes y servicios, creando señales para la distribución.

Por otro lado, cabe señalar que Parkin (2015) denota que la demanda no siempre es igual a la cantidad comprada y en algunos casos la cantidad demandada puede exceder la cantidad disponible en el mercado, por lo que la cantidad comprada será menor que la cantidad demandada. En este orden, el mismo autor define a la oferta como la producción que los vendedores planean vender a un precio establecido en un periodo determinado. Al igual que la demanda, la oferta no siempre es igual a las ventas. Además, Parkin menciona que las cotizaciones cambian cuando el precio afecta los planes de venta, estos determinantes son el precio del insumo, el precio del producto relevante, el precio futuro esperado y la tecnología de los proveedores.

La oferta artesanal en las Islas Flotantes de los Uros consiste en la cantidad de

productos que los pobladores están dispuestos a ofrecer, lo cual depende de diferentes factores como la disponibilidad de materia prima, recursos humanos, capacidad financiera, los datos exactos de producción artesanal no se encuentran registrados por ninguna entidad. No obstante, se pueden determinar con la base de datos proporcionados por la Dirección Regional Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR, s.f.); DIRCETUR (s.f.) afirma que en el Perú existen 32 líneas artesanales, 10 de las 32 identificadas se elaboran en la zona Turística Regional Nor-Amazónica y 20 identificadas en la zona Norte (Cajamarca) la cual desarrolla 9, San Martín 8, Piura 7, Tumbes 6, Amazonas y Loreto 5 y Lambayeque con 3 líneas artesanales, su participación por región es del 6%, Loreto 9%, Amazonas 9%, Cajamarca 31%, Piura 13%, La Libertad 20% y por último San Martín con un 15%. Por otra parte, en la zona Centro; Lima es una de las regiones que desarrolla más líneas artesanales 9 identificadas (textiles, cerámica, alfarería y cuero), Huánuco 8 (textiles y madera), Pasco de las 7 que desarrolla textiles y manufactura, filigrana de cobre y plata, en Junín 6 (textiles, bordados y mates burilados), Ancash (talla de piedra), Ucayali (productos a base de madera), su participación según número por región Pasco 18%, Huánuco 21%, Lima 23%, Junín 15%, Ancash 13% y Ucayali con un 10% respectivamente. En tal sentido, la zona sur concentra un número mayor de regiones, Arequipa desarrolla 10, Ica 8, de las 22 identificadas en la región de las 32 líneas artesanales del Perú, seguida por Cusco y Moquegua con 6, Ayacucho y Madre de Dios con 5, Huancavelica, Puno y Tacna con 3, Apurímac con 2, su participación en número de líneas artesanales por regiones Apurímac 4%, Tacna 6%, Puno 6%, Huancavelica 6%, Arequipa 17%, Cusco 12% y Moquegua 12%.

Como se puede observar, la participación en producción artesanal de la Región Puno es del 6%, teniendo en cuenta como principales conglomerados a Taquile (tejidos a punto), Pucara (cerámica), Ilave (tejido de punto y plano), Islas Flotantes de los Uros

(artesanía de totora y bordados), los productos varían en su capacidad de diferenciación. Por lo tanto, los proveedores se enfrentan a una gran cantidad de parámetros de diseño que incluyen forma, tamaño, color y textura, el diseño influye en la satisfacción del turista de acuerdo a sus requerimientos, un producto bien diseñado es aquel que se ve bien y es fácil de transportar; sin embargo, el turismo de masas en la actualidad está generando una demanda específica de productos artesanales imponiendo exigencias de autenticidad evocando su región de procedencia, influyendo así en las decisiones que los artesanos toman durante la cadena de valor del producto en ese contexto las artesanías se convierten en un atractivo turístico y forman parte de su desarrollo local turístico definitivamente la actividad artesanal es un sector que merece mayor atención debido a que la artesanía debe estar orientado a la satisfacción de necesidades y expectativas del turista el cual despliega diversas oportunidades vinculadas a este sector y a los espacios rurales visitados.

### **Cadena productiva de producto artesanal autóctono**

#### **Actividades primarias**

- **Logística interna:** Tallos de totora, hilo, nylon, barniz, lana multicolor, anilina en polvo, mazos de madera, etc. esta logística depende de cada familia que realiza el proceso de producción.
- **Operaciones:** En esta etapa se lleva a cabo el proceso de producción del producto artesanal autóctono elaborado a base de totora, obteniendo un producto final. En su actividad artesanal se elaboran las balsas de totora en miniatura, móviles (atrapa sueños) los cuales son comercializadas a los turistas. Por consiguiente, la cadena productiva es el conjunto de agentes económicos que participan en un proceso productivo, es decir, que el proceso por la que atraviesa la artesanía en las Islas Flotantes de los Uros tiene como eslabón principal su economía que a su vez está relacionado con su materia prima y las personas que adquieren las artesanías

(turistas).

- En esta cadena productiva intervienen varones y mujeres, ellos se encargan de los diseños y de darle un toque especial a cada producto artesanal; no obstante no cuentan con máquinas especializadas, toda elaboración es realizada de forma manual.

El aporte de las mujeres en la producción artesanal es fundamental; sin embargo, en las Islas Flotantes de los Uros solo el 30% de mujeres participan en la elaboración de productos artesanales autóctonos a base de totora, debido a que en la mayoría de los casos están encargadas de elaborar los accesorios de estos productos artesanales es así que el 70% es elaborado por varones en el cual incorporan diseños y elementos con raíces autóctonos dicha producción es realizada con herramientas sencillas. Asimismo, en estas islas se efectúan diversas actividades artesanales como es el bordado, actividad que es llevada a cabo únicamente por mujeres.

El proceso de su producción artesanal autóctono está basado en:

Adquisición de materia prima:

- Hilo N° 6 y 12
- Anilina
- Barniz

Los pobladores de las Islas Flotantes de los Uros seleccionan la totora de acuerdo a su tamaño y grosor, luego cortan los tallos desde la base y proceden a remojar la totora seca en agua y/o rocían agua sobre la misma, dejándolas reposar por un día aproximadamente con el objetivo de aumentar su flexibilidad para elaborar su artesanía aplicando distintas técnicas de elaboración como el entrecruzado, trenzado y cordelado. Con la totora se producen balsas de totora en miniatura, móviles (atrapa sueños) siendo así sus productos artesanales autóctonos más representativos.



Figura N° 1 Producto artesanal autóctono (móvil)

Este producto está constituido por:

- 1 ave
- 1 estrella
- 4 pares de muñecos en miniatura
- 7 balsas en miniatura
- 7 cruces andinas
- 6 peces de totora
- 7 adornos que representan al sol
- Materiales:
- Hilo N°6, N° 12
- Tres totoras gruesas
- Barniz
- Anilina
- Tijera
- Aguja
- Lana multicolor

#### **Proceso de elaboración**

1. Seleccionar y cortar los tallos de acuerdo a la medida.



2. Tejer la parte superior del móvil doblando y amarrando un tallo en forma de cruz, para que se pueda colgar.
3. Utilizar un tallo y formar un cuadrado alrededor de la cruz realizando un amarre de cada punta de la cruz.
4. Introducir en forma vertical cuatro tallos pequeños en cada uno de los hilos sueltos; esto se lleva a cabo insertando los hilos en la aguja y traspasando por la mitad cada uno de los tallos.
5. Ubicar balsas pequeñas, un ave, una estrella, cuatro pares de muñecos en miniatura, siete balsas pequeñas de totora, siete cruces andinas, seis peces de totora y siete adornos que representan al sol.



Figura N° 2 Producto artesanal balsa de totora en miniatura

Materiales:

- Molde
- Tallos de totora
- Anilina
- Barniz
- Cuchillo
- Tijera

**Proceso de elaboración**

1. Seleccionar y cortar los tallos de acuerdo a la medida.
2. Se inicia realizando un amarre en el primer tallo, empleando los respectivos hilos.
3. Se utiliza los siguientes tallos empleando la técnica del cordelado.
4. Este proceso se lo realiza mientras se emplea todos los tallos respectivos hasta alcanzar la forma de la balsa en miniatura.
5. Forrar la totora normal para el acabado y cortar las totoras sobrantes.
6. Al concluir la confección de la balsa usar barniz para darle brillo.
7. Se incluyen un par de muñequitos y demás accesorios.

### **Ventas y comercialización**

Los pobladores de las Islas Flotantes de los Uros son quienes comercializan directamente sus productos artesanales, hermanos, padres y primos de una misma isla asumen el papel de vendedor, es por ello que compiten entre sí en la venta de artesanías, aunque los turistas no siempre adquieren sus productos artesanales, no es de extrañar que a veces surjan algunos conflictos.

#### **2.1.4. Producto artesanal autóctono**

UNESCO (como se citó en Agresta y Chavat, 2014) afirman que los productos artesanales son “producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos siempre, que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado”(p.21). Asimismo, Borges (2011) señala que la suma de los términos (diseño y artesanía) es igual a producto artesanal, es así que comparten su funcionalidad técnica y son elaboradas por comunidades indígenas quienes utilizan materia prima proporcionada por su entorno, de modo que son elaboradas con el objetivo de satisfacer necesidades (Proyecto de Ley Nacional de Artesanías, 2005).

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, se puede afirmar que existe una simbiosis entre los términos diseño y artesanía debido a que los productos artesanales poseen cualidades que las hacen únicas, ya sea por la materia prima y/o las técnicas que se emplean, es decir, estas evocan tradiciones, vivencias, creencias de un determinado lugar (Calzoni,2008). En definitiva, [...] la artesanía se enfrenta al turismo, creando sus propios límites, conformando una estética autóctona y configurando con él una verdadera zona de contacto en la que la cultura de turistas y locales se contraponen, se relaciona y se recrea de forma constante (Gatti, 2011, p.1).

Asimismo, De los Ríos (2011) sostiene que para entender el origen de la artesanía se debe determinar sus características desde el diseño, a saber: Aspecto uso, aspecto materia prima, aspecto elaboración y aspecto emisor.

#### **2.1.4.1.Aspecto uso:**

La artesanía es un objeto utilitario, por lo que la percepción de su forma también es una característica del diseño artesanal. Para Villafañe (2006) la forma es una apariencia, configuración, estructura, organización que reciben las impresiones sensoriales en la percepción, es la relación de las partes con el total. Asimismo, Wong (1995) sostiene que la forma es una figura de tamaño color y textura, las tres dimensiones se pueden observar en los productos artesanales autóctonos de los pobladores de las Islas Flotantes de los Uros debido a que se pueden tocar, rodear para percibir su tamaño, color y textura.

De los Ríos (2011) considera que el volumen, color y textura forman parte del aspecto uso de un producto artesanal, a partir de estas afirmaciones se procede a conceptualizar estos términos.

Según la Real Academia Española (RAE, 2001); la RAE (2001) sostiene que

el volumen es aquella magnitud física que expresa la extensión de un cuerpo en tres dimensiones: largo, ancho y alto. Su unidad en el sistema internacional es el metro cúbico  $m^3$ , los objetos ocupan un espacio específico limitado por la superficie, por lo que “dos cuerpos con formas geométricas distintas, pueden encerrar en su contorno porciones iguales en el espacio y tener igual extensión” (Sánchez y Pérez, 1947, p.1077). Dentro de este marco, las medidas de los productos artesanales autóctonos en las Islas Flotantes de los Uros oscilan entre los 15 cm hasta los 27 cm.

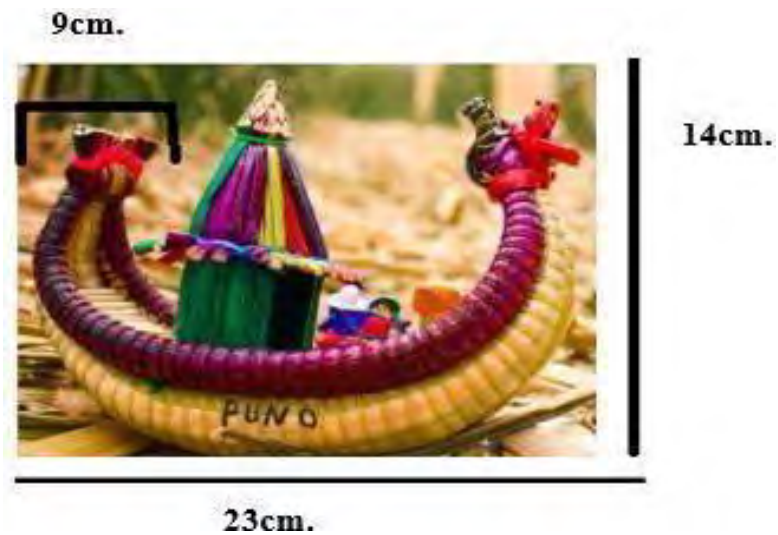


Figura N° 3 medidas de producto artesanal (balsa de totora en miniatura)

En la Figura 3 se muestra que el producto artesanal cuenta con las siguientes dimensiones: Largo 23 cm, ancho 9 cm y con una altura de 14 cm.



Figura N° 4 medidas producto artesanal (móvil)

Fuente: Elaboración propia

En la Figura 4 se muestra que el producto artesanal cuenta con las siguientes dimensiones: Largo 20 cm, ancho 15 cm y con una altura de 27 cm.

Moreno (2005) sostiene que el color es un fenómeno subjetivo que nos produce sensaciones y sentimientos. A partir de esta afirmación se puede afirmar que el color tiene un gran valor expresivo, puesto que transmite sentimientos, emociones y deseos que inciden en las cualidades del producto artesanal por lo que interviene en la satisfacción del turista. Por otra parte, Arellano (2013) afirma que los colores [...] “trascienden barreras del lenguaje y es el medio que refuerza la idea que es expresada por una imagen” (p.550).

Luna (2016) clasifica a los colores en dos grupos como: Naturales y artificiales, los colores naturales son secados a la luz directa e indirecta, cuando son secados a luz directa se obtienen colores amarillentos en distintas tonalidades y los secados a luz difusa, colores amarillentos verdosos; los colores artificiales son aquellas donde se pueden obtener nuevos colores, para esto las cañas de totora son teñidas con anilina.

Los colores del producto artesanal autóctono en las Islas Flotantes de los Uros representan el modus vivendi de sus pobladores, en tal sentido el color azul representa el espacio cósmico, el rojo representa al planeta tierra, el verde representa a la agricultura y a su economía, el naranja a su sociedad, el amarillo a su energía y su fuerza por último el violeta representa a su comunidad y a su poder político.

