



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA



TESIS

**“TURISMO RURAL Y SU EFECTO EN LOS INGRESOS DE LOS
POBLADORES DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DE WILLOQ Y
PATACANCHA DEL DISTRITO DE OLLANTAYTAMBO, PROVINCIA
URUBAMBA, PERIODO 2018-2019”**

Presentado por:

Bach. Michael Martinez Carlin

Bach. Yaneth Lourdes Huarachi Paucara

Para optar al Título Profesional de Economista

Asesor:

Mgt. Walter Claudio Beizaga Ramírez

CUSCO – PERÚ

2021



PRESENTACION

SEÑOR DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES DE LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO.

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO.

En el cumplimiento a las disposiciones señaladas por el reglamento de grados y títulos vigente de la Escuela Profesional de Economía de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Andina del Cusco, con el fin de optar el grado de título profesional de Economista, pongo a vuestra atención la tesis titulado “TURISMO RURAL Y SU EFECTO EN LOS INGRESOS DE LOS POBLADORES DE LA COMUNIDAD DE WILLOQ Y PATACANCHA, DEL DISTRITO DE OLLANTAYTAMBO Y PROVINCIA DE URUBAMBA, PERIODO 2018-2019”



DEDICATORIA

Principalmente a mis padres, Benigno Martinez Barazorda, Carmen Carlin Ramos y a mi Abuelo Nicolás Carlin Sánchez quienes me enseñaron y me siguen enseñando cada día a ser mejor persona y por todo el apoyo brindado durante mi etapa de formación profesional.

Michael

Principalmente a mis padres, Richard Huarachi Calderón, Vilma G. Paucara Chalco y a mis queridos hermanos Duber Duel Huarachi Paucara, Korina Dubaly Huarachi Paucara quienes me enseñaron y me siguen enseñando cada día a ser mejor persona y por todo el apoyo brindado durante mi etapa de formación profesional.

Yaneth



AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirnos llegar hasta esta etapa de nuestras vidas, a nuestros padres, abuelos y hermanos por su apoyo incondicional, a nuestro asesor MGT Walter Beizaga Ramírez y al Sr. Roberto Alarcón Alfaro, sin sus aportes y conocimientos no hubiera sido posible lograr este ansiado objetivo

Un agradecimiento profundo a la Universidad Andina del Cusco y a mis Docentes Universitarios de la Escuela Profesional de Economía que nos guiaron y enriquecieron con conocimientos a lo largo de nuestra formación profesional.

Michael

A Dios por permitirme llegar hasta esta etapa de mi vida, Por todo el apoyo recibido para la realización de esta tesis. Por todos los consejos y el apoyo recibido de mis docentes y compañeros en los momentos difíciles de la vida y el trayecto en mi vida universitaria. A mis amigos por todos los momentos que pasamos juntos. Por las tareas que juntos realizamos y por todas las veces que a mí me explicaron gracias.

Yaneth



INDICE GENERAL

PRESENTACION	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO.....	4
INDICE DE TABLA.....	9
TABLA DE ILUSTRACIONES	12
RESUMEN.....	15
ABSTRACT	16
CAPÍTULO I:.....	17
INTRODUCCION	17
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	17
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	19
1.2.1. Problema General.....	19
1.2.2. Problemas Específicos	19
1.3. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
1.3.1. Objetivo General.....	20
1.3.2. Objetivo Especifico.....	20
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACION	21
1.4.1. Relevancia Social.....	21
1.4.2. Implicancias Prácticas.....	21
1.4.3. Valor teórico	21
1.4.4. Utilidad metodológica.....	22
1.4.5. Viabilidad y factibilidad	22



1.5.	DELIMITACION DE LA INVESTIGACION.....	22
1.5.1.	Delimitación Temporal	22
1.5.2.	Delimitación Espacial	22
1.5.3.	Delimitación Conceptual	22
CAPITULO II		23
MARCO REFERENCIAL, BASES TEORICAS Y MARCO CONCEPTUAL		23
2.1.	MARCO REFERENCIAL.....	23
2.1.1.	Antecedentes Internacionales.....	23
2.1.2.	Antecedentes Nacionales	26
2.1.3.	Antecedentes Locales.....	29
2.2.	BASE TEÓRICA	32
2.2.1.	Teorías de Keynes.....	32
2.2.2.	Teoría del Desarrollo Social (GEOVANNI E. REYES)	37
2.2.3.	Teoría del trabajo de Adam Smith	38
2.2.4.	Turismo:.....	38
2.2.5.	Turismo rural	39
2.2.6.	El turismo rural como forma de desarrollo socioeconómico para las comunidades locales.....	40
2.2.7.	El Turismo y su Vínculo con la Economía	42
2.2.8.	Agroturismo	45
2.2.9.	El turismo rural como mecanismo de conservación cultural y entorno natural.	46
2.3.	MARCO CONCEPTUAL	46
2.4.	FORMULACION DE LA HIPOTESIS.....	49
2.4.1.	Hipótesis General.....	49
2.4.2.	Hipótesis Específica.....	49



2.5.	VARIABLES DE LA INVESTIGACION	49
2.5.1.	Variable Dependiente.....	49
2.5.2.	Variable Independiente	49
2.5.3.	Conceptualización de Variables	50
2.5.3.1.	IP: Ingreso de los pobladores	50
2.5.3.2.	Turismo Rural	50
2.5.3.	Operacionalización de Variables	51
CAPITULO III:		52
METODO DE INVESTIGACION		52
3.1.	NIVEL DE INVESTIGACION.....	52
3.2.	ENFOQUE DE INVESTIGACION	52
3.3.	DISEÑO DE LA INVESTIGACION	53
3.4.	POBLACION Y MUESTRA.....	53
3.4.1.	Población.....	53
3.4.2.	Muestra.....	53
3.5.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	54
3.5.1.	Técnica(s).....	54
3.5.2.	Instrumento(s).....	55
3.5.3.	Procesamiento de datos.....	55
CAPITULO IV.....		56
4.1.	Aspectos Generales	56
Actividad 1:.....		66
Actividad 2:.....		67
Actividad 3:.....		67
CAPITULO V		70



5.1.	ANÁLISIS DE DATOS COMUNIDAD CAMPESINA DE WILLOQ.....	70
5.2.	ANÁLISIS DE DATOS COMUNIDAD CAMPESINA DE PATACANCHA	95
5.3.	ANALISIS DE RESULTADOS	123
5.3.1.	Alfa de Cronbach comunidad campesina de Willoq.....	123
5.3.2.	Análisis de correlación.....	124
5.3.3.	Prueba de Normalidad.....	128
5.3.4.	Análisis multivariable ANOVA.....	129
5.3.5.	Alfa de Cronbach comunidad campesina de Patacancha.....	130
5.3.6.	Análisis de correlación.....	132
5.3.7.	Prueba de Normalidad.....	135
5.3.8.	Análisis multivariable	136
	Matriz de Consistencia.....	144



INDICE DE TABLA

Tabla 1: Población	57
Tabla 2: Infraestructura Educativa	59
Tabla 3: Medios de Comunicación	61
Tabla 4 : Actividad Principal a la que se Dedicla la Población 2018 - 2019	63
Tabla 5 : Numero de Animales Promedio por Familia	64
Tabla 6: Numero de Jefes de Hogar Dedicados a Porteador	64
Tabla 7: Asociación de Artesanos de las Comunidades	65
Tabla 8: Asociaciones de Servicios Turísticos	65
Tabla 9: Visitantes a Ollantaytambo Por Años	66
Tabla 10: Genero	70
Tabla 11: Edad	71
Tabla 12: Estado Civil	72
Tabla 13: Grado de Instrucción	73
Tabla 14: Actividad Principal a la que se Dedicla	74
Tabla 15: ¿Sabe que Muchos Pueblos se han Desarrollado en Base Al Turismo Rural?	75
Tabla 16: ¿Consideras que el Turismo Rural Podría ser Buena para tu Comunidad?	76
Tabla 17: ¿Consideras que el Turismo es Beneficioso Económicamente?	77
Tabla 18: ¿Cómo Percibe Ud. el Turismo Rural en su Comunidad?	78
Tabla 19: ¿Qué Actividades del Turismo Rural Oferta Usted?	79
Tabla 20: ¿Cuál es la Actitud de Recepción Frente al Turista Cuando llega a su Comunidad?	80
Tabla 21: ¿En qué Especialidades se Capacitaron para Fortalecer su Emprendimiento?	81
Tabla 22: ¿Cómo está Distribuido la Oferta de su Alojamiento Rural?	82
Tabla 23: ¿Cómo está Distribuido la oferta de su Restaurante y/o Comedor?	83
Tabla 24: ¿Su Emprendimiento Cuenta con los Servicios Suficientes para Brindar Buena Atención?	84
Tabla 25: ¿Qué Servicios Consideras que se debe Priorizar?	85
Tabla 26: ¿Qué tipo de Artesanía comercializa Usted?	86



Tabla 27: ¿Dónde Aprendió Ud. a Elaborar estos Trabajos?	87
Tabla 28: ¿El Servicio de Porteador lo Realiza?	88
Tabla 29: ¿Cómo Considera la Accesibilidad a su Comunidad?	89
Tabla 30: ¿Cree que la Accesibilidad a su Comunidad Ayuda al Crecimiento en Cuanto a Visita de Turistas?	90
Tabla 31: ¿Actualmente Usted Prestan Servicios de Turismo rural Comunitario, en tu Opinión ¿cómo está la Organización?	91
Tabla 32: ¿Estarías de Acuerdo en Capacitarte para que puedas brindar un mejor Servicio Turístico?	92
Tabla 33: ¿Durante el Último Año, ¿Qué tan Seguido Interactuó con Turistas?	93
Tabla 34: ¿Frente a otras Actividades Económicas el Turismo es Menos Contaminante y más Respetuoso con el Medio Ambiente?	94
Tabla 35: Genero	95
Tabla 36: Edad	96
Tabla 37: Estado Civil	97
Tabla 38: Grado de Instrucción	98
Tabla 39: ¿Actividad Principal a la que se Dedicar?	99
Tabla 40: ¿Sabe que Muchos Pueblos se han Desarrollado en base al Turismo Rural?	100
Tabla 41: ¿Consideras el Turismo Rural Podría ser Buena para tu Comunidad?	101
Tabla 42: Con la experiencia que tienen en turismo rural comunitario ¿Consideras que el Turismo es Beneficioso Económicamente?	102
Tabla 43: ¿Cómo Percibe Ud. el Turismo Rural en su Comunidad?	103
Tabla 44: ¿Qué actividades del Turismo Rural Vivencial Oferta Usted?	104
Tabla 45: ¿Cuál es la actitud de recepción frente al turista cuando llega a su comunidad?	105
Tabla 46: ¿En qué especialidades se capacitaron para fortalecer su emprendimiento?	106
Tabla 47: ¿Cómo está distribuido la oferta de su alojamiento rural?	107
Tabla 48: ¿Cómo está distribuido la oferta de su Restaurante y/o Comedor?	108
Tabla 49: ¿Su emprendimiento cuenta con los servicios suficientes para brindar buena atención?	109
Tabla 50: ¿Qué servicios consideras que se debe priorizar?	110



Tabla 51: ¿Qué tipo de artesanía comercializa usted?	111
Tabla 52: ¿Dónde aprendió Ud. a elaborar estos trabajos?	112
Tabla 53: ¿El servicio de porteador lo realiza?	113
Tabla 54: ¿Cómo considera la accesibilidad a su comunidad?	114
Tabla 55: ¿Cree que la accesibilidad a su comunidad ayuda al crecimiento en cuanto a visita de turistas?	115
Tabla 56: ¿Actualmente usted. Prestan servicios de turismo rural comunitario, en tu opinión ¿cómo está la organización?	116
Tabla 57: ¿Estarías de acuerdo en capacitarte para que puedas brindar un mejor servicio turístico?	117
Tabla 58: ¿Durante el último año, ¿qué tan seguido interactuó con turistas?	118
Tabla 59: ¿Frente a otras actividades económicas el turismo es menos contaminante y más respetuoso con el medio ambiente?	119
Tabla 60: Tiempo de permanencia de los turistas	120
Tabla 61: Ingreso promedio mensual	120
Tabla 62: Ingreso promedio mensual por actividad turística	121
Tabla 63: Ingreso promedio mensual y anual por turismo rural	122



INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Incidencia de Enfermedades	58
Ilustración 2: Servicios	60
Ilustración 3: Como elimino la Basura	61
Ilustración 4: Genero	70
Ilustración 5: Edad	71
Ilustración 6: Estado Civil	72
Ilustración 7: Grado de Instrucción	73
Ilustración 8: Actividad a que se Dedicar	74
Ilustración 9: Muchos Pueblos se han Desarrollan con el Turismo Rural	75
Ilustración 10: El turismo rural podría ser buena para tu comunidad	76
Ilustración 11: Considera que el Turismo es Beneficioso Económicamente	77
Ilustración 12: Cómo percibe Ud. el Turismo Rural en su Comunidad	78
Ilustración 13: Qué Actividades del Turismo Rural Oferta Usted	79
Ilustración 14:Cuál es la actitud de recepción frente al turista cuando llega a su comunidad	80
Ilustración 15: En qué especialidades se capacitaron para fortalecer su Emprendimiento	81
Ilustración 16: Como está Distribuido la oferta de su alojamiento rural	82
Ilustración 17: Como está Distribuido la oferta de su restaurante y/o comedor	83
Ilustración 18: Su emprendimiento cuenta con los servicios suficientes para brindar buena atención	84
Ilustración 19: Que servicios consideras que se debe priorizar	85
Ilustración 20: Que tipo de artesanía vende usted	86
Ilustración 21: Donde aprendió usted a elaborar estos trabajos	87
Ilustración 22: El servicio de porteador lo realiza	88
Ilustración 23: Como considera la accesibilidad a su comunidad	89



Ilustración 24: Cree que la accesibilidad a su comunidad ayuda al crecimiento en cuanto a visitas turísticas	90
Ilustración 25: Como está la organización	91
Ilustración 26: Estarías de acuerdo en capacitarte para que puedas brindar un mejor servicio turístico	92
Ilustración 27: Durante el año que tan seguido interactuó con turistas	93
Ilustración 28: Frente a otras Actividades Económicas el Turismo es Menos Contaminante y más Respetuoso con el Medio Ambiente	94
Ilustración 29: Genero	95
Ilustración 30: Edad	96
Ilustración 31: Estado Civil	97
Ilustración 32: Grado de instrucción	98
Ilustración 33: Actividad Principal a la que se Dedicó	99
Ilustración 34: Sabe que Muchos Pueblos se han Desarrollado en base al Turismo Rural	100
Ilustración 35: Consideras el Turismo Rural Podría ser Buena para tu Comunidad	101
Ilustración 36: Consideras que el Turismo es Beneficioso Económicamente	102
Ilustración 37: Cómo Percibe Ud. el Turismo Rural en su Comunidad	103
Ilustración 38: Qué actividades del Turismo Rural Vivencial Oferta Usted	104
Ilustración 39:Cuál es la actitud de recepción frente al turista cuando llega a su comunidad	105
Ilustración 40: En qué especialidades se capacitaron para fortalecer su emprendimiento	106
Ilustración 41: Cómo está distribuido la oferta de su alojamiento rural	107
Ilustración 42: Cómo está distribuido la oferta de su Restaurante y/o Comedor	108
Ilustración 43: Su emprendimiento cuenta con los servicios suficientes para brindar buena atención	109



Ilustración 44: Qué servicios consideras que se debe priorizar	110
Ilustración 45: Qué tipo de artesanía vende usted	111
Ilustración 46: Dónde aprendió Ud. a elaborar estos trabajos	112
Ilustración 47: El servicio de porteador lo realiza	113
Ilustración 48: Cómo considera la accesibilidad a su comunidad	114
Ilustración 49: Cree que la accesibilidad a su comunidad ayuda al crecimiento en cuanto a visita de turistas	115
Ilustración 50: cómo está la organización	116
Ilustración 51: Estarías de acuerdo en capacitarte para que puedas brindar un mejor servicio turístico	117
Ilustración 52: Qué tan seguido interactuó con turistas	118
Ilustración 53: Frente a otras actividades económicas el turismo es menos contaminante y más respetuoso con el medio ambiente	119



RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene por finalidad demostrar como la actividad de turismo rural que se realiza en las comunidades campesinas de Willoq y Patacancha es una actividad complementaria a las diferentes actividades que se realizan como la actividad agropecuaria que es una de las actividades principales, y que les permite a los pobladores de ambas comunidades obtener ingresos extras y de esta manera poder tener una mejor calidad de vida para los pobladores de dichas comunidades.

Esta actividad de turismo rural que se practica en las comunidades campesinas de Willoq y Patacancha se basa principalmente en los servicios de alojamiento y alimentación, producción y comercialización de artesanía y el servicio de porteador turístico. El servicio de alojamiento y alimentación lo realizan los pobladores que han acondicionado sus viviendas para poder albergar a los turistas que visitan dichas comunidades, si bien el servicio es regular aún hace falta mejorar algunos aspectos como los servicios básicos y las habitaciones; en lo que respecta al servicio de alimentación se ofrece platos típicos de la zona. En lo referente a la producción y comercialización de artesanías son generalmente trabajos de bisutería y tejidos hechos por las mujeres de la zona y son ofrecidos a los visitantes y la actividad del porteador es realizada generalmente por los hombres y solo es por temporada de turismo y las rutas que realiza es el camino Inca hacia Machupicchu, es un trabajo que requiere mucho esfuerzo físico y la remuneración recibida por dicho trabajo no compensa todo el esfuerzo realizado.

Según el análisis estadístico realizado se demostró que la actividad de turismo rural está significativamente relacionada con los ingresos totales, ya que esta actividad en general permite la dinamización y sostenibilidad de la economía de las comunidades de Willoq y Patacancha y que los pobladores mejoren sus ingresos.

Palabras clave: Turismo Rural, Ingresos, Condiciones socioeconómicas, Niveles de vida.



ABSTRACT

The purpose of this research work is to demonstrate how the rural tourism activity carried out in the peasant communities of Willoq and Patacancha is a complementary activity to the agricultural activity and that allows the inhabitants of both communities to obtain extra income and from this Way to have a better quality of life.

This rural tourism activity that is practiced in the peasant communities of Willoq and Patacancha is based mainly on accommodation, food, commercialization of handicrafts and porter services. The accommodation and food service is carried out by the residents who have conditioned their homes to accommodate the tourists who visit these communities, although the service is regular, some aspects such as basic services and rooms still need to be improved; With regard to food service, typical dishes of the area are offered. Regarding the commercialization of handicrafts, they are generally jewelery and fabrics made by the women of the area that are offered to visitors and the activity of the porter is generally carried out by men and it is only by tourism season and the routes that performed is the Inca trail to Machupicchu, it is a job that requires a lot of physical effort and the remuneration received does not compensate for all the effort made.

According to the statistical analysis carried out, it was shown that rural tourism activity is related to total income, since this activity in general allows the dynamization and sustainability of the economy of the communities of Willoq and Patacancha (that is, their income improves).



CAPÍTULO I

INTRODUCCION

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las comunidades campesinas que habitan en la cuenca de Patacancha son grupos de Pobladores que comparten una misma área geográfica y que están unidos por lazos ancestrales sociales, culturales y económicos, establecidos en la propiedad comunal de la tierra y el ingreso a los recursos naturales locales. Estas comunidades se dedican a la actividad agropecuaria, desde tiempos ancestrales, entre los principales productos se tiene (papa nativa, papa amarga, olluco, ñu, oca; en Willoq maíz duro de diferentes variedades, habas, quinua y también papa nativa y hortalizas), la actividad pecuaria está básicamente orientada a la crianza de ovinos, crianza de camélidos sudamericanos y crianza de vacunos en menor escala. Por lo expuesto anteriormente la producción agrícola y la actividad pecuaria les permite el sustento de la familia, complementario a estas actividades agropecuaria, la población también se dedica a la actividad de portadores en el camino inca, al turismo vivencial y la artesanía.

El avance del turismo está mostrando variaciones esenciales, modificando completamente las costumbres y/ tradiciones por desarrollo de acciones que estén mucho más vinculadas con la relación con el entorno natural, la cultura viva (huir de la rutina el estrés y estar en paz con la naturaleza). Señalar, que el turista no solo desea que se le ofrezca lo que los demás están habituados a descubrir, ya sea zonas arqueológicas, paseos a recintos incas etc., ahora el turista quiere alcanzar una máxima relación con el entorno natural y las culturas vivas, caminando del lado de la conservación del ambiente o hábitat en el que existimos. En efecto, se han formado nuevos estilos, exitosas maneras de efectuar actividades turísticas, por ejemplo, logramos mencionar al turismo rural, turismo ecológico, el turismo de aventura, turismo vivencial, entre diversas actividades.



