



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO
FACULTAD CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



TESIS:

**DIAGNOSTICO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA EN LAS SUKANKAS DEL
SECTOR SAYWA DISTRITO DE URUBAMBA CUSCO -2020**

Presentado por la Bachiller
Danae Kattiana Duran Otazu

Para optar al Título Profesional
de Licenciado en Turismo.

Asesor:
Mgt. Leone Fuentes Monge

Cusco – Perú
2020



PRESENTACIÓN

SEÑORA DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES DE

LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO:

SEÑORES DOCENTES DEL JURADO:

En cumplimiento del reglamento de grados y títulos de la escuela profesional de turismo, facultad de ciencias y humanidades de la universidad andina del Cusco, pongo en vuestra consideración, la tesis intitulada **“DIAGNOSTICO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA DE LAS SUKANKAS DEL SECTOR SAYWA DEL DISTRITO DE URUBAMBA – CUSCO 2020”**, para su evaluación y aprobación, con el que aspiro optar el título de Licenciada en Turismo.

El presente trabajo de investigación tuvo lugar en las Sukankas del sector Saywa ubicadas en el Distrito de Urubamba y provincia del mismo nombre, un recurso turístico poco conocido.

La finalidad del presente trabajo de investigación es describir como es la actividad turística en las Sukankas del sector Saywa del distrito de Urubamba, cuya justificación corresponde a los componentes de la actividad turística para el recurso turístico en mención, para así lograr una gestión y promoción adecuada, generando un desarrollo sostenible.

Danae Kattiana Duran Otazu



AGRADECIMIENTOS

A mi querida casa de estudios, la Universidad Andina del Cusco por haberme permitido formarme en ella inculcándome valores en formación profesional.

A mis docentes de la Escuela Profesional de Turismo por las enseñanzas, conocimientos brindados y el apoyo constante durante mi formación profesional.

Agradezco a mi asesor de la tesis el Mgt. Leone Fuentes Monge por su gran apoyo, conocimientos y motivación constante que me ayudaron en el presente trabajo de investigación.

Danae Kattiana



DEDICATORIA

Al Señor de Torrechayoc a quien le tengo mucha fe por guiar mi camino dándome la fortaleza para seguir adelante.

A mi mamá Vetya, mi gran motivación, su amor y apoyo incondicional es invaluable para mí, me llena de orgullo ser tu hija, te amo, gracias por todo lo que das.

A mi papá Walter, aunque se encuentre lejos su apoyo moral es incondicional para mí.

A mis abuelitos Vicky y Raúl, son como mis segundos padres, por criarme e inculcarme sus enseñanzas y valores, gracias por todo su amor y apoyo.

Danae Kattiana



INDICE

AGRADECIMIENTOS	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
CAPITULO I	1
INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.2.1. PROBLEMA GENERAL.....	3
1.2.2. PROBLEMAS ESPECIFICOS.....	4
1.3. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
1.3.1. CONVENIENCIA.....	4
1.3.2. RELAVANCIA SOCIAL.....	4
1.3.3. IMPLICANCIAS PRÁCTICAS.....	4
1.3.4. VALOR TEORICO.....	5
1.3.5. UTILIDAD METODOLOGICA.....	5
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
1.4.1. OBJETIVO GENERAL.....	5
1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	5
1.5. DELIMITACION DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
1.5.1. DELIMITACION TEMPORAL.....	5
1.5.2. DELIMITACION ESPACIAL.....	6
CAPITULO II.....	7
MARCO TEORICO.....	7
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION.....	7
2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES.....	7
2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES.....	10
2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES.....	14
2.2. BASES TEORICAS.....	17
2.2.1. TEORIA DE LA ACTIVIDAD TURISTICA.....	17
2.2.2. ATRACTIVO TURISTICO	18
2.2.3. SERVICIOS TURISTICOS.....	19
2.2.4. IMAGEN TURISTICA.....	20
2.3. MARCO CONCEPTUAL	20
2.3.1. ACTIVIDAD TURISTICA.....	20
2.3.2. ATRACTIVO TURISTICO.....	21



2.3.3. SERVICIOS TURISTICOS.	21
2.3.4. IMAGEN TURISTICA.	21
2.3.5. PLANTA TURISTICA.	22
2.3.6. INSTALACIONES TURISTICAS.....	22
2.3.7. SEÑALIZACION TURISTICA	22
2.3.8. PERCEPCION DEL TURISTA.....	23
2.4. VARIABLE E INDICADORES.....	23
2.4.1. IDENTIFICACIÓN DE LA VARIABLE.	23
2.4.2. OPERACIONALIZACION DE VARIABLES.....	23
CAPÍTULO III	25
METODO DE INVESTIGACIÓN	25
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	25
3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.	25
3.3. POBLACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	25
3.4. MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.....	25
3.5. TECNICAS DE RECOLECCION DE DATOS.	25
3.6. PLAN DE ANALISIS DE DATOS.	26
CAPÍTULO IV	27
RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	27
4.1. PRESENTACIÓN Y FIABILIDAD DEL INSTRUMENTO APLICADO	27
4.1.1. PRESENTACIÓN DEL INSTRUMENTO	27
4.1.2. FIABILIDAD DEL INSTRUMENTO APLICADO	28
4.2. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA	29
4.3. RESULTADOS DE LAS DIMENSIONES DE LA VARIABLE ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	30
4.3.1. ATRACTIVOS Y ENTORNO DEL DESTINO TURÍSTICO	30
4.3.2. FACILIDADES Y SERVICIOS TURÍSTICOS OFRECIDOS EN EL DESTINO TURÍSTICO	33
4.3.3. ACCESIBILIDAD DEL DESTINO TURÍSTICO	36
4.3.4. IMAGEN DEL DESTINO TURÍSTICO.....	38
CAPITULO V:.....	42
DISCUSIÓN.....	42
5.1 DISCUSIÓN.....	42
5.1.1. DESCRIPCION DE HALLAZGOS MÁS RELEVANTES	42
5.1.2. LIMITACIÓN DE ESTUDIO.	44
5.1.3. COMPARACIONES CRÍTICAS CON LA LITERATURA EXISTENTE.....	44



5.1.4. IMPLICANCIAS DE ESTUDIO.....	45
5.2 PROPUESTA.....	45
5.2.1. NOMBRE DE LA PROPUESTA.....	45
5.2.2. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	45
5.2.3. OBJETIVO DE LA PROPUESTA.....	46
5.2.4. DESCRIPCION DE LA PROPUESTA.....	46
5.2.5. PRESUPUESTO.....	49
A. CONCLUSIONES.....	50
B. RECOMENDACIONES.....	52
C. BIBLIOGRAFIA.....	53
D. INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS.....	56
E. VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS.....	58
ANEXOS.....	60
A. MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	61
B. MATRIZ DE INSTRUMENTOS.....	62



Índice de tablas

Tabla 2 Distribución de los ítems del cuestionario	27
Tabla 3 Descripción de la Baremación y escala de interpretación.....	28
Tabla 4 Estadísticas de fiabilidad.....	28
Tabla 4 Sexo de los encuestados	29
Tabla 4 Edad de los encuestados	29
Tabla 4 Grado académico.....	30
Tabla 5 Indicadores de la dimensión atractivos y entorno del destino turístico	31
Tabla 6 Atractivos y entorno del destino turístico	32
Tabla 7 Indicadores de la dimensión facilidades y servicios turísticos ofrecidos en el destino turístico.....	33
Tabla 8 Facilidades y servicios turísticos ofrecidos en el destino turístico	35
Tabla 9 Indicadores de la dimensión accesibilidad del destino turístico	36
Tabla 10 Accesibilidad del destino turístico	38
Tabla 11 Indicadores de la dimensión imagen del destino turístico	39
Tabla 12 Imagen del destino turístico	40



RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado DIAGNOSTICO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA EN LAS SUKANKAS DEL SECTOR SAYWA DEL DISTRITO DE URURBAMBA – CUSCO 2020. Tiene como objetivo principal describir la actividad turística en las Sukankas del sector Saywa del distrito de Urubamba – Cusco 2020.

La presente investigación es cuantitativa, básica y de nivel descriptivo ya que genera conocimiento, en este caso consiste en diagnosticar como se realiza actividad turística en las Sukankas del distrito de Urubamba. Y el diseño no experimental, porque se realizará un proceso de investigación de manera participativa con los visitantes a las Sukankas.

Se concluyo que, a actividad turística en las Sukankas del sector Saywa, genera ingresos económicos al distrito de Urubamba, considerando adecuado generar turismo en las Sukankas para evitar que este atractivo pase al olvido.

Palabras Clave: ACTIVIDAD TURISTICA, DESARROLLO TURISTICO



ABSTRACT

The present research work entitled DIAGNOSIS OF TOURIST ACTIVITY IN THE SUKANKAS OF THE SAYWA SECTOR OF THE DISTRICT OF URURBAMBA - CUSCO 2020. Its main objective is to describe the tourist activity in the Sukankas of the Saywa sector of the Urubamba district - Cusco 2020.

The present investigation is quantitative, basic and descriptive level since it generates knowledge, in this case it consists of diagnosing how tourist activity is carried out in the Sukankas of the Urubamba district. And the non-experimental design, because a participatory research process will be carried out with the visitors to the Sukankas.

It was concluded that tourism activity in the Sukankas in the Saywa sector generates economic income for the Urubamba district, considering it appropriate to generate tourism in the Sukankas to avoid this attraction being forgotten.

Key Words: TOURISM ACTIVITY, TOURISM DEVELOPMENT



CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La actividad turística a nivel mundial se da por el desplazamiento del lugar de residencia del turista, el pernocte por un período superior a un día y menor a un año para el disfrute y conocimiento de un determinado destino turístico (Rodriguez, 2016, pág. 11), Las actividades turísticas permiten mejorar la economía de la población directa e indirectamente. Siendo un factor importante en la economía mundial ya que genera ingresos económicos a diferentes países por las diferentes actividades que se desarrollan desde turismo de aventura, cultural, místico etc. Siendo el turismo una de las actividades más reconocidas e importantes a nivel mundial y es uno de ellos sectores de más rápido crecimiento (OMT, 2008), la actividad turística hoy en día se convirtió en una fuente de ingresos económicos para los lugares visitados ayudando a sus pobladores generando nuevos empleos para ellos y dinamizando la economía siendo un factor importante para la mejora de la calidad de vida de los pobladores de los diferentes atractivos turísticos alrededor del mundo.

En el Perú el desarrollo de la actividad turística se ha convertido en una fuente principal de ingreso económico, tanto así que representa el 3,8% del Producto Bruto Interno (PBI) (Camara Nacional de Turismo Peru, 2019), generando empleos directos e indirectos y la inversión privada, este crecimiento hace que hoy en día se tenga la diversificación y competencia entre destinos turísticos, ayudando a las comunidades a beneficiarlas en su desarrollo, el Perú se ve beneficiado de recibir una buena cantidad de visitantes debido a tener una diversidad de atractivos a lo largo de su territorio ayudando a los pobladores con nuevos puestos de trabajo,



mejorando la economía de los pueblos, debido a esto la actividad turística en el Perú forma parte del crecimiento económico creando un efecto positivo en el país.

En la Región Cusco la actividad turística constituye una gran fuente de ingreso económico, siendo uno de los destinos más visitados en el Perú. Se desarrolla principalmente en lo cultural seguido por las actividades de aventura, místico, etc. La principal provincia donde se desarrolla las actividades turísticas es la Provincia de Urubamba, principalmente en el Distrito de Machupicchu, quedando relegados los distritos que se encuentran a lo largo de la ruta de acceso al Distrito de Machupicchu; como es el caso de la capital de la Provincia que viene a ser el Distrito de Urubamba que es considerada como un paraíso bíblico en la crónica de Antonio de Leon Pinelo, una bella ciudad que se encuentra a los 2875 metros sobre el nivel del mar, donde los turistas pasan de largo sin tener la oportunidad de conocer los recursos turísticos que se encuentran en las inmediaciones de dicho distrito que son simbólicas e importantes dentro de la historia del distrito mencionado, el único factor que desarrolla en este punto el Distrito de Urubamba es la gastronomía donde básicamente los turistas se detienen para almorzar en diferentes restaurantes turísticos que se encuentran a lo largo de la vía de acceso al distrito debido a que Urubamba es el punto de descanso de varios tours como son Valle Sagrado, Valle Sagrado Vip, Machupicchu 1 noche 2 días, entre otros.