La textura es una agrupación de pautas situadas a igual o similar distancia una de otras sobre un espacio bidimensional y en ocasiones con algo de relieve, por lo que se refiere a las cercanías en la superficie de una forma, las cuales pueden ser planas o decoradas, suaves o rugosas y puede atraer tanto al sentido de la vista y el tacto (Kandinsky, 1993; Wong, 1982). De todo lo anteriormente expuesto se puede inferir que la función principal de la textura es otorgarle a los objetos cualidad propia.

Tacuri (2015) clasifica a la textura según su volumen como son:

Textura visual: Es la superficie de un objeto bidimensional puede ser vista por el ojo, pero no puede ser apreciada con la mano y se clasifican por su origen en texturas naturales que son propias de la materia prima que provienen de la naturaleza y todo lo que ella posee, por ejemplo: La corteza de un árbol, la piel de un animal. Por otro lado, las texturas artificiales provienen de las cosas que crea el ser humano para obtener nuevas texturas, por ejemplo: La totora tiene su propia textura, pero al usar técnicas de entrecruzado, trenzado y cordelado se obtienen nuevas texturas.

Cabe considerar que la percepción visual es aquel estímulo que percibimos de todo el entorno que nos rodea a través de nuestro sentido de la vista, es por este motivo que forma parte del [...] “consumo sensitivo [...]; para el consumidor es un

elemento de evaluación perceptual que inicia en lo visual y es apoyada fuertemente por la manipulación” Acha (como se citó en Reyes y Pedroza, 2018, p.174).

Textura táctil: Este tipo de textura no es solo visible al ojo, sino que se puede sentir y apreciar con el sentido del tacto sensaciones que percibimos a través de nuestra piel. Es así que se encarga de recepcionar y transformar nuestros estímulos externos para convertirlos en información, en efecto nuestro cerebro se encarga de interpretarlo como frío, caliente, húmedo, seco, mojado y las características que típicamente presentan ciertas superficies de las artesanías (Reyes y Pedroza, 2017).

#### **2.1.4.2.Aspecto elaboración**

El ser humano tiene la capacidad de transformar con sus manos la materia prima que la naturaleza y su entorno le otorga, plasmando sus valores culturales y espirituales, así como su estilo de vida utilizando diferentes herramientas, por lo que el diseño y la elaboración mantienen un vínculo. De esta manera, la técnica artesanal y el diseño se combinan para crear obras únicas con historia y valor agregado (Doria, 2010).

De lo anteriormente expuesto se puede inferir que la artesanía permite conocer más acerca de costumbres e ideas o conceptos de un determinado lugar por lo que forma parte de la esencia de cada artesano, su rol en el proceso de diseño es crucial, es decir, el turismo y la artesanía están directamente relacionadas en término de tiempo y geografía el producto artesanal posee un contenido cultural que responde al deseo de los turistas de portar objetos artesanales como un recuerdo de viaje.

De los Ríos (2011) considera que los indicadores para la dimensión aspecto elaboración son las técnicas empleadas por el artesano.

Existe una variedad de técnicas en la elaboración de piezas artísticas que responden a un momento histórico en que se producen, así como a la impronta artística de su creador (Alegre et al., 2013) el artesano para realizar los trabajos en totora inicia preparando las cañas de totora seca; debidamente seleccionada de acuerdo a su tamaño y grosor luego remoja la totora con agua y une las cañas de totora aprisionándolas por un hilo y/o soguilla de paja estos productos artesanales autóctonos son moldeadas a mano con herramientas sencillas.

Las técnicas empleadas en el diseño del producto artesanal autóctono en las Islas Flotantes de los Uros son: La técnica del entrecruzado, trenzado y el cordelado.

- **Técnica del Entrecruzado:** Se realiza por medio de entrecruzamiento de las fibras esta técnica en su mayoría es empleada para la elaboración de cestos, canastos de diversas formas; esta técnica consiste en cruzar las cañas de totora de modo que se unan y formen un objeto previo al entrecruzado deben ser presionados con los dedos.
- **Técnica del Trenzado:** Esta técnica se caracteriza por unir las fibras en trenzas que después son cocidas en forma circular y/u ovalada logrando piezas muy delicadas, el trenzado consiste en coger cierta cantidad de cañas de totora y entrecruzarlas de modo que quede como una soga en cada vuelta que se le da a las cañas de totora se ejerce presión para dar solidez a la artesanía el trenzado se diferencia del entrecruzado debido a que las cañas no se doblan.
- **Técnica del Cordelado:** La técnica del cordelado se caracteriza por el forzado y aprisionamiento de un grupo de cañas de totora con la ayuda de un cordel.

#### **2.1.4.3. Aspecto materia prima:**

El uso de materiales está determinado principalmente por la geografía al que pertenece un grupo artesanal en la que se desarrolla el objeto. Asimismo, Alegre et



al. (2013) señalan que los materiales utilizados corresponderán no únicamente al gusto y elección del artesano sino también a su contexto histórico, económico y social en el que se enmarca, así como a las técnicas empleadas; la materia prima que predomina en los productos artesanales autóctonos en las Islas Flotantes de los Uros es la totora con la que se elaboran una variedad de artesanías siendo así las más representativas de las Islas Flotantes de los Uros.

Para Cielo y Zirena (1979) la totora es una "macrófita" que crece fijada al suelo y emerge fuera de la superficie del agua. De modo que la "totora" es una planta de raíz acuática que crece en los lagos y humedales con presencia de suelo fangoso, con una longitud promedio de 3.5 m y diámetro de 2.5 cm, su crecimiento es muy rápido, por lo tanto, su capacidad de renovación. Tiene una estructura porosa al interior formada por cámaras de aire como una esponja que la vuelve un material muy liviano y con propiedades aislantes. Por su parte, Hidalgo (2007) considera que la especie más común conocida como "totora" es la *Schoenoplectus* o *Scirpus Californicus*, pero en realidad existe una amplia gama de plantas de raíz acuática que tienen características muy similares y han sido incluso utilizadas de la misma manera.

#### **2.1.4.4. Aspecto emisor**

La artesanía refleja la cultura de una comunidad representando sus valores culturales a través de los elementos que componen su forma y función, resalta las capacidades creativas del artesano y su forma de ver e interpretar su contexto.

De los Ríos (2011) considera que el indicadores de la dimensión aspecto emisor son los valores culturales

Dentro de este orden de ideas, los valores están conformados por un conjunto de elementos, creencias y procedimientos a los que las personas le otorgan cierto

grado de importancia en el desarrollo de sus actividades involucradas en su vida cotidiana; son expresiones culturales que los hacen únicos e irrepetibles y que al relacionarlos se muestran diferentes de otras culturas y son transmitidas de generación en generación (Salazar, 1998; Tomas ,2013).

Es por esta razón que Aranda (2003) plantea que “los registros de la expresión en la artesanía son muy ricos y diversos” estas expresiones pueden ser individuales y/o compartidas por una comunidad como aquello que tienen en común, por lo que el diseño es una creación anónima y sus elementos expresan rasgos culturales en tal sentido son incorporados en los productos artesanales. Las costumbres y creencias de los pobladores de las Islas Flotantes de los Uros están plasmadas en el diseño de sus productos artesanales autóctonos, un claro ejemplo de ello son los móviles (atrapa sueños), en el cual se puede observar artesanías en miniatura unidas entre sí como son: El sol (elemento fuego) en representación al Dios Sol, de hecho también representa a su lengua aimara denominada Uro. Asimismo, los peces representan al (elemento agua) debido a que los pobladores siempre han mantenido un vínculo con la mama cocha. Por otro lado, las aves representan al (elemento aire) estas aves representan a los colibríes por su armonía y libertad. De la misma forma el camino inca representa la importancia de mantenerse unidos mediante la comunicación, también para los pobladores representa el camino entre la vida y la muerte porque ellos creen en la vida después de la muerte. Por último, las balsas de totora son usadas como un medio de transporte para la pesca artesanal y la recolección de huevos silvestres, además se puede observar a una pareja en representación de los pobladores de las islas.

Sin duda los turistas disfrutaban de las características estéticas de los productos artesanales derivadas del diseño, color, mano de obra, de hecho ellos reconocen el valor de la satisfacción estética [...] (Kim, 1997; Littrel et al., 1990;).

## **2.1.2. Satisfacción del Turista**

### **2.1.2.1. Teoría de la Percepción**

El hecho de percibir difiere de sentir sensaciones como un conjunto de experiencias y estímulos sensoriales este “mundo objetual es captado a través de nuestros sentidos” es decir nuestro “sentido de orientación óptica, gustativa, táctil, olfativa y de coordinación” denominada (kinestesia o cinestesia) es responsable de abstraer “la cualidad abstracta de los objetos como una “necesidad” (conciencia de un vacío), el elemento encargado de llenar estos vacíos es el “satisfactor” que significa hacedor de lo lleno el turista tiene la “necesidad de captar los productos culturales de una comunidad turística que ofrecen lo utilitario, lo funcional, lo estético y lo simbólico” (Pedroza y Reyes, 2017; Pinillos, 1981).

Para un producto artesanal autóctono, las necesidades de los turistas representan una oportunidad para incrementar la satisfacción, además de responder a sus expectativas, el objetivo del diseño de estos productos es lograr la mayor satisfacción y la mejor experiencia de uso.

La forma más idónea de comprender las necesidades de los turistas desde el diseño es conociendo su actuar frente a un producto artesanal. Este trabajo de investigación se basa en la teoría social de interacción simbólica de Herbert Mead, que utiliza el comportamiento como base de investigación de estímulo externo y respuesta conductista que le produce el diseño del producto artesanal autóctono para evaluar sus necesidades y su satisfactor.

Herbert (2002) menciona que cuando un consumidor considera la posibilidad de comprar objetos artesanales, intervienen diferentes motivaciones sociológicas que interactúan entre el objeto (artesanía) y el sujeto (consumidor), también considera cuatro fases en el “consumo” de un producto artesanal que se interrelacionan entre sí y son:

### **Impulso - Percepción - Manipulación – Consumación**

“El impulso” es el que inicia la necesidad de resolver la carencia y la intencionalidad de cubrirla mediante un satisfactor este impulso genera un “estímulo “sensorial inmediato” y la reacción del consumidor (sujeto) al estímulo (artesanía)”, los consumidores se encuentran en búsqueda constante de satisfactores para cubrir sus necesidades a través del diseño de los productos artesanales estos consumidores no están sujetos solo a la estimulación externa, sino que evalúan la artesanía en sí y seleccionan las características de dicho estímulo para elegir la artesanía ya sea por su variedad, sus colores, su uso, etc.

En cuanto a la percepción, son los “estímulos que se perciben a través de los sentidos como las imágenes mentales que crean un estímulo puede tener varias dimensiones y el consumidor (actor) es capaz de elegir entre ellas”, si el producto artesanal satisface los estímulos de los consumidores entonces la percepción del producto es positiva. Por lo que se refiere a la “manipulación”, Herbert menciona que “es la acción que el consumidor emprende con respecto al producto, es así que las personas tienen manos que les permiten manipular objetos con más destreza que los animales”, esta fase es de gran importancia debido a que es la pausa temporal que nos permite contemplar diversas respuestas tanto del pasado como el futuro. (Herbert, 2002, p. 256).

Con respecto a la “consumación” en palabras de Herbert: “Equivale a emprender la acción que satisface el impulso original, recurre a la primera fase del impulso” esta es la fase en la que los consumidores evalúan si el producto cubre sus necesidades y expectativas durante su micro interacción con el producto, por lo que procede a adquirirlo.

En este orden de ideas se resume el tema tratado líneas arriba.

**Tabla N° 1**

Síntesis del micro interaccionismo entre el producto artesanal y el consumidor

| <b>Impulso</b>           | <b>Percepción</b>  | <b>Manipulación</b>   | <b>Consumación</b>   |
|--------------------------|--|---|--|
| Gustos                   | Estímulos estéticos  | Deliberación del pasado y presente mediante el micro interaccionismo entre el consumidor y el producto artesanal. | Cubre el impulso del gusto, a través de la consumación; cubre las expectativas y los deseos. |
| Necesidades Eco estética | Recuerdos del diseñador respecto al consumidor de artesanías | Valoración táctil, tamaño, texturas, acabados, elaboración de detalles y calidad del producto                     | Evaluación de los requerimientos que cubre el producto                                       |

Fuente:(Cfr. Herbert, 2017).

Del mismo modo, Oliver (1999) define a la satisfacción como “aquella percepción del cliente sobre la medida en que sus necesidades y deseos han sido cubiertas completamente”. Para Kotler (2003) la satisfacción es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas, comparándolas con experiencias de compras previas si estos objetos están a la altura de sus expectativas le genera una sensación de placer por ende “el cliente queda muy satisfecho”. No obstante, si no

obtienen los resultados esperados, han de experimentar una sensación de decepción, en efecto, “el cliente queda insatisfecho”. Sin embargo, si los resultados superan sus expectativas “el cliente queda muy satisfecho o encantado” (Kotler y Keller, 2006).

La satisfacción del cliente está conformada por tres elementos como son: El rendimiento percibido, las expectativas y el nivel de satisfacción.

El rendimiento percibido son las opiniones, creencias o juicios del usuario sobre el producto o servicio que se evalúa, además el rendimiento percibido de un producto está relacionado con las expectativas. Si el rendimiento es inferior al esperado, el cliente se sentirá decepcionado. Si es igual a la expectativa, el cliente estará satisfecho. Si las supera, el cliente estará satisfecho y feliz (Keller y Kotler, 2012; Parasuraman et al.,1998).

Se concluye en que el rendimiento percibido es el discernimiento que el consumidor tiene acerca del desempeño del producto adquirido, esta percepción tiene una gran dependencia del estado de ánimo del consumidor.

Las expectativas hacen referencia a aquello que espera el consumidor del producto o servicio antes de efectuar las expectativas influyen en la satisfacción debido a su capacidad inminente, se sobreestima o distorsiona la interpretación de la experiencia de consumo confirmando o no los valores obtenidos con la compra (Dermanov y Eklöf 2001; Monfort et al., 2013).

Thompson (2005) señala que las expectativas son aquellas "esperanzas" de los clientes, se producen por el efecto de una o más de estas cuatro situaciones: Promesas que ofrecen los competidores, experiencias de compras anteriores, opiniones de familiares y/o amistades, líderes de opinión.