Estas actividades son las más requeridas por los turistas, por medio de estas el visitante consigue la actividad e interrelación con los pobladores de las comunidades que visita, consiguiendo de esta manera conocer su manera de vida, costumbres, danzas, comida, tradiciones, etc., siempre en unión con el medio ambiente, consiguiendo así tranquilizar la inseguridad por tal vez contaminar el medio ambiente. En otra situación se ha establecido, que la actividad turística es una oportunidad para el progreso sostenible de la población participante, por el nivel de impresión que produce, el cual con el transcurrir del tiempo ira mejorando ya que se ira instituyendo a un grado superior y promoviendo una mayor competitividad entre ellos.

A causa de todo lo expuesto, las empresas privadas, a nivel internacional y nacional, ha expresado mucho interés por conseguir el acuerdo con las existentes corrientes de actualidad, por tanto, se conoce que en la economía si no cristalizas la innovación continua, entonces no eres competitivo en el mercado desgraciadamente consigues frutos adversos. El Perú está llena de experiencias evidente de esta reingeniería, gracias a ello logramos buenos resultados que se logran observar en la Región como es el caso de la comunidad de Raqchi. Adicionalmente, el turismo tiene varios beneficios que se extienden a través de toda la sociedad, como brindar una solución económica a ciudades y países, generar plazas de empleo, fomentar la cultura, la interacción global y el crecimiento de las relaciones comerciales (Sancho, 1998).

Las comunidades campesinas de Willoq y Patacancha situados contiguo al parque arqueológico de Ollantaytambo que hoy se encuentran excluidas de la actividad turística de la zona. Las comunidades no están inmersas en el turismo a pesar de ser comunidades cercanas al parque arqueológico de Ollantaytambo, que se encuentra ubicadas en una zona estratégica y también poseer recursos turísticos dentro de sus territorios comunales, los que cuentan con un catálogo turístico, que es importante para la preparación de productos turísticos e impulsar



actividades turísticas. Estas comunidades cuentan con potenciales recursos naturales y culturales para entrar en esta actividad.

Las políticas del sector como es el programa de Turismo Rural Comunitario (TRC) es un programa del Estado Peruano que procura generar planes de acción y estrategias en el sector turístico que ayude a la inclusión económica y social para acortar las brechas de la pobreza y la seguridad alimentaria, con el fin de desarrollar las zonas rurales en los destinos turísticos del Perú, turismo rural que debe beneficiar a las comunidades rurales donde existen recursos turísticos pero aun estos recursos no están puestos en valor para desarrollo de esta actividad económica.

A las comunidades campesinas de Willoq y Patacancha que cuentan con atractivos turísticos, naturales y culturales, la implementación y desarrollo del Turismo Rural Comunitario, se les presenta como una alternativa de desarrollo comunal, basado en la realización de actividades turísticas como complementarias a las actividades económicas tradicionales, que genere empleos e ingresos a favor de los pobladores residentes, y que repercutan en la mejora de sus condiciones de vida.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema General

¿En qué medida incide el turismo rural en los niveles de ingreso de los pobladores de las comunidades campesinas de Willoq y Patacancha del distrito de Ollantaytambo provincia Urubamba, periodo 2018-2019?

1.2.2. Problemas Específicos

- ¿En qué medida las actividades de servicios turísticos de alojamiento y alimentación impactan en los ingresos de los pobladores de las comunidades de Willoq y Patacancha del distrito de Ollantaytambo provincia Urubamba, periodo 2018-2019?



- ¿En qué medida las actividades de producción y comercialización de artesanías impactan en los ingresos de los pobladores de las comunidades de Willoq y Patacancha del distrito de Ollantaytambo provincia Urubamba, periodo 2018-2019?
- ¿En qué medida la actividad de porteador turístico impacta en los ingresos de los pobladores de las comunidades de Willoq y Patacancha del distrito de Ollantaytambo provincia Urubamba, periodo 2018-2019?

1.3. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Objetivo General

Determinar la influencia del turismo rural en los ingresos de los pobladores, en las comunidades campesinas de Willoq y Patacancha del distrito de Ollantaytambo provincia Urubamba, periodo 2018-2019.

1.3.2. Objetivo Especifico

- Conocer el impacto en los ingresos de los pobladores de las comunidades de Willoq y Patacancha del distrito de Ollantaytambo provincia Urubamba, por las actividades de servicios turísticos de alojamiento y alimentación, periodo 2018-2019.
- Conocer el impacto en los ingresos de los pobladores de las comunidades de Willoq y Patacancha del distrito de Ollantaytambo provincia Urubamba, por las actividades de producción y comercialización de artesanías, periodo 2018-2019.
- Conocer el impacto en los ingresos de los pobladores de las comunidades de Willoq y Patacancha del distrito de Ollantaytambo provincia Urubamba, por la actividad de porteador turístico, periodo 2018-2019.



1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACION

1.4.1. Relevancia Social

Desde el punto de vista social es ampliamente conocido que el problema de la pobreza y de la marginación de amplios segmentos de la población en el área rural, la relevancia social demostrara que la investigación tiene como fin verificar la influencia del turismo rural en la comunidad campesina de willoq y Patacancha, y su influencia en el nivel de ingreso de los pobladores para una mejor calidad de vida y desarrollo sostenible.

1.4.2. Implicancias Prácticas

El presente trabajo de investigación se realiza con la intención de determinar y analizar el comportamiento económico de la actividad turística rural que realizan los pobladores como alojamiento y alimentación, producción y comercialización de artesanías y el porteador turístico en las comunidades de Willoq y Patacancha e investigar cómo estas actividades han contribuido a resolver el problema en los ingresos económicos para los pobladores de las comunidades.

1.4.3. Valor teórico

El presente trabajo de investigación se efectúa con la intención de conocer cómo se desarrolla las diversas actividades turísticas rurales que realizan los pobladores como servicios de alojamiento y alimentación, producción y comercialización de artesanías y los porteadores turísticos en las comunidades de willoq y Patacancha y como estas inciden en los ingresos monetarios de los pobladores, para lo cual se utilizaran teorías como, ingreso, trabajo, entre otros la cual dará el sustento teórico al presente trabajo de investigación, los resultados obtenidos servirá como aporte al conocimiento y servirá de consulta para los estudiantes interesados en el tema.



1.4.4. Utilidad metodológica

En el aspecto metodológico, contribuye con herramientas de recopilación de datos supeditados al desarrollo de eficacia y seguridad, ya que se esbozó y utilizó un instrumento determinado sobre el turismo rural. Esto van a utilizar como referencia otros estudiantes puesto que ofrece información y consejos al problema planteado en sus conclusiones.

1.4.5. Viabilidad y factibilidad

La investigación es viable y factible por que la información será brindada por los propios pobladores de las comunidades de Willoq y Patacancha para desarrollar el estudio, ya que se tiene el recurso humano, económico, material y financiero, el compromiso de los investigadores es el de identificar y conocer cómo influye el turismo rural (actividad turística) en el ingreso de los pobladores de dichas comunidades.

1.5. DELIMITACION DE LA INVESTIGACION

1.5.1. Delimitación Temporal

En esta investigación el periodo y horizonte temporal es del año 2018 al año 2019, tiempo suficiente para verificar la información para esta investigación.

1.5.2. Delimitación Espacial

La comunidad campesina de Willoq y Patacancha pertenece al distrito de Ollantaytambo, provincia de Urubamba, departamento del Cusco, está ubicado a una altura de 3400 m.s.n.m. y a una distancia de 62 km de la ciudad del Cusco. Por lo que el trabajo de investigación se realizara tomando como referencia el distrito de Ollantaytambo.

1.5.3. Delimitación Conceptual

Esta investigación está sujeta a conceptos como actividad turística (turismo rural), calidad de vida, turismo vivencial, ingresos, comercialización, Utilidad, Pobreza, trabajo y capacitación, Oferta y demanda.



CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL, BASES TEORICAS Y MARCO CONCEPTUAL

2.1. MARCO REFERENCIAL

Los antecedentes del estudio vienen a ser el entorno que se recurre como referencia del mismo. Se considera la revisión actualizada de la bibliografía, donde debe figurar de ser posible, resultados o hallazgos de estudios preliminares, locales, nacionales y/o internacionales.

El planteamiento del estudio debe ser congruente con los conocimientos comprobados por estudios previos. Se toma en consideración como antecedentes los siguientes trabajos.

2.1.1. Antecedentes Internacionales

- Cristiane Alcántara de Jesús Santos, 2017: “El turismo como factor de desarrollo: el caso de Sergipe – Brasil” Universidad de Barcelona. El autor revela que recientemente, el turismo viene siendo un factor de dinamización de las regiones que tienen menor desarrollo, así como las zonas marginales del Brasil y otras similares en el mundo.

“La perspectiva de inserción de nuevos espacios en la economía del turismo asociado a todo el conjunto de actividades atractivas complementarias al turismo ha instrumentalizado los diversos agentes (públicos y privados) que, a través de los más distintos mecanismos como: planes de desarrollo, programas regionales y/o locales, han elaborado políticas regionales y sectoriales con el objetivo de poner en marcha el desarrollo local e incluir estos espacios en el circuito económico del consumo del turismo.”

El autor en la investigación señala cual es el rol que cumplen las políticas públicas y privadas en turismo que se realizan en el estado de Sergipe a partir de un enfoque de desarrollo local, para lo cual han consultado leyes, planes de turismo e instrumentos de gestión, con el fin de conocer los factores que otorgaran el desarrollo del turismo en el



estado de Sergipe. Se ha realizado encuestas, entrevistas con todas las personas que intervienen en la práctica turística local, así mismo con los agentes sociales a fin de fundamentar su análisis. En conclusiones se realizó los análisis estadísticos con toda esta información llegando a demostrar que realmente la actividad turística realizada de manera seria y planificada es un factor muy importante para el desarrollo de las regiones que tienen menor desarrollo y que además dinamiza la economía y mejora el bienestar de la población.

- Cañero (2018) en la tesis “Impactos del turismo comunitario y sostenibilidad en comunidades rurales de Puerto Plata” (República Dominicana).

El objetivo de esta investigación es analizar el conocimiento de las comunidades rurales de Puerto Plata (República Dominicana) hacia el turismo comunitario, las conclusiones son:

Hoy en día el turismo es considerado como un impulsador económico del mundo. Los ingresos que va continuamente, generando el 10% del PIB mundial y crea un dinamismo representativo dentro de la economía de los países que reciben turistas a sus territorios. En adición, gran variedad de países presenta al turismo como un ingreso que logra erradicar la pobreza debido a su impacto en la generación de empleos y el mejoramiento de la calidad de vida en la población.

El autor en el estudio de investigación llega a las siguientes conclusiones: El turismo, no obstante, no es definida como una actividad que cree seguridad. El incremento de la actividad turística genera considerables movimientos de personas produciendo de manera irremediable grandes impactos en los países que son destinos turísticos. Se ha generado una gran importancia por parte de los científicos hacia estos importantes impactos. En la presente investigación se analiza los impactos del turismo en el territorio estableciéndose



tres maneras de impactos surgidos del desarrollo del turismo: impacto económico, impacto sociocultural e impacto ambiental.

- Rivera (2014), en la tesis “El turismo rural comunitario como alternativa de desarrollo humano sostenible”, el método de investigación aplicado es básica y descriptiva.

El autor concluye e indica que el verdadero desarrollo sostenible, busca alcanzar metas donde las personas puedan disfrutar de la naturaleza con responsabilidad, con relación sinérgica, sostenida basada en principios de respeto.

La forma de confirmar que un espacio tenga un potencial turístico es que pueda justificar a través de una evaluación que posea las características para generar oferta, que haya grupo demandante, y que existe competencia, el estudio evidencia además que el turismo rural que existe en la zona cuenta con potencialidades de desarrollar turismo rural que es una actividad productiva, que se presenta como una estrategia insertada en el campo, donde se puede desarrollar turismo, manifestándose como un agente dinamizador para mover los procesos de modernización integrados a la economía del mercado.

El turismo rural constituye una contribución para la economía campesina, si es que se integra a la actividad con el campesino, con una incorporación a los componentes de su núcleo familiar y que contribuya a su actividad productiva y de sobrevivencia.

El turismo comunitario en Honduras está iniciando importantes objetivos a pesar de que ha sido rezagada por los países latinoamericanos, sin embargo, es una propuesta inicial de desarrollo en bienestar de las comunidades campesinas.

- Juan Carlos Lamboggia Ortiz – 2014 en su trabajo de investigación “Análisis del Turismo y su Importancia en el Crecimiento Económico en América Latina: El Caso del Ecuador”. Se demuestra en la investigación que la actividad turística es importante para que se dé el crecimiento económico, lo cual coadyuva y beneficia en la generación de divisas, dada la exportación del producto turismo (que está constituido por todos los bienes y servicios que



generalmente son locales y no se pueden transar en el exterior) de igual manera, la generación de empleo, el incremento de la inversión local y el logro de estándares de eficiencia local como producto de la competitividad con otros destinos. Un punto a tomar en cuenta es también el impacto indirecto que se evidencia en la actividad económica, ya que permite impulsar el desarrollo económico identificando más y mejores oportunidades para los pobladores, que implica que ellos tengan mejores condiciones para el acceso a educación, servicios de salud, saneamiento e infraestructura vial, en mejores condiciones que demuestran que si hay aporte en la mejora de la calidad de vida de las personas de estos destinos turísticos. La presente tesis se plantea del mismo modo, que el turismo también podría afectar de manera negativa en el bienestar de algunos pobladores, ya que el consumo de bienes y servicios que tienen carácter no exportable realizado por los extranjeros influiría en el incremento de precios de algunos bienes, los mismos que afectarían en el consumo de la población local y por ende en su bienestar. Así mismo se plantea también el caso que ante un aumento de la actividad turística, los bienes y servicios producidos no exportables de este sector provoquen mayor demanda de mano de obra, que a su vez desplace al sector agrícola y manufacturero, lo cual implicaría que el bienestar de la población disminuya.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

- Melissa Stella Alva Espinoza – 2016: “El Turismo Interno y su Influencia en el Crecimiento de Restaurantes del Distrito de San Vicente en la Provincia de Cañete”.

Este estudio explica cómo la actividad turística ha influido de manera positiva y gradual en la expansión de los restaurantes de San Vicente Cañete. Aunque no se tiene una muestra oficial de los turistas nacionales que visitan dicha localidad, en la tesis se demuestra de manera muy clara el aumento de visitantes nacionales e internacionales, lo cual ha contribuido en el despegue económico de dicho distrito, también se ha logrado un mayor fomento de la inversión privada en infraestructura hotelera y restaurantes lo que permite la



llegada de más turismo interno y extranjero, generando así, un crecimiento progresivo del turismo, también implica el crecimiento de la oferta turística mediante la importante iniciativa de personas emprendedoras que habitan en Cañete para poder iniciar sus negocios propios y principalmente en el rubro de los restaurantes, pues así se ven beneficiados en cuanto a ingresos y mejoras en su calidad de vida.

- Paola Isolina Delgado Avalos – 2015: “El Turismo Receptivo y su Aporte al Crecimiento Económico en la Región La Libertad”

Este trabajo de investigación, analiza el crecimiento económico de la región La Libertad, el mismo que es medido con datos del PBI, demostrando en los mismos el crecimiento sostenido. Este crecimiento reportado, en los años 2005 al 2014, indican que fue de un crecimiento del 87.58%, pasando de 6,056 millones de soles pasó a 11,361 millones de soles.

Para ello, se verifica que los sectores que más contribuyeron en este crecimiento durante este periodo son los sectores agricultura, minería, manufactura, y comercio, los cuales representan casi el 60 % del PBI de la región.

El turismo receptivo en la libertad tuvo una evolución en la que se muestra una tendencia creciente, un incremento del 42.10%, lo cual se explica por el incremento del flujo turístico de 210,111 turistas el año 2005 paso a 298,572 turistas el año 2014. De todos ellos, se identifica una cantidad considerable de turistas nacionales que visitaron esta región. Es así que, en el año 2005, de 210,111 turistas visitantes, el 73.92% fueron de proveniencia nacional (155,310), de ellos el 26.08% se identificaron como turistas extranjeros, para el 2014, el número de visitantes alcanzo a 298,572 turistas; de ellos el 90.26%, fueron nacionales, y el 9.74% fueron extranjeros.

Lo importante es que los ingresos que generaron estas actividades de servicios turísticos receptivos en la región de La Libertad, durante el 2005 alcanzó los 189,099,900 soles, y en



el año 2014 los ingresos reportados fueron de 606,698,304 de soles; lo cual indica que entre el año 2005 y el 2014, los ingresos que se generaron por las actividades turísticas prestadas en esta región liberteña se incrementaron en 220.83%.

- Valdez (2014), en su trabajo de investigación “Condiciones turísticas que presenta el distrito de LLacanora, Provincia de Cajamarca”.

Señala que, durante el ejercicio del turismo rural comunitario, cuyo fin esencial fue la identificación de características turísticas que presenta el distrito de LLacanora, Provincia de Cajamarca para un desarrollo del turismo rural, como conclusiones presenta las siguientes:

La presencia de atractivos naturales como las cascadas de LLaconara, su folclore, gastronomía, danzas, mitología se identifica que cuenta con características para desarrollar el turismo rural.

Se ha evidenciado que el 94% de los pobladores que las cascadas es el recurso representativo del distrito y que su danza distintiva son los chunchos (52%), recursos indispensables para la promoción de la población. El 43% de la población tiene características de población receptora, con trato amable a los visitantes y el 80% presenta disponibilidad para acondicionar hospedaje.

Respecto a la infraestructura, la población cuenta con equipamiento urbano plausible contando con servicios básicos agua, luz, desagüe, medios de comunicación y acceso de vías con pista asfaltada.

- Ticona 2010, en su Tesis; “El Turismo Rural y sus tendencias Socioeconómicas en las Comunidades Circunlacustres de la Península de Chucuito- Puno”.

Plantea el siguiente objetivo, conocer los sucesos socioeconómicos del desarrollo del turismo rural en las colectividades circunlacustre dentro de la jurisdicción de la península de Chucuito. La mayoría de las tesis fundamentan como debe ser la organización desde el



enfoque del turismo rural comunitario, basado en inventario turístico, sin embargo, en su mayoría están sumidos en propuestas, programas, excursiones desde una orientación más teórica, y de manera muy habitual, dedicándose así en su mayoría a analizar la demanda potencial y la intervención de la población para el posicionamiento de los mercados turísticos, en el que todos estén dispuestos a participar.

2.1.3. Antecedentes Locales

- Álvarez (2017), en su trabajo de investigación “Evaluación del turismo vivencial en la comunidad de Chahuaytire - Písaq - Cusco”. La técnica metodológica que utilizo es de tipo descriptivo del área y evaluativa debido a que medirá la realidad situacional del turismo vivencial de la comunidad de Chahuaytire.

El turismo vivencial en la comunidad de Chahuaytire, el 60.9% de la comunidad cuenta con las condiciones propicias para el correcto desarrollo de un producto turístico vivencial, especificando la textilería, por otro lado la actividad agraria y ganadera, su gastronomía también es bueno, en la actualidad aún no se cuenta con la suficiente afluencia de turismo gracias a la reducida promoción turística, y la ineficiente gestión de la municipalidad del distrito de Písaq, de igual manera se observa que las casas que ofrecen el hospedaje no presentan las condiciones de infraestructura necesarias.

La comunidad de Chahuaytire cuenta con una gran variedad de expresiones culturales, naturales que pueden crear una idílica motivación para los viajeros que lleguen a la ciudad del Cusco.

- Jonatan Félix Gonzales Delgado, Kathia Huanca Solis: “Impacto de la Actividad Turística en el Crecimiento de la Economía Regional de Cusco, 2000 - 2015”

Se indica en este trabajo que: “La actividad turística a nivel global presenta un fuerte crecimiento que en promedio viene a ser un porcentaje de 3.8% anual y en América del Sur en promedio 5.1% anual” (Urrutia, Gonzales, & Huanca, 2018), esto nos indica que cuantas



más inversiones sean realizadas dentro de la actividad turística y que estas sean un área de mayor generación de inversiones en el total de la ciudad, el PBI de la región se modificara o crecerá de mayor proporcionalidad como es explicado en la hipótesis de la investigación. Ya que, “si se modifica en 1%, la razón de las inversiones turísticas entre la inversión total en la región Cusco, la variación del PBI será próxima al 3%; con lo cual estaría existiendo un crecimiento significativo del crecimiento económico en relación al aporte de la actividad turística.” (Urrutia, Gonzales, & Huanca, 2018)

En el estudio de investigación se concluye que la actividad turística receptiva en el Perú muestra una gran dinamicidad y es debido a ello que en el Cusco el incremento del turismo se vio fuertemente reforzada por la denominación de Machupicchu como una de las maravillas del mundo moderno, habiéndose notado el incremento en un 65% durante el periodo de 1990 a 2015 en relación a la afluencia de visitas al santuario histórico de Machupicchu. Esto se ve reflejado en “el crecimiento sostenido del turismo como otra principal fuente de actividad económica, la misma que deriva en un impacto positivo en distintos otros sectores económicos que a su vez se identifica en el producto bruto interno de la región del Cusco” (Urrutia, Gonzales, & Huanca, 2018) y que genera así mismo la interrelación con otros núcleos económicos que también repercuten en el crecimiento económico de la misma manera que la actividad turística de forma positiva.