Esto nos demuestra que la actividad turística en la capital de la provincia, en el distrito de Urubamba es mínima, de seguir así se pierde la opción de seguir mejorando las oportunidades económicas de la población, dejando de lado la riqueza histórica y cultural del distrito de Urubamba, la actividad turística es un fenómeno social que permite al visitante conocer la cultura del distrito y a los pobladores conocer e intercambiar conocimientos con los visitantes este es un punto más que se pierde al tener una actividad turística mínima en el distrito más aun teniendo tantos recursos turísticos dentro del distrito como es el caso de las Sukankas del Sector Saywa, miradores astronómicos importantes en la época del Incanato, que servían para registrar



el solsticio de invierno (INTI RAYMI), establecer los calendarios, tiempos de siembra, tiempos de cosecha, etc. Dichas Sukankas se encuentran en la cima del Cerro Saywa a 3765 metros sobre el nivel del mar, desde el mirador se puede observar los nevados de CHICON y VERONICA, así como parte de los distritos de Urubamba, Yucay y Chinchero, siendo las Sukankas un símbolo del distrito de Urubamba todo aquel que visita y mira al cerro Saywa pregunta por que es lo que se encuentra en la cima, con el paso de los años la población recién va tomando conciencia del atractivo turístico con el que cuenta que es de gran potencial y se da cuenta como este atractivo fue olvidado en diversas gestiones municipales.

En la actualidad este recurso turístico de las Sukankas no está adecuadamente promocionando por parte de la Municipalidad de Urubamba por ende no es conocido y ofertado por los operadores turísticos, se necesita un mejor manejo del atractivo turístico mencionado, la entidad mencionada debe de velar por el mantenimiento y desarrollo de la actividad turística en las Sukankas, la accesibilidad para llegar al recurso no tiene señalización, el camino necesita mejorarse son puntos clave y necesarios para poder ofertar de una manera adecuada a este atractivo tan importante en Urubamba.

La presente investigación pretende plantear una propuesta de recorrido, así como la promoción y gestión que debe tener este potencial turístico Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba.

1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA.

1.2.1. PROBLEMA GENERAL.

¿Cómo se desarrolla la actividad turística en las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba – Cusco 2020?



1.2.2. PROBLEMAS ESPECIFICOS.

- ¿Cuál es el atractivo y entorno del recurso turístico en las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba – Cusco 2020?
- ¿Cuáles son las Facilidades y servicios turísticos ofrecidos en el recurso turístico en las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba – Cusco 2020?
- ¿Cómo es la accesibilidad del recurso turístico en las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba – Cusco 2020?
- ¿Cuál es la imagen del recurso turístico en las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba – Cusco 2020?

1.3. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACIÓN.

1.3.1. CONVENIENCIA.

Con el presente trabajo de investigación se pretende adquirir conocimientos de la actividad turística en las Sukankas del sector Saywa, para así poder describir la importancia de estos torreones astronómicos y su revaloración como recurso turístico del distrito de Urubamba.

1.3.2. RELAVANCIA SOCIAL

El presente trabajo de investigación beneficiara a los habitantes del distrito de Urubamba, ya que dicho distrito es el contexto determinado para la investigación.

1.3.3. IMPLICANCIAS PRÁCTICAS.

El presente trabajo de investigación abrirá un paso a nuevas investigaciones por parte de estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Andina del Cusco. Ayudando así a crear una mayor conciencia en el desarrollo de la actividad turística.



1.3.4. VALOR TEORICO.

El presente trabajo de investigación contribuirá dando a conocer las Sukankas del sector Saywa, como un recurso dentro del distrito de Urubamba y la actividad turística en el recurso mencionado.

1.3.5. UTILIDAD METODOLOGICA.

El presente trabajo de investigación es una investigación básica de nivel descriptivo y de diseño no experimental.

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

1.4.1. OBJETIVO GENERAL.

Describir la Actividad Turística en las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba – Cusco 2020.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- Describir el atractivo turístico de las en las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba – Cusco 2020.
- Determinar las facilidades y servicios turísticos ofrecidos en el recurso turístico de las en las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba – Cusco 2020.
- Identificar la accesibilidad al recurso turístico de las en las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba – Cusco 2020.
- Describir cual es la imagen del recurso turístico de las en las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba – Cusco 2020.

1.5. DELIMITACION DE LA INVESTIGACIÓN.

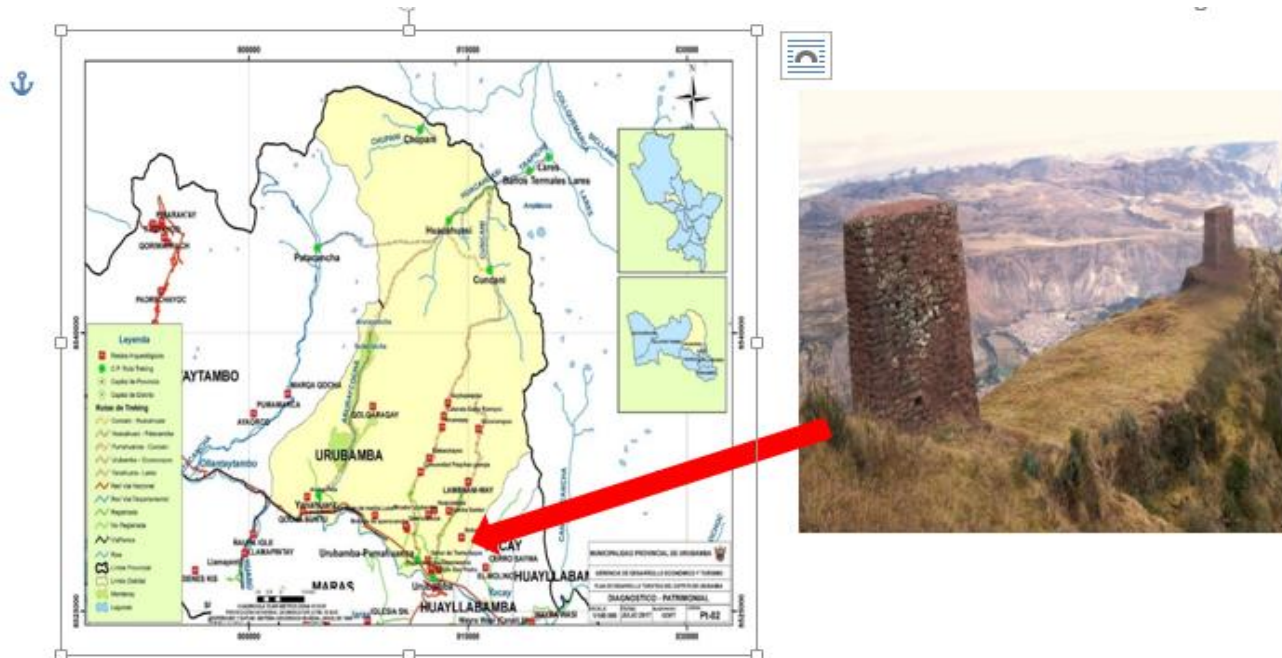
1.5.1. DELIMITACION TEMPORAL.

La presente investigación se realizará durante los meses de febrero, marzo, abril, mayo y junio del 2020.



1.5.2. DELIMITACION ESPACIAL.

La presente investigación se realiza en las Sukankas del Sector Saywa que está ubicado en la comunidad de Chicón dentro del distrito de Urubamba



Fuente: Mapa Referencial, Elaboración equipo técnico del PDTDU 2017.



CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION.

2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES.

Tesis titulada “**EL TURISMO COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO**”. Presentado por **Graciela Benceny** para obtener el título de licenciado en turismo, Tesis presentada en la Universidad Nacional del Mar del Plata, Argentina el año 2009. En la cual plantea analizar el turismo, la actividad turística como estrategia de desarrollo.

Llegando a las siguientes conclusiones:

Primera: El sector privado participa indirectamente en la gestión del turismo a través del debate, consulta y planificación de una estrategia común que surge del espacio brindado por la Comisión Municipal de Turismo, pero la ausencia de participación directa en el organismo municipal de turismo. A través de las diferentes entrevistas realizadas a los distintos actores socio-institucionales, se percibe una sociedad dispuesta a trabajar por la ciudad, que si bien no es su ciudad natal es la ciudad adoptada para vivir, demuestran un fuerte apego e lazos de identidad en pos de un futuro compartido

Segunda: En Villa Gesell el sector privado posee cierta representatividad en la vida ciudadana y reúne las instituciones directamente vinculadas con el sector turístico: la Asociación de Hoteles, Restaurantes, Confiterías y Afines de Villa Gesell y la Cámara de Concesionarios de Unidades Turísticas Fiscales de Playa. Además, existen otras instituciones vinculadas indirectamente con la actividad turística: Cámara de Comercio e Industria de Villa Gesell y la Cámara Empresarial Inmobiliaria vinculadas indirectamente con la actividad turística. La asociatividad entre los distintos actores socio-institucionales relevados se manifiesta en la



asistencia a encuentros de comercialización turística y con respecto al organismo de turismo municipal, si bien existe un diálogo fluido, la articulación encuentra su espacio de reflexión común en el seno de la Comisión Municipal de Turismo.

Tercera: Al realizar el relevamiento de las instituciones representativas del tercer sector con vinculación directa o indirecta con la actividad turística, el primer obstáculo que se encontró fue la carencia de un sistema de información que refleje la situación actual del mismo. El segundo problema reviste un matiz jurídico, si bien las instituciones del tercer sector pueden asumir diferentes denominaciones o formas de organización, no siempre es obligatorio su inscripción en registros públicos, dado que una unión voluntaria entre un grupo de personas para lograr un fin específico puede ser transitoria, y no necesariamente estar registrada legalmente, por lo tanto, existen representantes del tercer sector cuyo accionar transcurre sin mediar registro alguno.

- La presente investigación pretende dar a conocer y analizar como la actividad turística es una estrategia de desarrollo social y económico, al parecer de la tesista plantea una serie de opciones para que la actividad turística sea considerada como una estrategia de desarrollo, involucrando al sector privado ya que este posee cierta representatividad con la población, la mayoría de las instituciones están relacionadas al sector turismo, esto se podría plantear en el caso de las Sukankas del sector Saywa debido a que el distrito de Urubamba cuenta con empresas e instituciones privadas relacionadas al turismo, cabe resaltar que Urubamba posee una planta turística, en este caso se trabajaría de la mano con el sector público, la municipalidad provincial de Urubamba para generar una actividad turística adecuada y esta sea planteada como una estrategia de desarrollo para la población.



Tesis titulada “**TURISMO Y SU IMPORTANCIA EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO EN AMÉRICA LATINA: EL CASO DEL ECUADOR**”. Presentado por **Juan Carlos Lamboggia Ortiz** para obtener el título de licenciado en turismo y hotelería, Tesis presentada en la Universidad Nacional de Ecuador, el año 2014. En la cual plantea describir la importancia del turismo para el crecimiento económico en Ecuador.

Llegando a las siguientes conclusiones:

Primera: Al analizar la relación de los ingresos del turismo con el crecimiento económico de América Latina se encontró que los mismos a pesar de tener un efecto positivo en el crecimiento económico, no tienen significancia estadística, lo que muestra que las economías latinoamericanas basan su crecimiento en sectores diferentes al turismo. Sin embargo, el crecimiento del turismo sí tiene un efecto positivo y significativo en el crecimiento económico.

Segunda: el turismo no ha sido un factor determinante en el crecimiento económico de América Latina de manera global, más sí lo ha sido para un grupo de países que han adoptado políticas para impulsar el sector; por lo tanto, es necesario considerar el potencial que este sector podría tener en los países de la región. Estos resultados comprueban la primera hipótesis planteada en este análisis.

Tercera: Al profundizar el estudio para el caso de Ecuador encontramos que los ingresos generados por el turismo tienen significancia estadística en el crecimiento económico y un efecto positivo en el mismo.

- La presente investigación describe la actividad turística y como esta aporta al crecimiento económico de América Latina específicamente en el caso del Ecuador, al parecer del tesista analiza como los ingresos del turismo contribuyen al crecimiento económico teniendo este un efecto positivo en la economía del Ecuador, también analizo las políticas para impulsar dicho sector, si se aplica este análisis económico de turismo



en las Sukankas del sector Saywa del distrito de Urubamba se logrará describir como la actividad turística en el atractivo mencionado mejorará y aportará al crecimiento económico en el Distrito de Urubamba, y a su vez este generará un efecto positivo en el mismo.

2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES.

Tesis titulada: “**IDENTIDAD CULTURAL Y ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL CENTRO POBLADO COMUNIDAD NATIVA KECHWA WAYKU, LAMAS – 2018**”.

Presentado por el Bachiller **Lucy Abigail Ramírez Cabrera**, para optar el Título Profesional de Licenciado en administración en Turismo y Hotelería en la universidad Cesar Vallejo

Donde el objetivo Determinar la relación entre la Identidad Cultural y la Actividad Turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, evaluando, analizando y estableciendo la relación entre las variables, en el trabajo de investigación se encontró el desarrollo de la actividad turística siendo esta importante para el desarrollo de la identidad cultural del lugar de estudio.