Se concluye en que el consumidor crea un conjunto de suposiciones acerca del producto que ha de adquirir y espera obtener una experiencia muy positiva.

Kotler (2003) menciona que después de comprar bienes y servicios, los clientes experimentarán tres niveles de satisfacción:

- Insatisfacción significa que el desempeño percibido del producto no cumple con las expectativas
- Satisfacción significa que el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas
- Complacencia significa que el desempeño percibido del producto supera las expectativas.

Para darle una aplicación práctica a todo lo visto anteriormente, se puede utilizar la siguiente fórmula:

$$\text{Rendimiento Percibido-Expectativas} = \text{Nivel de Satisfacción}$$

Fuente: (Thompson ,2005)

Machleit y Manuel (2001) mencionaron que el resultado de un estudio satisfacción del turista ha sido resultado del modelo expectativa- confirmación/des confirmación, la cual está referida al resultado del desempeño percibido del producto y expectativas de desempeño en síntesis es la comparación entre expectativa y desempeño.

## **2.2. Marco conceptual (palabras clave)**

### **2.2.1. Diseño**

ICSID (2009) sostiene que el diseño es un conjunto de destrezas y habilidades donde la creatividad cumple un papel importante que hace que un objeto se diferencie de los demás por sus cualidades y sus procesos. Por su parte, Wong (1991) afirma que “el

diseño es el resultado de un proceso creativo encargado de transportar un sinnúmero de mensajes del ambiente en el cual fue elaborado como proceso de creación visual con un propósito” (p.9).

### **2.2.2. Diseñar**

“Es aquella actividad que un grupo de personas desarrollan y comparten con el objetivo de satisfacer necesidades y deseos de la sociedad o una parte de ella” (Centro Tecnológico Andaluz de Diseño, 2009).

### **2.2.3. Kinestesia (cinestesia)**

Caselli (como se citó en Carlos, 2001) sostiene que la cinestesia es el “[...]canal sensorial que permite el reconocimiento de objetos distinguiendo características que van desde sensaciones simples tales como: Forma, tamaño, temperatura, textura, humedad, vibración hasta sensaciones más complejas como el peso, la fuerza o presión ejercida en los objetos” (p. 17).

### **2.2.4. Percepción**

Es el proceso de extraer activamente información de los estímulos [...] como la interacción física que se da entre el medio y el organismo a través de los sentidos (visto, oído, olfato, gusto y tacto) con lo que viene a ser el punto de encuentro entre lo físico y lo mental (Reyes, 2019).

### **2.2.5. Técnica**

“La técnica es el intento del hombre por superar su dependencia del mundo exterior, este rasgo es el que lo diferencia del resto de animales, pues, al contrario de estos, él adapta el medio a su voluntad” (Santandreu, 1992).



### **2.2.6. Sensorial**

“Es la capacidad que tiene el organismo para notar el medio como algo que está ahí y que presenta diversas cualidades. Para eso disponemos de receptores en la piel, en la retina, en la lengua y en todos los sentidos para recoger toda la información” (Loyola, 2018).

### **2.2.7. Artesanía**

Es el resultado de la creatividad y la imaginación, plasmado en un producto en cuya elaboración se ha transformado racionalmente materiales de origen natural, generalmente con procesos y técnicas manuales. Los objetos artesanales van cargados de un alto valor cultural y debido a su proceso son piezas únicas (Roncancio, 1999).

### **2.2.8. Turista**

“Es aquella persona que se traslada de su domicilio habitual a otro punto geográfico, estando ausente de su lugar de residencia habitual más de 24 horas y realizando pernoctación en el otro punto geográfico” (Schuler, 2006).

### **2.2.9. Estética**

“Objeto simbólico”, dada su condición de transmisor de mensajes y portador de significados; y específicamente catalogada como significante si se tiene en cuenta su carácter material, siendo implícito con ello el hecho de la transmisión (Bedoya, 2010).

### **2.2.10. Commodity**

“Todo bien que es producido en masa por el hombre o del cual existen enormes cantidades disponibles en la naturaleza, que tiene valor o utilidad y un muy bajo nivel” (Castelo, 2003).

## **2.3. Antecedentes empíricos de la investigación (estado del arte)**

### **2.3.1. Antecedente Internacional**

Según Yazdani (2007) en su investigación titulada “An investigation on influencing factors on tourist shopping attitude of Iranian handmade carpet in Isfahán”, cuyo objetivo fue reconocer los factores que afectan la actitud de los turistas que adquieren alfombras hechas a mano Iraníes en Isfahán desarrollado bajo un enfoque cuantitativo donde se aplicó un muestreo aleatorio con una población de 30 turistas en Isfahán concluyendo que las características de la alfombra influye en la actitud de compra del turista por lo que el autor hizo hincapié en que se debe suplir los deseos y preferencias de los turistas para satisfacerlos.

Según Eshun (2019) en su investigación “Factors influencing choice of souvenirs by international tourists” cuyo objetivo fue evaluar los factores que influyen en la elección de souvenirs por parte de los turistas internacionales en Ghana, asimismo la muestra del estudio estuvo conformada por turistas que visitaron Ghana entre enero y febrero 2014 obteniendo como resultado que el 91% de los encuestados se vieron influenciados por las características de los souvenirs por lo que los turistas compran recuerdos después de evaluar una serie de factores; sin embargo, los encuestados consideran que la materia prima, el tamaño y la autenticidad no son muy importantes.

Según Menjivar (2009) en su estudio “Impacto del Diseño de Productos en Comunidades de El Salvador que poseen talleres artesanales” aplicado para demostrar el impacto del diseño de productos artesanales en las comunidades Salvadoreñas a partir del caso de estudio de Guatajiagua, Morazán bajo un enfoque cualitativo, descriptivo, exploratorio y aplicada de corte transversal obteniendo como resultado que el 60% de los clientes de estos talleres centrado en el diseño se sienten muy satisfechos y el 40 % ha expresado sentirse bastante satisfechos, el autor concluyó que el diseño es un factor muy

importante en la comercialización de estos productos, pues a mayor satisfacción mayor ingreso económico, lo que genera oportunidades innovadoras para nuevas áreas de mercado orientadas a la industria artesanal, que traerá beneficios a largo plazo.

Ramos y Vásquez (2012) en su tesis “Innovación Diversificación del Diseño Cerámico en el taller la Alfarería de Don Emilio en la Ciudad Quezaltepeque Periodo 2010-2011”, el autor aplicó un estudio de tipo exploratorio con el propósito de crear nuevos productos partiendo de los ya existentes, obteniendo como resultado que el 85.50 % de las personas estaría dispuesta a realizar un pedido en particular si el diseño del producto estuviese a la medida de sus gustos y un 12.50 % señalaron que no estarían dispuestos a realizar el pedido. Por lo que el investigador concluyó que el mercado promueve nuevos diseños artesanales que cambian los patrones culturales, las cuales afectan el medio ambiente y al ser humano debido a que son productos de material, plástico, hierro, aluminio, el autor proyectó nuevos diseños que benefician la sobrevivencia de las tradiciones los cuales fueron respectivamente validados obteniendo resultados muy positivos que posibilitaran a que los productos artesanales conserven sus tradiciones.

Según Patio y Rojas (2016) en su tesis “El Diseño Artesanal y su Influencia en la Comercialización Internacional”, cuyo objetivo fue analizar los diferentes diseños de los bolsos y mochilas artesanales de Colombia para establecer los elementos que influyen en su comercialización internacional, el estudio fue desarrollado bajo un enfoque cuantitativo de diseño correlacional los resultados que se obtuvieron en esta investigación es que 63,6% de los clientes se fijan en el diseño concluyendo en que existen motivos suficientes para innovar los diseños de los productos para generar un valor agregado que sea atractivo para el mercado internacional.

Según Agresta y Chavat (2014) en su trabajo de investigación “Diseño artesanal explorando vínculos”, cuyo objetivo fue experimentar y explorar el vínculo artesano-diseñador a fin de encontrar herramientas metodológicas, es decir, elementos que apoyen un proceso creativo conjunto o la gestión integral de un proyecto que involucre ambos actores. Los autores concluyeron que la artesanía tiene la capacidad de generar un universo objetual con raíces estético-funcionales del lugar donde se producen, por lo que es de suma importancia reconocer las fortalezas y debilidades de los artesanos y diseñadores basados en la formación que cada uno de los actores posee.

Según Santamaría (2014) en su tesis “El ADN del Diseño de la Producción Artesanal Textil de la provincia de Tungurahua-Ecuador como herramienta de Desarrollo y Apertura de Nuevos Mercados”, cuyo objetivo fue definir los factores que permiten estructurar el análisis del ADN del diseño de la artesanía textil de la Provincia de Tungurahua-Ecuador bajo un criterio de competitividad que le aporte valor como un requerimiento para la apertura e ingreso a nuevos mercados, en este estudio se aplicó una metodología con un enfoque cualitativo que le permitió al autor crear una realidad de la industria artesanal basándose en la sociedad, la cultura y el ámbito productivo; el autor concluyó que el diseño es un factor estratégico para viabilizar la mejora continua en la oferta de productos artesanales y generar valor agregado para satisfacer las necesidades de los consumidores por lo que las propuestas deben adaptarse de acuerdo a la realidad de cada país o región.

### **2.3.2. Antecedente Nacional**

Según Farfán y Saire (2016) en su tesis “Dinámica del mercado Artesanal Textil y su influencia en la Imagen turística de la Textilería originaria del distrito de Chinchero”, tuvo el objetivo de analizar la dinámica del mercado artesanal para comprobar la

influencia en la imagen turística de la artesanía textil originaria del distrito de Chinchero este estudio fue desarrollado bajo un enfoque mixto debido a que se realizó la recolección y análisis de datos tanto cuantitativos como cualitativos obteniendo como resultado que el 76% de turistas no reconocen la diferencia entre una textilería originaria y foránea y un 53% no sabe que la textilería es la artesanía que representa a Chinchero, así mismo se preguntó a los artesanos si informaban al turista de la procedencia de sus productos, un 56% contestó que solo lo hacía si el turista preguntaba, esto debido a que anteponen sus ganancias. Por ello, el autor concluye que la percepción de la demanda turística tiene un impacto negativo en la imagen de los textiles, pues los turistas no distinguieron textiles originarios de los textiles foráneos, porque los artesanos antepusieron su economía, puesto que no mostraron una actitud positiva.

Según Bellota y Díaz (2015) en su tesis “Grado de Innovación de la Cerámica Piseña y su relación con el Desarrollo de la Actividad Artesanal Turística del centro poblado de Pisac”, cuyo objetivo fue evaluar el grado de innovación de la cerámica Piseña y su relación con el desarrollo de la actividad artesanal- turística del centro poblado de Pisac este trabajo de investigación fue desarrollada con una metodología de tipo aplicativo con un nivel de investigación exploratoria y descriptiva concluyeron que el desarrollo de la actividad artesanal en la línea de la cerámica está basada en una producción poco innovada lo que afecta la economía de los artesanos por la disminución en las ventas de sus artesanías. Los autores señalan que esto se debe a que no están completamente satisfechos con la cerámica por su baja calidad y originalidad, considerando que sus diseños son inadecuados, por lo que prefieren cerámicas utilitarias que decorativas.

### **2.3.3. Antecedente Local**

Según Luna (2016) en su investigación “Elementos Artísticos y Artesanía de Totora del pueblo originario de los Uros, Puno” cuyo objetivo fue determinar los elementos artísticos que intervienen en la artesanía de totora del pueblo originario de los Uros-Puno, el método de investigación que se aplicó en esta investigación fue el método lógico deductivo, con un modelo cualitativo descriptivo el autor concluyó que las técnicas artesanales que destaca en la elaboración de una artesanía de totora son la técnica del entrecruzado, trenzado y la técnica del cordelado que se caracteriza por el forzado y aprisionamiento de un grupo de cañas de totora con la ayuda de un cordel, dando la rigidez a la artesanía de totora, además de ello sus elementos iconográficos son Pre-iconográfico consignada aquellos datos fácticos y expresivos de percepción; Iconográfico donde las imágenes son descriptivas y no interpretativas y por último el elemento iconológico donde se realiza un análisis objetivo, y un significado intrínseco del contenido de la artesanía de totora del pueblo originario de los Uros.

## CAPÍTULO III

### 3. HIPÓTESIS Y VARIABLES

#### 3.1. Hipótesis

##### 3.1.1. Hipótesis general

Existe relación significativa entre el producto artesanal autóctono y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018.

##### 3.1.2. Hipótesis específicas

- Existe relación significativa entre el aspecto uso y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018.
- Existe relación significativa entre el aspecto elaboración y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018
- -Existe relación significativa entre el aspecto materia prima y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018
- Existe relación significativa entre el aspecto emisor y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018.
- 

#### 3.2. Identificación de variables e indicador

##### **Variable Independiente: Producto artesanal autóctono**

El producto artesanal en nuestra región, se ha ido construyendo con rasgos emblemáticos de nuestra identidad, como individuos y como grupo. Es así que los artesanos crean y recrean las manifestaciones artísticas y culturales de nuestra región inspiradas en sus costumbres, creencias y su modus vivendi, es por esta razón que sus diseños se han ido perfeccionando y otros permanecen como en la antigüedad.

Los productos artesanales autóctonos poseen características desde la perspectiva de su diseño, las cuales son:

- Aspecto uso
- Aspecto elaboración
- Aspecto materia prima
- Aspecto emisor

**Variable dependiente: Satisfacción del turista**

La satisfacción del turista genera muchos beneficios no solo por parte de los servicios turísticos, también la artesanía forma parte de ella, es así que la satisfacción de los turistas no es una tarea imposible de hecho satisfacer y superar las expectativas de los turistas puede redituar en beneficios valiosos.