- Quino (2015) en su trabajo de tesis “Turismo rural y comunitario y calidad de vida en Patabamba Coya Departamento Cusco”.

Señala las siguientes conclusiones:

El turismo rural comunitario en la comunidad campesina de Patabamba ha representado una buena opción que permite incrementar el nivel de calidad de vida de los habitantes de la comunidad, el 60% de los comuneros declara que su calidad de vida ha mejorado,



económicamente, en el nivel educativo, salud y que es una gran alternativa de desarrollo comunal.

El turismo rural comunitario en Patabamba se desarrolla de forma regular, el 57.3% de los comuneros indica que existe capacitación y que les ayuda a prestar servicios de calidad a los visitantes, quienes muestran su satisfacción.

- Sosa Herrera Gelda – 2018: “Impacto socio económico y el turismo rural comunitario en el distrito de Echarati - la Convención”

En esta investigación se observa el impacto socioeconómico que es generado por el turismo rural, se elogia la actuación de los pobladores del Distrito de Echarati, quienes con mucho interés recibieron un programa de capacitación obtienen los conocimientos básicos sobre las formas de desarrollar acciones para el desarrollo del turismo rural. Se incidió en charlas o cursos de capacitación que fueron brindadas por la municipalidad en colaboración con otras organizaciones no gubernamentales (ONG). Estos pobladores, han obtenido la experiencia básica en lo que se refiere a la atención de turistas, así mismo se les indicó las actividades alternas de turismo rural las mismas que pueden ser potenciadas en la comunidad identificando los lugares más apropiados dónde se puede promover cada una de las actividades como son la práctica de deportes y recreación, el montañismo, trekking, pesca, remo, canotaje y otros.

Se les capacita así mismo, en el análisis del impacto social sobre la población que participa en las actividades del turismo rural comunitario en el Distrito de Echarati, ya que esta zona cuenta con diversos recursos turísticos, los mismos que son apropiados para el desarrollo del turismo rural comunitario de manera sostenible, especialmente por la característica propia del lugar en el aspecto natural y ecológico, ya que en las áreas aledañas se tiene una gran variedad de fauna acuática a través del cual se puede aprovechar junto con el avistamiento de aves; todo ello aunado a las representaciones de cultura mística de sus



pobladores en quienes aún se desarrolla las prácticas ancestrales que están basadas en valores solidarios y recíprocos entre los miembros de la comunidad, igualmente la realización de rituales a la pacha mama o madre naturaleza, que les permite convivir armónicamente con la naturaleza. La suma de estos aspectos coadyuva en el incremento de sus ingresos y por ende en el mejoramiento de su calidad de vida.

2.2. BASE TEÓRICA

2.2.1. Teorías de Keynes

1) Empleo y sueldos.

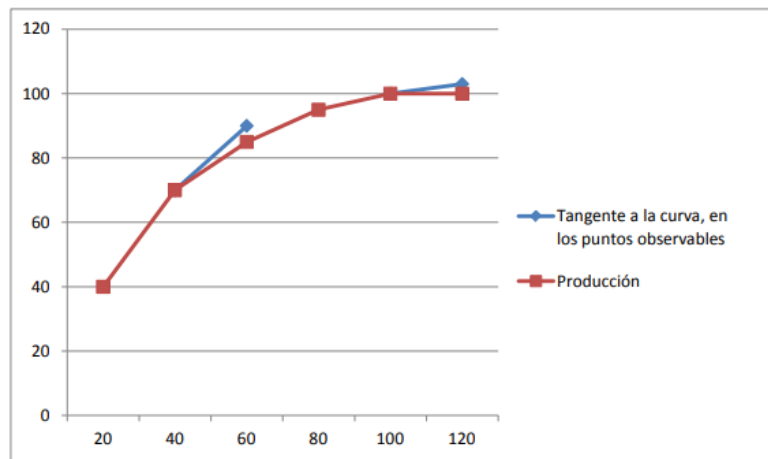
Lograr la plena ocupación es el objetivo prioritario para obtener la suficiente producción y la adecuada distribución de los bienes y servicios que la sociedad demanda para su bienestar. El Ingreso, para poder remunerar los factores productivos (principalmente trabajo) se obtiene de vender la Producción. La Ocupación se mide ponderando los tiempos totales trabajados y las cualificaciones de los trabajadores, comparando éstas por su nivel salarial. A corto plazo, Ocupación (Empleo ponderado), Ingreso (Rentas), Producción (PIB), varían en la misma proporción. Por ello, la proporción evolutiva de uno, nos permite conocer la evolución proporcional de los otros dos. La Des/Ocupación se debe a la In/Suficiente Demanda Efectiva, que se puede manipular con políticas económicas apropiadas. A cada nivel de Ocupación (Ingreso, Producción), el salario real equivale a la productividad marginal del trabajo.

A corto plazo, los rendimientos marginales del trabajo decrecen, por lo que, si se quiere incrementar el empleo, los salarios reales deben bajar, pues suben los costes unitarios, y las empresas para evitar pérdidas, bajan los salarios nominales si no pueden subir precios, o mantienen los salarios nominales (los reales quedan devaluados por inflación) cuando si pueden subir los precios.



PRODUCCIÓN – TRABAJO

Productividad marginal del trabajo = valor de la tangente trigonométrica de la Tangente geométrica $Y = \% \text{ Producción obtenida (respecto la Actual)}$



$X = \% \text{ Trabajo empleado respecto Trabajo Actual} = 100$

La pretensión de mantener el salario real indexando el nominal, alegando que las empresas de bienes de consumo suben precios, frena la creación de empleo, pues éstas al no poder evitar pérdidas no sube la ocupación, por tanto, si hay paro, la negociación colectiva no debe indexar los salarios al IPC. Solo la mejora de la productividad y/o los beneficios de la empresa, pueden justificar la revalorización del salario real, cuya utilidad no siempre es igual a la desutilidad marginal del trabajo por ello, los trabajadores, cuando quieren ocupaciones adicionales, pueden aceptar que los salarios nominales corrientes no se incrementen, aunque resulten devaluados por una moderada inflación. La bajada de salarios nominales no es aconsejable pues provoca menor consumo (demanda) y consiguiente menor producción (ocupación), salvo: 1) para salvar empresas de sectores en crisis o 2) para aumentar competitividad, y su consiguiente incremento de empleo, en sectores exportadores a mercados exteriores abiertos, o 3) para bajadas temporales, si las expectativas empresariales son de alzas salariales en el futuro.



Tampoco son aconsejables las bajadas de salarios nominales si hay rechazo de colectivos capaces de crear adversos escenarios socio políticos que desmotivan la demanda (inversión) de los empresarios. Las Deudas públicas y privadas frenan la creación del empleo, porque las cargas de los intereses de las deudas reducen su capacidad de Demanda efectiva (Consumo e Inversión). La bajada de salarios y/o precios rebaja las necesidades de tesorería para transacciones y para contingencias imprevistas y con ello libera liquidez al sistema monetario y por tanto reduce la tasa de interés del mercado, ocasionando pues el mismo efecto que un aumento de la masa monetaria. Por tanto, en ocasiones, puede ser más eficaz socialmente una política monetaria expansiva, que una salarial restrictiva.

2) Ingresos, Consumo y Ahorro.

Una proporción del Ingreso (posición de la función consumo) derivado de la Producción vendida se destina a comprar bienes de consumo. La parte de los Ingresos obtenidos al vender la Producción (Oferta), que no se destinan al Consumo, van al Ahorro. $P_o = C + A$ Al inicio de los períodos (Ciclos) en que se registran cambios, las variaciones del Consumo (Ahorro) son menos flexibles que la del Ingreso (Producción, Ocupación). Por tanto, hay retrasos temporales en los ajustes del Consumo (Ahorro) a nuevos niveles de Ingreso (Producción, Ocupación). Para cubrir todos los costes de la producción es preciso que se vendan (Demanden) todos los bienes de Consumo y de Inversión producidos. $P_d = C + I$ Los fondos provenientes de saldos ociosos y de préstamos anteriores ya están incorporados al concepto Ahorro, porque se emplearon en consumos y/o en inversiones anteriores que incrementaron la Producción (Ingreso), del que derivó el Ahorro. El Consumo y por tanto también el Ahorro, a corto plazo dependen proporcionalmente de la Producción (Ingreso), mientras que la Inversión es autónoma, pues depende de las expectativas, poco fundadas en la Producción (Ingreso) actual, de los empresarios, por lo que la demanda puede no estar en equilibrio con la producción ofertada, y por tanto puede ser aconsejable una manipulación (des/incentivación) de la



Inversión (y/o Consumo), para que la Demanda de la Producción (Consumo más Inversión) sea igual a la Oferta de la Producción (Consumo más Ahorro).

La propensión marginal a consumir (elasticidad del Consumo respecto el Ingreso) es decreciente. (Inclinación de la Tangente tiende a ser horizontal) Curva representativa de la Función Consumo, definida por su posición e inclinación.

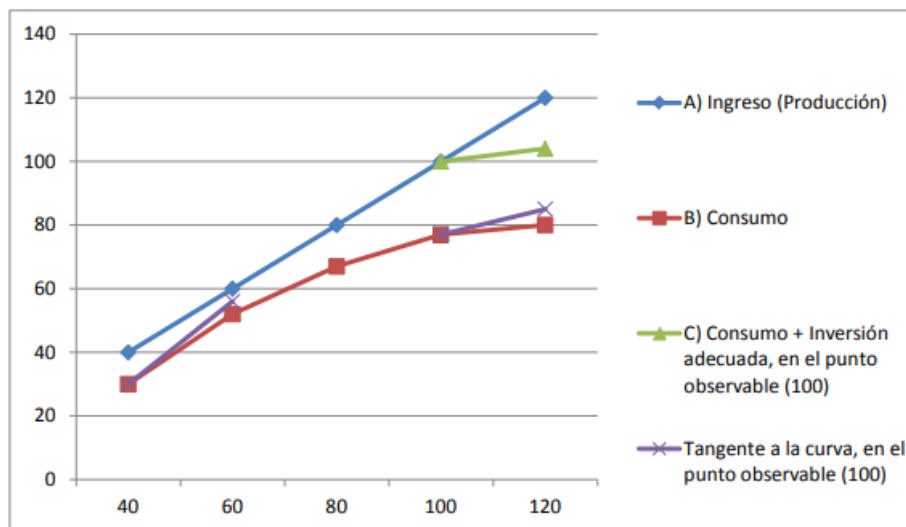
A) INGRESOS (PRODUCCIÓN)

B) GASTO EN CONSUMO

C) GASTO TOTAL EN CONSUMO + BIENES DE CAPITAL (Inversión)

Propensión marginal a consumir (valor de la tangente trigonométrica de la Tangente)

Y= % respecto los valores Actuales



A) X= % Ingresos, respecto Ingreso Actual=100 Fig.-2 B) X= % Gastos en bienes de consumo, respecto el Ingreso Actual=100 C) X= % Gastos en (Consumo + Inversión) para cubrir costes, respecto el Ingreso Actual=100 La propensión media a consumir es la proporción del consumo al ingreso correspondiente a la ocupación plena. Las pautas de comportamiento de los consumidores (posición e inclinación de la función) se deben a factores subjetivos endógenos, cuales son: 1) los que corresponden a los individuos que varían poco a corto plazo y dependen de las características psicológicas de la naturaleza humana que minoran el gasto en



el consumo, por: contingencias imprevistas; necesidades previstas; búsqueda de rentabilidad de los ahorros; independencia para obrar; especulación; legación de fortunas; avaricia, y 2) los que se derivan de las prácticas de las empresas (pagos de salarios; dividendos; cálculos de depreciaciones; utilidades) y de las instituciones sociales (pensiones; ayudas al paro; ayudas sociales; política fiscal).

También pueden variar las pautas de comportamiento (cambios en la posición e inclinación de la función) por causa de factores objetivos exógenos, como pueden ser: 1) grandes plusvalías o pérdidas imprevistas, 2) nueva política de redistribución de rentas y/o bienestar social, 3) inmediatez de catástrofes o guerras, 4) cambios sustanciales de la tasa de interés. La progresividad de los impuestos favorece la Producción (Ocupación), a través del aumento del Consumo, porque mientras el consumo de los contribuyentes de mayor renta disminuye poco con la subida de impuestos, porque su propensión marginal a consumir es baja, se incrementa bastante más el consumo de los contribuyentes de menor renta beneficiados con la bajada de impuestos, porque su propensión marginal a consumir es alta. Pero hay que modular bien tal progresividad porque tiende a tener un efecto desalentador sobre la actividad e inversión privada, lo que reduce la producción. El conocimiento del valor de la propensión a consumir (ahorrar) es indispensable para las decisiones de política económica, pues el efecto multiplicador de un gasto (consumo y/o inversión), representado por la proporción en que varía la Producción (Ocupación) respecto al Gasto que provoca tal variación, equivale al inverso de la Propensión Marginal a Ahorrar. Diferencial del gasto extraordinario (Dg); Diferencial de la producción (Dp)

Ex - ante; (Dp)= suma Diferenciales Consumo y Ahorro (Dc +Da)

Propensión Marginal a Ahorrar (P.M.A) = $Da/Dp = (1 - (Dc/Dp))$

Ex - post; (Dp)= suma Diferenciales Consumo e Inversión (Gasto) (Dc+Dg)

Multiplicador= $Dp/Dg=Dp/(Dp-Dc) = 1/(1-(Dc/Dp)) = 1/(Da/Dp) =$ Inverso (P.M.A)



La rebaja de impuestos selectiva afecta a la Producción como un gasto público. En sociedades en crisis con alto desempleo (baja P.M.A) es aconsejable el gasto público extraordinario, que, en caso de estar destinado a inversiones, éstas han de ser rentables y realizadas en condiciones que no desincentiven la inversión privada, evitando provocar encarecimiento del crédito, de los bienes de equipo y de las materias primas y de las importaciones. En sociedades de alto nivel de renta y bajo desempleo (alta P.M.A), se requieren volúmenes muy altos de gasto público extraordinario, para crear más empleo. Lo que significa que es bastante estable el nivel de ocupación y poco aconsejable el gasto. En sociedades prósperas con plena ocupación (Producción poco elástica), el gasto público extraordinario no es nada aconsejable porque provoca inflación.

2.2.2. Teoría del Desarrollo Social (GEOVANNI E. REYES)

"El término desarrollo se entiende como la condición social dentro de un país, en la cual las necesidades auténticas de su población se satisfacen con el uso racional y sostenible de recursos y sistemas naturales. La utilización de los recursos estaría basada en una tecnología que respeta los aspectos culturales. Esta definición general de desarrollo incluye la especificación de que los grupos sociales tienen acceso a organizaciones y a servicios básicos como educación, vivienda, salud, nutrición, sobre todo, que sus culturas y tradiciones sean respetadas dentro del marco social de un estado-nación en particular. En términos económicos, la definición mencionada anteriormente indica que para la población de un país hay oportunidades de empleo, satisfacción de por lo menos las necesidades básicas, y una tasa positiva de distribución y de redistribución de la riqueza nacional. En el sentido político, esta definición enfatiza que los sistemas de gobierno tienen legitimidad legal, y también la legitimidad concreta que surge principalmente de proporcionar oportunidades y beneficios sociales para la mayoría de la población".



2.2.3. Teoría del trabajo de Adam Smith

Adam Smith entiende la ganancia como la parte del valor creado por los trabajadores en el proceso de producción, que se apropian los dueños del capital. Se trata, por lo tanto, de un excedente creado por el único factor productivo: el trabajo humano. Y si bien nunca utiliza la plusvalía como una categoría específica, establece con toda precisión que la renta del suelo, el interés y los impuestos que recaba el estado, son ingresos derivados del excedente creado por el trabajo.

En una primera instancia, establece correctamente que los ingresos que reciben las distintas clases sociales están determinados por el tiempo de trabajo necesario para producir las mercancías, al no poder establecer las diferencias entre trabajo y fuerza de trabajo; es decir, al hacer equivalentes valor y salarios. Según sus propias palabras, el salario, beneficio y renta son las tres fuentes originarias de toda clase de renta y de todo valor de cambio.

2.2.4. Turismo

Según Green Wood (1989-1978) para entender al turismo como fenómeno sociocultural es importante analizar la relación entre los discursos generados a nivel global (representados por organismos internacionales como la Organización Mundial del Turismo-OMT), en el ámbito nacional (instancias que administran y promueven el turismo) y por las empresas que actúan en forma específica. Todos estos actores buscan promocionar la actividad turística construyendo una imagen atractiva de lugares, historias y culturas. En ese sentido el turismo puede ser entendido como una gran maquinaria discursiva que produce representaciones sobre la nación; y los grupos que la componen. Estos discursos a su vez, pueden influenciar las versiones sobre la historia y sobre las identidades culturales de las poblaciones receptoras. Dicho de otra manera: como un constructor de relatos sobre la nación, el turismo puede tener un gran impacto en los imaginarios sociales de las poblaciones.



Organización Mundial de Turismo (OMT, 2006), indica que el turismo es “un hecho que comprende las actividades que las personas (turistas) realizan durante sus viajes y permanencias en lugares distintos al de su habitual entorno, durante un periodo de tiempo consecutivo igual o inferior a un año, el mismo que tiene fines de ocio, o que puede ser realizado por negocios u otros motivos” (Sancho, 2001).

Robert McIntosh (1990), tiene una alternativa diferente, “pues propone que para definir el turismo hay que tomar en cuenta las siguientes perspectivas que conforman dicha actividad, las cuales son: el turista, el negocio o agente que proporciona los bienes y servicios turísticos” (McIntosh, 1990), el ente gubernamental de la comunidad y/o área anfitriona y la misma comunidad que recibe, ya que todos estos elementos juntos son la principal base para formular una definición más exacta y concreta del turismo.

2.2.5. Turismo rural

El origen del turismo rural puede situarse en el proceso de concentración urbana, uno de los fenómenos más importantes del siglo XX, la población urbana llega a constituirse en un medio artificial y el espacio rural llega a ser el medio natural y el refugio para las insatisfacciones de las ciudades. En la actualidad, un porcentaje importante de la población urbana es atraída por recursos propios del medio rural, tales como el contacto con la naturaleza, entorno no contaminado, tranquilidad o reposo.

El turismo rural se origina por el auge de lo auténtico, de lo propio y lo natural, ha generado grandes corrientes turísticas representadas por viajeros que se desplazan seducidos por la necesidad de vivir esa ruralidad, que pocas veces puede experimentarse en el entorno urbano. (Camacho, 2007)

El turismo rural constituye, un aspecto de la búsqueda de una nueva comunicación entre el hombre y su entorno natural y sociocultural, que permite un mayor entendimiento y solidaridad



entre el medio rural y urbano, en orden a superar la crisis de valores de la sociedad urbana e industrial (Bote Gómez, 1992).

La noción de ruralidad viene enmarcada desde el origen etimológico de la palabra rural: rural, ruralis ruri, que se relaciona con todo lo relativo a la vida del campo y a las labores de él”. (Real Academia Española, citado por Camacho, 2007). Según Camacho (2007), el turismo rural puede ser definido como: “aquella actividad en la que los turistas se desplazan desde su lugar de residencia hacia destinos relacionados con la vida del campo y todo lo referente a éste”.

Toda la multiplicidad de conceptos de turismo rural, genera una interrogante: ¿Cuál es el motivo de la ausencia de una definición comúnmente aceptada? Grolleau (1988) indica, que ninguno de los términos empleados para designar al turismo rural llega a cubrir completamente las distintas realidades que la actividad turística rural engloba, es decir que el turismo opera con una serie de elementos heterogéneos, representados en un conjunto de modalidades como el turismo verde, el agroturismo, el turismo cultural, el turismo de pueblo y otros.

El concepto de lo rural o lo urbano varía de acuerdo al ordenamiento territorial de cada país, ya que como el caso de los países de la Unión Europea lo rural se define de acuerdo a ciertos criterios como planificación, dispersión demográfica y población. En el caso de Perú, lo rural y lo urbano se encuentra bien delimitado y esto ayuda a definir al turismo rural como una actividad propia del campo.

2.2.6. El turismo rural como forma de desarrollo socioeconómico para las comunidades locales.

El turismo rural también debe traer consigo desarrollo para las comunidades locales que lo explotan, como indica Camacho: “en esencia es una vía para incrementar el bienestar y la calidad de vida de la población rural. En dos palabras: vivir mejor”. El turismo rural implica una estrategia de desarrollo, en la que se aúnan:



- a. La sensibilidad con el medio natural, social y cultural, lo que requiere que el desarrollo del turismo rural se base en criterios de sostenibilidad.
- b. La participación activa de la población local en la actividad turística, es decir en su planificación, gestión, organización y en la percepción de los beneficios que genera.
- c. La especial disposición de la demanda de servicios de turismo rural para aceptar esos elementos estratégicos. (Camacho, 2007)

Un aspecto que se debe remarcar, es que el turismo rural debe propiciar la participación activa de la comunidad, debido a que éstos vienen a ser los anfitriones y la imagen del destino, para así también propiciar el intercambio cultural entre visitantes y visitados.