Llegando a las siguientes conclusiones:

Primera: Se concluye en la existencia de una influencia significativa entre festividades, animaciones y la actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018, Evidenciándose, una correlación positiva moderada, afirmando que a mayor fortalecimiento de las festividades y animaciones aumentara la actividad turística en el Centro Poblado. A pesar de ello, del 41% de los moradores no participa, en la cual el 29.6% participa poco en activamente en sus festividades locales y solo el 11.3% casi nada siente aprecio hacia sus festividades locales.

Segunda: Se concluye que existe una influencia significativa entre cultura material, natural y la actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018.



Evidenciándose una correlación positiva moderada, afirmando que a mayor fortalecimiento de la cultura material y natural aumentara la actividad turística en el Centro Poblado. Aun que un 25.4% casi nada sabe cómo confeccionar las cerámicas, al igual de cómo realizar artes textiles y mientras el 18.3% poco muestran que tienen algo en contra de que los turistas visiten su comunidad.

Tercera: Se concluye en la existencia de una influencia significativa entre estilo de vida y la actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018. Evidenciándose una correlación positiva baja, afirmando que a mayor fortalecimiento del estilo de vida aumentara la actividad turística en el Centro Poblado. Mientras tanto, el 31% conoce poco sobre sus costumbres, además domina poco su idioma nativo, además le incomoda que los turistas observen su estilo de vida. Además, que el poblador del centro poblado se siente reacio por los operadores turísticos que no contribuyen en proyecciones sociales a la comunidad porque el 43.7% confía poco en las empresas turísticas que visitan su comunidad, además tiene algo en contra de las empresas turísticas. Mientras el 30% totalmente le gustaría trabajar con las empresas turísticas.

Cuarta: Se concluye que existe una influencia significativa entre identidad cultural y la actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018, Evidenciándose, una correlación positiva moderada, afirmando que a mayor fortalecimiento de la identidad cultural aumentara la actividad turística en el Centro Poblado. Aunque algunas dimensiones que conforman la variable identidad cultural mostraron tener una relación moderada con la actividad turística, debido principalmente por la perspectiva de los moradores con respecto a los Operadores Turísticos, según la modificación de su estilo de vida.

- La presente investigación determina la importancia de la Identidad Cultural y la Actividad Turística en el centro poblado de la comunidad nativa de Kechwa Wayku,



donde la tesista describe la influencia significativa entre las festividades y la actividad turística en la comunidad nativa mencionada siendo esta relación importante para el desarrollo de actividades turísticas, que van relacionadas con la cultura material y natural siendo estas de gran influencia para la realización de las actividades turísticas, el estilo de vida de la población sumado a los demás factores hacen que se fortalezca la identidad cultural y estas ayuden al fortalecimiento de la actividad turística, si se considera cada uno de los factores mencionados, el desarrollo de la actividad turística en las Sukankas del sector Saywa se obtendrá una mejor relación e identificación con la identidad cultural de los pobladores en el distrito de Urubamba, se conoce la importancia de las festividades costumbristas en Urubamba, así como su patrimonio cultural e inmaterial factores que ayudaran al fortalecimiento de la Identidad cultural y por ende a la mejor realización de actividades turísticas en el distrito de Urubamba.

Tesis titulada: “**TURISMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO DE LOS PUEBLOS Y REGIONES DEL PERÚ**” Presentado por **Sigrid Stefani Cruz Ledesma** para obtener el Título de Licenciado en Turismo de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, el año 2017. Con el objetivo de plantear la actividad turística para el desarrollo de los pueblos y regiones del Perú específicamente el caso de Callahuanca.

Llegando a las siguientes conclusiones:

Primero: Actualmente el turismo es desarrollado en muchos países y tomado como una actividad económica de primer orden llegando a ser el principal sustento de la economía de muchos de ellos. En el caso del Perú, este cuenta con los suficientes recursos para poder desarrollar una actividad turística muy diversa en torno a ellos, pero a veces la falta de conocimiento hace que sólo se ofrezcan los destinos ya conocidos y se produzca de esta manera una sobreexplotación que muchas veces puede llevar al deterioro y pérdida de los mismos.



Segundo: Puesto que el turismo es un fenómeno social, no sólo contribuye a un país en el aspecto económico, sino también en el cultural. Las muchas interacciones que se realizan producen una aculturación en dónde los pueblos intercambian y adquieren las características propias de otra cultura diferente a la suya, como son hábitos, costumbres, valores, tradiciones, etc. Depende mucho de las autoridades y de la creación de una conciencia turística en la población para garantizar que este fenómeno turístico no tenga un impacto negativo en el núcleo receptor.

Tercero: Los municipios están obligados a regular de una u otra manera la actividad turística dentro de su jurisdicción, con el único objetivo de velar por el mantenimiento y desarrollo de la actividad, así como de los recursos que dan origen a ésta. Es en este sentido que muchos deben de contar con una oficina que se dedique exclusivamente a las labores de regulación y promoción de la actividad, así como en trabajar de manera conjunta con otras divisiones para un desarrollo más coordinado a nivel municipal o regional.

Cuarto: El desarrollo de la actividad turística en Callahuanca se viene dando de manera lenta pero paulatina; la población recién va tomando conciencia acerca del gran potencial con el que cuenta y que por tantos años no consideró de importancia. Es así que en el marco del Plan Puriq se viene sensibilizando a la población para lograr el desarrollo económico social en base a sus recursos turísticos.

- La presente investigación tuvo la finalidad de plantear la actividad turística para el desarrollo de los pueblos y regiones del Perú en especial en Callahuanca, donde la tesista describe como la actividad turística se desarrolla en muchos países estas contribuyen a la economía de ellos, el Perú cuenta con muchos recursos para diversificar la actividad turística dentro del territorio nacional dando opciones a los visitantes de conocer diversos atractivos/ destinos debido a que el turismo es un fenómeno social que no solo aporta económicamente si no en un entorno mas cultural por las diversas interacciones



que se producen al realizar las diferentes actividades turísticas, las municipalidades juegan un papel muy importante ya que ellos tienen el deber de velar por el mantenimiento y desarrollo de las actividades turísticas dentro de su jurisdicción, en el caso del distrito de Urubamba la Municipalidad a través de la oficina de turismo necesita mejorar el desarrollo de la actividad turística en las Sukankas del sector Saywa ya que dicha actividad se viene dando de una manera lenta y la población poco a poco va conociendo y tomando conciencia del potencial turístico con el que cuentan.

2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES.

Tesis titulada: “**ACTIVIDAD TURÍSTICA DEL CAMINO INCA Y SUS IMPACTOS EN LA COMUNIDAD DE PISCACUCHO DISTRITO DE OLLANTAYTAMBO**”

Presentado por **Solenka Yanina Bustinza Villano** para obtener el Título de Licenciado en Turismo de la Universidad Andina del Cusco el año 2017. Con el objetivo de Determinar, describir e Identificar como es la actividad turística en la comunidad de Piscacucho.

Llegando a las siguientes conclusiones:

Primera: Los impactos del turismo identificados en la comunidad de Piscacucho generados por la actividad turística del Camino Inca en cuanto al aspecto Económicos son: impacto positivo, se está generando beneficios económicos a un 57.4 %, de la población participante; en lo negativo existe un déficit de las instalaciones turísticas que son las que generan ingresos económicos a la población.

Segunda: Impacto Sociocultural, como impacto positivo, la actividad turística genera empleo a un 85.5 % y un 81.5% de la población, desean ser partícipes en la actividad turística de manera directa, en cuanto al impacto negativo, con un 79.5 %, no hay identidad por parte de su población juvenil, además del abandonado de actividades tradicionales como la agricultura.



Tercera: En cuanto al aspecto Ambiental, como impacto positivo existe conciencia ambiental en la población, gracias a las capacitaciones del SERNANP, pero el 78 %, de la población considera que está habiendo alteraciones del paisaje natural de la comunidad por la construcción de viviendas, y contaminación de las vías del tren y del inicio del Camino Inca.

- La presente investigación determina, identifica y describe como se da la actividad turística en la comunidad de Piscacucho donde la tesista identifica cuales son los impactos que genera la actividad turística en dicha comunidad, escoge 3 impactos el primero Económico que es positivo seguido por el socio cultural que también genera un impacto positivo y por ultimo el ambiental que es positivo debido a que la población tiene una conciencia ambiental, se necesita realizar esta identificación y análisis de los impactos en las Sukankas del sector Saywa para determinar como la actividad turística genera dichos impactos en el atractivo mencionado para así poder generar medidas de prevención en caso sean negativos.

Tesis titulada: “**DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE EN LA LOCALIDAD DE MOLLEPATA CUSCO - 2017**” Presentado por **Brian Arturo Pazos Pérez** para obtener el Título de Licenciado en Turismo de la Universidad Andina del Cusco el año 2017. Con el objetivo de describir el desarrollo de la actividad turística en Mollepata y como esta influye en el desarrollo turístico de dicha localidad.

Llegando a las siguientes conclusiones:

Primera: el Desarrollo Turístico Sostenible en la localidad de Mollepata en el que se muestra que el 12.1% de pobladores económicamente activos de la localidad de Mollepata, consideran que el Desarrollo Turístico Sostenible esta poco desarrollado, 87.9% consideran que esta medianamente desarrollado. Además, se evidencia los promedios de sus dimensiones mostrando que la sostenibilidad económica tiene promedio de 2.03 lo cual indica que esta poco



desarrollado, la sostenibilidad social y cultural tiene promedio de 3.15 lo cual indica que esta medianamente desarrollado, la sostenibilidad ambiental tiene promedio de 3.16 lo cual indica que esta medianamente desarrollado. Por lo tanto, el desarrollo turístico sostenible tiene promedio de 2.78 lo cual indica que esta medianamente desarrollado.

Segunda: Se describió la dimensión de Sostenibilidad Económica de la localidad de Mollepata, mostrando que el 19.8% de pobladores económicamente activos de la localidad de Mollepata, consideran que la sostenibilidad económica está nada desarrollada, 67% consideran que esta poco desarrollada y 13,2% consideran que esta medianamente desarrollada. Además los resultados de sus indicadores son la recepción de ingresos tiene promedio de 2.10 lo cual indica que esta poco desarrollado, la creación de empleo tiene promedio de 1.96 lo cual indica que esta poco desarrollado. Por lo tanto, la sostenibilidad económica tiene promedio de 2.03 lo cual indica que esta poco desarrollado.

Tercera: La dimensión Sostenibilidad Social y Cultural de la localidad de Mollepata, mostrando que el 90.1% de pobladores económicamente activos de la localidad de Mollepata, consideran que la sostenibilidad social y cultural esta medianamente desarrollado, 9.9% consideran que esta desarrollado. Además, los resultados de sus indicadores muestran que el respeto de los valores culturales tiene promedio de 3.34 lo cual indica que esta medianamente desarrollado, el mantenimiento de los equilibrios sociales tiene promedio de 2.97 lo cual indica que esta medianamente desarrollado. Por lo tanto, la sostenibilidad social y cultural tiene promedio de 3.15 lo cual indica que esta medianamente desarrollado.

- La presente investigación describe como es el desarrollo de la actividad turística en Mollepata donde el tesista describe a los pobladores que son económicamente activos, y a su vez estos consideran que la actividad turística en la localidad esta medianamente desarrollada, debido a esto hay poca generación de empleos relacionados a la actividad



turística, a pesar de que la localidad cuenta con una sostenibilidad social y cultural, en el caso del distrito de Urubamba las Sukankas del sector Saywa no están promocionadas por ende la actividad turística no genera empleos relacionados a este atractivo importante del distrito.

2.2. BASES TEORICAS.

2.2.1. TEORIA DE LA ACTIVIDAD TURISTICA

Según la (OMT, 2008, pág. 8) son Aquellas actividades que las personas realizan mientras están de viaje en entornos donde no es habitual que se encuentren, cuyos fines son el ocio, los negocios u otros y duran períodos inferiores a un año. También define 2 tipos formas de turismo a nivel mundial, teniendo el primer tipo relacionado a un país dado los cuales son: Turismo Interno: que son las personas que viajan dentro del país de origen, Turismo receptor: que son las personas que no son residentes del país y Turismo emisor: son los residentes del país que viajan a otros países.

El segundo tipo está relacionado con las formas de turismo los cuales son: Turismo interior: turismo interno y turismo receptor, Turismo nacional: interno y emisor y Turismo internacional: turismo receptor y turismo emisor.

Según (Rodriguez, 2016, pág. 12) La actividad turística comprende el desplazamiento del lugar habitual de residencia, la pernoctación por un período superior a 24 horas y menor a un año para el goce y disfrute de un destino turístico. Por lo tanto, esta actividad implica el uso y contratación de medios de transporte, alojamiento.

Según, (Flores Ruiz, 2008, pág. 56) El turismo es una actividad múltiple, donde están englobados diferentes sectores y actividades de la economía como son: Hotelería, Agencias de Viajes, Transporte, Entre otros.



Además, esta actividad es estudiada desde diferentes áreas como son: Economía, Geografía, Social- antropológico, Entre otros.