De lo anteriormente expuesto se difiere que la artesanía y el turismo mantienen un vínculo sumamente estrecho debido a que forman parte de su recurso turístico, dado que los productos artesanales representan una oportunidad para contribuir con la satisfacción, además de responder y generar la mejor experiencia por lo cual la satisfacción del turista está conformado por tres elementos como son:

- El rendimiento percibido
- Las expectativas
- Nivel de satisfacción



### 3.3. Operacionalización de variables

**Tabla N° 2**

Matriz de operacionalización de variables

| <b>Título</b>  | <b>Variable</b>                                   | <b>Dimensiones</b>    | <b>Indicadores</b>                    |
|--|---|-----------------------|---------------------------------------|
| Producto artesanal autóctono y la satisfacción del turista en las Islas flotantes de los Uros Provincia de Puno Periodo: 2018. | Producto artesanal autóctono (De los Rios, 2011). | Aspecto uso           | -Textura                              |
|  |   |                       | -Tamaño                               |
|  |   |                       | -Color                                |
|  |   | Aspecto elaboración   | -Técnicas de elaboración del artesano |
|  |   | Aspecto materia prima | -Totora                               |
|  |   | Aspecto emisor        | Valores Culturales                    |
|  | Satisfacción del turista (Kotler y Keller ,2012). | Rendimiento percibido | -Beneficios funcionales               |
|  |   |                       | Beneficios estéticos                  |
|  |   | Expectativas          | -Expectativas elevadas                |
|  |   |                       | -Expectativas moderadas               |
|  |   | -Expectativas bajas   |                                       |
|  | Nivel de satisfacción                             | -Insatisfacción       |                                       |
|  |   | -Satisfacción         |                                       |
|  |   | -Complacencia         |                                       |

Fuente: Elaborado por el investigador

## CAPÍTULO IV

### 4. METODOLOGÍA

#### 4.1. **Ámbito de estudio: Localización**

El ámbito de estudio está circunscrito dentro del área de influencia de la ubicación geográfica, se encuentra en las Islas Flotantes de los Uros la cual está conformada por 90 islas divididas en dos sectores: El primero, Uros Chulluni y el segundo sector de las Islas Flotantes pertenecen a la Municipalidad de Centro Poblado Uros Chulluni.

#### 4.2. **Tipo y nivel de investigación**

El presente trabajo de investigación es cuantitativo por cuanto se recabó información acerca de la experiencia del turista (extranjero) con el diseño del producto artesanal autóctono los cuales se cuantificaron. Asimismo, Hernández et al. (2014) sostienen que el enfoque cuantitativo “es secuencial y probatorio, usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (p.4). Es por esta razón que los autores aseguran que este enfoque brinda la posibilidad de réplica para compararlos con estudios similares debido a que se recogen y analizan las mediciones obtenidas.

Es correlacional porque la investigación fue desarrollada para determinar la relación del producto artesanal autóctono y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros, Hernández et al. (2014) sostiene que “relacionar variables mediante un patrón predecible para un grupo o población y tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular” (p.98). Además, determina el grado de asociación entre dos o más variables y mide las variables a relacionar después, las cuantifica y analiza su asociación. Por consiguiente la investigación fue de diseño no experimental debido a que se aplicó de manera transversal en este sentido Hernández et al. (2014), señala que “el diseño no experimental es observar fenómenos tal como

se dan en su contexto natural, para analizarlo con posterioridad” (p.152). También aseguran que el diseño transeccional o transversal “recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” es como “tomar una fotografía” (Hernández et al. 2014).

El diseño de investigación se esquematiza de la siguiente manera:

$$X \text{ ----- } Y$$

Dónde:

**X:** Producto artesanal autóctono.

**Y:** Satisfacción del turista

**r:** Correlación

#### **4.3. Unidad de análisis**

El presente trabajo de investigación tuvo como unidad de análisis a las Islas Flotantes de los Uros para determinar la relación entre el producto artesanal y la satisfacción del turista (extranjero).

#### **4.4. Población de estudio**

La población de estudio está constituida por 26 533 turistas extranjeros que arribaron a las Islas Flotantes de los Uros entre los meses enero y diciembre del 2017 este estudio se efectuó con base en las estadísticas de visita.

**Tabla N° 3**

Llegada de visitantes a la Isla Uros del Lago Titicaca

|              | <b>2017</b>     |                   |               |
|--------------|-----------------|-------------------|---------------|
|              | <b>Nacional</b> | <b>Extranjero</b> | <b>Total</b>  |
| Enero        | 975             | 1 895             | 2 870         |
| Febrero      | 1 008           | 2 737             | 3 745         |
| Marzo        | 636             | 2 195             | 2 831         |
| Abril        | 390             | 2 162             | 2 552         |
| Mayo         | 756             | 2 710             | 3 466         |
| Junio        | 894             | 2 623             | 3 517         |
| Julio        | 1 956           | 3 339             | 5 295         |
| Agosto       | 1 267           | 1 873             | 3 140         |
| Septiembre   | 463             | 1 649             | 2 112         |
| Octubre      | 750             | 1 777             | 2 527         |
| Noviembre    | 920             | 1 700             | 2 620         |
| Diciembre    | 1 267           | 1 873             | 3 140         |
| <b>Total</b> | <b>11 282</b>   | <b>26 533</b>     | <b>37 815</b> |

Fuente: Capitanía Guardacostas Lacustre de Puno.

**4.5. Tamaño de muestra**

La muestra fue estimada en función de todos los turistas que han visitado las Islas Flotantes de los Uros en el periodo 2017, entonces la población es  $N=26,533$ .

**4.6. Técnicas de selección de muestra**

En este trabajo de investigación el tamaño de la muestra fue delimitada para generalizar los resultados, así que la muestra estará constituida por  $n=379$  turistas extranjeros que visitaron las Islas Flotantes de los Uros. La muestra ( $n$ ) fue calculada con la siguiente ecuación matemática para muestras finitas.

$$n_o = \frac{(1.96)^2(N)(p)(q)}{(1.96)^2(p)(q) + (E)^2(N - 1)}$$

$$n_o = \frac{(1.96)^2(26\ 533) (0.5) (0.5)}{(1.96)^2(0.5) (0.5) + (0.05)^2(26\ 533 - 1)}$$

$$n_o = 379$$

#### 4.7. Técnicas de recolección de información

La técnica empleada para la recolección de información fue la encuesta elaborada en función a los objetivos de investigación.

##### 4.7.1. Encuesta

Según Malhotra (1997), sostiene que la encuesta es un cuestionario estructurado que es aplicado a una muestra de la población y está diseñado para obtener información específica usando cuestionarios diseñados de forma previa (pp. 130-196). En este sentido, la encuesta fue diseñada con el propósito de indagar acerca de la problemática de estudio, recogiendo información de la opinión del turista.

##### Aspectos generales de turistas encuestados

Del total de turistas extranjeros encuestados en las Islas Flotantes de los Uros, 52,9% está integrado por varones y el 47,1% por mujeres, su rango de edades oscila entre (15–24) 9,3% (25–34) 35,8% (35–44) 26,5% (45–54) 12,2% más de 54 años 16,2% respecto a su país de origen Estados Unidos 15%, México 5,4%, Canadá 4,8%, Japón 5,6%, Colombia 9,4%, Argentina 5,5% Bolivia 3,8, Chile 3,2%, Francia 20%, Alemania 7,4%, Reino Unido 5,2%, España 11,2%, Italia 3,1%, África 0,4%.

##### 4.7.2. Cuestionario

Según Hernández et al. (2014), el “cuestionario es un conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se desean medir, se utilizan en encuestas de todo tipo,

ya que el contenido de las preguntas es tan variado como los aspectos que mide” (p.217). El cuestionario fue realizado con preguntas cerradas para medir las variables. En el presente trabajo de investigación se aplicó un cuestionario de 14 preguntas elaboradas para los turistas que visitan las Islas Flotantes de los Uros.

Con el fin de obtener información relevante, se ha distribuido este cuestionario a los turistas extranjeros que visitan las Islas Flotantes de los Uros sobre el diseño del producto artesanal autóctono, el cual consta de 14 preguntas o ítems divididos en seis dimensiones: Aspecto uso ítems 1-5, aspecto elaboración ítem 6, aspecto materia prima ítems 7, aspecto emisor 8, rendimiento percibido 9-10, las expectativas 11-12, nivel de satisfacción 13-14. Las respuestas se miden en una escala de Likert 5 alternativas para medir el diseño del producto artesanal autóctono, se utilizó escalas de valoración siendo inadecuado, parcialmente adecuado y la satisfacción del turista teniendo como escala de valoración siendo complacido, satisfecho, insatisfecho.

Por otro lado, se realizó la validación de instrumento, según Hernández et al. (2014) se refieren a la validez como el grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir y utiliza fórmulas que producen coeficientes de fiabilidad que pueden oscilar entre cero y uno. El coeficiente cero significa nula confiabilidad y uno representa un máximo de fiabilidad (pp.200-207). En ese sentido se realizó la validación del instrumento con el alfa de Cronbach para medir el nivel de confiabilidad del instrumento, se llevó a cabo una encuesta piloto a los turistas extranjeros en las Islas Flotantes de los Uros para determinar el nivel de confiabilidad del instrumento y este dio como resultado un nivel 0.844 indicando que la validación del instrumento es altamente confiable.

Al realizar el análisis de fiabilidad con el Alfa de Cronbach se obtuvo los siguientes resultados.

**Tabla N° 4**

Análisis de Confiabilidad del Instrumento

| <b>Estadísticas de fiabilidad</b> |   |                |
|-----------------------------------|---|----------------|
| Alfa de Cronbach                  | Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados | N de elementos |
| 0.844                             | 0.842   | 14             |

Fuente: Elaborado por el investigador

Como se aprecia en la tabla 4 el valor del alfa de Cronbach ( $\alpha = .844$ ) el cual se encuentra en la clasificación buena a muy buena.

#### 4.8. Técnicas de análisis e interpretación de la información

Se realizó una encuesta a los turistas extranjeros explicando a cada uno de ellos el propósito del trabajo de investigación y que la información es confidencial, anónima, siendo procesados los datos en base a 14 ítems del cuestionario con el programa SPSS25 y EXCEL para analizar las variables con el propósito de obtener los resultados de este estudio.

#### 4.9. Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis planteadas

Este estudio cuenta con dos hipótesis de investigación, se utilizó la prueba de correlación de rho de Spearman para mostrar la veracidad de la hipótesis.

- **Nivel de significación:**  $P \geq 0.05$ , se acepta la hipótesis nula y  $P < 0.05$  se acepta la hipótesis alterna.

**Tabla N° 5**

Escala de valores de Correlación de Rho Spearman

| <b>Valor Rho Spearman</b> | <b>Interpretación</b>             |
|---------------------------|-----------------------------------|
| [0 a 0.2]                 | Correlación muy baja o muy débil  |
| <0.2 a 0.4]               | Correlación baja o débil          |
| <0.4 a 0.6]               | Correlación moderada              |
| <0.6 a 0.8]               | Correlación alta o fuerte         |
| <0.8 a 1]                 | Correlación muy alta o muy fuerte |

Fuente: (Hernández et al., 2010)

## CAPÍTULO V

### 5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 5.1. Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados

Una vez realizado el trabajo de campo en las Islas Flotantes de los Uros, se procedió a levantar la información utilizando el programa informático estadístico SPSS 25, el cual procesó la información previamente tabulada en una hoja de cálculo Excel, organizada de manera que pueda ser procesada de con precisión, incluyendo el análisis de las 379 encuestas.

##### 5.1.1. Análisis de las encuestas aplicadas a turistas

La percepción que tienen los encuestados sobre los productos artesanales autóctonos es la siguiente:

**Tabla N° 6**

Producto Artesanal Autóctono

|                       | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------|------------|------------|
| Inadecuado            | 2          | 0,53%      |
| Parcialmente Adecuado | 141        | 37,20%     |
| Adecuado              | 236        | 62,27%     |
| Total                 | 379        | 100.00%    |

Fuente: Elaborado por el investigador

Referente a la información, en la tabla 6 el 62.27% de los turistas encuestados mencionaron que los productos artesanales autóctonos son adecuados y el 37.20% sostuvo que su preferencia se debe al color, forma, materia prima, tamaño, técnicas artesanales y valores culturales por lo que respondieron que el diseño es parcialmente adecuado en parte porque los productos se limitan a ciertas características de acuerdo a sus gustos y preferencias y solo un 0.53% considera que es inadecuado en definitiva los turistas crean un conjunto de suposiciones sobre un producto y como resultado tuvieron una experiencia negativa.

En los resultados obtenidos, nos muestra el nivel de satisfacción del turista.



**Tabla N° 7**

Satisfacción del turista

|              | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Insatisfecho | 47         | 12,40%     |
| Satisfecho   | 201        | 53,03%     |
| Complacido   | 131        | 34,56%     |
| Total        | 379        | 100,00%    |

Fuente: Elaborado por el investigador

Como se puede apreciar en la tabla 7, el 53.03% de los encuestados se siente complacido con el diseño de producto artesanal autóctono, mientras que el 34.56% está satisfecho. En ese sentido, el 12.40% está insatisfecho, ya que el turista presta mayor atención a las características de un producto artesanal, en efecto el rendimiento percibido del producto fue inferior a sus expectativas por lo que se sintieron decepcionados.

**Tabla N° 8**

Tabla cruzada del producto artesanal autóctono\*satisfacción del turista

|                              |                       | Satisfacción del turista |            |            |       |        |
|------------------------------|-----------------------|--------------------------|------------|------------|-------|--------|
|                              |                       | Insatisfecho             | Satisfecho | Complacido |       |        |
| Producto artesanal autóctono | Inadecuado            | Recuento                 | 2          | 0          | 0     | 2      |
|                              |                       | Esperado                 | ,2         | 1,1        | ,7    | 2,0    |
|                              |                       | % del total              | 0,5%       | 0,0%       | 0,0%  | 0,5%   |
|                              | Parcialmente adecuado | Recuento                 | 38         | 89         | 14    | 141    |
|                              |                       | Esperado                 | 17,5       | 74,8       | 48,7  | 141,0  |
|                              |                       | % del total              | 10,0%      | 23,5%      | 3,7%  | 37,2%  |
|                              | Adecuado              | Recuento                 | 7          | 112        | 117   | 236    |
|                              |                       | Esperado                 | 29,3       | 125,2      | 81,6  | 236,0  |
|                              |                       | % del total              | 1,8%       | 29,6%      | 30,9% | 62,3%  |
|                              | Total                 | Recuento                 | 47         | 201        | 131   | 379    |
|                              |                       | Esperado                 | 47,0       | 201,0      | 131,0 | 379,0  |
|                              |                       | % del total              | 12,4%      | 53,0%      | 34,6% | 100,0% |

Fuente: Elaborado por el investigador

Interpretación: Analizando la tabla cruzada 8, producto artesanal autóctono y la satisfacción del turista, el 30.9% considera que el producto artesanal es adecuado y se encuentra complacido, con referencia al primer resultado, consideramos que los turistas refieren que sus expectativas han sido superadas en cuanto al producto artesanal, mientras que el 29.6% considera estar satisfecho porque sienten que sus expectativas fueron suplidas y un 23.5% de turistas considera que el producto artesanal es parcialmente adecuado esto se debe a que los turistas mencionaron que las características del producto artesanal autóctono se limitan a sus gustos y preferencias y se encuentran insatisfechos.