La interrelación de la población rural y la urbana visitante debe generar un feedback óptimo para ambas partes; el habitante del pueblo aprenderá a descubrir qué motiva al urbano a desplazarse y pondrá en valor todos esos atractivos de los que obtendrá un beneficio económico, una concienciación de su entorno y la recuperación de un sentimiento de orgullo que ya creían olvidado. En ese mismo proceso, el turista va satisfacer su necesidad y valorará adecuadamente todos los activos del entorno. El turismo rural auténtico constituye un diálogo entre visitantes y visitados (OMT, 1998), creador de nuevas relaciones e intercambios y contactos socioculturales auténticos y fecundos que permiten el reencuentro entre dos sociedades: la urbana y la rural.

Este proceso puede llevar a cubrir importantes objetivos que constituyan destacados beneficios para el espacio rural o interior. Entre ellos, cabe destacar los siguientes:

- Mejora de las condiciones de vida en la población local, o lo que también se denomina mejorar la calidad de vida, que como menciona Camacho (2007) se refiere a “vivir mejor”.
- Contribución a la reactivación económica de las zonas deprimidas, debido al ingreso de moneda extranjera que agiliza el movimiento económico, en zonas que sufren del fenómeno mundial denominado pobreza.



- Incorporación de la mujer al trabajo remunerado, ya que por siglos se ha vivido la discriminación hacia la mujer, principalmente si analizamos el caso de Perú, donde el machismo ha abarcado grandes sectores de la sociedad, pero donde gracias al turismo la mujer llega a ser independiente y generar sus propios ingresos.
- Estabilización de la población local desde el punto de vista demográfico, entendiendo que el fenómeno de la migración campo ciudad llegue a disminuir.
- Mantenimiento de la actividad agropecuaria y artesanal, recuperando las antiguas formas de cultivos y procesos artesanales que en el pasado fueron sostenibles principalmente con la utilización de recursos naturales.
- Mantenimiento o recuperación del patrimonio arquitectónico tradicional, cuidando y preservando principalmente el legado arqueológico de los antepasados.
- Conservación del medio físico, evitando la contaminación no sólo del agua, aire y suelo, sino también la visual que afecta tanto al turismo.
- Potenciación de los intercambios culturales, para fomentar la interacción entre el turista y la comunidad local.

El desarrollo que produce el turismo rural para las comunidades receptoras no sólo es en términos económico, sino también que permite preservar la autenticidad de la comunidad y la conciencia que tienen atractivos que deben de conservar para poder seguir obteniendo beneficios y así mejorar su calidad de vida.

2.2.7. El Turismo y su Vínculo con la Economía

Aun cuando el turismo es “uno de los más grandes empleadores y exportadores de servicios, y que para la economía mundial es uno de los sectores principales, existen limitados estudios acerca de la contribución de este sector al crecimiento de la economía de los países” (Balaguer & Cantavella, 2002)



“Los principales impactos económicos positivos del turismo se relacionan con los ingresos por divisas, la contribución a los ingresos públicos y la generación de empleo y oportunidades de negocios” (Brida, Pereyra, Such y Zapata, 2008: pp. 36).

El turismo es una actividad generadora de divisas “que ayudan a equilibrar la balanza de pagos, aumenta los ingresos públicos, genera valor agregado y fomenta la actividad empresarial, debido a que las actividades del turismo no se limitan a hoteles y restaurantes sino que engloban una serie mucho más amplia de servicios y bienes de consumo”. (Sancho, 2001)

Además del ingreso de divisas, “es necesario reconocer otros beneficios que el turismo genera, donde podemos mencionar el crecimiento del sector empresarial debido a que es necesario satisfacer la demanda creada por la expansión del turismo, impulsando la actividad comercial tanto nacional como internacional y los diferentes sectores de servicios relacionados con el turismo” (Dritsakis, 2004). Es por esto que, a su vez, se crean nuevos recursos de empleo en sectores que mantienen relación con el turismo, gracias a esto se puede reducir la tendencia a emigrar. Por otra parte, “el desarrollo del turismo incrementa el ingreso total del país y especialmente los ingresos de la población económicamente activa que esta empleada en las empresas turísticas, así como de aquellas que trabajan para empresas cuyo negocio gira en torno al turismo en pequeño o gran nivel” (Dritsakis, 2004)

“Es así que, los ingresos percibidos por el turismo de esta manera, el ingreso del turismo se distribuye a través de un amplio estrato de la población y de esto depende en gran medida el desarrollo de los sectores rurales de los países en vías de desarrollo. Por su parte, el turismo contribuye a mejorar la calidad de vida y el nivel cultural de la población de los sectores turísticos y finalmente, en el sector fiscal, la actividad turística beneficia la economía pública por medio de la recaudación de impuestos.” (Dritsakis, 2004)



En este punto podemos resaltar que el turismo involucra varias actividades económicas diferentes bajo este nombre, por lo que no es un sector que pueda ser clasificado formalmente. Por estos motivos, a menudo existe incertidumbre sobre los límites de las actividades turísticas; no obstante, para evitar aquello, se podría hacer una diferenciación entre lo que es la industria del turismo y la economía del turismo; incluyendo en la primera actividades como: transporte, hotelería, servicio de comida, recreación y otros servicios de viaje; y en la segunda: actividades tan diversas como: suministro de alimentos, bebidas, combustibles y equipos, servicios básicos, servicios de lavandería, salud, financieros, seguridad, publicidad, promoción turística, además de renta de autos, manufactura, construcción naval, fabricación de aeronaves, productos de vidrio, hierro/acero, computadores, construcción, minería, plásticos, químicos, textiles, productos metálicos y de madera (Rogerson, 2008).

Adicionalmente, el turismo tiene varios beneficios que se extienden a través de toda la sociedad, como brindar una solución económica a ciudades y países, generar plazas de empleo, fomentar la cultura, la interacción global y el crecimiento de las relaciones comerciales (Sancho, 1998).

Finalmente, como resultado de la tendencia a globalizar la economía y las comunicaciones, la industria del turismo se benefició de la apertura de los mercados en países desarrollados como en los que están en vías de desarrollo, “lo que la convirtió en una de las industrias líderes por la proporción que ocupa en la economía y por la oportunidad que brinda a los países de acogida de generar producción y empleo” (Gokovali, 2010). Es así como el turismo aporta al crecimiento económico mediante el ingreso directo de divisas, lo que apoya la balanza de pagos y de esta manera crea un efecto multiplicador que ayuda al desarrollo de diversos sectores económicos de un país. Las consecuencias de los ingresos generados por el turismo en la balanza de pagos tienen un enfoque especial en los países considerados en vías de desarrollo y es una parte importante en la estrategia para conseguir crecimiento económico “debido a que



los ingresos de esta actividad pueden ser utilizados para la importación de insumos necesarios para la industrialización de los países en vías de desarrollo como la tecnología” (Gokovali, 2010).

“Todo ello pone en evidencia que la contribución del turismo al crecimiento económico no es solo directa, si no que estimula el crecimiento de otros sectores a través de los encadenamientos hacia adelante y hacia atrás que genera dentro de la economía” (Gokovali, 2010).

2.2.8. Agroturismo

También conocido como agro ecoturismo, es aquel que ofrece al turista la posibilidad de conocer y experimentar de manera directa con los procesos de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias, culminando con la degustación de los productos. Como plantea Budowski (2001), el agroturismo, es una disciplina aún no regulada, que nace del interés del turista por descubrir ciertas prácticas agrícolas y participar en su manejo, incluyendo la cosecha. Hay confusión en la descripción de la disciplina con términos como agro ecoturismo, turismo rural, etc. Aunque el interés principal del visitante está motivado por las labores propias de un establecimiento de campo, no excluye el disfrute de acciones complementarias (II Foro... 2002). Varios estudiosos del tema, definen el agroturismo como una modalidad del turismo rural, que se caracteriza por la visita a emprendimientos rurales para conocer de actividades agropecuarias, involucrándose directamente en las mismas. Esto puede dar origen un conjunto de actividades asociadas, tales como hacienda-hotel, pesque-pague (pesca y paga), posada, restaurante típico, ventas directas del productor, artesanía, industrialización y otras actividades de recreación ligadas a la vida cotidiana de los pobladores del campo. (Figuerola, 2000; Velarde, 2000). Ejemplos concretos de agroturismo serían: participar en una recolecta de café o de otras frutas (naranjas, uvas, cacao), ordeñar manualmente una vaca, asistir a una corrida típica de toros, participar de un proceso de



elaboración de panela (tapa de dulce) o de un queso, conocer y participar las prácticas que se llevan a cabo en un vivero de plantas ornamentales, etc. (Paredes 1998).

2.2.9. El turismo rural como mecanismo de conservación cultural y entorno natural

“La Sociedad Internacional de ecoturismo define que es el viaje responsable a las Áreas Naturales para proteger y conservar los recursos naturales que existen en cada una de las comunidades, y de esto modo brindar un turismo responsable que genera la mejora de cada una de las familias y de su comunidad, asimismo se sugiere a cada una de las personas participar en las actividades y/o talleres ambientales, que ayudaran a respetar los siguientes principios de sustentabilidad” (Sociedad Internacional de Ecoturismo, 1990, p.3): Ayudar a minimizar los impactos ambientales y sociales en cada recurso natural. Incentivar a la comunidad sobre la importancia del cuidado del ambiente y la cultura.

Realizar talleres sobre cada experiencia positiva, para concientizar a los visitantes, sobre lo importante que es la conservación de los recursos naturales. Sensibilizar a cada uno de los turistas para que se comprometan en la conservación de las áreas naturales y culturales que existen en cada comunidad.

En el desarrollo de las actividades de turismo rural de Willoq y Patacancha se promueve reducir en la medida de lo posible, los impactos negativos sobre el entorno natural y socio-cultural. Realizar talleres de protección de cada una de las zonas naturales que ayuda a generar beneficios económicos para las comunidades, del mismo modo ayuda a incrementar sus conocimientos sobre la preservación de las áreas naturales y culturales, que existen en la zona.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

Actividad turística: Aquella actividad económica que se realiza con el fin de generar ingresos, a partir de la venta a los turistas de algún tipo de bien o servicios. Se incluye en este concepto, las condiciones de mercado como la oferta y la demanda.



Atractivos turísticos: Son parte de la sostenibilidad de un pueblo y de su propia cultura, es además un elemento con suficiente valor, apto y disponible sobre los cuales una comunidad puede basar su actividad.

Calidad de vida: “Calidad de las condiciones de vida de una persona, la satisfacción experimentada por la persona con dichas condiciones vitales, la combinación de componentes objetivos y subjetivos” (Evans & M, 2014), es decir, calidad de vida es la calidad en las condiciones vitales de una persona acompañada del nivel de satisfacción que la persona pueda experimentar y, al final es la combinación de las condiciones de vida y la satisfacción medida por los niveles de valores, metas y expectativas personales.

Comunidad rural: Se refiere a un grupo de gente que comparte la residencia en un área geográfica delimitada, relacionados por enlaces ancestrales sociales, económicos y culturales manifestados en la propiedad compartida de la tierra, el trabajo comunitario y la ayuda mutua, y controla el acceso a un conjunto de recursos naturales locales.

Demanda y oferta turística: La demanda turística es aquella parte de la demanda global generada por el turismo. Dado que cada producto turístico está compuesto por una gran cantidad de bienes públicos y privados, influye en todas las subcuentas de la demanda global: el consumo y la inversión privada (alojamiento, alimentos, servicios de transporte, restaurantes, compra de recuerdos, consumo de espectáculos culturales, etc.); el consumo y la inversión pública (infraestructura pública, seguridad, conservación de recursos turísticos, etc.), así como las exportaciones (venta de paquetes turísticos a operadores internacionales)... La oferta turística es el conjunto de bienes, servicios e infraestructura turística que permiten la recepción y atención del flujo de visitantes.

Desarrollo sostenible: Se entiende como quien cubre las necesidades de los visitantes actuales y de igual manera de las regiones receptoras mientras se protege y fomenta las oportunidades para el futuro.



Ingresos: Son todas las ganancias que ingresan al conjunto total del presupuesto de una entidad, ya sea pública o privada, individual o grupal, en términos generales los ingresos son los elementos tanto monetarios como no monetarios que se acumulan y que generan como consecuencia un círculo de consumo –ganancia.

Pobreza: Se define comúnmente como la falta de lo necesario para asegurar el bienestar material, en particular, pero también vivienda, tierras y otros activos. En otras palabras, la pobreza entraña una carencia de muchos recursos que da lugar al hambre y a privaciones físicas.

Producto turístico: Es la combinación de bienes y servicios, de recursos e infraestructura que se ordenan de forma que ofrezcan unos beneficios a los clientes consigan satisfacer sus necesidades y expectativas, y que estén disponibles para ser consumidos en el momento preciso.

Servicios turísticos: “Es todo tipo de servicio ofrecido a los turistas o a los proveedores de estos (agencias de viaje, tour operadores, guías de turismo, etc.). Si bien son “básicamente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo, su prestación es facilitada por un adecuado equipamiento turístico” (Sancho, 2001). Entre los principales servicios turísticos, se incluye el alojamiento, la alimentación, la organización de viajes y las excursiones guiadas, entre otros.

Turismo Vivencial: Es una situación de encuentro y diálogo mediante personas de dos o más culturas diferentes, tiene el espíritu de hacer de esta actividad algo más humano, “con la disposición hacia esa solidaridad que sólo se puede dar al encontrarse auténticamente con la naturaleza y la persona, vale decir que son actividades que pueden desarrollarse en el ámbito rural” (Morillo, 2010) y que dan como resultado ser interesantes para habitantes de las ciudades que cuentan con condiciones exóticas, románticas o diferentes a las de sus lugares de residencia y estilos de vida.



2.4. FORMULACION DE LA HIPOTESIS

2.4.1. Hipótesis General

El turismo rural influye significativamente en los ingresos de los pobladores de las comunidades campesinas de Willoq y Patacancha del distrito de Ollantaytambo provincia Urubamba, periodo 2018-2019

2.4.2. Hipótesis Específica

- La actividad de servicios turísticos de alojamiento y alimentación influyen significativamente en el incremento de los ingresos de los pobladores de las comunidades de Willoq y Patacancha del distrito de Ollantaytambo provincia Urubamba, en el periodo 2018-2019.
- La actividad de producción y comercialización de artesanía influye significativamente en el comportamiento de los ingresos de los pobladores de las comunidades de Willoq y Patacancha del distrito de Ollantaytambo, provincia Urubamba, en el periodo 2018-2019.
- La actividad de servicios de porteador turístico influye significativamente en el incremento de los ingresos de los pobladores de las comunidades de Willoq y Patacancha del distrito de Ollantaytambo provincia Urubamba, en el periodo 2018-2019.

2.5. VARIABLES DE LA INVESTIGACION

2.5.1. Variable Dependiente

- **IF:** Ingresos

2.5.2. Variable Independiente

- **AT:** Turismo Rural



2.5.3. Conceptualización de Variables

2.5.3.1. IP: Ingreso de los pobladores

El ingreso de los pobladores designa a “todos aquellos ingresos económicos con los que cuenta, esto obviamente incluye al sueldo, salario, de todos aquellos miembros que trabajan y que por ello perciben un sueldo y todos esos otros ingresos que puede considerarse extras” (Gonzalez, 2008), el ingreso obtenido por emprendimientos independientes que es iniciado por algún poblador lleva a cabo, la suma del dinero percibido mensualmente como un concepto de renta de propiedades.

2.5.3.2. Turismo Rural

“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. En este sentido, el producto turístico está constituido por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo, es de gran importancia señalar que los mismos deben estar dirigidos a la satisfacción de los deseos y las expectativas de los visitantes” (Rodriguez, 2010)



2.5.3. Operacionalización de Variables

CONCEPTO	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADOR	INSTRUMENTO DE RECOJO DE INFORMACION
El ingreso de los pobladores designa a “todos aquellos ingresos económicos con los que cuenta, esto obviamente incluye al sueldo, salario, de todos aquellos miembros que trabajan y que por ello perciben un sueldo y todos esos otros ingresos que puede considerarse extras” (Gonzalez, 2008)	Variable dependiente:	Ingresos Fijo:	Rentas Sueldos Pensión	
	Ingresos	Ingresos Variables	Comisiones Premios	
“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. En este sentido, el producto turístico está constituido por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo.” (Rodríguez, 2010)	Variable independiente:	Servicios de Alojamiento y Alimentación	Calidad de la oferta de alojamiento Calidad de la oferta alimenticia Volumen de producción.	Observaciones Encuesta Entrevistas
	Turismo Rural	Producción y Comercialización de Artesanías Servicio de Porteador Turístico	Proceso de producción. Canales de comercialización Precios. Ingresos Económico	



CAPITULO III:

METODO DE INVESTIGACION

3.1. NIVEL DE INVESTIGACION

El propósito del investigador es describir situaciones y eventos. Esto es, “decir como es y cómo se manifiesta determinado fenómeno. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis” (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2010). Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es medir.

La presente investigación es de tipo descriptivo correlacional. Descriptivo ya que se hará una descripción de las actividades de servicios de alojamiento y alimentación y de la actividad productiva de comercialización de artesanía y del porteador turístico, de las familias que conforman el grupo de estudio y su impacto en el desarrollo social como económico.

Así mismo, el estudio es correlacional ya que la investigación busca medir de qué manera la actividad de servicios de alojamiento y alimentación y de la actividad productiva de artesanías y su comercialización y porteador turístico; incide en el desarrollo social como económico en las comunidades campesinas de Willoq y Patacancha, y de esta manera probar las hipótesis establecidas previamente, explicando su significatividad dentro de las teorías económicas.

3.2. ENFOQUE DE INVESTIGACION

La investigación es cuantitativa, pues se busca la valorización cuantitativa de la actividad de servicios de alojamiento y alimentación, así como la producción y comercialización de artesanías y el porteador turístico, de los pobladores y su incidencia en el desarrollo social



como económico de las comunidades campesinas de Willoq y Patacancha y así probar las hipótesis establecidas previamente (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2010).

3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACION

El diseño de la investigación es no experimental de tipo transversal. No experimental ya que no se realizará la manipulación de las variables independientes, observando los fenómenos de los componentes de la actividad de turismo rural tal como se dan en un momento y contexto determinado, para que así posteriormente se analicen, lo que permitirá obtener resultados de los efectos en el ingreso de los pobladores de las comunidades campesinas de Willoq y Patacancha del distrito de Ollantaytambo (Bernal, 2010).

Así mismo, se analizarán los fenómenos de forma transversal, ya que el propósito de la investigación es analizar por medio de encuestas, en este caso se recolectará datos en un periodo de tiempo del 2018-2019, con el objetivo de describir, explicar e indagar la incidencia de los servicios de alojamiento y alimentación, producción y comercialización de artesanías y el porteador turístico de los Pobladores de las comunidades campesinas de Willoq y Patacancha en un momento determinado.

3.4. POBLACION Y MUESTRA

3.4.1. Población

La población considerada para el presente estudio está constituida por el total (360) familias de las comunidades de Willoq (220 familias) y Patacancha (140 familias). Dado que no todas las familias de las comunidades de Willoq y Patacancha se dedican a la actividad turística.

3.4.2. Muestra

Población



- Descripción: familias de las comunidades campesinas de Willoq y Patacancha
- Ámbito geográfico del distrito Ollantaytambo año 2018 - 2019
- Población: 360 familias

Tamaño de la muestra

Se utilizó la formula estadística para determinar el tamaño de una población finita

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot N \cdot Q}{E^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Dónde:

N = Población (360)

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza (1.65)

P = Probabilidad de éxito (0.50)

Q = Probabilidad de fracaso (0.50)

E = Nivel de error (9%)

$$n = \frac{(1.65)^2 \cdot (0.50) \cdot (360) \cdot (0.50)}{(0.09^2) \cdot (360 - 1) + (1.96^2) \cdot (0.50) \cdot (0.50)}$$

$$n = 60$$

$$n = 60 \text{ familias}$$

Repartidos de la siguiente manera Willoq (35 familias), Patacancha (25 familias). Cabe aclarar que la proporción de encuestas para cada comunidad se hizo por conveniencia debido a que muchas familias no querían colaborar con la elaboración de las encuestas.

3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.5.1. Técnica(s)

Técnicas: las técnicas a utilizar para el recojo de información serán:



- Encuesta, dirigida a las familias de las comunidades que brindan el servicio de alojamiento y alimentación.
- Encuesta, dirigida a las familias de las comunidades que producen y comercializan artesanías.
- Encuesta, dirigida a las familias de las comunidades que realizan la actividad del porteador turístico.