El autor menciona a los sujetos vinculados a dicha actividad los cuales son: Entidades públicas de Turismo, Empresario turístico, Usuario turístico, Entidad turística no empresarial y Profesiones turísticas

2.2.2. ATRACTIVO TURISTICO

Según la (OMT, 2008, pág. 22) son “Elementos con potencial turístico que aún no cuentan con las medidas necesarias para atender visitantes aun así presentan como un activo turístico en stock”.

Según (PENTUR, 2016, pág. 30) “El turismo viene a ser una actividad económica que con el tiempo va creciendo en referencia a las llegadas de turistas internacionales, promediando de 4,5% entre el 2011 y el 2015 de crecimiento; siendo uno de los sectores económicos más estables a nivel mundial”.

Según (Navarro, 2010, pág. 18), los atractivos turísticos vienen a ser los recursos turísticos inventados o convertidos que ayudan a facilitar una determinada experiencia turística, teniendo así una división entre los: Atractivos creados: un ejemplo los festivales folclóricos y Atractivos convertidos: un ejemplo los sitios arqueológicos.

Según (MEF, 2011, pág. 24) La Jerarquización de los atractivos turísticos, depende de la capacidad de atracción al atractivo, como también mide el impacto que puede ocasionar tanto el turismo internacional como el nacional o interno, la jerarquización se encarga de dar una valoración al atractivo con la finalidad de atraer nuevos visitantes. Se divide en 4, las cuales son: ATRACTIVOS DE JERARQUIA IV: son los que atraen por su cuenta a visitantes, turismo receptivo, ATRACTIVOS DE JERARQUIA III: son los que atraen en menor medida nuevos visitantes, ATRACTIVOS DE JERARQUIA II: son los que tienen rasgos atractivos que pueden



motivar a nuevos visitantes a conocer dichos atractivos y ATRACTIVOS DE JERARQUIA I: son los que no cumplen con los méritos suficientes para fomentar la visita, pero son considerados dentro del Patrimonio.

2.2.3. SERVICIOS TURISTICOS.

Según la (OMT, 2008, pág. 29) “el conjunto de hechos y actividades, que brindan prestaciones personales buscando satisfacer las necesidades del turista contribuyendo al logro de facilitación, acercamiento, uso y disfrute de los recursos turístico”.

Dicha entidad señala que los Servicios Turísticos se refiere a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de en el rubro turístico, que tienen la facilidad de satisfacer las necesidades de los turistas considerando el disfrute del mismo a través de empresas intermediarias de transporte, alojamiento, etc.

(Navarro, 2010, pág. 18) Clasifica a las empresas intermediarias en brindar servicios turísticos de la siguiente manera: Servicios de Alojamiento, Servicios de Alimentación, Servicios de Transporte, Servicios de Guía, Servicios de información, Servicios de Agencias de Viaje y Servicios de Consultoría Turística.

Según (Ramírez Cavassa, 2015, pág. 33): “Es el conjunto de actividades que funcionan a la par con la finalidad de responder a las expectativas de los turistas en relación a los componentes socio-económicos de una determinada corriente turística”. El autor considera 4 características importantes de los servicios turísticos los cuales son: Intangibles, Indisociables (que no se pueden separar), Variables y Perecederos.



2.2.4. IMAGEN TURISTICA

Según (camprubi, 2008, pág. 36) “la unión de ideas e impresiones que tiene una persona de un determinado lugar, teniendo énfasis en la satisfacción o insatisfacción que el turista tiene acerca del recurso”.

Según el mismo autor encontramos tipos de imágenes como son: Imagen universal: que va en relación a la evolución de la historia, Imagen Efímera: la reinterpretación de las imágenes según los medios como el cine, literatura, etc. e Imagen inducida: es la que va más relacionada al marketing para influir en la toma de decisiones del turista.

Según (Rodriguez, 2016, pág. 13) “esa percepción del turista sobre el destino, que es apreciada a partir de la influencia del marketing sobre un lugar determinado”

(Femenia, 2010, pág. 47) Habla en relación a los Factores asociados con la imagen de un destino turístico, con la finalidad de que se conviertan en una nueva oferta llamativa, haciendo que las personas se familiaricen con el destino turístico, considerando 4 factores asociados los cuales son: Familiaridad, Reputación, Confianza y Satisfacción

2.3. MARCO CONCEPTUAL

2.3.1. ACTIVIDAD TURISTICA.

Según (Canarias, 2010, pág. 15) describe que las actividades turísticas buscan ofrecer al turista la posibilidad de ocupar su tiempo, forman parte de la oferta turística y comprende toda una serie de productos, servicios y actividades en los que el propio turista es agente activo y pasivo de la propia actividad turística a desarrollar.

Por otro lado (Navarro, 2010, pág. 17) define a la actividad turística como aquella actividad que tiene la finalidad de brindar a los turistas un servicio turístico, considera clases de actividades turísticas las cuales son: Alojamiento turístico, Restauración, Organización de productos y



servicios turísticos, Comercialización de productos o servicios turísticos y Transporte de pasajeros.

2.3.2. ATRACTIVO TURISTICO.

Según (Intosh, 1983, pág. 58) el atractivo turístico considera todo aquel lugar objeto o acontecimiento relacionado al turismo un ejemplo claro son las actividades culturales, los monumentos, etc.; constituyendo así una motivación para el incremento de la demanda turística de un país.

La (MINCETUR, 2015, pág. 16) describe al atractivo turístico en un lugar de interés para los turistas que por lo general posee un valor cultural, significado histórico o simplemente relacionado para la recreación.

2.3.3. SERVICIOS TURISTICOS.

(Navarro, 2010, pág. 18) Define a los servicios turísticos como el conjunto de actividades que tienen la finalidad de corresponder las exigencias del turista, el autor da a entender que es toda aquella hecha por el ser humano, buscando satisfacer las necesidades específicas relacionadas al desplazamiento turístico y por ende al rubro del turismo.

(Gamboa, 2009, pág. 76) Considera al servicio turístico como la transferencia y venta de bienes turísticos hace notar la relación entre el productor y consumidor. Tiene la finalidad de satisfacer al turista.

2.3.4. IMAGEN TURISTICA.

(camprubi, 2008, pág. 36) Explica que la imagen de un destino turístico son Percepciones de los turistas sobre un destino en relación a los beneficios y valores de consumo.

(San Martin, 2009) Describe que la imagen de destino se relaciona un factor “de atracción” dicho factor es parte de un proceso de elección de un determinado destino turístico.



2.3.5. PLANTA TURISTICA.

Según (Navarro, 2010, pág. 20) Se considera planta turística a la unión de los servicios primarios y secundarios que tienen la finalidad de satisfacer las expectativas del turista, se basa en los estándares de calidad, cuyas partes son la prestación de alimentos, transporte y alojamiento.

La autora (Bugnone, 2005, pág. 88) define a la planta turística como una combinación de bienes y servicios turísticos formados por: Instalaciones que ayudan a satisfacer las necesidades del turista durante su desplazamiento.

2.3.6. INSTALACIONES TURISTICAS.

Según la (MINCETUR, 2015, pág. 18) las instalaciones turísticas son instalaciones físicas que se involucran con el atractivo turístico para ser utilizadas durante la visita turística en el manual de elaboración de proyectos turístico presenta los siguientes ejemplos de instalaciones turísticas: Miradores, Museos, Centros de interpretación, Paradores turísticos, Entre otros.

Según (Navarro, 2010, pág. 22) la infraestructura turística es la unión de instalaciones e instituciones que ayudan al desarrollo del turismo siendo conformada por: Servicios Básicos, Transporte, Servicios de protección al turista, Comercio turístico, Entre otros.

Según (MEF, 2015): son las empresas que facilitan al turista la permanencia en el lugar de destino (alojamiento, restaurantes, desplazamiento, etc.).

2.3.7. SEÑALIZACION TURISTICA

Según (MINCETUR, 2015, pág. 20) es un componente importante que mejora la orientación e información de los visitantes, está compuesto de carreteras, caminos y la señalización de ellos.

Según (MEF, 2011) la señalización turística se sitúa en zonas de interés turístico como son los parques naturales, por lo general se realiza con sistemas diseñados a medida.



2.3.8. PERCEPCION DEL TURISTA

Según (arellano, 2010, pág. 64) es el proceso donde la persona escoge, organiza y analiza los estímulos para para que así pueda ver el mundo de una manera racional y con significado, esto depende de las primeras impresiones, es la experiencia de la sensación siendo la forma en la que el ser humano ve el mundo.

El autor (cantu, 2011, pág. 112) indico que la precepción viene del término latino perceptivo que significa es tener la capacidad para recibir mediante los sentidos las impresiones, o también el hecho de comprender y conocer algo

2.4. VARIABLE E INDICADORES.

2.4.1. IDENTIFICACIÓN DE LA VARIABLE.

Se consideró la variable de Actividad Turística

2.4.2. OPERACIONALIZACION DE VARIABLES.

Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Variable de estudio: Actividad Turística: Consiste en aquellas actividades que las personas realizan mientras están de viaje en entornos donde no es habitual que se encuentren, cuyos fines son el ocio , los negocios u otros y	Las actividades turísticas están compuestas por 4 componentes los cuales son: • Atractivos y entorno del destino turístico • Facilidades y servicios turísticos ofrecidos en el destino turístico • Accesibilidad del destino turístico	Atractivos y entorno del destino turístico: los atractivos constituyen el fin del desplazamiento turístico, se conoce como el lugar, objeto u acontecimiento. (Rodríguez, 2016, pág. 11) Facilidades y servicios turísticos ofrecidos en el destino turístico: es	Lugar Objeto Acontecimiento Planta Turística Equipamiento



duran períodos inferiores a un año. (OMT, 2008, pág. 8)

- **Imagen del destino turístico** (Rodríguez, 2016, pág. 11)

la planta turística que se encuentra conformada por el equipamiento (servicios básicos) y las instalaciones (construcciones para la práctica de la actividad turística). (Rodríguez, 2016, pág. 11)

Instalaciones

Accesibilidad del destino turístico: es un componente importante que mejora la orientación e información de los visitantes, está compuesto de carreteras, caminos y la señalización de ellos. (MINCETUR, 2015)

Carreteras

Caminos

Señalización

Imagen del destino turístico: la unión de ideas e impresiones que tiene una persona de un determinado lugar, teniendo énfasis en la satisfacción o insatisfacción que el turista tiene acerca del recurso (camprubi, 2008, pág. 36)

Percepción del turista

Satisfacción del turista

Fuente: Elaboración propia



CAPÍTULO III

METODO DE INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

La presente investigación es de nivel descriptivo, describe los fenómenos, situaciones, contextos, y eventos; detallarlos como son y de qué manera se manifiestan.

3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.

El diseño de la presente investigación es, no experimental ya que se realiza la observación de los fenómenos en su entorno natural para poder ser analizados.

3.3. POBLACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La población está constituida por los excursionistas que llegan al sector Saywa que, en su mayoría de estos, son los estudiantes de la carrera técnica de Oficial de Turismo del Instituto Superior Público La Salle de Urubamba durante el año 2020.

3.4. MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.

Se utilizará el muestreo no probabilístico de carácter voluntario que tendrá un aproximado de 60 personas.

3.5. TECNICAS DE RECOLECCION DE DATOS.

TECNICAS	INSTRUMENTOS
Encuesta	Cuestionario
Fotografía	Cámara fotográfica



3.6. PLAN DE ANALISIS DE DATOS.

Se realizará un conteo numérico de las respuestas en base a la escala de Likert usando el sistema estadístico denominado SPSS versión 25.0.



CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

4.1. PRESENTACIÓN Y FIABILIDAD DEL INSTRUMENTO APLICADO

4.1.1. PRESENTACIÓN DEL INSTRUMENTO

Para describir la Actividad Turística en las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba – Cusco 2020, se encuestó a 60 personas, en el que se considera 16 ítems distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 1

Distribución de los ítems del cuestionario

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems
Actividad turística	Atractivos y entorno del destino turístico	Lugar	1, 2
		Objeto	3
		Acontecimiento	4
	Facilidades y servicios turísticos ofrecidos en el destino turístico	Planta Turística	5
		Equipamiento	6
		Instalaciones	7, 8
	Accesibilidad del destino turístico	Carreteras	9
		Caminos	10
		Señalización	11
	Imagen del destino turístico	Percepción del turista	12, 13, 14
		Satisfacción del turista	15, 16

Fuente: Elaboración propia

Para las interpretaciones de las tablas y figuras estadísticas se utilizó la siguiente escala de baremación e interpretación.