## **5.2. Prueba de hipótesis de la investigación**

### **5.2.1. Hipótesis General**

- Ho: No Existe relación significativa entre el producto artesanal autóctono y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018.
- Ha: Existe relación significativa entre el producto artesanal autóctono y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018.
- Nivel de significación: Si el valor de  $P \geq 0.05$  se acepta la hipótesis nula, entonces si el valor de  $P < 0.05$  se acepta la hipótesis alterna.
- Prueba estadística: Para contrastar la hipótesis se utilizó la prueba de correlación de rho Spearman, que muestra las relaciones significativas entre la variable X: Producto artesanal autóctono Y: Satisfacción del turista.
- Regla de decisión

**Tabla N° 9**

Escala de valores de Correlación de Rho Spearman

| Valor Rho Spearman | Interpretación                    |
|--------------------|-----------------------------------|
| [0 a 0.2]          | Correlación muy baja o muy débil  |
| <0.2 a 0.4]        | Correlación baja o débil          |
| <0.4 a 0.6]        | Correlación moderada              |
| <0.6 a 0.8]        | Correlación alta o fuerte         |
| <0.8 a 1]          | Correlación muy alta o muy fuerte |

Fuente: (Hérmendez et al., 2010).

Esta tabla muestra el estadístico Spearman, con los siguientes resultados

**Tabla N° 10**

Correlación entre el producto artesanal autóctono y la satisfacción del turista

|                 |                          | Producto artesanal          | Satisfacción del turista |
|-----------------|--------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| Rho de Spearman | Producto artesanal       | Coefficiente de correlación | 1,000                    |
|                 | autóctono                | Sig. (bilateral)            | ,482*                    |
|                 |                          | N                           | 379                      |
|                 | Satisfacción del turista | Coefficiente de correlación | ,482*                    |
|                 |                          | Sig. (bilateral)            | ,000                     |
|                 |                          | N                           | 379                      |

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Se realizó el análisis con el coeficiente de correlación de Spearman, indica una correlación moderada directa y significativa para las variables producto artesanal autóctono y la satisfacción del turista ( $\rho=0.482$ ,  $p=0.000$ ) por lo tanto, se concluye que existe relación significativa entre el producto artesanal autóctono y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros-Provincia de Puno, Periodo: 2018. Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

### 5.2.2. Prueba específica 1

- Ho: No existe relación significativa entre el aspecto uso y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018.
- Ha: Existe relación significativa entre el aspecto uso y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018.
- Nivel de significación: Si el valor de  $P \geq 0.05$ , se acepta la hipótesis nula entonces si el valor de  $P < 0.05$ , se acepta la hipótesis alterna.

**Tabla N° 11**

Correlación entre aspecto uso y la satisfacción del turista

|                 |                          | Aspecto uso                 | Satisfacción del turista |
|-----------------|--------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| Rho de Spearman | Aspecto-uso              | Coefficiente de correlación | 1,00,123                 |
|                 |                          | Sig. (bilateral)            | 0 *                      |
|                 | Satisfacción del Turista | N                           | . ,017                   |
|                 |                          |                             | 379 379                  |
|                 |                          | Coefficiente de Correlación | ,123 1,00                |
|                 |                          | Sig. (bilateral)            | * 0                      |
|                 |                          | N                           | ,017 .                   |
|                 |                          |                             | 379 379                  |

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla 11, se realizó el análisis con el coeficiente de correlación de Spearman dando como resultado una correlación muy baja directa, pero altamente significativa ( $\rho=0.123$ ,  $p=0.0017$ ), ya que para el turista el aspecto uso (color, textura y tamaño) es muy importante y significativo. Por lo tanto, se concluye que existe relación significativa entre el aspecto uso y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018.

### 5.2.3. Prueba específica 2

- Ho: No existe relación significativa entre el aspecto elaboración y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018.
- Ha: Existe relación significativa entre el aspecto elaboración y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018.
- Nivel de significación: Si el valor de  $P \geq 0.05$ , se acepta la hipótesis nula entonces si el valor de  $P < 0.05$ , se acepta la hipótesis alterna.

**Tabla N° 12**

Correlación entre aspecto elaboración y satisfacción del turista

|                 |                             | Aspecto elaboración | Satisfacción del turista |
|-----------------|-----------------------------|---------------------|--------------------------|
| Rho de Spearman | Aspecto- elaboración        | 1,000               | ,492*                    |
|                 | Coefficiente de correlación |                     |                          |
|                 | Sig. (bilateral)            |                     | ,000                     |
|                 | N                           | 379                 | 379                      |
|                 | Satisfacción del turista    | ,492*               | 1,000                    |
|                 | Coefficiente de correlación |                     |                          |
|                 | Sig. (bilateral)            | ,000                | .                        |
|                 | N                           | 379                 | 379                      |

\* \* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla 12, se realizó el análisis con el coeficiente de correlación de Spearman indica correlación moderada directa y altamente significativa ( $\rho=0.492$ ,  $p=0.000$ ) lo que nos indica que la elaboración (técnicas artesanales) de los productos artesanales sí importa y mucho y es muy significativo para el turista debido a que valora la destreza manual adquiriendo mayor significado y relevancia, entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por lo tanto se concluye que existe una relación significativa entre el aspecto elaboración y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018.

### 5.2.4. Prueba específica 3

- Ho: No existe relación significativa entre el aspecto materia prima y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018.
- Ha: Existe relación significativa entre el aspecto de materia prima y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018.
- Nivel de significación: Si el valor de  $P \geq 0.05$ , se acepta la hipótesis nula entonces si el valor de  $P < 0.05$ , se acepta la hipótesis alterna.

**Tabla N° 13**

Correlación entre el aspecto materia prima y satisfacción del turista

|                    |                                | Aspecto-<br>materia prima | Satisfacción<br>del turista |
|--------------------|--------------------------------|---------------------------|-----------------------------|
| Rho de<br>Spearman | Aspecto-materia prima          | 1,000                     | ,398*                       |
|                    | Coefficiente de<br>correlación |                           |                             |
|                    | Sig. (bilateral)               |                           | ,000                        |
|                    | N                              | 379                       | 379                         |
|                    | Satisfacción del turista       | ,398*                     | 1,000                       |
|                    | Coefficiente de<br>correlación |                           |                             |
|                    | Sig. (bilateral)               | ,000                      | .                           |
|                    | N                              | 379                       | 379                         |

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla 13, se realizó el análisis con el coeficiente de correlación de Spearman donde ( $\rho=0.398$ ,  $p=0.000$ ), determinando que la relación entre la dimensión aspecto materia prima y la variable satisfacción del turista es positiva, pero con un bajo nivel de correlación, sin embargo, es altamente significativa debido a que el turista prefiere un producto artesanal elaborado con materia prima natural de su entorno, ya que poseen un gran contenido cultural. En conclusión, existe una relación altamente significativa entre el aspecto materia prima y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

#### 5.2.5. Prueba específica 4

- Ho: No existe relación significativa entre el aspecto del emisor y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018.
- Ha: Existe relación significativa entre el aspecto del emisor y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018.
- Nivel de significación: Si el valor de  $P \geq 0.05$ , se acepta la hipótesis nula entonces si el valor de  $P < 0.05$ , se acepta la hipótesis alterna.

**Tabla N° 14**

Correlación entre el aspecto emisor y satisfacción del turista

|                 |                          | Aspecto-emisor              | Satisfacción del turista |
|-----------------|--------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| Rho de Spearman | Aspecto-emisor           | Coefficiente de correlación | 1,000                    |
|                 |                          | Sig. (bilateral)            | ,362*                    |
|                 |                          | N                           | 379                      |
|                 | Satisfacción del turista | Coefficiente de correlación | ,362*                    |
|                 |                          | Sig. (bilateral)            | ,000                     |
|                 |                          | N                           | 379                      |

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la tabla 14, se realizó el análisis con el coeficiente de correlación Spearman indica una correlación débil directa para las variables aspecto emisor y la satisfacción del turista, sin embargo, es altamente significativa donde ( $\rho=0.362$ ,  $p=0.000$ ), debido a que los turistas valoran que los artesanos y/o pobladores plasmen sus creencias, costumbres, valores culturales, su forma de vivir en sus productos artesanales, puesto que los valores étnicos, estéticos y simbólicos son un referente cultural y los asocian con sus experiencias de viaje. En conclusión, existe una relación altamente significativa entre el aspecto emisor y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

### 5.3. Presentación de resultados

Luego de efectuar el análisis de los resultados e interpretarlos es importante resaltar las bases teóricas, por lo que se debe entender que el producto artesanal autóctono es un factor de trascendencia para satisfacer al turista. Asimismo, los resultados obtenidos en la tabla 10 de la investigación evidencia una correlación positiva moderada y significativa  $\rho = 0.482$ ,  $p = 0.000$  que fue interpretada de acuerdo a la tabla de Rho de Spearman de ahí se afirma que existe relación entre las variables producto artesanal autóctono y la satisfacción del turista, es decir la satisfacción del turista dependerá del aspecto uso, aspecto elaboración, aspecto materia prima y aspecto emisor debido a que aportan resultados muy positivos en el interaccionismo entre producto artesanal y el turista lo cual significa que a mayor grado de adecuación de las características del producto artesanal mayor satisfacción debido a que el turista se encuentra en búsqueda constante de satisfactores para cubrir sus necesidades y recurren al producto artesanal para satisfacer sus estímulos, el turista evalúa la artesanía en sí y selecciona las características de dicho estímulo en función a su variedad, color, tamaño, textura, uso. Asimismo, comparado con la investigación realizada por Ramos y Vásquez (2012) en su estudio “Innovación Diversificación del Diseño Cerámico en el taller la Alfarería de Don Emilio en la ciudad Quezaltepeque Periodo 2010-2011” los autores obtuvieron como resultado que el 85.50 % de las personas estarían dispuestas a realizar un pedido en particular si el diseño del producto está a la medida de sus gustos, además Menjívar (2009) remarcó que el diseño debe ser considerado como un factor estratégico de mejora en la oferta de productos artesanales. Asimismo, el autor hizo hincapié en el diseño de productos artesanales porque crea oportunidades de innovación para dirigirse a nuevos nichos de mercado en el sector artesanal, denotando la importancia de satisfacer a los clientes debido a que si se satisface al cliente se obtendrá mayor ingreso económico. Por lo tanto, los diseños y acabados son los aspectos más importantes del producto



artesanal debido a que posibilitan mejores beneficios y mayor competitividad, por lo que el diseño es un factor estratégico que viabiliza la mejora continua en la oferta de productos artesanales, puesto que genera valor agregado para satisfacer las necesidades de los consumidores por lo que las propuestas deben adaptarse de acuerdo a la realidad de cada país o región (Chuquimango 2017; Santamaría, 2014).

Según el objetivo específico 1, identificar la relación entre aspecto uso y la satisfacción del turista, los resultados obtenidos en la tabla 11 demuestra una correlación débil directa y significativa siendo  $\rho=0.123$ ,  $p=0.017$ , lo que significa que el color, textura y el tamaño es de gran importancia para el turista debido a que los turistas se ven influenciados por estas características es precisamente por ello que para un producto artesanal las necesidades del turista representan una gran oportunidad para lograr una mejor experiencia, ya que el consumidor está sujeto a estímulos que perciben a través de los sentidos como imágenes mentales y el consumidor puede elegir entre ellas, si el producto artesanal satisface los estímulos del turista entonces la percepción del producto será positiva (Herbert, 2002), que al ser comparado con Eshun (2019), en su tesis titulada “Factors influencing choice of souvenirs by international tourists”, obtuvo como resultado que el 91% de los turistas extranjeros encuestados se vieron influenciados por las características de los souvenirs. Por lo que el autor concluyó que los turistas compran recuerdos después de evaluar una serie de factores, por lo que los artistas (artesanos) en la producción de souvenirs deben diseñar productos con altos niveles de creatividad y habilidad pensando en el consumidor en tal sentido Yazdani (2007) en su tesis “An investigation on influencing factors on tourist shopping attitude of Iranian handmadecarpet in Isfahán” concluyó que la belleza del producto artesanal influye en la actitud de los turistas por lo que los productores deben prestarles mayor atención a las preferencias del turista.

Según el objetivo específico 2, identificar la relación entre el aspecto elaboración y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018, se obtuvo como resultado en la tabla 12, una correlación moderada directa y significativa donde  $\rho=0.492, p=0.000$  demuestran que el aspecto elaboración (técnicas artesanales) de los productos artesanales sí importa y mucho y es muy significativo para el turista debido a que valora la destreza manual adquiriendo mayor significado y relevancia. Asimismo, Baque (2015) en su estudio “Las Artesanías Ecuatorianas como Patrimonio Cultural; su aporte al Desarrollo del Turismo de la ciudad de Quito”, quién ha concluido en que las técnicas artesanales desempeñan un rol importante en el diseño de productos artesanales, ya que forman parte de su riqueza cultural permitiéndole al artesano crear diferentes objetos simbólicos de su cultura local. Además, el autor Littrell et al. (1992), señaló que los consumidores se sienten atraídos por elementos únicos, inusuales u originales que indican una fuerte implicación sensorial con las manualidades.

