



ANEXO 1

FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN  
CON EL FINANCIAMIENTO DEL FEDU

1. Título del proyecto

**Gestión de la cadena de valor y la transformación digital del del destino Lago Titicaca.**

2. Área de Investigación

| Área de investigación | Línea de Investigación        | Disciplina OCDE                     |
|-----------------------|-------------------------------|-------------------------------------|
| Economía y desarrollo | Desarrollo Turístico regional | Otras especialidades de la economía |

3. Duración del proyecto (meses)

12 (doce) meses (01 año)

4. Tipo de proyecto

|                            |                                  |
|----------------------------|----------------------------------|
| Individual                 | <input checked="" type="radio"/> |
| Multidisciplinario         | <input type="radio"/>            |
| Director de tesis pregrado | <input type="radio"/>            |

4. Datos de los integrantes del proyecto

|                     |                           |
|---------------------|---------------------------|
| Apellidos y Nombres | Franco Jove, Alan Midguar |
| Escuela Profesional | Turismo                   |
| Celular             | 951062800                 |
| Correo Electrónico  | alanfranco@unap.edu.pe    |

- I. Título (El proyecto de tesis debe llevar un título que exprese en forma sintética su contenido, haciendo referencia en lo posible, al resultado final que se pretende lograr. Máx. palabras 25)

Gestión de la cadena de valor y la transformación digital del del destino Lago Titicaca.

- II. Resumen del Proyecto de Tesis (Debe ser suficientemente informativo, presentando -igual que un trabajo científico- una descripción de los principales puntos que se abordarán, objetivos, metodología y resultados que se esperan)

Con el objetivo de medir la relación de la gestión de la cadena de valor y la transformación digital del destino Lago Titicaca, se desarrollará una investigación con el enfoque cuantitativo método hipotético deductivo, de alcance correlacional, para lo cual se desarrollará un diagnóstico y análisis factorial. Para lo cual se utilizará un cuestionario estructurado, el mismo que consta de 5 constructos y 20 variables y se aplicará a los actores del sector público, privado



y académico del turismo. Los resultados a obtener son un análisis de brechas de la cadena de valor y la identificación de los factores que impulsan o condicionan la cadena de valor.

**III. Palabras claves (Keywords) (Colocadas en orden de importancia. Máx. palabras: cinco)**

Destino turístico, Innovación, Inteligencia, Tecnología, Transformación Digital

**IV. Justificación del proyecto (Describa el problema y su relevancia como objeto de investigación. Es importante una clara definición y delimitación del problema que abordará la investigación, ya que temas cuya definición es difusa o amplísima son difíciles de evaluar y desarrollar)**

El turismo es parte integral de la economía global, y ninguna crisis ha demostrado esto mejor que COVID-19. En 2020, el sector perdió más de 62 millones de puestos de trabajo, y su contribución al PIB mundial cayó en USD \$ 4,5 billones. También ha tenido un impacto adverso en el desarrollo comunitario, el medio ambiente y la vida silvestre, así como las economías locales y nacionales (Tourismo & Council World Travel, 2021). Los destinos turísticos deben ser competitivos y adaptarse a los cambios de la demanda con un enfoque en el cliente, la sostenibilidad y la innovación en tecnología uso de los datos y digitalización del sector (Fundació Bit Balears d'Innovació i Tecnologia, 2021)

La tecnología ayuda a encontrar el camino, pero son los gestores de los destinos, son los que tienen que decidir dónde quieren llegar y que quieren hacer con ella. Para ello es clave la colaboración público privada para gestar una gobernanza compartida (Turismo in Promperú, 2021). Transformar el modelo turístico del destino lago Titicaca permitirá adecuar sus actividades a los retos actuales y futuros ser resilientes, inclusivos

En la ciudad de Puno no se distingue una institución (gobernanza) que lidere actividades relacionadas al desarrollo del destino. Se desconoce cómo se gestiona y los niveles de coordinación entre actores de la cadena de valor. Las aptitudes (Carácter o conjunto de condiciones que hacen a una persona especialmente idónea para una función determinada) de los involucrados del sector privado, público y la academia que permita la innovación y transformación digital del sector(cambio). Si se cuenta por personal cualificado y con información para tomar decisiones relacionadas al uso de tecnologías para afrontar la transformación digital del destino. No se cuenta con una visión clara y estratégica del comportamiento de consumidor, de las herramientas y tecnologías a aplicar en el desarrollo de sus estrategias de destino.