Tabla 2

Descripción de la Baremación y escala de interpretación

Promedio	Escala de Interpretación
1,00 – 1,80	Muy inadecuado
1,81 – 2,60	Inadecuado
2,61 – 3,40	Poco adecuado
3,41 – 4,20	Adecuado
4,21 – 5,00	Muy adecuado

Fuente: Elaboración propia

4.1.2. FIABILIDAD DEL INSTRUMENTO APLICADO

Para determinar la fiabilidad del cuestionario utilizado en la descripción de la Actividad Turística en las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba – Cusco 2020. Se utilizó la técnica estadística “Índice de consistencia Interna Alfa de Cronbach”, para lo cual se considera lo siguiente:

- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es mayor o igual a 0.8. Entonces, el instrumento es fiable, por lo tanto, las mediciones son estables y consistentes.
- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es menor a 0.8. Entonces, el instrumento no es fiable, por lo tanto, las mediciones presentan variabilidad heterogénea.

Para obtener el coeficiente de Alfa de Cronbach, se utilizó el software SPSS, cuyo resultado fue el siguiente:

Tabla 3

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.805	16

Como se observa, el Alfa de Cronbach tiene un valor de 0.805 por lo que se establece que el instrumento es fiable para el procesamiento de datos.



4.2. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

Tabla 4

Sexo de los encuestados

	F	%
Masculino	27	45,0%
Femenino	33	55,0%
Total	60	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Con respecto al sexo de las personas encuestadas, en la tabla N° 4 se puede notar que la mayoría de la población encuestada representada con un 55% por el género femenino, por otra parte, el 45% de la población encuestada está representada por el género masculino.

Tabla 5

Edad de los encuestados

	F	%
18 – 22	13	21,7%
23 – 30	41	68,3%
31- 45	6	10,0%
Total	60	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Con relación a la edad de las personas encuestadas, en la tabla N° 5 se puede constatar sobre las edades que en primer lugar se encuentran en el rango de 23 – 30 años tienen un 68.3%, donde se concentra el mayor número de personas encuestadas, seguido por el segundo lugar que son las personas encuestada en el rango 18 – 22 años tienen un 21.7% y el tercer lugar están las personas encuestadas en el rango de 31 – 45 años con el 10%. Por consiguiente, la mayoría de la población encuestada se encuentra entre los 23 y 30 años de edad.



Tabla 6

Grado académico

	f	%
Estudiante	30	50,0%
Superior universitario	22	36,7%
Superior Técnico	8	13,3%
Total	60	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Respecto al grado académico de las personas encuestadas, en la tabla N° 6 se puede ver que la mayoría de los encuestados son estudiantes teniendo el 50%, seguidamente por personas con nivel de estudios superior universitario representando el 36.7% y por último personas con nivel de estudio superior técnico representando al 13.3%.

4.3. RESULTADOS DE LAS DIMENSIONES DE LA VARIABLE ACTIVIDAD TURÍSTICA

Para describir la Actividad Turística en las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba – Cusco 2020, se describe las dimensiones: Atractivos y entorno del destino turístico, servicios turísticos ofrecidos en el destino turístico, Accesibilidad del destino turístico, Imagen del destino turístico. Los resultados se presentan a continuación:

4.3.1. ATRACTIVOS Y ENTORNO DEL DESTINO TURÍSTICO

El objetivo es describir el atractivo turístico de las en las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba – Cusco 2020.



A) Resultados de los indicadores de la dimensión atractivos y entorno del destino turístico

Tabla 7

Indicadores de la dimensión atractivos y entorno del destino turístico

	Lugar		Objeto		Acontecimiento	
	f	%	f	%	f	%
Muy inadecuado	1	1,7%	1	1,7%	1	1,7%
Inadecuado	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Poco adecuado	3	5,0%	0	0,0%	4	6,7%
Adecuado	22	36,7%	25	41,7%	24	40,0%
Muy adecuado	34	56,7%	34	56,7%	31	51,7%
Total	60	100,0%	60	100,0%	60	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- Con respecto a la tabla N° 7, el indicador lugar: El 56.7% de la población encuestada indica que las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba, es muy adecuada para formar parte de la oferta turística del distrito en mención, así como también dicho recurso turístico tiene la fuerza motivacional para generar visitas turísticas, seguido por el 36.7% que opina que las Sukankas son adecuadas tanto para ser incluidos en la oferta turística y tener fuerza motivacional para la visita, el 5% de la población encuestada considera poco adecuado el hecho que las Sukankas sean consideradas dentro de la oferta turística, que el recurso tenga la fuerza motivacional para la visita turística, por último el 1.7% de los encuestados consideran muy inadecuado que el recurso en mención forme parte de la oferta turística y tenga fuerza motivacional para la visita turística.
- Con respecto a la tabla N° 7, el indicador objeto se observa que el 56.7% de los encuestados consideran muy adecuado el hecho que las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba deben ser consideradas más



en investigaciones debido a la importancia de este recurso en la época del Incanato siendo instrumentos usados para contar los días, diferenciar las temporadas, así como la llegada de los solsticios, seguido por el 41.7% de la población encuestada que considera a las Sukankas objeto de más investigaciones, el 1.7% opina que las Sukankas muy inadecuado el hecho de que las Sukankas sean consideradas en más investigaciones.

- Con respecto a la tabla N° 7, el indicador acontecimiento nos muestra que el 51.7% de los encuestados considera muy adecuado que los acontecimientos astronómicos que ocurren en las Sukankas deben de tener más difusión por parte de las entidades relacionadas al turismo, el 40% de la población encuestada considera adecuado difundir los acontecimientos astronómicos que ocurren en el recurso turístico, el 6.7% opina que es poco adecuado la mayor difusión de los acontecimientos astronómicos que se dan en las Sukankas y por último el 1.7% opina que es muy inadecuado la difusión de los acontecimientos astronómicos en las Sukankas.

B) Resultados de la dimensión atractivos y entorno del destino turístico

Tabla 8

Atractivos y entorno del destino turístico

	f	%
Muy inadecuado	1	1,7%
Inadecuado	0	0,0%
Poco adecuado	1	1,7%
Adecuado	16	26,7%
Muy adecuado	42	70,0%
Total	60	100,0%



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- En relación a la dimensión Atractivos y entorno del destino turístico, en la tabla N° 8 se observa que el 70% de la población encuestada considera muy adecuado la actividad turística en las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba debido a que es un elemento con potencial turístico, el 26.7% opina que es adecuada la actividad turística entorno al atractivo turístico en mención ya que es un atractivo convertido que ayuda a facilitar la experiencia turística del visitante, el 1.7% de la población considera poco adecuado el atractivo y entorno de las Sukankas, Por último el 1.7% considera muy inadecuado presentar el atractivo turístico como un lugar de interés.

4.3.2. FACILIDADES Y SERVICIOS TURÍSTICOS OFRECIDOS EN EL DESTINO TURÍSTICO

El objetivo es determinar las facilidades y servicios turísticos ofrecidos en el recurso turístico de las en las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba – Cusco 2020

A) Resultados de los indicadores de la dimensión facilidades y servicios turísticos ofrecidos en el destino turístico

Tabla 9

Indicadores de la dimensión facilidades y servicios turísticos ofrecidos en el destino turístico

Planta Turística		Equipamiento		Instalaciones	
f	%	F	%	f	%



Muy inadecuado	4	6,7%	1	1,7%	1	1,7%
Inadecuado	18	30,0%	1	1,7%	11	18,3%
Poco adecuado	21	35,0%	8	13,3%	20	33,3%
Adecuado	11	18,3%	29	48,3%	24	40,0%
Muy adecuado	6	10,0%	21	35,0%	4	6,7%
Total	60	100,0%	60	100,0%	60	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- Respecto a la tabla N° 9, el indicador Planta Turística, el 35% de la población encuestada considera que contó con un poco adecuada planta turística durante su visita a las Sukankas del sector Saywa, seguido por el 30% de la población que considera inadecuada planta turística durante la visita a las Sukankas, el 18.3% de los encuestados opinan que durante su visita contaron con una adecuada planta turística, el 10% de la población encuestada considera muy adecuada la planta turística existente para la visita a las Sukankas y el 6.7% de los encuestados considera muy inadecuada la planta turística para la visita.
- Con el indicador equipamiento se observa en la tabla N° 9 el 48.3% de la población encuestada adecuado el requerimiento de equipamiento (servicios básicos) para llegar a las Sukankas del sector Saywa, el 35% considera muy adecuada el uso de equipamientos para llegar a las Sukankas, el 13.3% opina que es poco adecuado los servicios básicos para llegar a las Sukankas, el 1.7% considera que es inadecuado los servicios básicos para llegar a las Sukankas y por último el 1.7% de la población considera muy inadecuado el requerimiento de equipamiento (servicios básicos) para llegar a las Sukankas.



- Respecto a la tabla N° 9, el indicador instalaciones la mayoría de la población encuestada que representa el 40% que considera adecuada la necesidad de tener instalaciones turísticas para visitar las Sukankas, como también consideran que las instituciones competentes en turismo brindan instalaciones para ayudar las visitas, el 33.3% considera poco adecuado la necesidad de instalaciones turísticas, así como que las instituciones brinden estas, el 18.3% considera inadecuado el uso de instalaciones turísticas para llegar a las Sukankas así como lo brindado por las instituciones competentes en turismo, el 6.7% de la población encuestada opina que es muy adecuado el uso de instalaciones turísticas para visitar las Sukankas, también considera que las instituciones relacionadas al turismo brindan dichas instalaciones para facilitar las visitas, el 1.7% de la población considera muy inadecuado el uso de instalaciones turísticas y que las instituciones competentes en turismo brinden instalaciones para facilitar la visita.

B) Resultados de la dimensión facilidades y servicios turísticos ofrecidos en el destino turístico

Tabla 10

Facilidades y servicios turísticos ofrecidos en el destino turístico

	f	%
Muy inadecuado	1	1,7%
Inadecuado	5	8,3%
Poco adecuado	29	48,3%
Adecuado	18	30,0%
Muy adecuado	7	11,7%
Total	60	100,0%

Fuente: Elaboración propia



Interpretación y análisis:

- En relación a la dimensión de facilidades y servicios turísticos en la tabla N° 10 se observa que la mayoría de la población encuestada representada por un 48.3% considera poco adecuado los servicios turísticos que son los bienes ofrecidos en las Sukankas del sector Saywa que buscan satisfacer las necesidades de los turistas, el 30% considera adecuado los servicios turísticos que buscan satisfacer las expectativas de los turistas relacionados a los ámbitos socio-económicos, el 11.7% opina que es muy adecuado la prestación de servicios turísticos, el 8.3% considera inadecuado los servicios turísticos en torno a las Sukankas, el 1.7% considera muy inadecuado la prestación de servicios turísticos.

4.3.3. ACCESIBILIDAD DEL DESTINO TURÍSTICO

El objetivo es identificar la accesibilidad al recurso turístico de las en las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba – Cusco 2020

A) Resultados de los indicadores de la dimensión accesibilidad del destino turístico

Tabla 11

Indicadores de la dimensión accesibilidad del destino turístico

	Carreteras		Caminos		Señalización	
	f	%	F	%	f	f
Muy inadecuado	3	5,0%	17	28,3%	20	33,3%
Inadecuado	9	15,0%	28	46,7%	27	45,0%
Poco adecuado	11	18,3%	15	25,0%	13	21,7%
Adecuado	17	28,3%	0	0,0%	0	0,0%
Muy adecuado	20	33,3%	0	0,0%	0	0,0%



Total	60	100,0%	60	100,0%	60	100,0%
-------	----	--------	----	--------	----	--------

Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- Con el indicador carreteras en la tabla N° 11, se observa que el 33.3% de la población encuestada considera muy adecuada la necesidad una carretera que ayude a facilitar la visita de los turistas a las Sukankas, el 28.3% opina que es adecuado contar con una carretera que facilite la visita, el 18.3% considera poco adecuado la necesidad de una carretera para facilitar la visita, el 15% considera inadecuado la necesidad de una carretera para facilitar la visita a las Sukankas, por último, el 5% considera muy inadecuado el contar con una carretera para llegar a la visita a las Sukankas.
- Respecto a la tabla N° 11, el indicador caminos, la mayoría de la población encuestada representada por el 46.7% considera inadecuado que los caminos para llegar a las Sukankas del sector Saywa se encuentren en buen estado, el 28.3% considera muy inadecuado los caminos no se encuentran en buen estado y por último el 25% opina que es poco adecuado ya que los caminos no se encuentran en buen estado.
- Con respecto al indicador señalización, en la tabla N° 11 se observa que la mayoría de encuestados equivale al 45% que consideran inadecuada la existencia de señalización dentro de la ruta a las Sukankas del sector Saywa, el 33.3% considera muy inadecuada la señalización en la ruta hacia las Sukankas y el 21.7% de la población encuestada considera poco adecuada la existencia de señalización en la ruta.