3.5.2. Instrumento(s)

- Encuesta
- Entrevista
- Ficha de observación

3.5.3. Procesamiento de datos

Para poder realizar el análisis del comportamiento del servicio de alojamiento y alimentación, del proceso de producción y de la comercialización de artesanía y del porteador turístico es necesario que previamente se elaboren las tablas y figuras de la presente investigación haciendo uso de programas informáticos como el EXCEL y el SPSS, lo que nos facilitará el análisis de la situación actual del tema de investigación



CAPITULO IV

ASPECTOS GENERALES

4.1. ASPECTOS GENERALES

AREA DE ESTUDIO

Distrito: Ollantaytambo

Provincia: Urubamba

Región: Cusco



GEOMORFOLOGIA

Llanura Aluvial: es una geforma más o menos plana, conformada por depósitos aluviales y fluviales, su granulometría es variada, va desde bloques, cantos rodados, grava, arenas, limos y arcillas. Su composición es heterogénea, depende del tipo de rocas a las cuales atraviesa el valle. La llanura aluvial de Patacancha está conformada por clastos de las formaciones Ollantaytambo, Verónica, Málaga entre otros. Esta micro cuenca nace en el abra de Panticalla y cono de deyección en el río Vilcanota en el poblado de Ollantaytambo.

Terrazas: Se encuentran en ambas márgenes a lo largo del río Patacancha, con relieves suaves, corresponde a antiguos paleo causes, o, a flujos aluviales en los conos aluviales, presentan taludes con bancos que oscilan entre 05 y 15 metros de potencia, hasta 200 metros en los restos arqueológicos de Pumamarca. En estas terrazas se asientan los terrenos de cultivo y caseríos.

FACTORES AMBIENTALES

Temperatura: La temperatura del aire es el elemento climático de mayor importancia ya que influye de manera directa en todas las actividades del hombre, así como también de la vegetación y fauna silvestre.



La temperatura media anual es de 14.7 °C, con poca variación a lo largo del año; la temperatura mínima anual es de 6.7 °C y ocurren con menores valores entre los meses de mayo y junio, mientras que la temperatura máxima anual es de 22.6 °C con una mínima variación entre los meses de junio, julio y agosto.

Precipitación: La precipitación media anual es de 522.66 mm, su distribución en intensidad varía de 5.02 mm en el mes de mayo a 108.91 mm en el mes de enero; el cual determina dos estaciones bien definidas a lo largo del año, un periodo seco con lluvias ocasionales que se dan entre los meses de mayo a septiembre y un periodo lluvioso con precipitaciones intensas que se dan entre los meses de diciembre a marzo.

POBLACION

Para el año 2015 el total de la población de las comunidades campesinas de Willoq y Patacancha era de 360 Familias, observándose una tendencia creciente de la población urbana y una tendencia decreciente de la población rural, la cual evidencia el acelerado proceso de urbanización en el distrito de Ollantaytambo en los últimos años.

Tabla 1: Población

Familias de las Comunidades Campesinas de Willoq y Patacancha		
Comunidad	Familias	Porcentaje
Willoq	220	61%
Patacancha	140	39%
Total	360	100%

Fuente: Plan urbanístico de Ollantaytambo - Elaboración propia

En la Tabla 1 podemos observar la población de las comunidades campesinas de Willoq y Patacancha, la población de Willoq representa el 61% del total de la población de ambas comunidades y el 39% representa a la población de Patacancha.

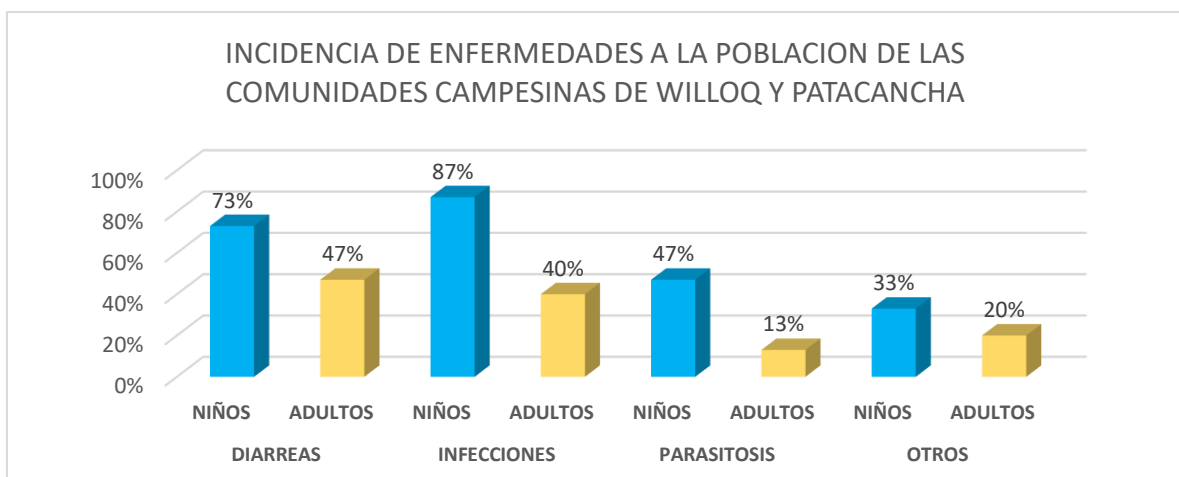


SALUD

En la microcuenca Patacancha se cuenta con dos establecimientos de salud, uno es un puesto de salud de categoría I-1, ubicada en la comunidad de Patacancha donde se cuenta con una enfermera, un obstetra y un técnico en enfermería, correspondiente al nivel I de atención de salud. En este establecimiento de salud, se desarrollan actividades principalmente de promoción de la salud, diagnóstico precoz y tratamiento oportuno de las necesidades de salud más frecuentes como IRAS y EDAS.

El segundo centro de salud se encuentra ubicado en el poblado de Ollantaytambo.

Ilustración 1: Incidencia de Enfermedades



Fuente: Plan urbanístico de Ollantaytambo - Elaboración propia

En lo que respecta a las enfermedades que afecta a la población de las comunidades campesinas de Willoq y Patacancha tenemos que las diarreas, representan alrededor del 73% del total de la población infantil frente al 47% de la población adulta, las infecciones en 87% a la población infantil frente a 40% a la población adulta y de la parasitosis con un 47% y 13% respectivamente, otras enfermedades con menores porcentajes.



EDUCACION

En las comunidades campesinas de Willoq y Patacancha se encuentran instituciones educativas de nivel inicial, primario y secundario, donde estudian los niños y jóvenes de dichas comunidades.

Tabla 2: Infraestructura Educativa

MATRICULADOS PATACANCHA			MATRICULADO EN WILOQ		
NIVEL	INICIAL JARDIN		NIVEL	INICIAL JARDIN	
AÑOS	2018	2019	AÑOS	2018	2019
03 AÑOS	8	5	03 AÑOS	9	4
04 AÑOS	10	9	04 AÑOS	5	10
05 AÑOS	11	13	05 AÑOS	7	5
TOTAL	29	27	TOTAL	21	19

Fuente: escale

Fuente: escale

MATRICULADO EN PATACANCHA			MATRICULADO EN WILOQ		
NIVEL	PRIMARIO		NIVEL	PRIMARIO	
SEGÚN GRADO	2018	2019	SEGÚN GRADO	2018	2019
1ª GRADO	19	19	1ª GRADO	31	31
2ª GRADO	14	21	2ª GRADO	28	36
3ª GRADO	13	13	3ª GRADO	27	26
4ª GRADO	13	14	4ª GRADO	24	27
5ª GRADO	21	14	5ª GRADO	33	23
6ª GRADO	17	17	6ª GRADO	24	35
TOTAL	97	98	TOTAL	167	178

Fuente: escale

Fuente: escale

MATRICULADO EN WILOQ		
NIVEL	SECUNDARIO	
SEGÚN GRADO	2018	2019
1ª GRADO	35	26
2ª GRADO	20	29
3ª GRADO	22	16
4ª GRADO	24	23
5ª GRADO	11	21
TOTAL	112	115

Fuente: escale



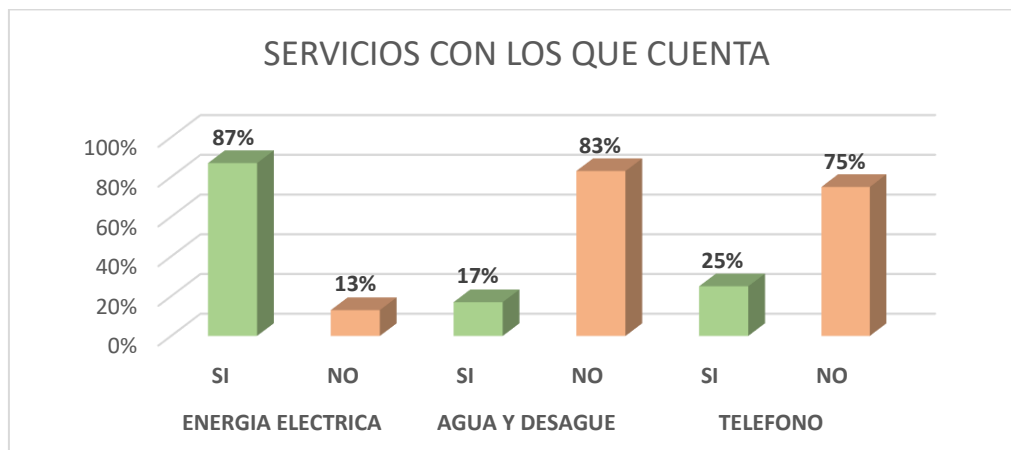
MIGRACION

No se cuenta con información de migración temporal y definitiva, pero se sabe que de las comunidades campesinas de Willoq y Patacancha, los varones son los que más salen de las comunidades para trabajar. Se desplazan hacia Ollantaytambo para trabajar como porteadores.

SERVICIOS

En las comunidades campesinas de Willoq y Patacancha los pobladores cuentan con los siguientes servicios:

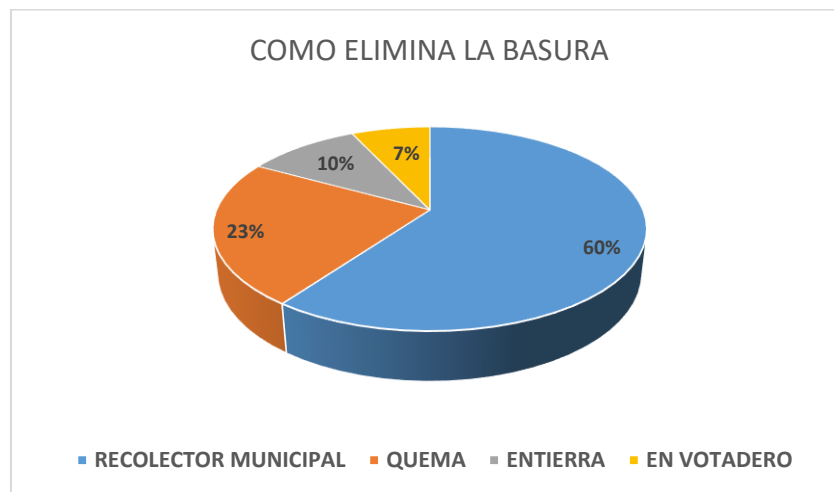
Ilustración 2: Servicios



Fuente: Plan urbanístico de Ollantaytambo - Elaboración propia

Como podemos observar en la ilustración N° 2 el 87% del total de la población de las comunidades campesinas de Willoq y Patacancha, cuentan con servicio eléctrico y el 13% no cuenta con este servicio, el 17% tiene el servicio de agua y desagüe y el 83% no tiene este servicio, mientras que el 25% cuenta con teléfono fijo y el 75% no tiene teléfono.

Ilustración 3: ¿Cómo Elimino la Basura?



Fuente: Plan urbanístico de Ollantaytambo - Elaboración propia

En la ilustración 3, la eliminación de los residuos sólidos, el 60% de la población, espera que el recolector municipal llegue hasta la comunidad para poder eliminar la basura, el 23% de los pobladores optan por quemar los residuos sólidos, el 10% entierra la basura y el 7% lleva la basura al botadero.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En las comunidades de Willoq y Patacancha los pobladores acceden a las señales de las siguientes emisoras: Radio Municipal de Ollanta, que se emite desde la capital de la provincia de Urubamba, Radio Inti Raymi que se emite desde el Cusco.

Tabla N° 3: Medios de Comunicación

Radio Municipal de Ollanta

Radio Municipal de Ollanta (Emitido desde la provincia de Urubamba)				
Infraestructura con que Cuenta las Comunidades				
Comunidad	Iglesia	Local Comunal	Loza Deportiva	Piscigranja
Willoq	Si cuenta	Si cuenta	No cuenta	Si cuenta
Patacancha	Si cuenta	Si cuenta	Si cuenta	Si cuenta



Fuente: Plan urbanístico de Ollantaytambo - Elaboración propia.

ASPECTOS CULTURALES

COMUNIDAD CAMPESINA DE WILLOQ

Tiene sus orígenes en los ayllus, por lo que mantienen características propias de este tipo de organización como son los cultivos bajo el sistema de rotación (muyuy).

COMUNIDAD CAMPESINA DE PATACANCHA

Tiene sus orígenes en los ayllus.

ETNOLINGUISTICA

En las comunidades de Willoq y Patacancha, el idioma predominante es el quechua, que se transmite de generación en generación. Aunque algunos practican también el idioma español principalmente los más jóvenes y varones que salen más frecuentemente de la comunidad.

TENENCIA Y PROPIEDAD DE LOS RECURSOS

La tenencia colectiva de las tierras, es importante mencionar que la tierra de las comunidades está distribuida en:

Tierras de pastoreo comunal, generalmente ubicadas en las partes altas de las comunidades donde se practica la actividad de pastoreo.

Tierras de cultivo temporal o de secano; las tierras denominadas muyuy o laymes en donde las familias tienen sus parcelas de producción agrícola, generalmente de tubérculos andinos.

Terrenos bajo riego; donde se realizan cultivos mahuay, las cuales son valoradas y codiciadas puesto que en dichos predios se puede realizar hasta dos cosechas al año.

Las lagunas y los riachuelos son considerados comunales y de aprovechamiento colectivo como para el uso de riego, consumo humano y abrevaderos de ganado.

ASPECTOS ECONOMICOS PRODUCTIVOS



Entre las principales actividades económicas y productivas de las comunidades se tiene las siguientes:

Agricultura:

Dependiendo de la altitud en la que se encuentran ubicados los suelos de uso agrícola de las comunidades, se puede encontrar diversos cultivos como la papa, oca, ño, lisas, trigo, cebada, avena y otros, los cuales son utilizados como parte de su dieta alimentaria y son trabajados bajo secano en sistema de rotación de cultivos, el destino de la producción agrícola está destinada principalmente al consumo familiar.

Tabla 4: Actividad Principal a la que se Dedicar la Población 2018 - 2019

TURISMO	AGRICULTURA	GANADERIA	COMERCIO	TURISMO	OTROS
WILLOQ	50,50%	6%	1,50%	42%	0%
PATACANCHA	51,00%	7%	1,00%	41%	0%

PLAN DE DESARROLLO DE OLLANTAYTAMBO 2015

COMUNIDAD	MAIZ	PAPA	FREJOL	HABA	FRUTALES	PASTOS MEJORADOS	OTROS
WILLOQ	34,50%	9,00%	8,50%	8,60%	11,43%	11,50%	17,20%
PATACANCHA	31,00%	7,00%	6,80%	7,00%	9,00%	8,50%	14,50%

PLAN DE DESARROLLO DE OLLANTAYTAMBO 2015

Ganadería:

La ganadería es también una actividad importante en las comunidades, la crianza de ovejas, llamas y alpacas se desarrollan generalmente en las partes altas de las comunidades y las mujeres y niños son los que se encargan del pastoreo de los animales.

La producción está orientada al autoconsumo; su carne es utilizada como alimento por las familias de las comunidades, su fibra es utilizado en los finos tejidos elaborados por las mujeres de estas comunidades, en tanto el estiércol también es utilizado como abono de sus parcelas de cultivo, también podemos añadir que existen animales que son utilizados para el trabajo de carga como los burros y los caballos son utilizados como medios de transporte de carga. Esta



actividad ganadera se ve afectada frecuentemente por eventos climáticos como las nevadas, así como la reducción de la disponibilidad de pastos naturales.

Tabla 5: Numero de Animales Promedio por Familia

COMUNIDAD	VACUNOS	OVEJAS	CAMELIDOS	ANIMALES MENORES
WILLOQ	4	15	9	7
PATACANCHA	3	18	10	8

PLAN DE D E SARROLLO DE OLLANTAYTAMBO 2015

Porteadores:

Es una actividad netamente desarrollada por los varones de las comunidades de Willoq y Patacancha, en el camino inca para lo que se requiere de mantas, sogas. Consiste en un trabajo de esfuerzo físico y mental (cargar en la espalda de los comuneros el equipaje de 20 kilos de los turistas y llevarlos en la ruta del camino inca de Ollantaytambo a Machupicchu). Los comuneros dedicados a esta actividad son contratados por agencias turísticas y reciben una remuneración económica de 180 soles aproximadamente por 4 días.

Tabla 6: Numero de Jefes de Hogar Dedicados a Porteador

Comunidades	Willoq	Patacancha
Número de Familias dedicadas a porteador	216	120

Fuente: Entrevista a dirigentes comunales - Elaboración propia.

Artesanía:

Es una actividad realizada por las mujeres, principalmente se dedican a la artesanía textil, es decir elaboran mantas, bayetas, bufandas y otros a base de fibra de oveja, llama y alpaca para poder ofrecer a los turistas que visitan la capital del distrito y sus comunidades.

Para realizar esta actividad las mujeres se han organizado en asociaciones en cada una de las comunidades.



Tabla 7: Asociación de Artesanos de las Comunidades

Comunidad	Nombre Asociacion	Numero Socios
Willoq	Asoc. Kusikoyllur	94
	Asoc. Tikahina	20
Patacancha	Asoc. Soronquillay	30
	Asoc. Ahuaqphuña	40

Fuente: Entrevista a dirigentes comunales - Elaboración propia

Servicios Turísticos:

En los últimos años las familias de las comunidades campesinas de Willoq y Patacancha han iniciado con la actividad de turismo vivencial, quienes reciben turistas en sus viviendas con quienes conviven dos o tres días y comparten actividades cotidianas, para ello las comunidades han conformado asociaciones de turismo vivencial, cuyos integrantes han acondicionado sus viviendas para poder brindar servicios de hospedaje y alimentación a los turistas.

Tabla 8: Asociaciones de Servicios Turísticos

Comunidad	Nombre Asociacion	Numero Socios
Willoq	Asoc. Inka ayllu	30
Patacancha	Asoc. Tupac yupanqui	6

Fuente: Entrevista a dirigentes - Elaboración propia

Los meses de mayor afluencia de turistas para turismo vivencial son entre abril a setiembre; aunque también reciben turistas en otros meses del año, como en febrero (tiempo de lluvias), es una opción para los turistas, ya que en ese mes el camino inca está cerrado.



Tabla 9: Visitantes a Ollantaytambo Por Años

AÑOS	Nº VISITANTES	PORCENTAJE
2015	97,952	6%
2016	151,306	9%
2017	739,338	42%
2018	765,924	44%
TOTAL	1754,520	100%

Fuente: Dircetur 2018 - Elaboración propia

En la Tabla 7 podemos ver como el turismo al centro arqueológico de Ollantaytambo ha venido creciendo desde el año 2015 al 2018, el año 2015 los visitantes eran de 97,952 turistas que representa el 6% del total para el año 2018 este número se incrementó a 765,924 visitantes y paso de 6% a 44%. Este crecimiento del turismo debe ser aprovechado por las comunidades campesinas de Willoq y Patacancha y por lo tanto ampliar y mejorar sus servicios turismo vivencial y de esa manera mejorar sus ingresos y su calidad de vida.

Turismo en la comunidad campesina de Willoq:

El turismo vivencial que se oferta a los turistas en la comunidad campesina de Willoq tiene las siguientes actividades turísticas y servicios que se brindan:

Actividad 1:

Muy temprano por la mañana en la comunidad campesina de Willoq podemos tener nuestra actividad con los pobladores de la zona conociendo su forma de vida y siendo partícipes de la ganadería, agricultura, tejidos y los quehaceres de casa, almuerzo turístico, cena típica con presentación de show preparado de los pobladores de Willoq. Pernocte en casa habitantes (hospedaje preparados por los mismos pobladores con los servicios básicos).



Actividad 2:

Muy temprano en la mañana tendremos nuestro desayuno nutritivo con insumos de la región preparado por los dueños de las casas, visita de Patacancha donde también tendremos una presentación de sus productos y actividades diarias, seremos participantes de algunos de las actividades en la zona de Patacancha, como conocer más de la textilería ya que su vestimenta predomina los colores rojo y negro, es por ello que se les conoce como “huayruros”, pues su indumentaria recuerda los colores de las semilla de la buena suerte.