Situación que obedece a la falta de una institución que lidere la gobernanza y gestión del destino, que transforme el producto en experiencias y que integre la sostenibilidad y la tecnología dentro de la experiencia del cliente y al desconocimiento de cómo se gestiona el destino.

De continuar este problema Puno y el destino lago Titicaca continuará perdiendo competitividad, ya que los datos y toma de decisiones basadas en evidencias (conocimiento). Es preciso encontrarlos, extraerlos, refinarlos y distribuirlos (compartirlos con los actores de la cadena de valor) Política basada en datos. Que permita al destino ser sostenible, inclusiva, integración, protección del entorno



La investigación permitirá un aumento de la competitividad, gracias al mejor aprovechamiento de sus recursos turísticos, la identificación y creación de otros. Una mejora en la eficiencia de los procesos de producción y comercialización. Un impulso al desarrollo sostenible del destino en sus tres vertientes: medio-ambiental, económica y socio-cultural. Una mejora de la calidad de la estancia de los visitantes y de la calidad de vida de los residentes. Hacer de la estrategia turística la base para la dinamización económica del territorio garantizando sus efectos positivos en el largo plazo (SEGUITUR, 2021)

¿Cuál es la relación de la gestión de la cadena de valor y la transformación digital del destino Lago Titicaca?

- V. Antecedentes del proyecto (Incluya el estado actual del conocimiento en el ámbito nacional e internacional. La revisión bibliográfica debe incluir en lo posible artículos científicos actuales, para evidenciar el conocimiento existente y el aporte de la Tesis propuesta. Esto es importante para el futuro artículo que resultará como producto de este trabajo)

El análisis de la cadena de valor permite evaluar la gestión, coordinación y la aptitud de los actores del sector, que permite identificar los factores que impulsan o condicionan transformación digital del destino turístico. Su análisis permite contar con un diagnóstico para la formulación de estrategias para su transformación como un destino turístico inteligente (DTI). Facilitando la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y mejora la calidad de vida del residente.

#### **Cadena de Valor**

El concepto cadena de valor del destino permite construir un marco de análisis innovador de la actividad turística desde una perspectiva holística e integradora... (Pulido & López Sánchez, 2016). Abarca el rango total de actividades requeridas para llevar un turista al destino y proveerlo de todos los servicios necesarios (alojamiento, alimentos y bebidas, excursiones, artesanías y otros). Ofertando "experiencias" turísticas (GTZ-SECO, 2009). Zeithaml (1988) definió el valor percibido como "la evaluación global del consumidor de la utilidad de un producto, basada en la percepción de lo que se recibe y de lo que se entrega" (p. 14).

#### **Destino Turístico Inteligente (DTI)**

Es un modelo de gestión que tiene en cuenta la transversalidad de la actividad turística y las características diferenciadoras de cada destino (Turismo Promperú, 2021). Es una estructura turística diferenciada que facilita la interacción y la integración del visitante, antes, durante y después del viaje y aumenta la calidad de su experiencia con el destino, a través del uso de metodologías y tecnologías innovadoras (SEBRAE, 2016). Se centra en incorporar las nuevas tecnologías y la innovación en los procesos de trabajo siempre al servicio de los objetivos de sostenibilidad y accesibilidad en un modelo de gobernanza que busca la eficiencia, la transparencia y la participación (SEGUITUR, 2019). La metodología del modelo de España está basada en el análisis de requisitos alrededor de cinco ejes: gobernanza, tecnología, innovación, accesibilidad y sostenibilidad, promoviendo una visión integradora del destino incluyendo todas sus áreas (SEGUITUR, 2021). La transformación en un DTI supone la revalorización del destino a través de la innovación y la tecnología resultando de ello fundamentalmente (GTZ-SECO, 2009). Un DT se convierte en DTI cuando la innovación y la tecnología están presentes al servicio de una visión, una estrategia de destino (Turismo Promperú, 2021).