B) Resultados de la dimensión accesibilidad del destino turístico

Tabla 12

Accesibilidad del destino turístico

	f	%
Muy inadecuado	9	15,0%
Inadecuado	20	33,3%
Poco adecuado	28	46,7%
Adecuado	3	5,0%
Muy adecuado	0	0,0%
Total	60	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- Respecto a la dimensión accesibilidad del destino turístico, en la tabla N° 12 se observa a la mayoría de los encuestados representados por el 46.7% consideran que es poco adecuada la accesibilidad a las Sukankas que ayudan a la mejora de la orientación en información de los visitantes, 33.3% señala que es inadecuada la accesibilidad a las Sukankas ya que son necesarias por ser zona de interés turístico, el 15% considera muy inadecuada la accesibilidad para llegar a las Sukankas y el 5% de la población encuestada señala que es adecuada la accesibilidad a las Sukankas.

4.3.4. IMAGEN DEL DESTINO TURÍSTICO

El objetivo es describir cual es la imagen del recurso turístico de las en las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba – Cusco 2020.



A) Resultados de los indicadores de la dimensión imagen del destino turístico

Tabla 13

Indicadores de la dimensión imagen del destino turístico

	Percepción del turista		Satisfacción del turista	
	f	%	f	%
Muy inadecuado	1	1,7%	1	1,7%
Inadecuado	1	1,7%	2	3,3%
Poco adecuado	17	28,3%	11	18,3%
Adecuado	35	58,3%	39	65,0%
Muy adecuado	6	10,0%	7	11,7%
Total	60	100,0%	60	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- Con respecto a el indicador de percepción del turista, en la tabla N° 13 se observa que la mayoría de los encuestados equivalen al 58.3% consideran adecuado que las Sukankas del sector Saywa son un buen lugar para visitar, el 28.3% considera poco adecuado que las Sukankas sean adecuadas para la visita, el 10% considera muy adecuado a las Sukankas para realizar una visita, el 1.7% opina que es inadecuado para realizar una visita y el otro 1.7% considera muy inadecuado para poder visitar.
- Respecto a la tabla N° 13, el indicador satisfacción del turista se observa lo siguiente, la mayoría de los encuestados que equivalen al 65% que considera adecuado que la instituciones competentes en turismo deberían poner interés en este atractivo turístico, la belleza paisajística que se observa en las Sukankas cumple con sus expectativas, el 18.3% considera poco adecuado el interés que deberían poner las instituciones



relacionadas al turismo así como la belleza paisajística que rodea las Sukankas, el 11.7% considera muy adecuado que se las instituciones relacionadas al turismo presten atención a este atractivo poco conocido así como la belleza paisajística que rodea la zona, el 3.3% considera inadecuado que las instituciones relacionadas al turismo preste atención a este nuevo atractivo turístico, así como a la belleza paisajística que rodea las Sukankas, por último el 1,7% considera muy inadecuado que se preste atención a los nuevos atractivos y a la belleza paisajística que rodea las Sukankas.

B) Resultados de la dimensión imagen del destino turístico

Tabla 14

Imagen del destino turístico

	f	%
Muy inadecuado	1	1,7%
Inadecuado	1	1,7%
Poco adecuado	21	35,0%
Adecuado	36	60,0%
Muy adecuado	1	1,7%
Total	60	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- Con respecto a la dimensión imagen del destino turístico, en la tabla N° 14 se observa que la mayoría de los encuestados que equivalen al 60% considera adecuada la imagen como la opinión que tienen los visitantes sobre las Sukankas del sector Saywa este puede obtener una influencia del marketing, el 35% de la población



encuestada considera poco adecuada la imagen de las Sukankas del sector Saywa, el 1.7% considera muy adecuada la imagen turística del atractivo, el 1.7% considera inadecuada la imagen del atractivo y por último el 1.7% opina que es muy inadecuada la imagen del destino turístico y esto influye en la toma de decisiones del turista.



CAPITULO V:

DISCUSIÓN

5.1 DISCUSIÓN

5.1.1. DESCRIPCION DE HALLAZGOS MÁS RELEVANTES

El presente trabajo de investigación se realizó para describir cómo es la actividad turística en las Sukankas del sector Saywa del distrito de Urubamba.

En relación a los resultados obtenidos por el estudio de investigación se puede decir que la actividad turística en las Sukankas del sector Saywa constituye un aporte importante para la población del distrito de Urubamba a través del atractivo turístico, los servicios turísticos, la accesibilidad al atractivo y la imagen que tiene el atractivo en mención, despiertan el interés para la visita turística.

Las actividades turísticas engloban diferentes sectores y actividades económicas los cuales son la hotelería, agencias de viaje, transporte, etc. (Flores Ruiz, 2008), se logró comprobar a través de las encuestas realizadas a los visitantes a las Sukankas del sector Saywa que el 71.7% considera adecuada la realización de actividades turísticas en las Sukankas por ser un atractivo nuevo y llamativo para generar la visita turística, la población encuestada tiene un rango de edad entre los 23 y 30 años, siendo la mayoría de encuestados estudiantes. En relación a los atractivos turísticos, escogieron a las Sukankas del sector Saywa como un lugar para visitar esto señala que tiene que formar parte de la oferta turística del distrito de Urubamba reflejado en el 56.7%, el mismo porcentaje de encuestados señala que debe ser objeto de nuevas investigaciones por la importancia de este atractivo dentro de la historia del Incanato, siendo este atractivo donde ocurrían acontecimientos astronómicos y se podía ver los solsticios como también cambios de temporadas esto está reflejado en el 51.7% que considera muy adecuada la



difusión de dichos eventos. Revelando así el potencial turístico de las Sukankas con un 70% de encuestados que considera muy adecuado.

En cuanto a las facilidades y servicios turísticos el 48.3% la población encuestada piensa que son poco adecuados los servicios turísticos alrededor de las Sukankas del sector Saywa que vienen a ser los bienes ofrecidos para satisfacer las necesidades y expectativas de los visitantes al atractivo turístico mencionado, si hablamos de la planta turística considerada con un indicador la opinión de los encuestados resuelve que el 35% conceptúa como poco adecuada la planta turística existente en el distrito de Urubamba durante su visita, pese a tener hoteles, restaurantes y servicios de transporte en las inmediaciones del distrito, los servicios básicos son necesarios para llegar a las Sukankas y esto va respaldado por el 48.3% que aprueba de manera adecuada el uso de estos equipamientos, los encuestados opinaron que es adecuada la necesidad de tener instalaciones turísticas para visitar las Sukankas y la necesidad de que las instituciones relacionadas al turismo brinden dichas instalaciones para el mejor conocimiento del atractivo turístico mencionado.

Otro punto importante viene a ser la accesibilidad a las Sukankas donde el 46.7% que equivale a la mayoría de los encuestados considera poco adecuada la accesibilidad al atractivo turístico, se necesita mejorar ya que es un punto importante para la orientación de los visitantes, seguido con el tema de las carreteras donde el 33.3% opina que es muy adecuada la necesidad de tener una carretera para llegar al atractivo turístico facilitaría la llegada al punto de partida acortando el tiempo de caminata, con respecto a los caminos se consideran inadecuado el buen estado de los caminos esto equivale al 46.7% este punto siendo preocupante debido a que sin un buen camino no se puede llegar fácil ni adecuadamente al atractivo turístico, por otro lado la población respondió que no existe señalización en el camino hacia las Sukankas siendo este el 45%, es necesaria la señalización así facilitara la llegada al atractivo.



En cuanto a la imagen de las Sukankas del sector Saywa el 60% establece que es adecuada la imagen de este atractivo turístico que puede trabajar del par con el marketing para realzar el valor cultural, si hablamos de la imagen hablamos de la percepción del turista que el 58.3% de la población encuestada menciona que es un lugar adecuado para realizar una visita turística, necesitando más difusión por parte de la municipalidad de Urubamba, en el caso de la satisfacción del turista el 65% responde que es adecuado la puesta en valor de este atractivo turístico por parte de las entidades relacionadas al turismo.

5.1.2. LIMITACIÓN DE ESTUDIO.

- Al hacer el estudio se apreció escasez de información acerca de las Sukankas del sector Saywa.
- Al estar en el aislamiento social por el COVID -19 impidió el desplazamiento con libertad para realizar las encuestas.
- Dejaron de haber visitas turísticas y se tuvo que trabajar con excursionistas para ser encuestados.

5.1.3. COMPARACIONES CRÍTICAS CON LA LITERATURA EXISTENTE

Se logró observar en los antecedentes de estudio de Argentina y Ecuador que se presentan en la presente investigación que en estos lugares la actividad turística está presente como un factor de desarrollo que motiva el crecimiento económico siendo de suma importancia para las zonas estudiadas. La actividad turística en las Sukankas del sector Saywa tiene el potencial para poder formar parte de la oferta turística local, generando así afluencia turística y dinamizando la economía local de los habitantes del distrito de Urubamba.

En referencia a la autora (Cruz Ledesma, 2017) en la tesis **TURISMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO DE LOS PUEBLOS Y REGIONES DEL PERÚ**, menciona que nuestro país cuenta con suficientes recursos para realizar la actividad turística, que a veces la carencia de



conocimiento hace que solo se ofrezcan destinos conocidos, es lo que sucede con las Sukankas situadas en Urubamba un lugar de pase a Machupicchu donde se detienen solo para almorzar. La misma autora describe como se da la actividad turística en Callahuanca que al igual que las Sukankas es lenta, la población necesita tomar conciencia acerca del potencial turístico con el que cuentan.

En referencia a la autora (Benceny, 2009) en la tesis titulada EL TURISMO COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO, menciona la importancia y necesidad de contar con servicios turísticos para realizar la actividad turística, teniendo relación con la segunda dimensión que son los servicios turísticos como son la planta turística, servicios básicos e instalaciones turísticas, en relación a las instalaciones turísticas el presente antecedente describe la importancia de las instituciones representativas del turismo para realizar la actividad turística.

5.1.4. IMPLICANCIAS DE ESTUDIO.

La presente investigación posibilita al visitante a las Sukankas del sector Saywa del distrito de Urubamba conocer como es la actividad turística en dicho atractivo, a la municipalidad en como promocionar y gestionar el atractivo mencionado para que así sea un aporte a la economía local beneficiando a los pobladores del distrito en mención.

5.2 PROPUESTA.

5.2.1. NOMBRE DE LA PROPUESTA.

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE RECORRIDO Y PROMOCIÓN DE LAS SUKANKAS
DEL SECTOR SAYWA DEL DISTRITO DE URUBAMBA

5.2.2. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.

En relación a lo obtenido por las encuestas se logró comprobar la importancia de la actividad turística en las Sukankas del sector Saywa que no cuentan con una adecuada promoción turística, y el camino para llegar al atractivo no cuenta con una debida señalización; por tal



motivo se pretende proponer un plan de recorrido turístico y promoción turística para generar mayor afluencia turística e ingresos económicos para los pobladores del distrito de Urubamba.

5.2.3. OBJETIVO DE LA PROPUESTA.

Esta propuesta tiene como objetivo la elaboración de un plan de recorrido turístico y promoción turística de las Sukankas del sector Saywa ayudando a dinamizar la economía de los pobladores del distrito de Urubamba, generando el aumento de la afluencia turística al atractivo turístico, creando así nuevas formas de trabajo, empleo para los pobladores y el desarrollo turístico del distrito de Urubamba.

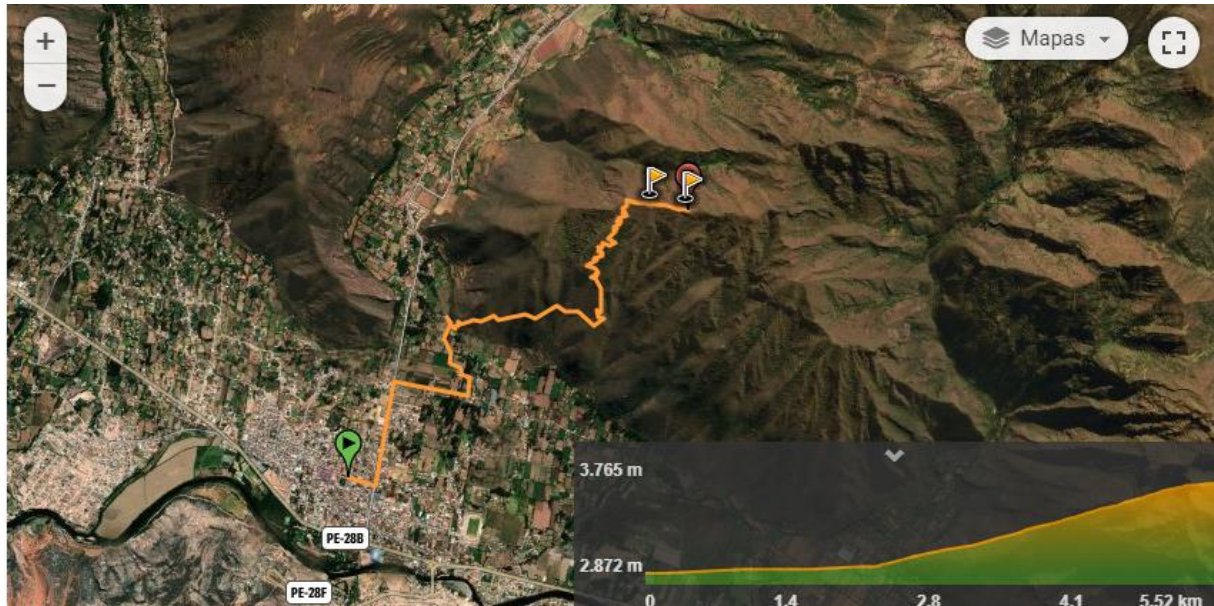
5.2.4. DESCRIPCION DE LA PROPUESTA.