Ahí también se encuentra a una comunidad de tejedoras, mujeres que en promedio solo hablan el quechua y al igual que sus vecinos, tejen maravillas: Llicllas, chalinas, poncho, bolsa, mantas, de una finura que la fibra natural (de oveja o de alpaca) le pueden dar la textura de una seda. Almuerzo en casa habitantes. Retorno a cusco.

Actividad 3:

Iremos de excursión a la pequeña aldea de Maukachaka y continuaremos caminando al abra de Pampaconas y después vamos de excursión descenderemos a Ututo donde acamparemos para la noche. Aquí tendremos también la oportunidad de hacer un poco de pesca.

Turismo en la comunidad campesina de Patacancha:

El turismo vivencial que se oferta a los turistas en la comunidad campesina de Patacancha tiene las siguientes actividades turísticas y servicios que se brindan:

- Bienvenida muy cálida con música, danzas, y sus trajes típicos
- Entrega de trajes típicos, y nos vestiremos al igual que los pobladores de Patacancha.
- Acomodación en las habitaciones de las familias de Patacancha y nos preparamos para nuestras actividades en Patacancha:



Actividad 1 “Demostración de tejidos”: En esta actividad tendremos la oportunidad de aprender las técnicas tradicionales utilizadas en la preparación de sus materiales, la extracción de la lana y el uso de los tintes naturales, esta actividad se realiza por parte de las mujeres. A la hora oportuna tendremos un almuerzo típico y delicioso almuerzo nos espera, puede ser un Cuy a la leña acompañado de los productos naturales de la comunidad, o algún otro plato previa coordinación con la agencia.

Actividad 2 “Demostración de la agricultura”: En esta actividad nos permite ver de primera mano las actividades y técnicas ancestrales que realizan los pobladores de Patacancha en sus chacras (Terrenos de cultivo), además podremos ver sus herramientas e incluso ser parte de estas actividades.

Más tarde podremos hacer un recorrido por el poblado y pastear por todo el poblado de Patacancha, y regresar a casa con el ganado como ovejas, vacas y llamas.

Hora de cena, una deliciosa cena típica de la comunidad de Patacancha.

Fogata en la noche con cuentos, mitos que la familia le contara para el grupo.

Descanso en nuestras habitaciones.

Día 2: Patacancha – Pago a la Tierra – Tinka a la Alpaca - Pachamanca

Desayuno nutritivo en casa de la familia que nos estará hospedando, este desayuno está preparado en base de los cereales andinos como habas, quiwicha, cañigua, y maíz tostado.

Nos dirigimos a unos 30 minutos más arriba del Patacancha para realizar nuestras siguientes actividades.

Actividad 3 “Pago la tierra”: Hoy conoceremos el lado místico de Patacancha, el pago a la tierra es una forma simbólica de como la comunidad y las familias velan por sus productos y sus animales por medio de diferentes rituales andinos transmitidos de generación en generación.



Actividad 4 “Tinka a la Alpaca”: Es una pequeña ceremonia donde los pobladores agradecen a las deidades andinas, piden una mejor producción y que además que sus animales sean protegidos de cualquier peligro.

Almuerzo “Pachamanca” al terminar nuestras actividades regresamos a Patacancha donde nuestro almuerzo está listo. La Pachamanca es un plato típico elaborado en base a carne de res, pollo u otros tipos aderezados con ingredientes como huacatay, ají, comino, pimienta y otras especias, asimismo productos originales andinos adicionales, como papas, camote, choclo, haba en vainas y eventualmente, yuca cocidas solamente en base a piedras precalentadas lo cual hace que el sabor sea distinto a la comida típica de la ciudad.



CAPITULO V

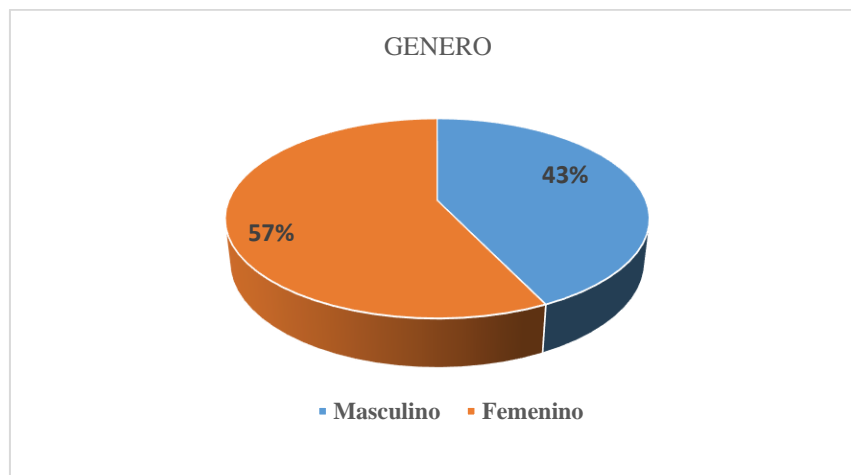
5.1. ANÁLISIS DE DATOS COMUNIDAD CAMPESINA DE WILLOQ

Tabla 10: Genero

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	15	43%
Femenino	20	57%
Total	35	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración N^a 4



Fuente: Trabajo de campo

En la ilustración 4 podemos observar que el 57% de los pobladores de la comunidad campesina de Willoq encuestados son de género femenino, seguido del 43% que corresponden al género masculino.

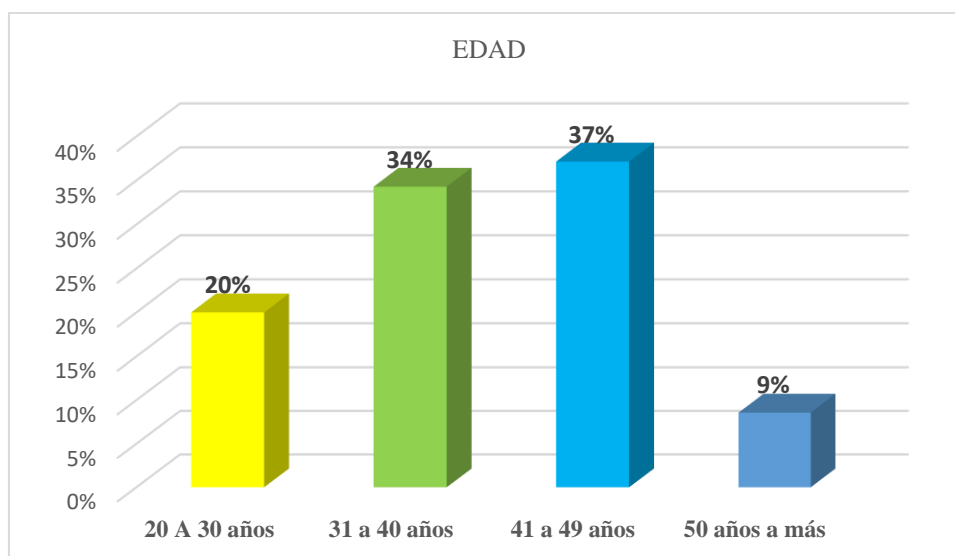


Tabla 11: Edad

	Frecuencia	Porcentaje
20 A 30 años	7	20%
31 a 40 años	12	34%
41 a 49 años	13	37%
50 años a más	3	9%
Total	35	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración: 5



Fuente: Trabajo de campo

El 37% de los pobladores encuestados de la comunidad campesina de Willoq están en un rango de edad de 41 a 49 años, seguido del 34% de pobladores entre el rango de edad de 31 a 40 años, el 20% de pobladores comprendido entre los 20 a 30 años de edad y el 9% de la población con más de 50 años, lo que observamos en la ilustración N° 5

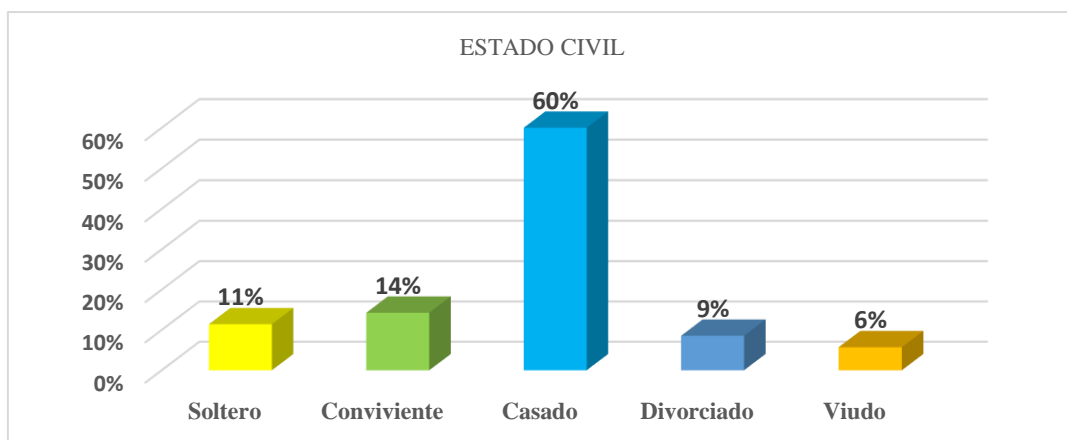


Tabla 12: Estado Civil

	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	4	11%
Conviviente	5	14%
Casado	21	60%
Divorciado	3	9%
Viudo	2	6%
Total	35	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 6:



Fuente: Trabajo de campo

El 60% de los pobladores encuestados de la comunidad campesina de Willoq son casados, seguido del 14% de pobladores que son convivientes, 11% de la población son solteros, el 9% son divorciados y el 6% son de estado civil viudos, como vemos en la ilustración N° 6.

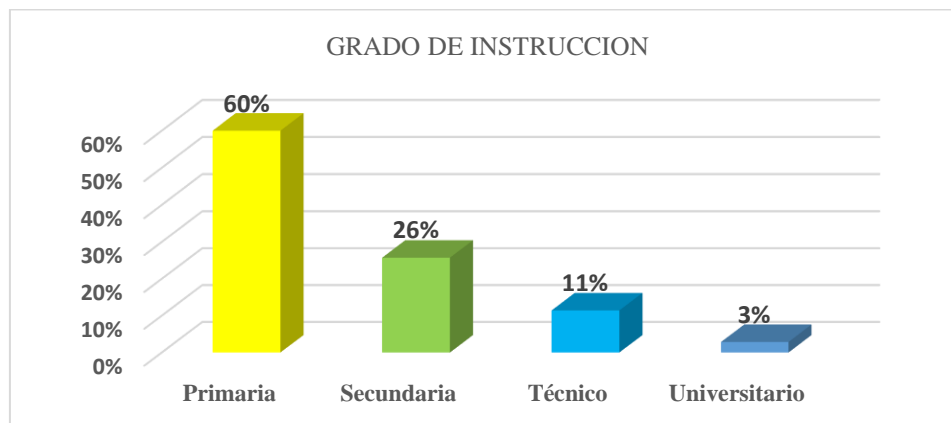


Tabla 13: Grado de Instrucción

	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	21	60%
Secundaria	9	26%
Técnico	4	11%
Universitario	1	3%
Total	35	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 7:



Fuente: Trabajo de campo

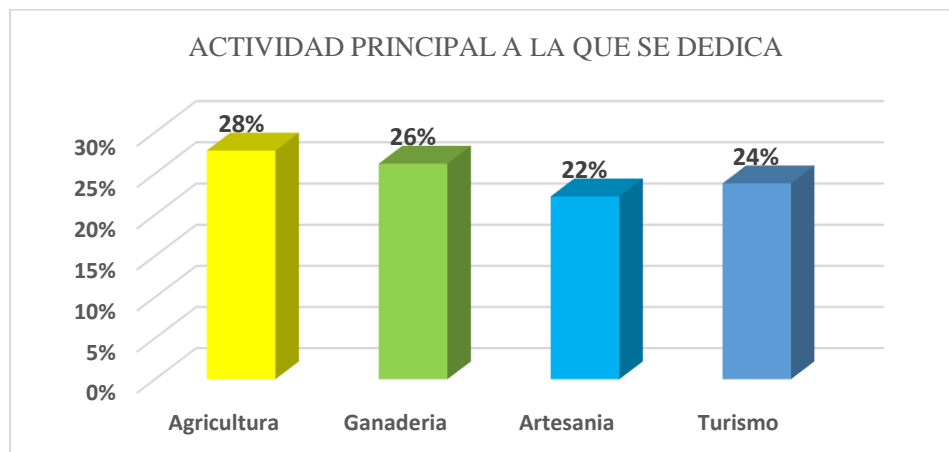
En la ilustración N° 7 vemos que el 60% de los pobladores encuestados de la comunidad de Willoq tienen educación primaria, el 26% tienen educación secundaria, 11% han cursado estudios técnicos y el 3% tiene educación universitaria.

Tabla 14: Actividad Principal a la que se Dedic

	Frecuencia	Porcentaje
Agricultura	35	28%
Ganadería	33	26%
Artesanía	28	22%
Turismo	30	24%
Total	126	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 8:



Fuente: Trabajo de campo

En la ilustración 8 vemos que el 28% de los pobladores encuestados de la comunidad de Willoq tienen como actividad principal la agricultura y el 26% se dedica a la actividad ganadera, estas actividades las vienen practicando desde tiempos de sus antepasados y su producción está básicamente destinada al consumo familiar. Como actividades complementarias tenemos el turismo comunal y la artesanía lo que les permite obtener un ingreso adicional.

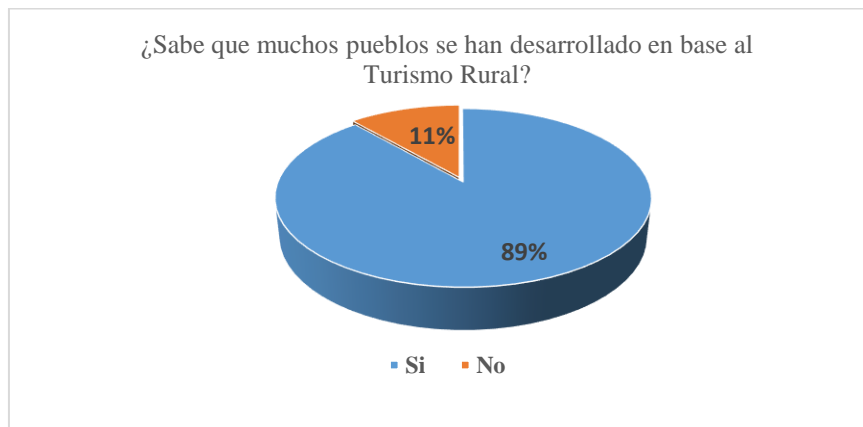


Tabla 15: ¿Sabe que Muchos Pueblos se han Desarrollado en Base Al Turismo Rural?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	31	89%
No	4	11%
Total	35	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 9:



Fuente: Trabajo de campo

A la pregunta ¿Sabe que muchos pueblos se han desarrollado en base al turismo rural? el 89% de los encuestados de la comunidad campesina de Willoq respondió que si sabía y el 11% dijo que no sabía, como se muestra en la ilustración N° 9.

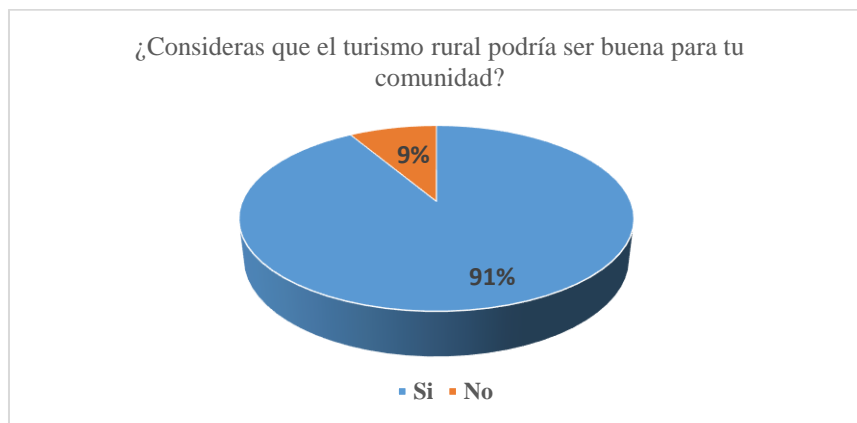


Tabla 16: ¿Consideras que el Turismo Rural Podría ser Buena para tu Comunidad?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	32	91%
No	3	9%
Total	35	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 10:



Fuente: Trabajo de campo

A la pregunta ¿Consideras que el Turismo Rural podría ser buena para tu comunidad? el 91% de los encuestados de la comunidad campesina de Willoq respondió que si consideraba que la actividad turística podría ser buena para su comunidad y el 11% dijo que la actividad turística no es buena para su comunidad, como se muestra en la ilustración N° 10.

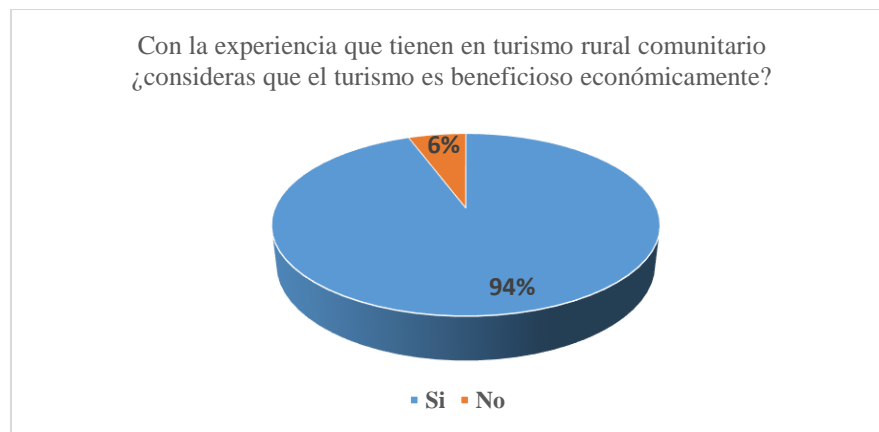


Tabla 17: ¿Consideras que el Turismo es Beneficioso Económicamente?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	33	94%
No	2	6%
Total	35	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 11:



Fuente: Trabajo de campo

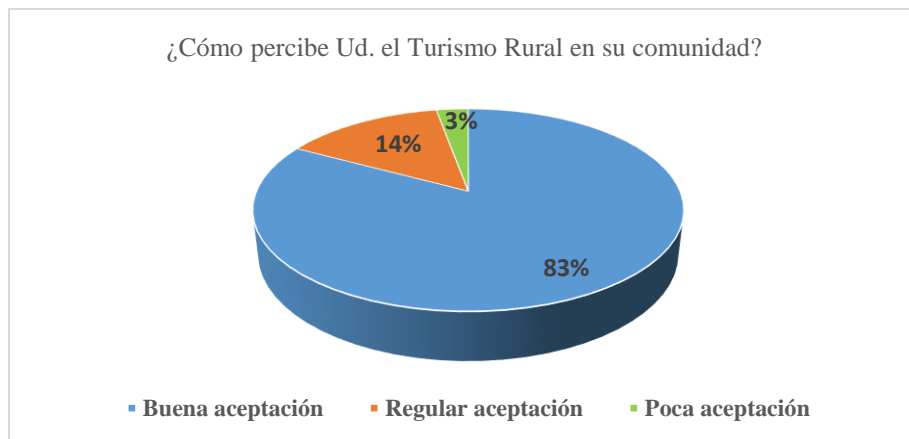
A la pregunta Con la experiencia que tienen en Turismo Rural comunitario ¿consideras que el turismo es beneficioso económicamente? el 94% de los encuestados de la comunidad campesina de Willoq respondió que si consideraba que la actividad turística tiene beneficios económicos y el 6% dijo que la actividad turística no tiene beneficios económicos, como se muestra en la ilustración N°11.

Tabla 18: ¿Cómo Percibe Ud. el Turismo Rural en su Comunidad?

	Frecuencia	Porcentaje
Buena aceptación	29	83%
Regular aceptación	5	14%
Poca aceptación	1	3%
Total	35	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 12



Fuente: Trabajo de campo

A la pregunta ¿Cómo percibe Ud. el Turismo Rural en su comunidad? el 83% de los encuestados de la comunidad campesina de Willoq respondió que tiene buena aceptación, el 14% dijo que la actividad turística tiene una regular aceptación y el 3% afirma que tiene poca aceptación, como se muestra en la ilustración N^o 12.