Se deben resaltar los siguientes antecedentes de investigación

(Baidal et al., 2014) Analizan las nuevas políticas de innovación aplicadas al turismo en España. El análisis ofrece luces y sombras y concluye con argumentos para repensar este tipo de políticas, así como con elementos de discusión interesantes en torno a la innovación derivada de los procesos de colaboración en turismo. [La evaluación de las políticas que favorecen, la transformación digital del turismo y el análisis de los procesos de colaboración para su cumplimiento.](#)

(Ignacio et al., 2016) Construyen un marco de análisis innovador -holístico e integrador- de la actividad turística en base al concepto de cadena valor, e identifica las políticas a formular para incorporar la sostenibilidad como una variable estratégica de gestión turística y de posicionamiento de los destinos en los mercados. Para demostrar la validez de esta herramienta, se ha considerado el caso de España. Para ello, se ha realizado un análisis Delphi con expertos nacionales del más alto nivel, que ha permitido identificar los factores que impulsan o condicionan la generación de valor desde la óptica de la sostenibilidad. [Herramienta que permitirá identificar los factores que impulsan o condicionan la generación de valor.](#)

(Sigalat-Signes et al., 2020) Señalan que la implantación del modelo de ciudad inteligente en poblaciones turísticas intermedias en su transición a convertirse destinos inteligentes implica un compromiso ineludible con su hábitat y la mejora de la calidad de vida ciudadana y la economía de las ciudades a través de elementos más sostenibles y tecnológicamente avanzados. Ello permite contar una visión general del paradigma actual de ciudades inteligentes, desde el punto de vista de los grupos de interés territorial, mediante el análisis de una localidad turística de la costa mediterránea (Gandia, Valencia) para diagnosticar su estado actual... [Las aptitudes de los grupos de interés \(actores\) son de primordial importancia para el diagnóstico de la cadena de valor e identificación de los factores que impulsan o condicionan la transformación del destino.](#)

Las investigaciones propuestas por (Pulido & López Sánchez, 2016), desarrollan un análisis teórico y metodológico para evaluar la cadena de valor del sector (SEBRAE, 2016), (SEGUITUR, 2019), (SEGUITUR, 2021), Definen el concepto de destino y los procesos y estrategias para su transformación en DTI (Ignacio et al., 2016), (Baidal et al., 2014), (Sigalat-Signes et al., 2020), entre otros permiten conocer cómo [la evaluación de las políticas favorecen, la transformación digital del turismo y el análisis de los procesos de colaboración y las aptitudes de los grupos de interés \(actores\) son de primordial importancia para el diagnóstico de la cadena de valor y el cumplimiento de las políticas públicas, y plantean herramienta que permitirá identificar los factores que impulsan o condicionan la transformación del destino.](#)

Analizan la estructura de gobernanza de la cadena de valor territorial en el *cluster* cerámico español, a través de la comprensión de las funciones anteriores y actuales de los diversos sectores involucrados en el sistema de creación de valor. Por medio de un estudio de casos y el enfoque de la metodología cuantitativa, se explora el cambio de paradigma donde los actores tradicionales de la cadena de valor están perdiendo el control de su contribución al sistema de creación de valor territorial, a la vez que aparecen nuevos actores con una función más estable y prometedora.

También se analizarán los siguientes artículos relacionados al tema: (César & Morales, 2019), (Castro Álvarez et al., 2017), (Crespo et al., 2019), (Luque Gil et al., 2015), (Santos et al., 2018), y (Bernal et al., 2020).