El presente plan se enfoca en la ruta para llegar a las Sukankas del sector Saywa para mejorar la actividad turística dentro del distrito de Urubamba, también enfocarse en la promoción turística del atractivo mencionado a través de estrategias que se mencionan a continuación:

- Elaboración de un mapa de recorrido desde el punto de partida hasta las Sukankas del sector Saywa.
- Elaboración de materiales que ayuden a la promoción turística de las Sukankas como son los folletos, mapas que motiven el interés de los visitantes.
- Capacitación a los encargados de la oficina de Turismo de la Municipalidad de Urubamba en la difusión y promoción de este atractivo turístico.
- Difusión de las Sukankas del sector Saywa a través de las redes sociales.
- Implementación de los materiales para la promoción de las Sukankas en la oficina de información turística de la municipalidad de Urubamba.
- Implementación de una carretera que facilite la llegada a las Sukankas del sector Saywa



a. LA RUTA A LAS SUKANKAS DEL SECTOR SAYWA



Fuente: Google Earth

El recorrido inicia en la plaza de armas del distrito de Urubamba, que se encuentra a los 2,872 metros sobre el nivel del mar, la distancia recorrida hasta llegar a las Sukankas es de 5.53 kilómetros, el tiempo aproximado de caminata son 3 horas hasta llegar al destino, las Sukankas están a 3765 metros sobre el nivel del mar.



b. ELABORACIÓN DEL FOLLETO DE INFORMACION SOBRE LAS
SUKANKAS DEL SECTOR SAYWA

SUKANKAS DEL SAYWA



Miradores que
cumplian la función
de indicar los cambios
de temporada, los
solsticios.

Ubicadas en el distrito de
Urubamba a 3765 m.s.n.m
fueron de suma importancia
en la época Inca.



TORREONES
ASTRONOMICOS
DE 6 METROS
DE LARGO Y 2
DE ANCHO





5.2.5. PRESUPUESTO

Se realizó el siguiente presupuesto para la realización del presente plan de recorrido y promoción.

ARTICULO	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Folletos	Hoja Bond A5	1000	S/. 0.20	S/. 200.00
Mapas	Hoja Bond A5	1000	S/. 0.20	S/. 200.00
Trípticos	Papel Couche A4 Full color	1000	S/. 0.30	S/. 300.00
Cartel	Gigantografia 3m x 1m	6	S/. 80.00	S/. 480.00
Cartel de señalización en madera	Según diseño de 40cm x 40 cm	8	S/. 50.00	S/. 400.00
Publicidad por Televisión	Video promocional de 45'' por temporadas	4 spots por cada temporada	(auspicio DIRCETUR)	S/.0.00
Publicidad por Redes Sociales	Publicación del video promocional	Durante un mes	(auspicio Municipalidad de Urubamba)	S/. 0.00
TOTAL				S/. 1980.00



A. CONCLUSIONES

Primero: La presente investigación describió la actividad turística en las Sukankas del sector Saywa, donde se concluye que la actividad turística ayuda a generar ingresos económicos al distrito de Urubamba, la población considera que es adecuado que se genere turismo en las Sukankas para evitar que este atractivo pase al olvido, el distrito de Urubamba cuenta con una planta turística al ser un punto de paso para llegar al distrito de Machupicchu, pero no cuenta con caminos ni señalización óptima para llegar al atractivo mencionado, todo esto se ve reflejado en los resultados obtenidos en las encuestas un 71.7% considera adecuada la realización de actividades turísticas en las Sukankas.

Segundo: Con respecto al atractivo turístico la presente investigación describió como es el atractivo turístico de las Sukankas del sector Saywa, dando a conocer el interés de los encuestados por que sea un objeto de investigaciones por los sucesos astronómicos que necesitan la difusión por parte de las entidades relacionadas al turismo, por ultimo este atractivo turístico se considera un buen lugar para realizar visitas turísticas, generando la fuerza motivacional para la visita, se vio reflejado en los resultados de las encuestas donde el 70% considera la actividad turística en las Sukankas debido a que es un elemento con potencial turístico para beneficio del distrito de Urubamba.

Tercero: La presente investigación determinó cuales son los servicios turísticos con los que cuenta, concluyendo que se necesita una adecuada planta turística, servicios de transporte que faciliten el llegar a las Sukankas, así como los servicios básicos para que llegar estos equipamientos se pueden describir como los sistemas de vías, sistema de transporte, servicio de abasto y atención médica, las instalaciones son necesarias para brindar información turística, en el caso de las Sukankas de cómo llegar cuanto tiempo dura la caminata, la historia del recurso turístico y dar información de que llevar, como vestir, etc. En general se debe de poner énfasis en los bienes ofrecidos, esto se vio reflejado en los resultados de las encuestas realizadas a los



visitantes donde el 48.3% considera poco adecuado los servicios turísticos en el distrito de Urubamba.

Cuarto: Se identificó como es la accesibilidad a las Sukankas del sector Saywa concluyendo que no se cuentan con caminos en buen estado ni con la debida señalización, la necesidad de tener una carretera es importante para facilitar la llegada a dichas Sukankas, en la ruta cada uno debe de hacerse el camino ya que no cuenta con una delimitación, y si hablamos de la señalización es inexistente, donde se observo los resultados de las encuestas donde el 46.7% concluyo que la accesibilidad para llegar a las Sukankas es poco adecuada.

Quinta: Se describió cual es la imagen de las Sukankas del sector Saywa llegando a las siguientes conclusiones, según la percepción de los visitantes son un buen lugar para visitar, pero se necesita más promoción por parte de la Municipalidad de Urubamba, la belleza paisajística que tiene el atractivo mencionado es impresionante satisfaciendo a los visitantes cumpliendo la expectativa de ellos al visitar las Sukankas, según los resultados obtenidos a través de las encuestas el 60% considera adecuado la imagen del destino turístico de las Sukankas.



B. RECOMENDACIONES

Primero: La Municipalidad de Urubamba debería poner más interés en el desarrollo las actividades turísticas realizas en las Sukankas del sector Saywa, por ser Urubamba un lugar de afluencia turística, por ser zona de pase para su principal atractivo turístico que es Machupicchu y sus atractivos complementarios que son Moray, las salineras, Chinchero y Ollantaytambo, esto pone a la Provincia de Urubamba como un eje turístico muy importante de la región Cusco esto implica diversificar los recursos turísticos como es el caso de las Sukankas, para así poder generar mayores ingresos económicos en la población y crear más trabajos.

Segundo: Las instituciones relacionadas al turismo como DIRCETUR, DDC y junto a la municipalidad deberían mejorar las condiciones de los caminos implementar una debida señalización para facilitar la accesibilidad a las Sukankas esto generaría la facilidad para llegar al atractivo mencionado, siendo un lugar de interés para la visita turística.

Tercero: La municipalidad de Urubamba debería promocionar visitas a las Sukankas con ayuda de los institutos que forman guías en el distrito de Urubamba para que más personas conozcan este atractivo turístico, la historia y belleza paisajística que rodea a las Sukankas.



C. BIBLIOGRAFIA

arellano, R. (2010). *Marketing enfoque America Latina*. .

Beltrán-Bueno, M. Á. (2013). *ENCICLOPEDIA VIRTUAL*. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/turydes/20/murcia.html>

Benceny, G. (2009). *EL TURISMO COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO. para optar el titulo de Licenciado en Turismo*. Universidad Nacional del Mar de Plata, Mar del Plata.

Bugnone, P. (2005). *el funcionameineto del sistema turistico*.

Bustinza Villano, S. Y. (2017). *Actividad turistica del camino inca y sus impactos en la comunidad de Piscacucho Distrito de Ollantaytambo. Para obter el titulo de Licenciada en Turismo*. Univeridad Andina del Cusco, Cusco.

Camara Nacional de Turismo Peru. (2019). *Portal de Turismo*. Obtenido de Portal de Turismo: <https://portaldeturismo.pe/noticia/wttc-aporte-total-del-turismo-al-peru-llega-a-us-20838-millones-y-9-8-del-pbi/>

camprubi. (2008). *Guias y comas*.

Canarias, G. d. (2010). *Consejeria de turismo*. Obtenido de http://www.gobiernodecanarias.org/turismo/dir_gral_ordenacion_promocion/actividades_complementerias/index.html

cantu, c. (2011). *Desarrollo de una cultura de calidad*. mexico.

Cruz Ledesma, S. (2017). *Turismo alternativa de desarrollo de los pueblos y regiones del Peru. para optar el titulo de Licenciada en Turismo*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.



Femenia, O. (2010). *LA IMAGEN DE UN DESTINO TURÍSTICO COMO HERRAMIENTA DE MARKETING*.

Flores Ruiz, D. (2008). *Modelo de Calgary de Crouch y Ritchie*.

Gamboa, M. (2009). *servicios turisticos* .

Gonzales, R. (2019). La importancia de la calidad en el servicio turístico. *UNITEC MEXICO*, 22-28.

Intosh, M. (1983). *Turismo, administración y Perspectiva*. Mexico.

Kart, H. W. (1942). *La Consumision Turistica*. Berna Suiza.

Lamboggia Ortiz, J. (2014). Turismo y su importancia en el crecimiento economico en america latina: caso del ecuador. *para obtener el titulo de licenciado en turismo y hoteleria*. Universidad Nacional de Ecuador, ecuador.

Martin Muñoz, A. (2018). Reflejo del impacto negativo de la actividad turística en los medios de comunicación: el caso de Málaga. *para obtar el titulo de licenciada en Turismo*. Universidad de Malaga, Malaga.

MEF. (2011). *Guia para la elaboracion de proyectos turisticos*.

MEF, P. p. (2015). *Ministerio de economia y finanzas*. Obtenido de Ministerio de economia y finanzas:
https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/capacita/2015/sector/turismo.pdf

MINCETUR. (2015). Lima.

MINCETUR. (2015). *MANUAL DE SEÑALIZACIÓN TURISTICA*. LIMA.

Navarro, D. (2010). *Cuadernos de Turismo*.



OMT, O. M. (2008). OMT terminos Basicos.

Pazos Pérez, B. A. (2017). desarrollo turistico sostenible en la localidad de Mollepata Cusco
2017. *para obtener el titulo de licenciado en Turismo*. Universidad Andina del cusco,
Cusco.

PENTUR. (2016). *DIRCETUR CUSCO*. CUSCO.

Ramírez Cavassa, c. (2015). *Servicios Turisticos I*.

Ramirez, L. A. (2018). Identidad cultural y del actividad turistica en el centro poblado
Comunidad Nativa Kqchwa Wayku. *para optar eñ tituñp de licienciado en turismo*.
Universidad Cesar Vallejo.

Rodriguez, m. (2016). *enciclopedia virtual Universidad de Malaga*. Obtenido de enciclopedia
virtual Universidad de Malaga: [http://www.eumed.net/libros-
gratis/2012a/1157/la_actividad_turistica_y_producto_turistico.html](http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/la_actividad_turistica_y_producto_turistico.html)

Rodríguez, M. V. (2016). *DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA DE INTERPRETACIÓN
CULTURAL PARA LA PROMOCIÓN Y EL DESARROLLO LOCAL DE LA ETNIA
ABORIGEN WARAO EN EL ESTADO DELTA AMACURO, VENEZUELA*. Obtenido
de universidad de malaga: [http://eumed.net/libros-
gratis/2012a/1157/la_actividad_turistica_y_producto_turistico.html](http://eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/la_actividad_turistica_y_producto_turistico.html)

San Martin, H. (2009). *ESTUDIO DE LA IMAGEN DE DESTINO TURÍSTICO* . Santander.



D. INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS.



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

CUESTIONARIO APLICADO EN LOS VISITANTES A LAS SUKANKAS DEL SECTOR SAYWA
DISTRITO DE URUBAMBA

A continuación, se presenta un conjunto de afirmaciones acerca de la Actividad turística en las Sukankas del Sector Saywa del Distrito de Urubamba, Marcar con una “X” en el casillero que corresponda a la valoración que considere más apropiada a la realidad.