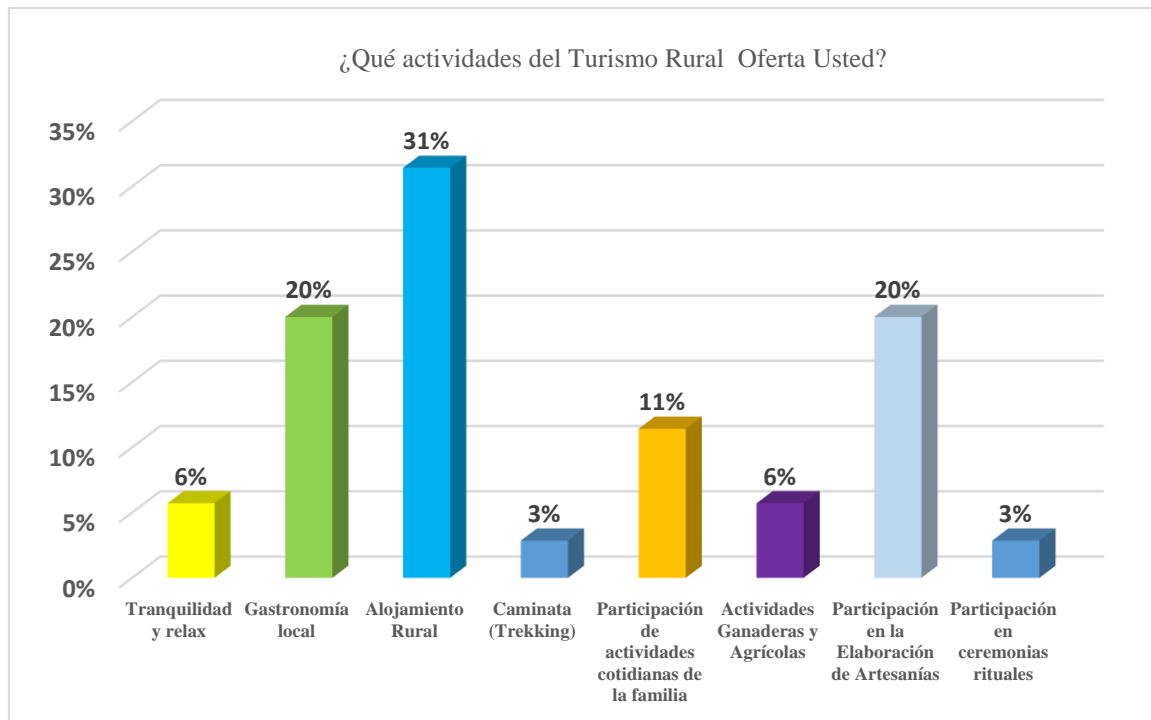


Tabla 19: ¿Qué Actividades del Turismo Rural Oferta Usted?

	Frecuencia	Porcentaje
Tranquilidad y relax	2	6%
Gastronomía local	7	20%
Alojamiento Rural	11	31%
Caminata (Trekking)	1	3%
Participación de actividades cotidianas de la familia	4	11%
Actividades Ganaderas y Agrícolas	2	6%
Participación en la Elaboración de Artesanías	7	20%
Participación en ceremonias rituales	1	3%
Total	35	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 13:



Fuente: Trabajo de campo

A la pregunta ¿Qué actividades del Turismo Rural Oferta Usted? Cabe decir que las principales actividades turísticas que ofrecen los pobladores de la comunidad campesina de Willoq son alojamiento rural (31%), gastronomía local y participación en elaboración de artesanías ambos con (20%), participación en actividades familiares (11%), relax y participación en actividades ganaderas y agrícolas ambos con el (6%), caminata y participación en ceremonias ambos con (3%) como se muestra en la ilustración N° 13.

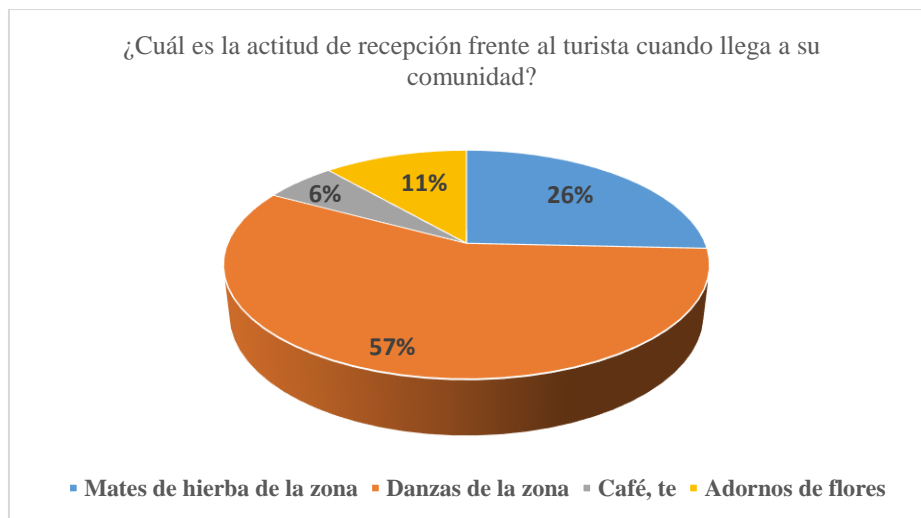


Tabla 20: ¿Cuál es la Actitud de Recepción Frente al Turista Cuando llega a su Comunidad?

	Frecuencia	Porcentaje
Mates de hierba de la zona	9	26%
Danzas de la zona	20	57%
Café, te	2	6%
Adornos de flores	4	11%
Total	35	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 14:



Fuente: Trabajo de campo

A la pregunta ¿Cuál es la actitud de recepción frente al turista cuando llega a su comunidad?

A lo que contestaron los pobladores de la comunidad campesina de Willoq, 57% presentan danzas de la zona, el 26% les ofrecen mates de hierba de la zona, el 11% ofrecen adornos y flores, solo el 6% de las veces ofrecen café o té, como se muestra en la ilustración N° 14.

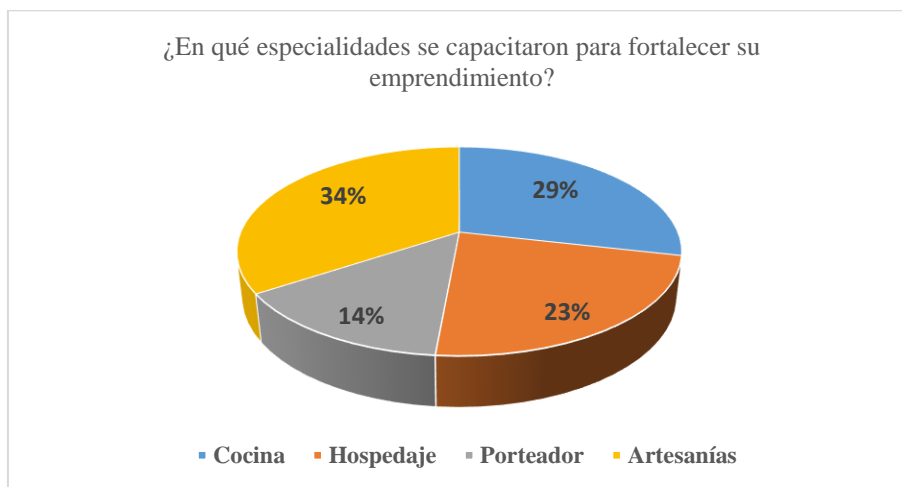


Tabla 21: ¿En qué Especialidades se Capacitaron para Fortalecer su Emprendimiento?

	Frecuencia	Porcentaje
Cocina	10	29%
Hospedaje	8	23%
Porteador	5	14%
Artesanías	12	34%
Total	35	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 15:



Fuente: Trabajo de campo

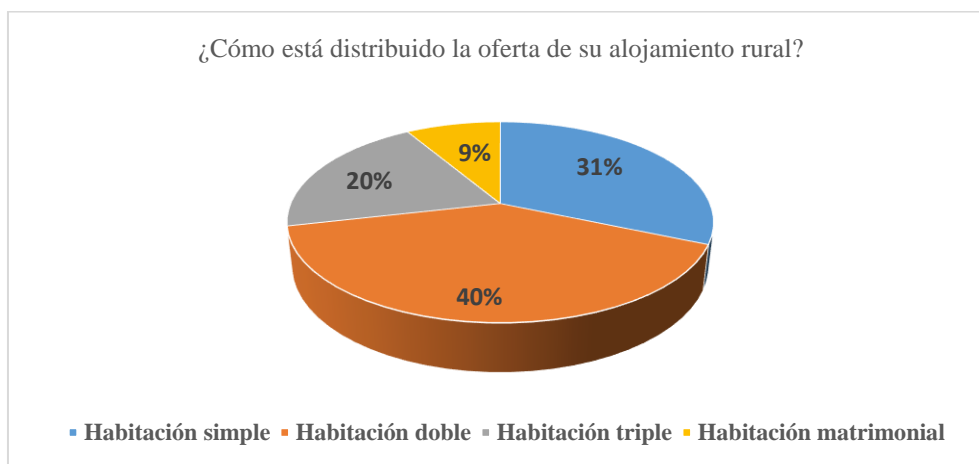
A la pregunta ¿En qué especialidades se capacitaron para fortalecer su emprendimiento? Los pobladores de la comunidad campesina de Willoq en un 34% dijeron que se especializaron en artesanías (tejidos artesanales, bisutería), el 29% en cocina, el 23% en hospedaje y el 14% en la labor de porteador, tal como se muestra en la ilustración N° 15.

Tabla 22: ¿Cómo está Distribuido la Oferta de su Alojamiento Rural?

	Frecuencia	Porcentaje
Habitación simple	11	31%
Habitación doble	14	40%
Habitación triple	7	20%
Habitación matrimonial	3	9%
Total	35	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 16:



Fuente: Trabajo de campo

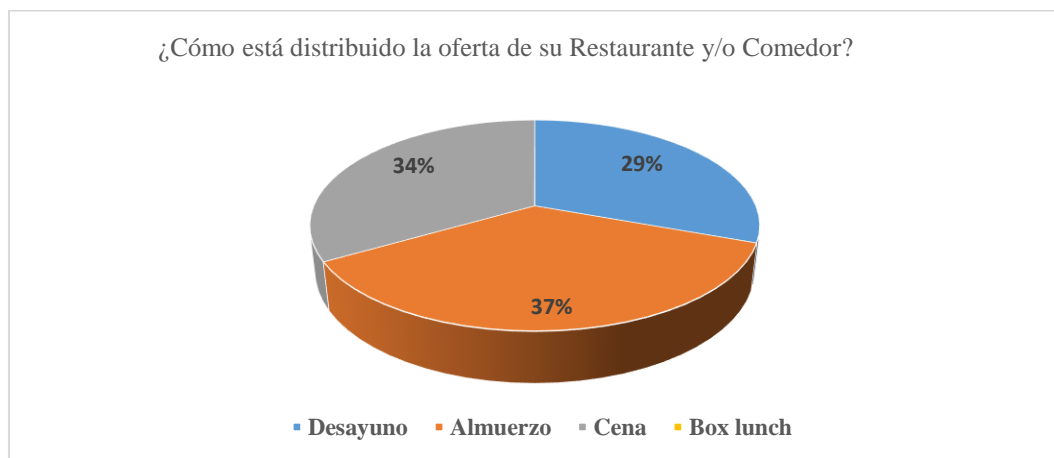
A la pregunta ¿Cómo está distribuido la oferta de su alojamiento rural? los pobladores de la comunidad campesina de Willoq que ofrecen este servicio de hospedaje el 40% ofrece habitación doble, el 31% ofrecen habitación simple, el 20% ofrecen habitación triple y el 9% habitación matrimonial, tal como se muestra en la ilustración N° 16.

Tabla 23: ¿Cómo está Distribuido la oferta de su Restaurante y/o Comedor?

	Frecuencia	Porcentaje
Desayuno	12	34%
Almuerzo	13	37%
Cena	10	29%
Box lunch	0	0%
Total	35	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 17:



Fuente: Trabajo de campo

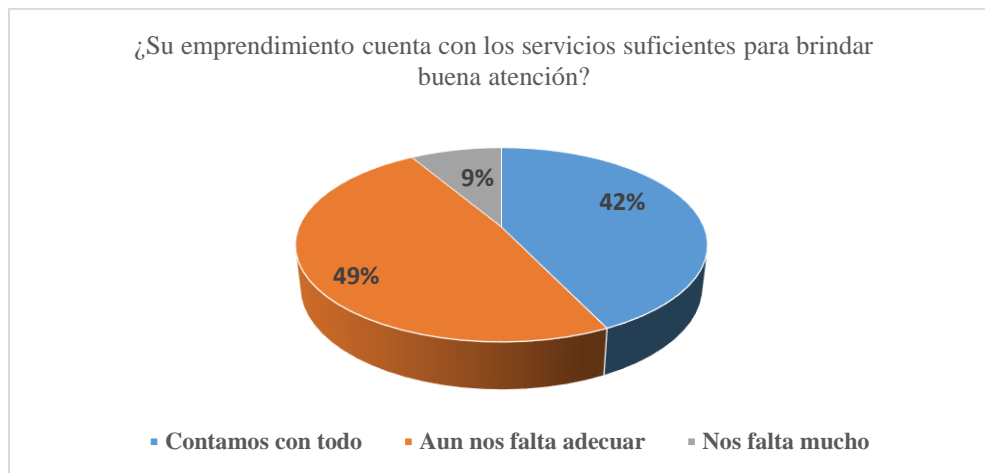
A la pregunta ¿Cómo está distribuido la oferta de su Restaurante y/o Comedor? los pobladores de la comunidad campesina de Willoq que ofrecen este servicio de alimentación el 37% ofrece almuerzo, el 34% ofrecen desayuno y el 29% ofrece cena, como se muestra en la ilustración N° 17

Tabla 24: ¿Su Emprendimiento Cuenta con los Servicios Suficientes para Brindar Buena Atención?

	Frecuencia	Porcentaje
Contamos con todo	15	42%
Aún nos falta adecuar	17	49%
Nos falta mucho	3	9%
Total	35	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 18:



Fuente: Trabajo de campo

A la pregunta ¿Su emprendimiento cuenta con los servicios suficientes para brindar buena atención? los pobladores de la comunidad campesina de Willoq el 49% dice que aún les falta adecuar, el 42% dice que cuentan con todo lo necesario y el 9% afirma que les falta mucho, como se muestra en la ilustración N° 18.

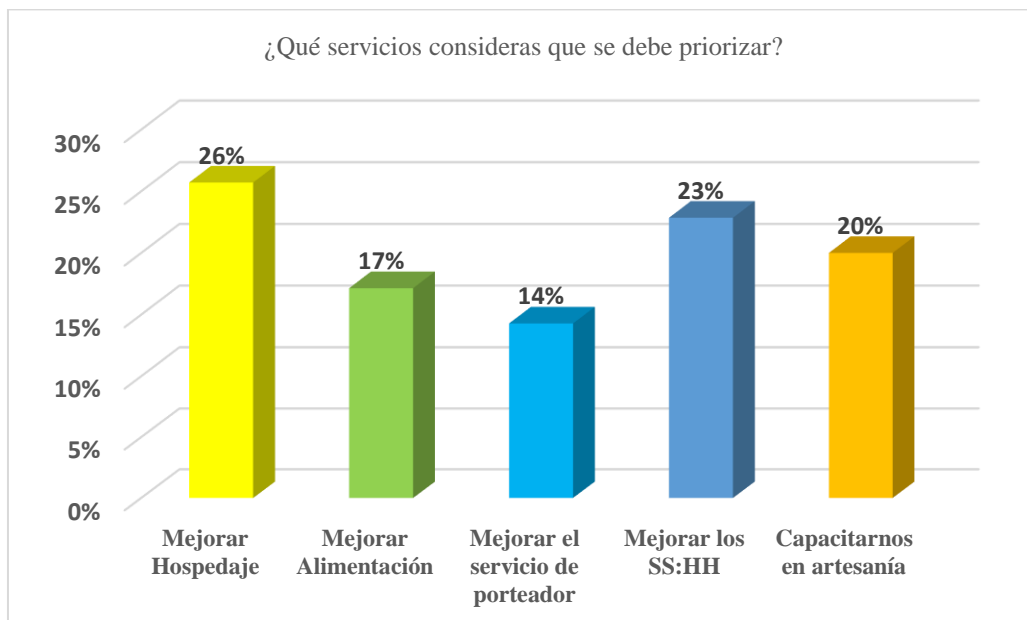


Tabla 25: ¿Qué Servicios Consideras que se debe Priorizar?

	Frecuencia	Porcentaje
Mejorar Hospedaje	9	26%
Mejorar Alimentación	6	17%
Mejorar el servicio de porteador	5	14%
Mejorar los SS:HH	8	23%
Capacitarnos en artesanía	7	20%
Total	35	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 19:



Fuente: Trabajo de campo

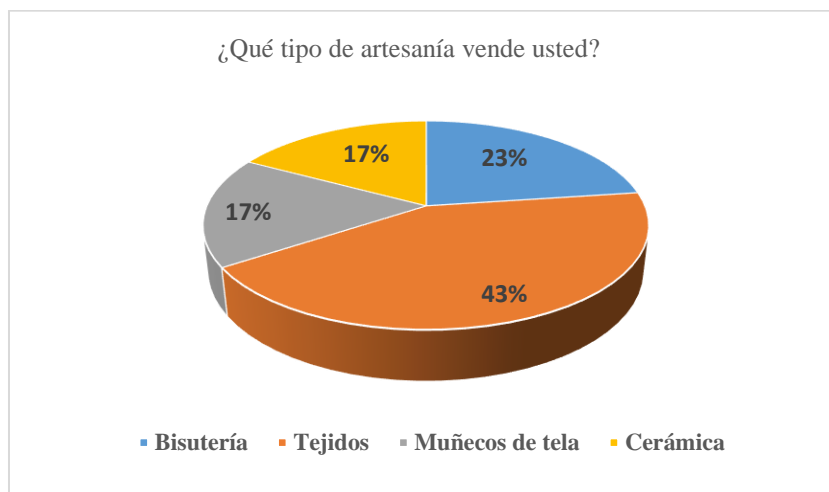
A la pregunta ¿Qué servicios consideras que se debe priorizar? los pobladores de la comunidad campesina de Willoq el 26% dice que hay que mejorar el hospedaje, el 23% dice que hay que mejorar los servicios básicos, el 20% afirma que hay que mejorar la capacitación en artesanía, el 17% aún les falta mejorar la alimentación y el 14% dice les falta mejorar el servicio de porteador, como se muestra en la ilustración N° 19.

Tabla 26: ¿Qué tipo de Artesanía comercializa Usted?

	Frecuencia	Porcentaje
Bisutería	8	23%
Tejidos	15	43%
Muñecos de tela	6	17%
Cerámica	6	17%
Total	35	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 20:



Fuente: Trabajo de campo

A la pregunta ¿Qué tipo de artesanía vende usted? los pobladores de la comunidad campesina de Willoq, el 43% dice que vende tejidos (ponchos), el 23% vende bisutería y el 17% venden cerámicas y muñecos de tela, como se muestra en la ilustración N° 20.

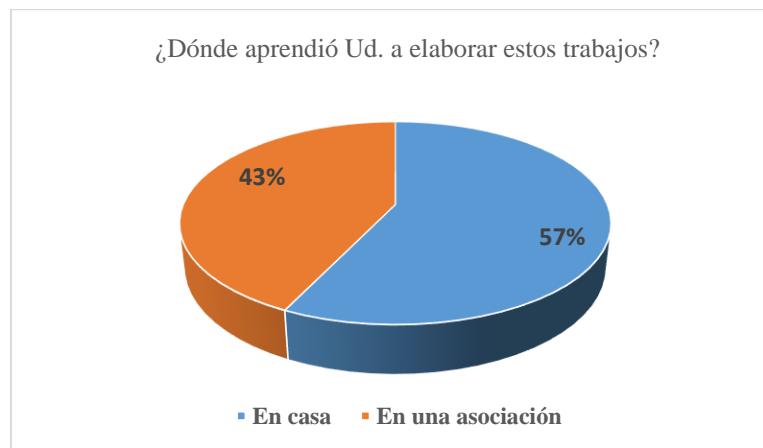


Tabla 27: ¿Dónde Aprendió Ud. a Elaborar estos Trabajos?

	Frecuencia	Porcentaje
En casa	20	57%
En una asociación	15	43%
Total	35	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 21:



Fuente: Trabajo de campo

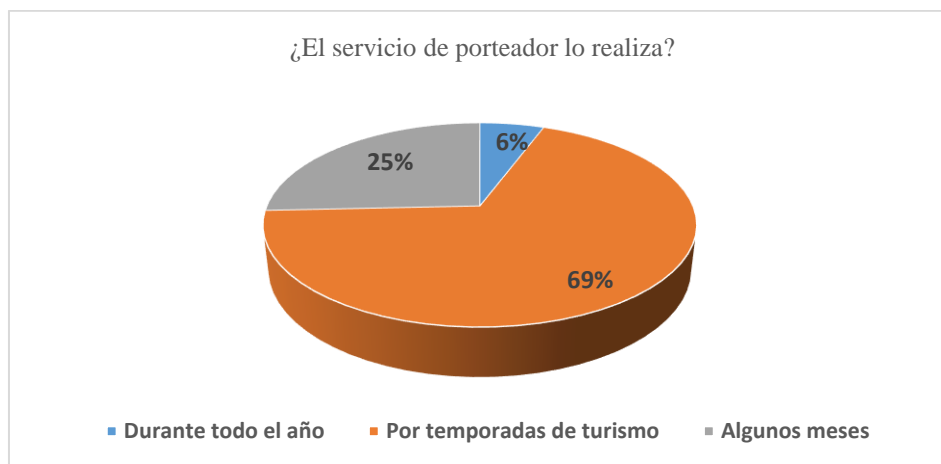
A la pregunta ¿Dónde aprendió Ud. a elaborar estos trabajos? los pobladores de la comunidad campesina de Willoq, el 57% dice que aprendió en casa y el 43%, aprendió en una asociación, como se muestra en la ilustración N° 21.