**VI. Hipótesis del trabajo** (Es el aporte proyectado de la investigación en la solución del problema)

El coeficiente de correlación entre la gestión de la cadena de valor y la transformación digital del destino Lago Titicaca es alta. Y su evaluación permite proponer un modelo de destino turístico inteligente (DTI)

**VII. Objetivo general**

Medir la relación de la gestión de la cadena de valor y la transformación digital del destino Lago Titicaca

**VIII. Objetivos específicos**

1. Determinar el desempeño de la gestión (coordinación) de la cadena de valor del sector turismo en el destino lago Titicaca
2. Estimar las aptitudes de los involucrados en el sector privado, público y académico que permita la transformación digital del destino.
3. **Identificar** los factores que impulsan o condicionan transformación digital del destino turístico

**IX. Metodología de investigación** (Describir el(los) método(s) científico(s) que se empleará(n) para alcanzar los objetivos específicos, en forma coherente a la hipótesis de la investigación. Sustentar, con base bibliográfica, la pertinencia del(los) método(s) en términos de la representatividad de la muestra y de los resultados que se esperan alcanzar. Incluir los análisis estadísticos a utilizar)

**Método.**

Este trabajo de investigación empleara el enfoque de triangulación. La cualitativa mediante el análisis de la cadena de valor del sector de alcance descriptivo en el que se determina el desempeño de su gestión (Hernández Sampieri et al., 2014). Y el cuantitativo que permita estimar las aptitudes de los involucrados del sector y verificar cómo se usan los datos, herramientas y tecnología necesarias para el desarrollo de estrategias de marketing del destino.

Su alcance es correlacional que permite evaluar la relación o grado de asociación que existe entre variables (PUCP, 2020). Que permitirá medir la relación de la gestión de la cadena de valor y la transformación digital del marketing del destino lago Titicaca,

**Diseño.**

Evalúa la cadena de valor

Se desarrolla un cuestionario estructurado y se prueba  $\chi^2$  Bondad de ajuste para estimar las aptitudes de los involucrados del sector

Se realiza un análisis factorial para verificar cómo se usan los datos, herramientas y tecnología necesarias para el desarrollo de estrategias de marketing del destino

**Universo de análisis**

Actores involucrados en el sector turismo

## Instituciones estatales:

|                 |   |
|-----------------|---|
| Iper (Promperú) | 4 |
| Dircetur        | 5 |
| Municipio       | 5 |
| TC Puno         | 2 |

## Instituciones privadas:

|                                         |    |
|-----------------------------------------|----|
| - Agencias de viajes                    | 36 |
| - Hoteles de 3, 4 y 5 Estrellas         | 27 |
| - ONGDs                                 | 3  |
| Qapac Ñan / Astur Capachica / Guadalupe |    |
| - COLITUR                               | 5  |

## Instituciones académicas

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| -UNA Puno:                       | 25  |
| Total, del universo de análisis. | 107 |

## Muestra

$$n = \frac{N Z^2 pq}{Nd^2 + Z^2 pq}$$

|                                       |             |
|---------------------------------------|-------------|
| N =                                   | 107         |
| Z =                                   | 1.96        |
| Z <sup>2</sup> =                      | 3.8416      |
| p =                                   | 0.5         |
| q =                                   | 0.5         |
| d =                                   | 0.1         |
| d <sup>2</sup> =                      | 0.01        |
| NZ <sup>2</sup> pq =                  | 102.7628    |
| Nd <sup>2</sup> =                     | 1.07        |
| Z <sup>2</sup> pq =                   | 0.9604      |
| Nd <sup>2</sup> + Z <sup>2</sup> pq = | 2.0304      |
| n =                                   | 50.61209614 |

**n= 51**

## Modelo estadístico

Se utilizará el método analítico, puesto que se obtienen pruebas para verificar o validar un razonamiento, a través de mecanismos verificables como estadísticas, los datos fueron tabulados y graficados, para una mejor interpretación y análisis de los resultados frente a las fuentes bibliográficas confiables estudiadas