Según el objetivo específico 3, identificar la relación entre el aspecto materia prima y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018, se obtuvo como resultado en la tabla 13 una correlación moderada directa y significativa donde  $\rho=0.398, p=0.000$ , indicando que el tipo de materia prima si es importante, debido a que el turista prefiere un producto artesanal elaborado con materia prima natural de su entorno porque poseen un gran contenido cultural como expresión sensitiva que le permite contemplar al turista las cualidades del producto artesanal (Herbert,2002) que al ser comparado con Ramos y Vásquez (2012) en su tesis “Innovación y diversificación del Diseño Cerámico en el taller la Alfarería de Don Emilio en la ciudad Quezaltepeque 2010-2011”, quién ha concluido que el 85.5 % de los usuarios estarían dispuestos a realizar un pedido en particular si la materia prima utilizada en un producto artesanal estuviese a la medida de sus gustos y un 12.50 % no estarían dispuestos a realizar el pedido, esto se debe a que el mercado promueve productos nuevos con

avances tecnológicos en la cual utilizan materia prima como el plástico, hierro entre otros que afectan al medio ambiente y al ser humano, diseños que invaden y cambian los patrones culturales por lo que el autor propuso diseños nuevos que benefician la sobrevivencia de las tradiciones , es así que estos rediseños fueron llevados a validación donde el autor obtuvo resultados muy positivos porque estos factores posibilitaron que su artesanía pueda seguir un rumbo tradicional. Asimismo, Alegre et al. (2013) señala que los materiales empleados en los productos artesanales corresponderán no solo al gusto y elección del artesano, sino al contexto histórico, económico y social en el que se enmarca la obra.

Con respecto al objetivo específico 4 se comprobó en la tabla 14 que existe una relación altamente significativa entre el aspecto emisor y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018,  $\rho = 0.362$ ,  $p = 0.000$  se obtuvo como resultado una relación positiva moderada con alta significancia debido a que el producto artesanal posee connotaciones, lenguajes, valores culturales, ideas de su contexto cotidiano por lo que se puede diferir que las artesanías influyen en los consumidores respondiendo a necesidades humanas expresadas simbólicamente de forma material, este componente cultural posee una expresión sensitiva dirigida al sentimiento religioso una proyección del ser humano sobre la naturaleza para satisfacer sus carencias, es un producto que resuelve una necesidad, es el satisfactor quien resuelve el vacío (Herbert,2002) que al ser comparado con Medina y Hernandis (2012) en su artículo “La Relación Artesanía- Diseño a través del producto Joya”, los autores de esta investigación señalaron que el aspecto emisor se encarga de comunicar significados propios sin perder su esencia artesanal. Por lo tanto, las creencias y costumbres son elementos de suma importancia para cubrir necesidades y expectativas durante su micro interacción con el producto para que pueda ser adquirido. Por lo que Salazar (1998), señala que “los valores están constituidos por el conjunto de elementos, creencias y procedimientos que la/las personas le dan cierto grado de importancia en el desarrollo de las actividades que conlleva la vida diaria”.

## CONCLUSIONES

**PRIMERA:** En la investigación realizada se determinó que existe una correlación moderada y muy significativa  $r = 0,482$   $\rho = 0,000 < 0,05$ ; por lo que se puede afirmar que existe una relación altamente significativa entre producto artesanal autóctono y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018 es decir la satisfacción del turista dependerá del aspecto uso, aspecto elaboración, aspecto materia prima y aspecto emisor debido a que aportan resultados muy positivos en el interaccionismo entre producto artesanal y el turista lo cual significa que a mayor grado de adecuación de las características del producto artesanal mayor satisfacción, es decir que el turista se encuentra en búsqueda constante de satisfactores para cubrir sus necesidades a través del producto artesanal, puesto que el turista evalúa la artesanía en sí y selecciona las características de dicho estímulo en función a su variedad, color, tamaño, textura, técnicas artesanales, valores culturales el diseño artesanal está encaminado a responder las exigencias del turista actual aportando un desarrollo sostenible y el mejoramiento del nivel de vida de los pobladores de las Islas Flotantes de los Uros.

**SEGUNDA:** Con respecto al objetivo específico 1, se concluye que existe una correlación baja directa y significativa entre el aspecto uso (color, textura y tamaño) y la satisfacción del turista, debido a que los turistas se ven influenciados por las características del producto artesanal autóctono, es precisamente por ello que para un producto artesanal las necesidades del turista representan una gran oportunidad para lograr una mejor experiencia, ya que el consumidor está sujeto a estímulos que percibe a través de los sentidos como las imágenes mentales y el turista puede elegir entre ellas, si el producto artesanal satisface los estímulos del turista entonces la percepción del producto artesanal será positiva.

**TERCERA:** Con respecto al objetivo específico 2, se comprobó que existe una relación altamente significativa entre el aspecto elaboración y la satisfacción del turista, dado que se obtuvo una relación positiva moderada, por lo que se concluye que la técnica utilizada en el diseño del producto artesanal autóctono sí importa y mucho y es muy significativo para el turista debido a que valora la destreza manual adquiriendo mayor significado y relevancia como un componente principal de apreciación portadora de cualidades estéticas.

**CUARTA:** Con respecto al objetivo específico 3, se comprobó que existe una relación altamente significativa entre el aspecto materia prima y la satisfacción del turista, puesto que se obtuvo una relación positiva moderada, lo que nos indica que el tipo de materia prima utilizada en la elaboración del producto artesanal autóctono si es importante para el turista debido a que prefiere un producto artesanal elaborado con materia prima natural, puesto que poseen un gran contenido cultural y como expresión sensitiva que le permite contemplar las cualidades del producto artesanal.

**QUINTA:** Con respecto al objetivo específico 4 se comprobó que existe una relación altamente significativa entre el aspecto emisor y la satisfacción del turista debido a que el producto artesanal posee connotaciones, lenguajes, valores culturales de su contexto cotidiano, por lo que se puede diferir que las artesanías influyen en los consumidores respondiendo a necesidades humanas expresadas simbólicamente de forma material.

## RECOMENDACIONES

**PRIMERA:** Se recomienda a la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Puno desarrollar estrategias de mejora en el diseño artesanal con propuestas de gestión acorde a las necesidades y expectativas del turista actual para lograr su inserción en la economía turística de esta manera generar nuevos productos artesanales basadas en sus características aspecto uso, aspecto materia prima, aspecto elaboración y aspecto emisor como valor agregado para fortalecer la identidad de sus productos artesanales autóctonos rescatando sus técnicas y características ancestrales.

**SEGUNDA:** Se recomienda a la Dirección de Artesanías (DIRCETUR -PUNO) promover la realización de cursos y talleres artesanales enfocados en el diseño artesanal basado en su aspecto uso (color, textura y tamaño) para lograr ofertar nuevos productos de acuerdo a las características de mercado es preciso estimular a los pobladores de las Islas Flotantes de los Uros la promoción de nuevos diseños.

**TERCERA:** Se recomienda la conservación de técnicas artesanales y la elaboración de programas de capacitación y/ o talleres para resolver problemas de producción e impulsar la diversificación de la línea de productos artesanales autóctonos para fortalecer el manejo de técnicas y desarrollar su capacidad creativa.

**CUARTA:** En cuanto a la materia prima se sugiere a la dirección de Proyecto Especial Binacional Lago Titicaca realizar talleres para la transformación y un manejo adecuado para aprovechar este recurso natural que goza de gran versatilidad que por el resultado obtenido en esta investigación se debe seguir utilizando en la elaboración del producto artesanal autóctono y debe ser fortalecida.

**QUINTA:** Que las investigaciones que puedan devenir en el tiempo en el área de diseño, se debe tomar en consideración al aspecto emisor porque es importante que los pobladores de las Islas Flotantes de los Uros representen su entorno plasmando sus ideas a través de sus productos artesanales autóctonos elaborados de forma manual, ya que se evidenció que los valores culturales deben mantenerse en sus productos artesanales debido a que aportan autenticidad a sus productos artesanales autóctonos e incrementan la satisfacción del turista.

## BIBLIOGRAFIA

- Baque, V. (2015). Las Artesanías Ecuatorianas como Patrimonio Cultural; su aporte al Desarrollo del Turismo de la ciudad de Quito. Quito, Ecuador. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/6143>
- Bedoya, J. (12 de noviembre de 2010). Estética, forma y transmisión. Dialnet, 57-60. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3645382>
- Chalko, R. (2011). VI Encuentro Latinoamericano de Diseño., 12. Buenos Aires. Obtenido de [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/archivos/381\\_libro.pdf](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/381_libro.pdf)
- Chuquimango, T. (2017). La Productividad de Artesanía Textil en el distrito de Cajamarca año 2016. Cajamarca: UNC. Obtenido de <http://repositorio.unc.edu.pe/handle/UNC/975>
- Cielo, R., & Zirena, A. (1979). Distribución de la vegetación acuática (macrophyta) en la bahía de Puno, Lago Titicaca. Instituto del Mar Peruano (IMARPE) Puno.
- De los Rios, R. (2011). Método guía para optimizar la calidad de una artesanía desde su proyección objetual. Palermo: Universidad de Palermo. Obtenido [https://www.palermo.edu/dyc/maestria\\_diseno/pdf/tesis.completas/69%20Arellano.pdf](https://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/69%20Arellano.pdf)
- DIRCETUR. (s,f). "Análisis de las actividades artesanales según líneas artesanales por Region ". Obtenido de <https://es.slideshare.net/kettyjavier1/actividades-artesanales-analisis>
- Doria, P. (09 de 05 de 2010). Hecho a mano. LNR, 4. doi:[www.palermo.edu](http://www.palermo.edu)
- Eshun, G. (2019). Factors Influencing choice of souvenirs by International Tourits. Revista Africana de Hospitalidad, Turismo y Ocio, 8. Obtenido de [https://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article\\_54\\_vol\\_8\\_5\\_2019\\_uj.pdf](https://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_54_vol_8_5_2019_uj.pdf)
- Herbert, G. (2002). Teoría sociológica moderna. La teoría social del interaccionismo simbólico. Argentina: Amorrortu.
- Hernández , R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. México D.F.: McGRAW-Hill/ Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Kim, S. (1997). Unpublshed doctoral Dissertation. International tourits souvenir purchasing behavior.
- Littrel, M., Baizerman, S., Reilly, R., Stout, J., Niemeyer, S., & Gahring, S. (1990). Annual Conference of the Censtate Travel and Torism. Tourism and Craft Marketing: Producer , Retailers and consumer.
- Loyola, V. (2018). Influencia de la integración sensorial en el desarrollo del lenguaje en niños de 3 a 5 años. Lima: UNFV. Obtenido de



- <http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/UNFV/2190/LOYOLA%20RONCAL%200VIVIAN%20ANITA%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Machleit, K., & Mantel, S. (2001). Emotional response and shopping satisfaction: Moderating effects attributions. 97-106.
- Malhotra, N. (1997). Investigación de Mercados un enfoque práctico (Vol. Segunda edición ). Prentice Hall.
- Medina, A., & Hernandis, B. (Enero-Junio de 2012). La Relación Artesanía- Diseño a través del producto Joya. ICONOFACTO, 8(10). Obtenido de <file:///C:/Users/Kelly/Desktop/LA%20RELACION%20ARTESANIA%20DISE%91O.pdf>
- Monfort, M., Defante, L., & Lima, D. (2013). Satisfacción del consumidor de servicios hoteleros implicaciones estratégicas. Obtenido de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eyp/v22n2/v22n2a06.pdf>
- Parkin, M. (2015). Microeconomía: versión para Latinoamérica. 11a ed. México, D.F.: Pearson Educación
- Patio, L., & Rojas, M. (2016). EL DISEÑO ARTESANAL Y SU INFLUENCIA EN LA COMERCIALIZACIÓN. Universidad EAN, Colombia.
- Pinillos, J. (1981). Principios de Psicología. Madrid. Proyecto de Ley Nacional de Artesanías. (2005).
- Reyes, D. (2019). Memoria, atención y percepción. Trujillo: UNT. Obtenido de <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/14046/REYES%20S%81N%20CHEZ%20DAVID.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rojas, C., & García, H. (17 de diciembre de 2013). La investigación en diseño: una estrategia para la conservación de la identidad y la tradición artesanal.
- Roncancio, E. (1999). Artesanía. Obtenido de [http://ftp.unipamplona.edu.co/kmconocimiento/Congresos/archivos\\_de\\_apoyo/CERTIFICACION\\_DEL\\_PRODUCTO\\_ARTESANAL.pdf](http://ftp.unipamplona.edu.co/kmconocimiento/Congresos/archivos_de_apoyo/CERTIFICACION_DEL_PRODUCTO_ARTESANAL.pdf)
- Sánchez, L., & Pérez, M. (1947). “Geometría Métrica, Proyectiva y Sistemas de Representación” (Vol. Tomo II). Madrid: S.A.E.T.A.
- Santandreu, M. (1992). El concepto de técnica en Ortega y Gasset (Vols. 17-18). UIB. Obtenido de [file:///C:/Users/Kelly/Downloads/70915-Text%20de%20l'article-90168-1-10-20071024%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Kelly/Downloads/70915-Text%20de%20l'article-90168-1-10-20071024%20(1).pdf)
- Schuler, R. (2006). Turismo: Una perspectiva empresarial. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.

Takeyama, K. (10 de febrero de 2017). Mercado actual y futuro de las artesanías del mundo. Obtenido de <http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/handle/cidap/1778>

Thompson, I. (2005). "La Satisfacción del Cliente".

UNESCO. (6-8 de octubre de 1997). Simposio Internacional "La Artesanía y el Mercado Internacional: Comercio y Codificación Aduanera".

UNESCO. (2005). Encuentro entre Diseñadores y Artesanos. Colombia.