Sexo: Masculino () Femenino ()

Edad: 18 - 22 () 23 - 30 () 31- 45 () 45- a mas ()

Grado Académico: Estudiante () Superior universitario () Superior Técnico ()

N°		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	El lugar de las Sukankas del sector Saywa tiene fuerza motivacional para la visita turística					
2	El lugar de las Sukankas del sector Saywa debe formar parte de la oferta turística del distrito de Urubamba					
3	Las Sukankas del sector Saywa debe ser considerado en más investigaciones					
4	Los acontecimientos astronómicos que ocurren en las Sukankas del sector Saywa, deben tener mayor difusión					
5	Para la visita a las Sukankas del sector Saywa, conto con una adecuada planta turística					
6	Se requiere equipamiento (servicios básicos) para llegar a las Sukankas del sector Saywa					
7	Son necesarias de instalaciones turísticas para visitar las Sukankas del sector Saywa					
8	Las instituciones competentes en turismo brindan instalaciones turísticas, para facilitar las visitas a las Sukankas del sector Saywa					
9	Es necesario una carretera para facilitar la visita de los turistas a las Sukankas del sector Saywa					
10	Los caminos para llegar a las Sukankas del sector Saywa se encuentran en buen estado					
11	La ruta para llegar a las Sukankas del sector Saywa cuenta con señalización					
12	Las Sukankas del sector Saywa son un buen lugar para visitar					
13	Existe promoción de las Sukankas del sector Saywa por parte de la Municipalidad de Urubamba.					



14	Las instituciones competentes en el sector turismo deberían poner más interés en atractivos nuevos como es el caso de las Sukankas del sector Saywa					
15	La belleza paisajística que rodea las Sukankas del sector Saywa cumplió con sus expectativas					
16	La infraestructura vista en la ruta que permite llegar a las Sukankas del sector Saywa, es adecuada					



E. VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS.

Procedimiento de la Baremación

La presente investigación utilizo la escala de medida para medir cada uno de los ítems:

Escala de medida	Valor
Totalmente en desacuerdo	1
En desacuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Promedio máximo de los ítems del instrumento: $\bar{X}_{max} = 5$

Promedio mínimo de los ítems instrumento: $\bar{X}_{min} = 1$

Rango: $R = \bar{X}_{max} - \bar{X}_{min} = 4$

Amplitud: $A = \frac{Rango}{Numero\ de\ escalas\ de\ interpretación} = \frac{4}{5} = 0.80$

Construcción de la Baremación:

Promedio	Escala de Interpretación
1,00 – 1,80	Muy inadecuado
1,81 – 2,60	Inadecuado
2,61 – 3,40	Poco adecuado
3,41 – 4,20	Adecuado
4,21 – 5,00	Muy adecuado



Resultados de los ítems del cuestionario

		Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
P1	El lugar de las Sukankas del sector Saywa tiene fuerza motivacional para la visita turística	1	1,7%	3	5,0%	7	11,7%	24	40,0%	25	41,7%
P2	El lugar de las Sukankas del sector Saywa debe formar parte de la oferta turística del distrito de Urubamba	1	1,7%	0	0,0%	5	8,3%	21	35,0%	33	55,0%
P3	Las Sukankas del sector Saywa debe ser considerado en más investigaciones	1	1,7%	0	0,0%	0	0,0%	25	41,7%	34	56,7%
P4	Los acontecimientos astronómicos que ocurren en las Sukankas del sector Saywa, deben tener mayor difusión	1	1,7%	0	0,0%	4	6,7%	24	40,0%	31	51,7%
P5	Para la visita a las Sukankas del sector Saywa, conto con una adecuada planta turística	4	6,7%	18	30,0%	21	35,0%	11	18,3%	6	10,0%
P6	Se requiere equipamiento (servicios básicos) para llegar a las Sukankas del sector Saywa	1	1,7%	1	1,7%	8	13,3%	29	48,3%	21	35,0%
P7	Son necesarias de instalaciones turísticas para visitar las Sukankas del sector Saywa	2	3,3%	2	3,3%	10	16,7%	23	38,3%	23	38,3%
P8	Las instituciones competentes en turismo brindan instalaciones turísticas, para facilitar las visitas a las Sukankas del sector Saywa	12	20,0%	25	41,7%	13	21,7%	7	11,7%	3	5,0%
P9	Es necesario una carretera para facilitar la visita de los turistas a las Sukankas del sector Saywa	3	5,0%	9	15,0%	11	18,3%	17	28,3%	20	33,3%
P10	Los caminos para llegar a las Sukankas del sector Saywa se encuentran en buen estado	17	28,3%	28	46,7%	15	25,0%	0	0,0%	0	0,0%
P11	La ruta para llegar a las Sukankas del sector Saywa cuenta con señalización	20	33,3%	27	45,0%	13	21,7%	0	0,0%	0	0,0%
P12	Las Sukankas del sector Saywa son un buen lugar para visitar	3	5,0%	2	3,3%	4	6,7%	11	18,3%	40	66,7%
P13	Existe promoción de las Sukankas del sector Saywa por parte de la Municipalidad de Urubamba.	25	41,7%	23	38,3%	12	20,0%	0	0,0%	0	0,0%
P14	Las instituciones competentes en el sector turismo deberían poner más interés en atractivos nuevos como es el caso de las Sukankas del sector Saywa	1	1,7%	0	0,0%	1	1,7%	19	31,7%	39	65,0%
P15	La belleza paisajística que rodea las Sukankas del sector Saywa cumplió con sus expectativas	1	1,7%	0	0,0%	4	6,7%	17	28,3%	38	63,3%
P16	La infraestructura vista en la ruta que permite llegar a las Sukankas del sector Saywa, es adecuada	5	8,3%	22	36,7%	24	40,0%	9	15,0%	0	0,0%



ANEXOS



A. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: **DIAGNOSTICO DE ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LAS SUKANKAS DEL SECTOR SAYWA DEL DISTRITO DE URUBAMBA – CUSCO 2020**

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE/ DIMENSIONES	METODOLOGIA
Problema General: ¿Cómo se desarrolla la Actividad Turística en las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba – Cusco 2020? Problemas Específicos: • ¿Cuál es la Atracción y entorno del recurso turístico en las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba – Cusco 2020? • ¿Cuáles son las Facilidades y servicios turísticos en las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba – Cusco 2020? • ¿Cómo es la accesibilidad del recurso turístico en las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba – Cusco 2020? • ¿Cuál es la imagen del recurso turístico en las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba – Cusco 2020?	Objetivo General: Describir la Actividad Turística en las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba – Cusco 2020. Objetivos específicos: • Describir la atracción del recurso turístico de las en las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba – Cusco 2020. • Determinar las facilidades y servicios turísticos ofrecidos en el recurso turístico de las en las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba – Cusco 2020. • Identificar la accesibilidad del recurso turístico de las en las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba – Cusco 2020. • Describir cómo es la imagen del recurso turístico de las en las Sukankas del sector Saywa del Distrito de Urubamba – Cusco 2020.	Variable de Estudio: Actividad Turística Dimensiones: • Atractivo y entorno del recurso turístico • Facilidades y servicios turísticos ofrecidos en el Recurso turístico • Accesibilidad del recurso turístico • Imagen del recurso turístico	Nivel/ Alcance: Descriptivo Diseño: No Experimental Enfoque: Cuantitativo Población: La población evaluada excursionista que llegan al recurso esta población está basada en los estudiantes de turismo en el Instituto Superior Publico La Salle de Urubamba Muestra: No probabilística, siento esta de 100 personas

FUENTE: ELABORACION PROPIA



B. MATRIZ DE INSTRUMENTOS

Título: **DIAGNOSTICO DE ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LAS SUKANKAS DEL SECTOR SAYWA DEL DISTRITO DE URUBAMBA – CUSCO 2020.**

Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS	ESCALA VALORATIVA
Variable de estudio: Actividad Turística: Consiste en aquellas actividades que las personas realizan mientras están de viaje en entornos donde no es habitual que se encuentren, cuyos fines son el ocio , los negocios u otros y duran períodos inferiores a un año. (OMT, 2008)	DATOS GENERALES		Genero	Masculino Femenino
			Edad	a) 18 – 22 b) 23 - 30 c) 31- 45 d) 45- a mas
			Grado Académico	a) Estudiante b) Superior universitario c) Superior Técnico
	Atractivos y entorno del destino turístico: los atractivos constituyen el fin del desplazamiento turístico, se conoce como el lugar,	Lugar	1. El lugar de las Sukankas del sector Saywa tiene fuerza motivacional para la visita turística	a) totalmente de acuerdo b) de acuerdo c) ni de acuerdo ni en desacuerdo d) en desacuerdo e) totalmente en desacuerdo



	objeto u acontecimiento. (Rodríguez, 2016)		2. El lugar de las Sukankas del sector Saywa debe formar parte de la oferta turística del distrito de Urubamba	a) totalmente de acuerdo b) de acuerdo c) ni de acuerdo ni en desacuerdo d) en desacuerdo e) totalmente en desacuerdo
		Objeto	3. Las Sukankas del sector Saywa debe ser considerado en más investigaciones	a) totalmente de acuerdo b) de acuerdo c) ni de acuerdo ni en desacuerdo d) en desacuerdo e) totalmente en desacuerdo
		Acontecimiento	4. Los acontecimientos astronómicos que ocurren en las Sukankas del sector Saywa, deben tener mayor difusión	a) totalmente de acuerdo b) de acuerdo c) ni de acuerdo ni en desacuerdo d) en desacuerdo e) totalmente en desacuerdo
	Facilidades y servicios turísticos ofrecidos en el	Planta Turística	5. Para la visita a las Sukankas del sector Saywa, conto con una adecuada planta turística	a) totalmente de acuerdo b) de acuerdo



	destino turístico: es la planta turística que se encuentra conformada por el equipamiento (servicios básicos) y las instalaciones (construcciones para la práctica de la actividad turística). (Rodríguez, 2016)			c) ni de acuerdo ni en desacuerdo d) en desacuerdo e) totalmente en desacuerdo
		Equipamiento	6. Se requiere equipamiento (servicios básicos) para llegar a las Sukankas del sector Saywa	a) totalmente de acuerdo b) de acuerdo c) ni de acuerdo ni en desacuerdo d) en desacuerdo e) totalmente en desacuerdo
		Instalaciones	7. Son necesarias de instalaciones turísticas para visitar las Sukankas del sector Saywa	a) totalmente de acuerdo b) de acuerdo c) ni de acuerdo ni en desacuerdo d) en desacuerdo e) totalmente en desacuerdo
			8. Las instituciones competentes en turismo brindan instalaciones turísticas, para facilitar las visitas a las Sukankas del sector Saywa	a) totalmente de acuerdo b) de acuerdo c) ni de acuerdo ni en desacuerdo d) en desacuerdo



				e) totalmente en desacuerdo
	Accesibilidad del destino turístico: es un componente importante que mejora la orientación e información de los visitantes, está compuesto de carreteras, caminos y la señalización de ellos. (MINCETUR, 2015)	Carreteras	9. Es necesario una carretera para facilitar la visita de los turistas a las Sukankas del sector Saywa	a) totalmente de acuerdo b) de acuerdo c) ni de acuerdo ni en desacuerdo d) en desacuerdo e) totalmente en desacuerdo
		Caminos	10. Los caminos para llegar a las Sukankas del sector Saywa se encuentran en buen estado	a) totalmente de acuerdo b) de acuerdo c) ni de acuerdo ni en desacuerdo d) en desacuerdo e) totalmente en desacuerdo



		Señalización	11. La ruta para llegar a las Sukankas del sector Saywa cuenta con señalización	a) totalmente de acuerdo b) de acuerdo c) ni de acuerdo ni en desacuerdo d) en desacuerdo e) totalmente en desacuerdo
	Imagen del destino turístico: la unión de ideas e impresiones que tiene una persona de un determinado lugar, teniendo énfasis en la satisfacción o insatisfacción que el turista tiene acerca del recurso (camprubi, 2008)	Percepción del turista	12. Las Sukankas del sector Saywa son un buen lugar para visitar	a) totalmente de acuerdo b) de acuerdo c) ni de acuerdo ni en desacuerdo d) en desacuerdo e) totalmente en desacuerdo



			13. Existe promoción de las Sukankas del sector Saywa por parte de la Municipalidad de Urubamba.	a) totalmente de acuerdo b) de acuerdo c) ni de acuerdo ni en desacuerdo d) en desacuerdo e) totalmente en desacuerdo
			14. Las instituciones competentes en el sector turismo deberían poner más interés en atractivos nuevos como es el caso de las Sukankas del sector Saywa	a) totalmente de acuerdo b) de acuerdo c) ni de acuerdo ni en desacuerdo d) en desacuerdo e) totalmente en desacuerdo



		Satisfacción del turista	15. La belleza paisajística que rodea las Sukankas del sector Saywa cumplió con sus expectativas	a) totalmente de acuerdo b) de acuerdo c) ni de acuerdo ni en desacuerdo d) en desacuerdo e) totalmente en desacuerdo
			16. La infraestructura vista en la ruta que permite llegar a las Sukankas del sector Saywa, es adecuada	a) totalmente de acuerdo b) de acuerdo c) ni de acuerdo ni en desacuerdo d) en desacuerdo e) totalmente en desacuerdo

B°V°

Leone Fuentes Monge