La prueba  $\chi^2$  de Pearson para medir el grado de relación de las variables

## Instrumento

Se utilizará un cuestionario estructurado en base a la metodología de diagnóstico. Qué consta de 5 constructos (Gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad) y 20 Variables Gobernanza (Visión estratégica e implementación, Gestión eficiente, gestión transparente abierta y participativa, gestión responsable y controlada) Innovación (Procesos de gestión, Producto y servicios, comercialización y marketing, formación) Tecnología (tecnologías aplicadas a la gobernanza, tecnologías aplicadas al marketing turístico, infraestructuras



tecnológicas del destino, sistemas de conocimiento turístico) Sostenibilidad (Política y sostenibilidad, Desarrollo social y económico, conservación cultural, medioambiental) Accesibilidad (Marco normativo, Gestión de la accesibilidad, Implementación en el destino, herramientas tecnológicas)(SEGUITTUR, 2020).

PARA LA CADENA DE VALOR El análisis de las brechas se realizó con base del sistema de mercado como marco de referencia, analizando no solo la propia cadena de valor de turismo sino también las funciones de apoyo y el marco regulatorio

¿De qué manera? El punto de partida del análisis precisamente fue la visión del consumidor y su experiencia

en el destino, su customer journey, es decir la experiencia del consumidor conforme va pasando por los diferentes servicios en el destino, para tener una primera aproximación con respecto la integralidad de los servicios ofrecidos. También la cadena refleja la coordinación y complementariedad de los servicios en el propio destino, evidenciándose un incipiente nivel de articulación y gestión de destino en Cali, con esfuerzos iniciales impulsados por la Alcaldía de Cali para encaminar la gestión en una lógica pública-privada a través de la “mesa del destino”. A pesar de solo tener unos meses de existir, este espacio ha logrado algunas acciones conjuntas de relevancia (formulación de proyectos) y se encuentra en una dinámica de consolidación.

Procesamiento de información

La información se procesará en el software estadístico spss V. 26

#### X. Referencias (Listar las citas bibliográficas con el estilo adecuado a su especialidad)

- Baidal, J. A. I., Sanchez, I. R., Rebollo, J. F. V., & Acebal, A. (2014). Nuevos enfoques en gestión turística: El programa de agrupaciones empresariales innovadoras en España. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, 66, 369–395. file:///C:/Users/UNA/Downloads/Dialnet-NuevosEnfoquesEnGestionTuristica-4903382.pdf
- Bernal, A. B. M., Palacios, V. J. U., & Toro, C. A. O. (2020). *REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LA EVOLUCIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA SOBRE DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES*. 29. [https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/bitstream/handle/20.500.12746/5554/Revisión sistemática de la evolución de la literatura científica sobre Destinos Turísticos Inteligentes.pdf?sequence=1](https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/bitstream/handle/20.500.12746/5554/Revisión%20sistemática%20de%20la%20evolución%20de%20la%20literatura%20científica%20sobre%20Destinos%20Turísticos%20Inteligentes.pdf?sequence=1)
- Castro Álvarez, U., González Rodríguez, J. Á., & Maldonado Duarte, L. M. (2017). Destinos turísticos inteligentes: ¿Estrategia para el desarrollo local en países pobres? *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 10(22), 12. <https://www.eumed.net/rev/turydes/22/destinos-turisticos-inteligentes.html>
- César, J., & Morales, G. (2019). *Destinos turísticos inteligentes . Una alerta*. 10.
- Crespo, Á. H., San, H., Gutiérrez, M., & García, M. (2019). Servicios “Smart” y valor de los destinos turísticos inteligentes: análisis desde la perspectiva de los residentes. *Investigaciones Regionales - Journal of Regional Research*, 45(45), 77–91.
- Fundació Bit Balears d’Innovació i Tecnologia. (2021). *INTO 2021 Sessió 1 - Destinacions i responsabilitat social a l’era post COVID* - YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ejkqGZzmS0>
- GTZ-SECO. (2009). Documento de trabajo cadenas de valor en turismo. In *Programa de Desarrollo Rural Sostenible. Proyecto PeruBiodiverso* (p. 16).
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (McGRAW-HILL (ed.); Sexta). file:///C:/Users/youhe/Downloads/kdoc\_o\_00042\_01.pdf
- Ignacio, J., López-sánchez, Y., & Pulido-fernández, J. I. (2016). *La cadena de valor*