Yazdani, M. (2007). An Investigation on influencing factors on tourist shopping attitude of Iranian carpet in Isfahán. Suecia: Lulea University of Technology. Obtenido de <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1017509/FULLTEXT01.pdf>

# ANEXOS

a. Matriz de consistencia lógica

| PROBLEMAS  | OBJETIVOS  | HIPÓTESIS   | DIMENSIONES                             | INDICADORES                             | ÍNDICES  | INSTRUMENTOS   | METODOLOGÍA   |   |
|--|--|---|---|---|--|--|---|---|
| <b>PROBLEMA GENERAL</b><br>¿Cuál es la relación entre el producto artesanal autóctono y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018”? | <b>OBJETIVO GENERAL</b><br>Determinar la relación el producto artesanal autóctono la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018 | <b>HIPÓTESIS GENERAL</b><br>Existe relación significativa entre el producto artesanal autóctono y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018. | <b>VI: Producto artesanal autóctono</b> | Aspecto-uso<br>Aspecto- elaboración     | -Textura<br>-Color<br>-Volumen<br>-Técnicas de elaboración del artesano. | <b>Escala de Likert</b><br>-Totalmente en desacuerdo.<br>- En desacuerdo.<br>- Ni de acuerdo ni en desacuerdo<br>-Totalmente de acuerdo. | <b>Método</b><br>-Encuesta<br><br><b>Técnica</b><br>-Cuestionario   | <b>Enfoque</b><br>Cuantitativo<br><b>Alcance</b><br>Correlacional<br><b>Naturaleza</b><br>No experimental<br><b>Diseño</b><br>Transeccional |
| <b>PROBLEMA ESPECÍFICOS</b><br>¿Cuál es la relación entre el aspecto uso y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018?               | <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b><br>Identificar la relación entre el aspecto uso y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018.   | <b>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS</b><br>Existe relación significativa entre el aspecto uso y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018.              |   | Aspecto-materia prima<br>Aspecto-emisor | -Totora<br><br>-Valores Culturales                                       |  | <b>Población</b><br>Turistas Extranjeros<br><b>Tipo de muestreo</b><br><br>Probabilístico<br><br><b>Tamaño de muestra</b><br><br>379 turistas extranjeros |   |
| ¿Cuál es la relación entre el aspecto elaboración y la satisfacción del turista, en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018?                                     | Identificar la relación entre el aspecto elaboración y la satisfacción en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018  | Existe relación significativa entre el aspecto elaboración y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018                                       | <b>VD: Satisfacción del Turista</b>     | Rendimiento percibido                   | -Beneficios funcionales<br>-Beneficios estéticos                         |  |   |   |
| ¿Cuál es la relación entre el aspecto materia prima y la satisfacción del turista, en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018?                                   | Identificar la relación entre el aspecto materia prima y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018                          | Existe relación significativa entre el aspecto materia prima y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018                                     |   | Las expectativas                        | -Expectativas altas<br>-Expectativas moderadas<br>-Expectativas bajas    |  |   |   |
| ¿Cuál es la relación entre el aspecto emisor y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018?   | Identificar la relación entre el aspecto emisor y la satisfacción del turista, en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018                                | Existe relación significativa entre el aspecto emisor y la satisfacción del turista en las Islas Flotantes de los Uros- Provincia de Puno, Periodo: 2018  |   | Nivel de satisfacción                   | -Insatisfacción<br>-Satisfacción<br>-Complacencia                        |  |   |   |

b. Instrumentos de recolección de datos

Survey about " **INDIGENOUS ARTISANAL PRODUCT FOR TOURIST SATISFACTION IN THE FLOATING ISLANDS OF THE UROS PROVINCE OF PUNO, PERIOD: 2018**"

INSTRUCTIONS: Read carefully the items presented below, take the time you consider necessary and mark with an X only one number in the column corresponding to your answer.

Each item has five possible answers mark with an X only one number in the column corresponding to your answer.

| VALUES           |                 |                            |       |               |
|------------------|-----------------|----------------------------|-------|---------------|
| 1                | 2               | 3                          | 4     | 5             |
| Totally disagree | In disagreement | Neither agree nor disagree | Agree | Totally agree |

| No.   | Indigenous artisan producto  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|--|---|---|---|---|---|
| <b>DIMENSION: Appearance-Use</b>            |  |   |   |   |   |   |
| 1   | Do you consider the texture pleasant when you touch the indigenous artisan product?  |   |   |   |   |   |
| 2   | Do you consider pleasant when you see the texture of the indigenous artisan product  |   |   |   |   |   |
| 3   | Are you attracted to the colors of the indigenous artisan products ?   |   |   |   |   |   |
| 4   | Is the size of the handmade product appropriate for you ?  |   |   |   |   |   |
| 5   | Do you think that the local indigenous artisan product can be easily transported?  |   |   |   |   |   |
| <b>DIMENSION: Appearance-elaboration</b>    |  |   |   |   |   |   |
| 6   | Do you consider that the handmade elaboration of the indigenous artisan product is visually attractive?                        |   |   |   |   |   |
| <b>DIMENSION: Appearance - raw material</b> |  |   |   |   |   |   |
| 7   | Do you consider that the raw material (reeds) used in the design of the indigenous artisan product is adequate?                |   |   |   |   |   |
| <b>DIMENSION: Aspect-emitter</b>            |  |   |   |   |   |   |
| 8   | Do you consider that the customs and beliefs of the inhabitants are reflected in the design of the indigenous artisan product? |   |   |   |   |   |
| <b>DIMENSION: Tourist satisfaction</b>      |  |   |   |   |   |   |
| <b>DIMENSION: Perceived Performance</b>     |  |   |   |   |   |   |
| 9   | Do you consider that the design of the indigenous artisan product adapts to your needs?  |   |   |   |   |   |
| 10  | Do you think choosing the indigenous artisan product has been a good decision?   |   |   |   |   |   |
| <b>DIMENSION: Expectations</b>              |  |   |   |   |   |   |
| 11  | Is your opinion very favorable about the design of the indigenous artisan product  |   |   |   |   |   |
| 12  | Does the design of the indigenous artisan product meet your expectations?  |   |   |   |   |   |
| <b>DIMENSION: Level of satisfaction</b>     |  |   |   |   |   |   |
| 13  | Are you fully satisfied with the design of the indigenous artisan product?   |   |   |   |   |   |
| 14  | Are you willing to recommend indigenous artisan products?  |   |   |   |   |   |

Thanks for your collaboration

RODUCTO ARTESANAL AUTÓCTONO PARA LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA EN LAS ISLAS FLOTANTES DE LOS UROS PROVINCIA DE PUNO, PERIODO: 2018”

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente y con atención los ítems que a continuación se le presentan, tómese el tiempo que considere necesario y marque con una X solamente un número de la columna correspondiente a su respuesta.

Cada ítem tiene cinco posibilidades de respuesta. Marque con una X solamente un numero de la columna correspondiente a su respuesta.

| VALORES                  |               |          |            |                       |
|--------------------------|---------------|----------|------------|-----------------------|
| 1                        | 2             | 3        | 4          | 5                     |
| Totalmente en desacuerdo | En desacuerdo | Indeciso | De acuerdo | Totalmente de acuerdo |

| N°   | Producto artesanal autóctono   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|--|---|---|---|---|---|
| <b>DIMENSIÓN: Aspecto-Uso</b>              |  |   |   |   |   |   |
| 1  | ¿Considera usted agradable la textura al tocar el producto artesanal autóctono?  |   |   |   |   |   |
| 2  | ¿Considera usted agradable la manera en que se ve la textura del producto artesanal autóctono?                                   |   |   |   |   |   |
| 3  | ¿Usted se siente atraído por los colores de los productos artesanales autóctonos?  |   |   |   |   |   |
| 4  | ¿Para usted el tamaño del producto artesanal es apropiado?   |   |   |   |   |   |
| 5  | ¿Considera usted que el producto artesanal autóctono se presta para ser transportado con facilidad?                              |   |   |   |   |   |
| <b>DIMENSIÓN: Aspecto-elaboración</b>      |  |   |   |   |   |   |
| 6  | ¿Considera usted que la elaboración a mano empleada en el diseño del producto artesanal autóctono es visualmente atractiva?      |   |   |   |   |   |
| <b>DIMENSIÓN: Aspecto – materia prima</b>  |  |   |   |   |   |   |
| 7  | ¿Considera usted que la materia prima (totora) utilizada en el diseño del producto artesanal autóctono es el adecuado?           |   |   |   |   |   |
| <b>DIMENSIÓN: Aspecto-emisor</b>           |  |   |   |   |   |   |
| 8  | ¿Considera usted que las costumbres y creencias de los pobladores están plasmadas en el diseño del producto artesanal autóctono? |   |   |   |   |   |
| <b>DIMENSIÓN: Satisfacción del turista</b> |  |   |   |   |   |   |
| <b>DIMENSIÓN: Rendimiento Percibido</b>    |  |   |   |   |   |   |
| 9  | ¿Considera usted que el diseño del producto artesanal autóctono satisface sus necesidades?                                       |   |   |   |   |   |
| 10   | ¿Usted piensa que haber elegido el producto artesanal autóctono ha sido una buena decisión?                                      |   |   |   |   |   |
| <b>DIMENSIÓN: Las expectativas</b>         |  |   |   |   |   |   |
| 11   | ¿Su opinión acerca del diseño del producto artesanal autóctono es muy favorable?   |   |   |   |   |   |
| 12   | ¿El diseño del producto artesanal autóctono satisface sus expectativas?  |   |   |   |   |   |
| <b>DIMENSIÓN: Nivel de satisfacción</b>    |  |   |   |   |   |   |
| 13   | ¿Se siente usted plenamente satisfecho con el diseño del producto artesanal autóctono?   |   |   |   |   |   |
| 14   | ¿Está usted dispuesto a recomendar los productos artesanales autóctonos?   |   |   |   |   |   |

Gracias por su gentil colaboración



## VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO DE ABAD DEL CUSCO  
 ESCUELA DE POST GRADO  
 MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN  
 MENCIÓN GESTIÓN DE TURISMO

### FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

**I. ASPECTOS GENERALES:**

Título del trabajo de investigación: **PRODUCTO ARTESANAL AUTÓCTONO PARA LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA EN LAS ISLAS FLOTANTES DE LOS UROS- PROVINCIA DE PUNO, PERIODO: 2018.**  
 Nombre del instrumento: **CUESTIONARIO DE PRODUCTO ARTESANAL AUTÓCTONO PARA LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA.**

Investigador: Bach. Kelly Luzgarda Yanarico Huanca

| CRITERIO   | INDICADORES        | CRITERIOS   | Deficiente<br>0-20% | Regular<br>21-40% | Bueno<br>41-60% | Muy<br>bueno<br>61-80% | Excelente<br>81-100% |
|------------|--------------------|---|---------------------|-------------------|-----------------|------------------------|----------------------|
| Forma      | 1. REDACCIÓN       | Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios.                   |                     |                   |                 |                        | X                    |
|            | 2. CLARIDAD        | Esta formulado con un lenguaje apropiado.   |                     |                   |                 |                        | X                    |
|            | 3. OBJETIVIDAD     | Esta expresado en conductas observables.  |                     |                   |                 |                        | X                    |
| Contenido  | 4. ACTUALIDAD      | Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.  |                     |                   |                 |                        | X                    |
|            | 5. SUFICIENCIA     | Los ítems son adecuados en cantidad y profundidad.  |                     |                   |                 |                        | X                    |
|            | 6. INTENCIONALIDAD | El instrumento mide en forma pertinente el comportamiento de las variables de investigación.      |                     |                   |                 |                        | X                    |
| Estructura | 7. ORGANIZACIÓN    | Existe una organización lógica entre todos los elementos básicos de la investigación.             |                     |                   |                 |                        | X                    |
|            | 8. CONSISTENCIA    | Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación en el diseño del producto artesanal. |                     |                   |                 |                        | X                    |
|            | 9. COHERENCIA      | Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables.                          |                     |                   |                 |                        | X                    |
|            | 10. METODOLOGÍA    | La estrategia de investigación responde al propósito del diagnóstico.                             |                     |                   |                 |                        | X                    |

**II. CALIFICACIÓN FINAL DEL INSTRUMENTO**

PROMEDIO \_\_\_\_\_ %

Procede su aplicación

Debe corregirse

  
 COLEGIO DE INGENIEROS DEL PERU  
*MSc. Edgar Apaza Choque*  
 INGENIERO ESTADÍSTICO E INFORMÁTICO  
 CIR. 125486

Mg. o Dr.: .....

DNI: ..... 41002328 .....

Teléfono: ..... 935 017 466 .....



## VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO DE ABAD DEL CUSCO  
 ESCUELA DE POST GRADO  
 MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN  
 MENCIÓN GESTIÓN DE TURISMO

### FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

**I. ASPECTOS GENERALES:**

Título del trabajo de investigación: **PRODUCTO ARTESANAL AUTÓCTONO PARA LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA EN LAS ISLAS FLOTANTES DE LOS UROS- PROVINCIA DE PUNO, PERIODO: 2018.**  
 Nombre del instrumento: **CUESTIONARIO DE PRODUCTO ARTESANAL AUTÓCTONO PARA LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA.**

Investigador: Bach. Kelly Luzgarda Yanarico Huanca

| CRITERIO   | INDICADORES        | CRITERIOS   | Deficiente<br>0-20% | Regular<br>21-40% | Bueno<br>41-60% | Muy bueno<br>61-80% | Excelente<br>81-100% |
|------------|--------------------|---|---------------------|-------------------|-----------------|---------------------|----------------------|
| Forma      | 1. REDACCIÓN       | Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios.                   |                     |                   |                 | X                   |                      |
|            | 2. CLARIDAD        | Esta formulado con un lenguaje apropiado.   |                     |                   |                 | X                   |                      |
|            | 3. OBJETIVIDAD     | Esta expresado en conductas observables.  |                     |                   |                 | X                   |                      |
| Contenido  | 4. ACTUALIDAD      | Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.  |                     |                   |                 | X                   |                      |
|            | 5. SUFICIENCIA     | Los ítems son adecuados en cantidad y profundidad.  |                     |                   |                 | X                   |                      |
|            | 6. INTENCIONALIDAD | El instrumento mide en forma pertinente el comportamiento de las variables de investigación.      |                     |                   |                 | X                   |                      |
| Estructura | 7. ORGANIZACIÓN    | Existe una organización lógica entre todos los elementos básicos de la investigación.             |                     |                   |                 | X                   |                      |
|            | 8. CONSISTENCIA    | Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación en el diseño del producto artesanal. |                     |                   |                 | X                   |                      |
|            | 9. COHERENCIA      | Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables.                          |                     |                   |                 | X                   |                      |
|            | 10. METODOLOGÍA    | La estrategia de investigación responde al propósito del diagnóstico.                             |                     |                   |                 | X                   |                      |

**II. CALIFICACIÓN FINAL DEL INSTRUMENTO**

Procede su aplicación

Debe corregirse

PROMEDIO \_\_\_\_\_ %

COLEGIO DE LICENCIADOS EN TURISMO  
DEL PERÚ - PUNO

  
 .....  
 Ltc. Emma G. Huanca Apaza  
 Firma  
 CLT. 02-0280

Mg. o Dr.: .....

DNI: ....02408530.....