- del destino como herramienta innovadora para el análisis de la sostenibilidad de las políticas turísticas. El caso de España. 26(59), 22.*  
<https://doi.org/10.15446/innovar.v26n59.54369>.ENLACE
- Luque Gil, A. M., Zayas Fernández, B., & Caro Herrero, J. L. (2015). Los Destinos Turísticos Inteligentes en el marco de la Inteligencia Territorial: conflictos y oportunidades. *Revista Investigaciones Turísticas, 10*, 1–25.  
<https://doi.org/10.14198/inturi2015.10.01>
- PUCP. (2020). *Niveles de investigación - Identificando el nivel de investigación de mi tesis*. PUCP.  
[https://capacitacionesweb.pucp.edu.pe/posgrado/unidad3/#/lessons/bkUUaR8Ujppq\\_wVHM\\_4EbluD3q5OMgxva](https://capacitacionesweb.pucp.edu.pe/posgrado/unidad3/#/lessons/bkUUaR8Ujppq_wVHM_4EbluD3q5OMgxva)
- Pulido, J. I., & López Sánchez, Y. (2016). La cadena de valor del destino como herramienta innovadora para el análisis de la sostenibilidad de las políticas turísticas. El caso de España. *Innovar, 26(59)*, 155–176.  
<https://doi.org/10.15446/innovar.v26n59.54369>
- Santos, S. R. dos, Fernandes, J. do N., Passos, R. do S. G. O., Farias, C. R. G. B. de, Pae, S. L., Filho, M. de J. N., Silva, J. M. R. da, & Santos, M. A. dos. (2018). *Presupuestos sobre destino turístico inteligente desde de los comentarios de los turistas en ciudad patrimonio cultural de la humanidad: el caso de São Luís do Maranhão (Brasil)*. 15.  
<https://www.aecit.org/files/congress/20/papers/428.pdf>
- SEBRAE. (2016). *Destinos turísticos inteligentes* (Issue 2012, pp. 1–5).  
[https://www.sebrae.com.br/Sebrae/PortalSebrae/Anexos/BI\\_Tur\\_2016\\_06\\_Destinos Turísticos Inteligentes.pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/PortalSebrae/Anexos/BI_Tur_2016_06_Destinos_Turísticos_Inteligentes.pdf)
- SEGUITTUR. (2020). *Destinos Turísticos Inteligentes* (p. 39).
- SEGUITTUR. (2019). *DTI Resumen ejecutivo, Informe Diagnóstico y Plan de acción del destino Peñíscola* (p. 26).  
[https://sede.peniscola.org/portal/sede/RecursosWeb/DOCUMENTOS/1/0\\_2791\\_1.pdf](https://sede.peniscola.org/portal/sede/RecursosWeb/DOCUMENTOS/1/0_2791_1.pdf)
- SEGUITTUR. (2021). *La OMT recoge los 5 ejes de Destinos Turísticos Inteligente de España en su Declaración de Nursultán - SEGITTUR | Segittur.es*.  
<https://www.segittur.es/blog/destinos-turisticos-inteligentes/la-omt-recoge-los-5-ejes-de-destinos-turisticos-inteligente-de-espana-en-su-declaracion-de-nursultan/>
- Sigalat-Signes, E., Calvo-Palomares, R., Roig-Merino, B., & García-Adán, I. (2020). Transition towards a tourist innovation model: The smart tourism destination: Reality or territorial marketing? *Journal of Innovation and Knowledge, 5(2)*, 96–104. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2019.06.002>
- Tourismo & Council World Travel. (2021). *DIGITAL SOLUTIONS FOR REVIVING INTERNATIONAL The role of Interoperability & Digital Travel Portals* (Issue November, p. 32). [https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Digital Solutions For Reviving International Travel.pdf?ver=2021-12-02-055051-980](https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Digital%20Solutions%20For%20Reviving%20International%20Travel.pdf?ver=2021-12-02-055051-980)
- Turismo in Promerú. (2021). *TID ed. 8 | Turismo In Day, explorando el potencial del modelo 'Destino Turístico Inteligente' - YouTube*.  
[https://www.youtube.com/watch?v=ub5uyCtBGE0&list=PLCPdoezfed4\\_OdStO76xyTnjMPLY7JTEj&index=25](https://www.youtube.com/watch?v=ub5uyCtBGE0&list=PLCPdoezfed4_OdStO76xyTnjMPLY7JTEj&index=25)