Teléfono: ...cel.: 946 653900





## VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO DE ABAD DEL CUSCO  
 ESCUELA DE POST GRADO  
 MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN  
 MENCIÓN GESTIÓN DE TURISMO

### FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

**I. ASPECTOS GENERALES:**

Título del trabajo de investigación: **PRODUCTO ARTESANAL AUTÓCTONO PARA LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA EN LAS ISLAS FLOTANTES DE LOS UROS- PROVINCIA DE PUNO, PERIODO: 2018.**  
 Nombre del instrumento: **CUESTIONARIO DE PRODUCTO ARTESANAL AUTÓCTONO PARA LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA.**

Investigador: Bach. Kelly Luzgarda Yanarico Huanca

| CRITERIO   | INDICADORES        | CRITERIOS   | Deficiente<br>0-20% | Regular<br>21-40% | Bueno<br>41-60% | Muy<br>bueno<br>61-80% | Excelente<br>81-100% |
|------------|--------------------|---|---------------------|-------------------|-----------------|------------------------|----------------------|
| Forma      | 1. REDACCIÓN       | Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios.                   |                     |                   |                 | ✓                      |                      |
|            | 2. CLARIDAD        | Esta formulado con un lenguaje apropiado.   |                     |                   |                 | ✓                      |                      |
|            | 3. OBJETIVIDAD     | Esta expresado en conductas observables.  |                     |                   |                 | ✓                      |                      |
| Contenido  | 4. ACTUALIDAD      | Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.  |                     |                   |                 | ✓                      |                      |
|            | 5. SUFICIENCIA     | Los ítems son adecuados en cantidad y profundidad.  |                     |                   |                 | ✓                      |                      |
|            | 6. INTENCIONALIDAD | El instrumento mide en forma pertinente el comportamiento de las variables de investigación.      |                     |                   |                 | ✓                      |                      |
| Estructura | 7. ORGANIZACIÓN    | Existe una organización lógica entre todos los elementos básicos de la investigación.             |                     |                   |                 | ✓                      |                      |
|            | 8. CONSISTENCIA    | Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación en el diseño del producto artesanal. |                     |                   |                 | ✓                      |                      |
|            | 9. COHERENCIA      | Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables.                          |                     |                   |                 | ✓                      |                      |
|            | 10. METODOLOGÍA    | La estrategia de investigación responde al propósito del diagnóstico.                             |                     |                   |                 | ✓                      |                      |

**II. CALIFICACIÓN FINAL DEL INSTRUMENTO**

PROMEDIO 80 %

Procede su aplicación

Debe corregirse

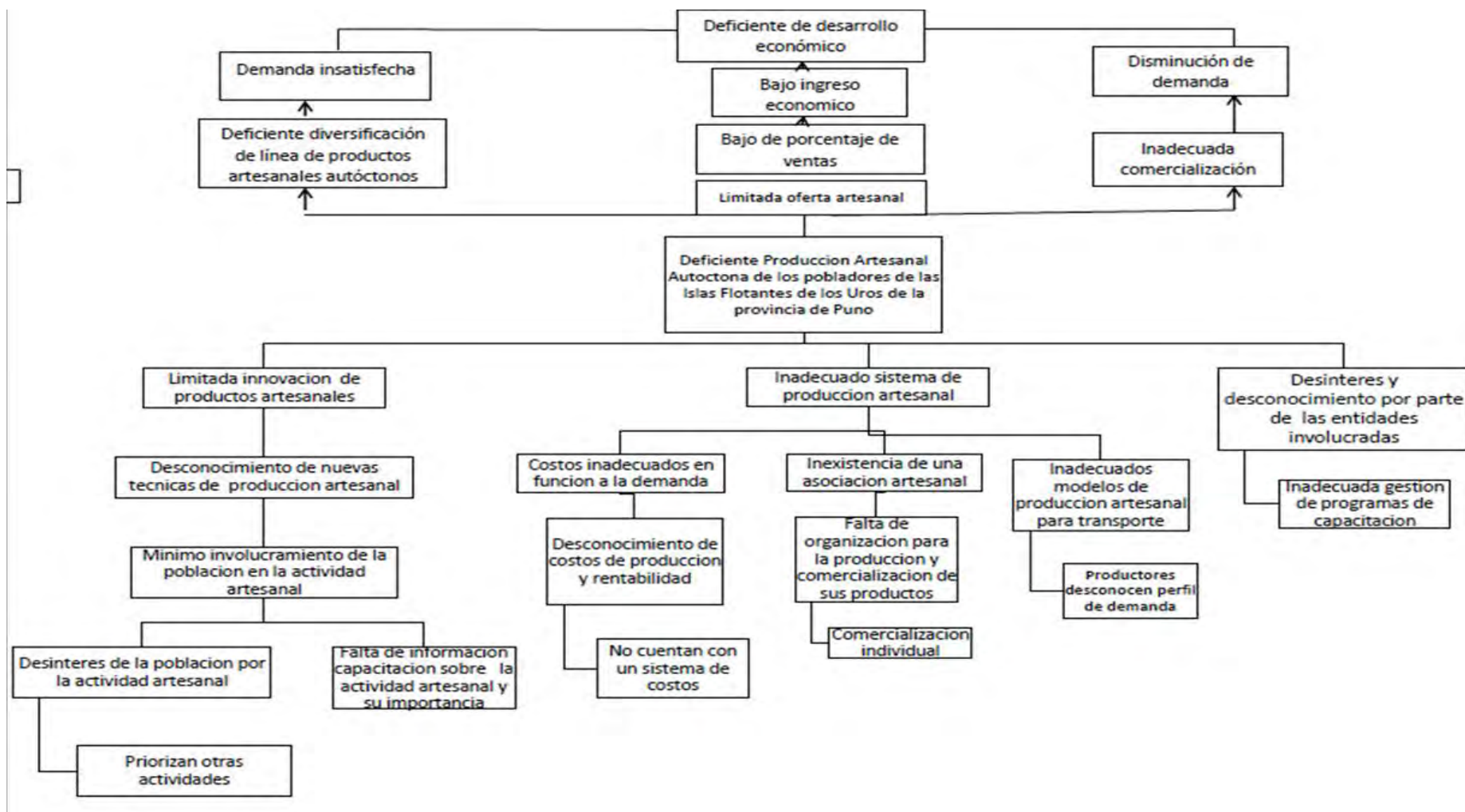
Lic. E. Antonio Cabezas O.  
 CLT No. 0223  
 DOCENTE  
 Mg. o Dr.: .....  
 DNI: 01218519  
 Teléfono: 951.069599  
002-223  
CLT

c. Medios de verificación

| num | p1 | p2 | p3 | p4 | p5 | p6 | p7 | p8 | p9 | p10 | p11 | p12 | p13 | p14 | diseño | satisfacción | diseño_G3 | satisfaccion_G3 | uso   |
|-----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|--------|--------------|-----------|-----------------|-------|
| 1   | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 32     | 23           | 3         | 2               | 19.00 |
| 2   | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 5   | 5   | 4   | 4   | 5   | 37     | 27           | 3         | 3               | 22.00 |
| 3   | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 35     | 25           | 3         | 3               | 22.00 |
| 4   | 4  | 3  | 3  | 5  | 2  | 4  | 4  | 4  | 2  | 3   | 4   | 3   | 2   | 4   | 29     | 18           | 2         | 2               | 17.00 |
| 5   | 4  | 5  | 5  | 4  | 3  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4   | 4   | 5   | 4   | 5   | 34     | 27           | 3         | 3               | 21.00 |
| 6   | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 2  | 3   | 4   | 2   | 2   | 2   | 26     | 15           | 2         | 1               | 15.00 |
| 7   | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 3  | 4   | 5   | 4   | 4   | 5   | 37     | 25           | 3         | 3               | 22.00 |
| 8   | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 30     | 23           | 3         | 2               | 18.00 |
| 9   | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 31     | 23           | 3         | 2               | 19.00 |
| 10  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 5  | 3  | 5  | 5  | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 35     | 28           | 3         | 3               | 22.00 |
| 11  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 29     | 22           | 2         | 2               | 17.00 |
| 12  | 5  | 4  | 5  | 3  | 1  | 5  | 4  | 5  | 3  | 3   | 5   | 4   | 4   | 4   | 32     | 23           | 3         | 2               | 18.00 |
| 13  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 5  | 4   | 4   | 5   | 4   | 5   | 35     | 27           | 3         | 3               | 21.00 |
| 14  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 35     | 28           | 3         | 3               | 20.00 |
| 15  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 35     | 28           | 3         | 3               | 20.00 |
| 16  | 4  | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4   | 5   | 4   | 5   | 35     | 26           | 3         | 3               | 22.00 |
| 17  | 4  | 4  | 4  | 3  | 2  | 4  | 4  | 5  | 4  | 5   | 4   | 3   | 3   | 5   | 30     | 24           | 3         | 2               | 17.00 |
| 18  | 4  | 5  | 4  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3   | 2   | 2   | 3   | 4   | 26     | 16           | 2         | 1               | 17.00 |
| 19  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3   | 4   | 3   | 3   | 4   | 29     | 20           | 2         | 2               | 19.00 |
| 20  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 35     | 26           | 3         | 3               | 21.00 |
| 21  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 5  | 4  | 4  | 3  | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 32     | 22           | 3         | 2               | 19.00 |
| 22  | 4  | 4  | 5  | 4  | 3  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4   | 5   | 4   | 5   | 4   | 33     | 26           | 3         | 3               | 20.00 |
| 23  | 4  | 2  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3   | 2   | 3   | 2   | 3   | 31     | 17           | 3         | 2               | 19.00 |
| 24  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 2  | 4   | 3   | 2   | 2   | 2   | 29     | 15           | 2         | 1               | 17.00 |
| 25  | 5  | 5  | 5  | 4  | 2  | 4  | 4  | 5  | 4  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 34     | 29           | 3         | 3               | 21.00 |
| 26  | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 3  | 4  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 35     | 29           | 3         | 3               | 22.00 |
| 27  | 4  | 5  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 5  | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 30     | 26           | 3         | 3               | 20.00 |
| 28  | 5  | 4  | 5  | 4  | 3  | 5  | 4  | 5  | 4  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 35     | 29           | 3         | 3               | 21.00 |
| 29  | 5  | 4  | 5  | 3  | 5  | 5  | 3  | 4  | 4  | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 34     | 28           | 3         | 3               | 22.00 |
| 30  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 3  | 5  | 4   | 5   | 4   | 5   | 5   | 34     | 28           | 3         | 3               | 22.00 |
| 31  | 4  | 5  | 5  | 4  | 3  | 4  | 5  | 5  | 4  | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 35     | 25           | 3         | 3               | 21.00 |
| 32  | 4  | 4  | 5  | 4  | 3  | 5  | 3  | 5  | 4  | 4   | 5   | 4   | 5   | 5   | 33     | 27           | 3         | 3               | 20.00 |
| 33  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 1  | 4  | 1  | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 30     | 22           | 3         | 2               | 21.00 |

|    | Nombre          | Tipo     | Anchura | Decimales | Etiqueta           | Valores            | Perdidos | Columnas | Alineación | Medida  | Rol     |
|----|-----------------|----------|---------|-----------|--------------------|--------------------|----------|----------|------------|---------|---------|
| 1  | num             | Numérico | 8       | 0         | Encuestados        | Ninguno            | Ninguno  | 5        | Derecha    | Escala  | Entrada |
| 2  | p1              | Numérico | 8       | 0         | ¿Considera ust...  | {1, Totalmente ... | Ninguno  | 6        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 3  | p2              | Numérico | 8       | 0         | ¿Considera ust...  | {1, Totalmente ... | Ninguno  | 6        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 4  | p3              | Numérico | 8       | 0         | ¿Usted se sien...  | {1, Totalmente ... | Ninguno  | 6        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 5  | p4              | Numérico | 8       | 0         | ¿ Para usted el... | {1, Totalmente ... | Ninguno  | 6        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 6  | p5              | Numérico | 8       | 0         | ¿Considera ust...  | {1, Totalmente ... | Ninguno  | 6        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 7  | p6              | Numérico | 8       | 0         | ¿Considera ust...  | {1, Totalmente ... | Ninguno  | 6        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 8  | p7              | Numérico | 8       | 0         | ¿Considera ust...  | {1, Totalmente ... | Ninguno  | 6        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 9  | p8              | Numérico | 8       | 0         | ¿Considera ust...  | {1, Totalmente ... | Ninguno  | 6        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 10 | p9              | Numérico | 8       | 0         | ¿Considera ust...  | {1, Totalmente ... | Ninguno  | 6        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 11 | p10             | Numérico | 8       | 0         | ¿Usted piensa ...  | {1, Totalmente ... | Ninguno  | 6        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 12 | p11             | Numérico | 8       | 0         | ¿Su opinión ac...  | {1, Totalmente ... | Ninguno  | 6        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 13 | p12             | Numérico | 8       | 0         | ¿El diseño del ... | {1, Totalmente ... | Ninguno  | 6        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 14 | p13             | Numérico | 8       | 0         | ¿Se siente ust...  | {1, Totalmente ... | Ninguno  | 6        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 15 | p14             | Numérico | 8       | 0         | ¿Está usted di...  | {1, Totalmente ... | Ninguno  | 6        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 16 | diseño          | Numérico | 8       | 0         |                    | Ninguno            | Ninguno  | 7        | Derecha    | Escala  | Entrada |
| 17 | satisfaccion    | Numérico | 8       | 0         |                    | Ninguno            | Ninguno  | 10       | Derecha    | Escala  | Entrada |
| 18 | diseño_G3       | Numérico | 5       | 0         | Diseño del prod... | {1, Inadecuado...  | Ninguno  | 12       | Derecha    | Ordinal | Entrada |
| 19 | satisfaccion... | Numérico | 5       | 0         | Satisfacción de... | {1, Insatisfech... | Ninguno  | 17       | Derecha    | Ordinal | Entrada |
| 20 | uso             | Numérico | 8       | 2         |                    | Ninguno            | Ninguno  | 10       | Derecha    | Escala  | Entrada |
| 21 | uso_G3          | Numérico | 5       | 0         | DIMENSIÓN: A...    | {1, Sin Uso}...    | Ninguno  | 10       | Derecha    | Ordinal | Entrada |
| 22 |                 |          |         |           |                    |                    |          |          |            |         |         |

d. Árbol de problemas.



Fuente: Elaboración propia

## GALERIA DE FOTOS

**Turistas que visitan las islas flotantes de los Uros.**



**Fuente: Fotografía tomada por el investigador**

**Poblador ancestral de las Islas flotantes de los Uros.**



**Fuente: Fotografía tomada por el investigador**

## Producto artesanal autóctono





**Fuente: Fotografía tomada por el investigador**



**Fuente: Fotografía tomada por el investigador**