**XI. Uso de los resultados y contribuciones del proyecto (Señalar el posible uso de los resultados y la contribución de los mismos)**

Los resultados del proyecto servirán para desarrollar una propuesta de documento de Política Pública que permita el desarrollo competitivo y sostenible del destino Lago Titicaca, a través de su conversión en DTI, coherentes con el contexto actual, las recomendaciones de la OMT y los objetivos del milenio ODM 2030 de la ONU Organización de Naciones Unidas.

**XII. Impactos esperados**

**i. Impactos en Ciencia y Tecnología**

Definir un modelo de gobernanza que permita generar valor público; generando:  
- Canales de trabajo, de coordinación y de innovación

**ii. Impactos económicos**

Dinamizar la economía del turismo en la ciudad de Puno, fomentando la economía creativa (naranja)

**iii. Impactos sociales**

Incrementar la calidad de vida de las poblaciones involucradas.

**iv. Impactos ambientales**

preservar el cuidado del medio ambiente.

**XIII. Recursos necesarios (Infraestructura, equipos y principales tecnologías en uso relacionadas con la temática del proyecto, señale medios y recursos para realizar el proyecto)**

Sala para focus group  
Computadores personales  
Cámara Fotográfica y de Filmación  
SPSS versión 25  
Facilitadores  
Encuestadores  
Auditorium de la E.P. Turismo para foro Panel  
Refrigerios.

**XIV. Localización del proyecto (indicar donde se llevará a cabo el proyecto)**

La ciudad de Puno



**XV. Cronograma de actividades**

| Actividad                                                                                                                  | Trimestres 2022 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|                                                                                                                            | E               | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D |
| Presentación del Proyecto                                                                                                  | X               |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Primer avance<br>Marco teórico<br>Elaboración de instrumentos de investigación                                             |                 |   | X |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Segundo avance<br>Foro Panel/ Entrevista a profundidad<br>Aplicación de encuesta y análisis y procesamiento de Información |                 |   |   |   |   | X |   |   |   |   |   |   |
| Tercer avance<br>Descripción, Análisis e interpretación<br>Presentación y validación del modelo                            |                 |   |   |   |   |   |   |   | X |   |   |   |
| Informe Final<br>Y artículo presentado a revista especializada.                                                            |                 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | X |

**XVI. Presupuesto**

| Descripción                         | Unidad de medida | Costo Unitario (S/.) | Cantidad | Costo total (S/.) |
|-------------------------------------|------------------|----------------------|----------|-------------------|
| Útiles de escritorio                | Material         |                      | Varios   | 240.00            |
| Participación en eventos académicos | Viajes           | 3,000.00             | 4        | 3,000.00          |
| Colaboradores                       | Servicios        | 4,000.00             | 2        | 1,000.00          |
| Foro Panel Validación               | Talleres         | 2,500.00             | 4        | 500.00            |
| Impresión y publicaciones           | publicaciones    | 10,000               | 1        | 1500.00           |
| TOTAL                               |                  |                      |          | 6,240.00          |