Tabla 28: ¿El Servicio de Porteador lo Realiza?

	Frecuencia	Porcentaje
Durante todo el año	2	6%
Por temporadas de turismo	24	69%
Algunos meses	9	25%
Total	35	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 22:



Fuente: Trabajo de campo

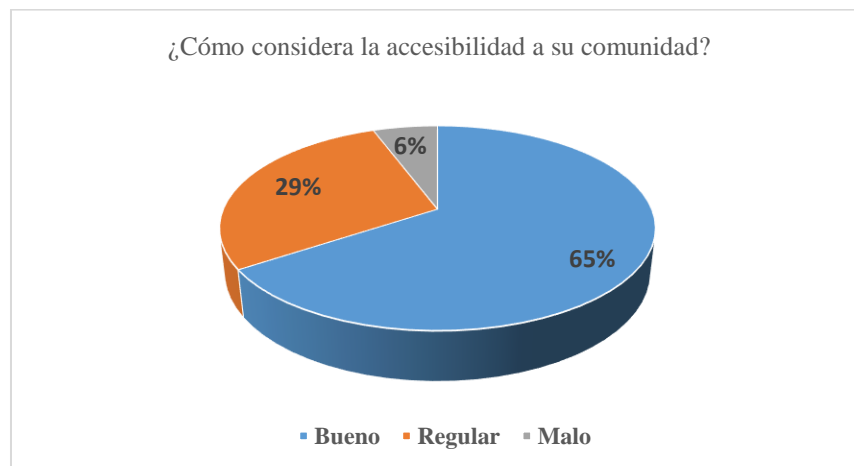
A la pregunta ¿El servicio de porteador lo realiza? los pobladores de la comunidad campesina de Willoq, el 69% dice que lo realiza en temporada de turismo, el 25% dice que lo realiza solo algunos meses y el 6% dice lo realiza durante todo el año, como se muestra en la ilustración N° 22.

Tabla 29: ¿Cómo Considera la Accesibilidad a su Comunidad?

	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	23	65%
Regular	10	29%
Malo	2	6%
Total	35	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 23:



Fuente: Trabajo de campo

A la pregunta ¿Cómo considera la accesibilidad a su comunidad? los pobladores de la comunidad campesina de Willoq, el 65% dice que es bueno, el 29% que es regular y el 6% que dice que es malo, como se muestra en la Ilustración N° 23.



Tabla 30: ¿Cree que la Accesibilidad a su Comunidad Ayuda al Crecimiento en Cuanto a Visita de Turistas?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	31	89%
No	4	11%
Total	35	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 24:



Fuente: Trabajo de campo

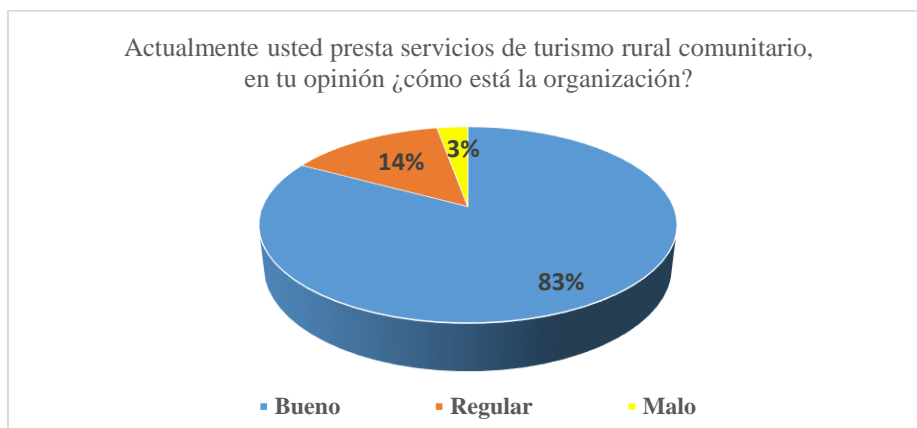
A la pregunta ¿Cree que la accesibilidad a su comunidad ayuda al crecimiento en cuanto a visita de turistas? los pobladores de la comunidad campesina de Willoq, el 89% dijo que si, el 11% dijo que no, como se muestra en la ilustración N° 24.

Tabla 31: ¿Actualmente Usted Prestan Servicios de Turismo rural Comunitario, en tu Opinión ¿cómo está la Organización?

	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	29	83%
Regular	5	14%
Malo	1	3%
Total	35	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 25:



Fuente: Trabajo de campo

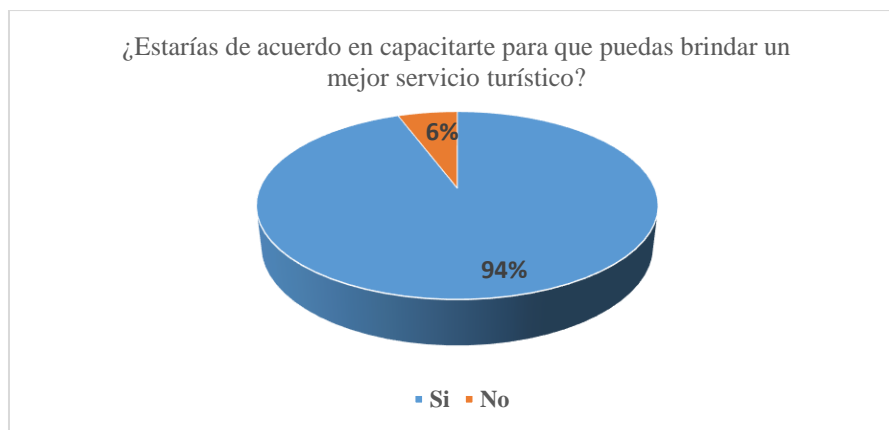
A la pregunta Actualmente usted presta servicios de turismo rural comunitario, en tu opinión ¿cómo está la organización? los pobladores de la comunidad campesina de Willoq, el 83% dijo que es bueno, el 14% dijo que es regular y el 3% dice que es malo, como se muestra en la ilustración N° 25.

Tabla 32: ¿Estarías de Acuerdo en Capacitarte para que Puedas Brindar un Mejor Servicio Turístico?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	33	94%
No	2	6%
Total	35	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 26:



Fuente: Trabajo de campo

A la pregunta ¿Estarías de acuerdo en capacitarte para que puedas brindar un mejor servicio turístico? los pobladores de la comunidad campesina de Willoq, el 94% dijo que si están de acuerdo en capacitarse y el 6% dice que no necesita capacitarse, como se muestra en la ilustración N° 26.

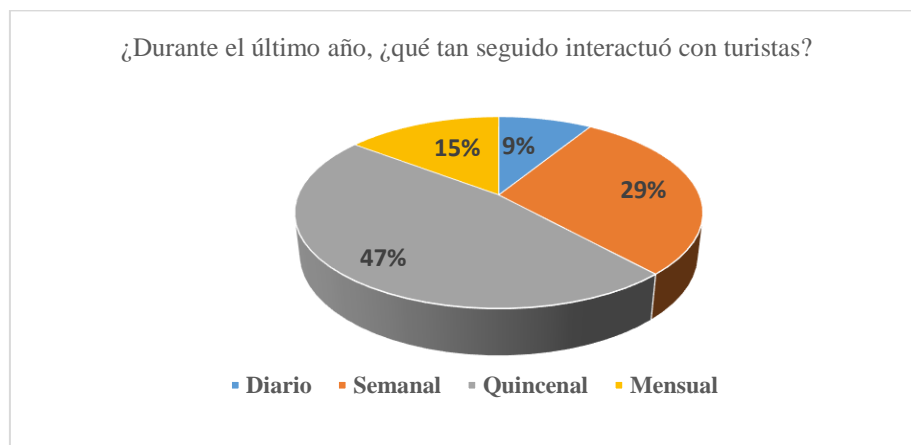


Tabla 33: ¿Durante el Último Año, ¿Qué tan Seguido Interactuó con Turistas?

	Frecuencia	Porcentaje
Diario	3	9%
Semanal	10	29%
Quincenal	16	47%
Mensual	5	15%
Total	34	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración N^a 27:



Fuente: Trabajo de campo

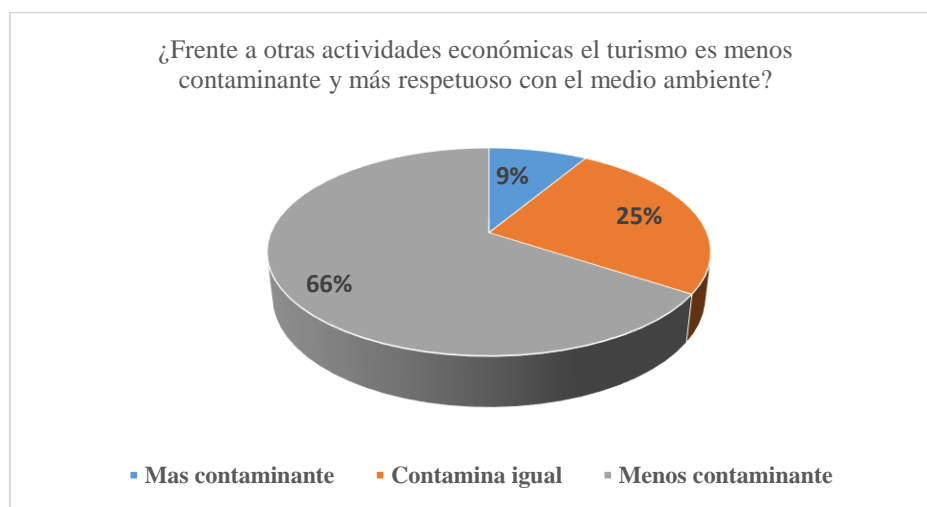
A la pregunta ¿Durante el último año, ¿qué tan seguido interactuó con turistas? los pobladores de la comunidad campesina de Willoq, el 47% dijo quincenalmente, el 26% dice que semanalmente, el 15% dice que mensualmente y el 9% dice que diario, como se muestra en la ilustración N° 27

Tabla 34: ¿Frente a otras Actividades Económicas el Turismo es Menos Contaminante y más Respetuoso con el Medio Ambiente?

	Frecuencia	Porcentaje
Más contaminante	3	9%
Contamina igual	9	25%
Menos contaminante	23	66%
Total	35	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 28:



Fuente: Trabajo de campo

A la pregunta ¿Frente a otras actividades económicas el turismo es menos contaminante y más respetuoso con el medio ambiente? los pobladores de la comunidad campesina de Willoq, el 66% dijo que es menos contaminante, el 25% dijo que contamina igual y el 9% que es más contaminante, como se muestra en la ilustración N° 28.

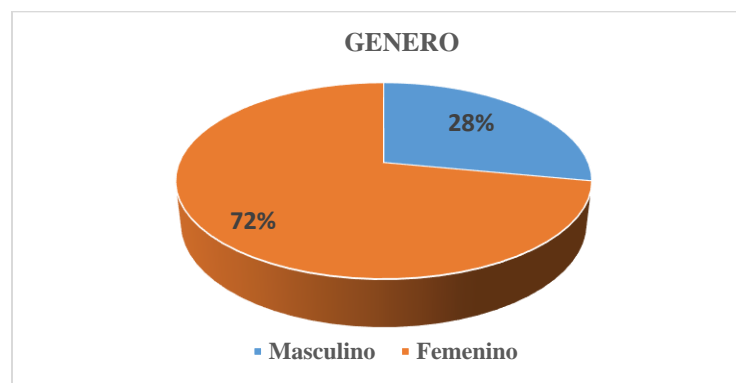
5.2. ANÁLISIS DE DATOS COMUNIDAD CAMPESINA DE PATACANCHA

Tabla 35: Genero

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	7	28%
Femenino	18	72%
Total	25	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 29:



Fuente: Trabajo de campo

En la ilustración N° 29 podemos observar que el 72% de los pobladores de la comunidad campesina de Patacancha encuestados son de género femenino, seguido del 28% que corresponden al género masculino.

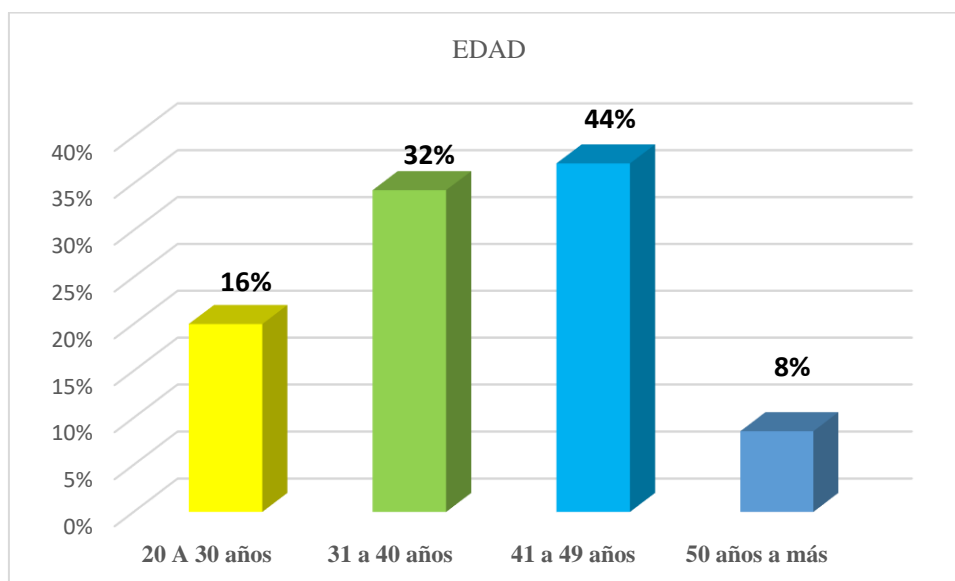


Tabla 36: Edad

	Frecuencia	Porcentaje
20 A 30 años	4	16%
31 a 40 años	8	32%
41 a 49 años	11	44%
50 años a más	2	8%
Total	25	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 30:



Fuente: Trabajo de campo

El 44% de los pobladores encuestados de la comunidad campesina de Patacancha están en un rango de edad de 41 a 49 años, seguido del 32% de pobladores entre el rango de edad de 31 a 40 años, el 16% de pobladores comprendido entre los 20 a 30 años de edad y el 8% de la población con más de 50 años, lo que observamos en la ilustración N° 30.

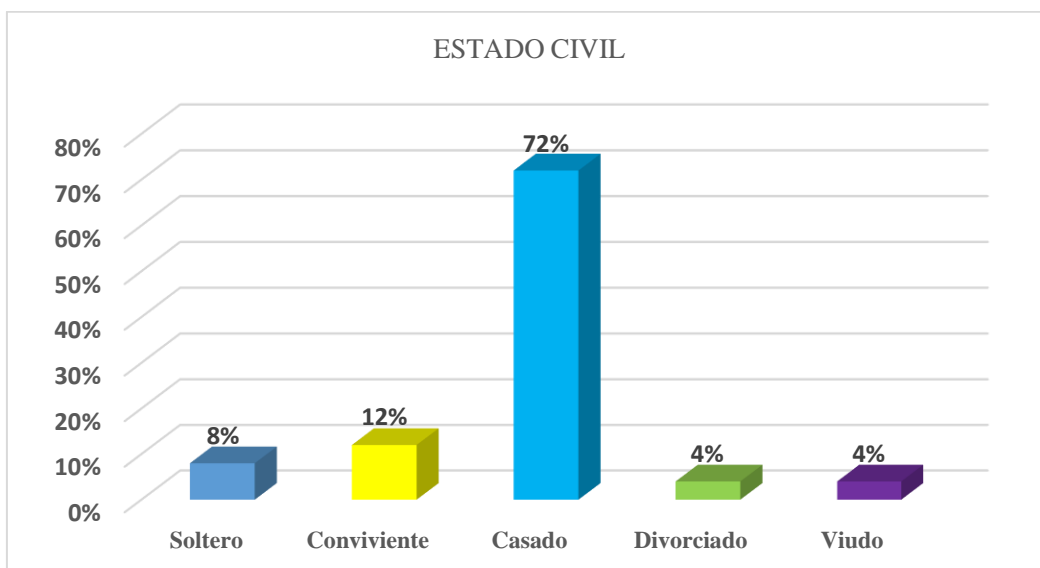


Tabla 37: Estado Civil

	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	2	8%
Conviviente	3	12%
Casado	18	72%
Divorciado	1	4%
Viudo	1	4%
Total	25	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 31:



Fuente: Trabajo de campo

El 72% de los pobladores encuestados de la comunidad campesina de Patacancha son casados, seguido del 12% de pobladores que son convivientes, el 8% de la población son solteros, con el 4% son divorciados y viudos, como vemos en la ilustración N° 31.

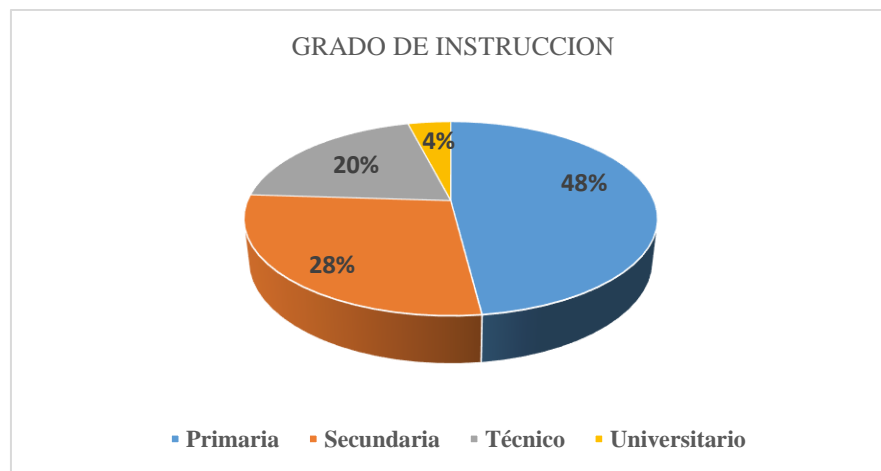


Tabla 38: Grado de Instrucción

	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	12	48%
Secundaria	7	28%
Técnico	5	20%
Universitario	1	4%
Total	25	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 32:



Fuente: Trabajo de campo

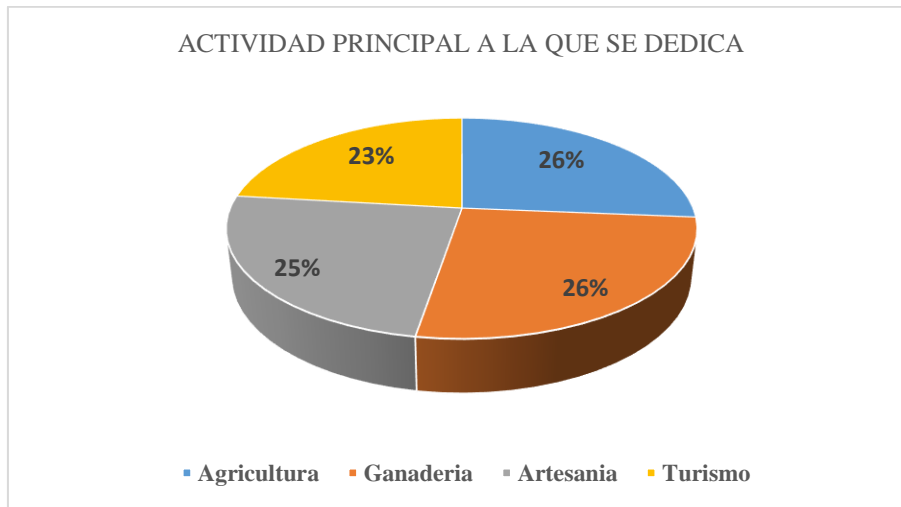
En la ilustración 32 vemos que el 48% de los pobladores encuestados de la comunidad de Patacancha tienen educación primaria, el 28% tienen educación secundaria, 20% han cursado estudios técnicos y el 4% tiene educación universitaria.

Tabla 39: ¿Actividad Principal a la que se Dedicar?

	Frecuencia	Porcentaje
Agricultura	25	26%
Ganadería	25	26%
Artesanía	23	25%
Turismo	22	23%
Total	95	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 33:



Fuente: Trabajo de campo

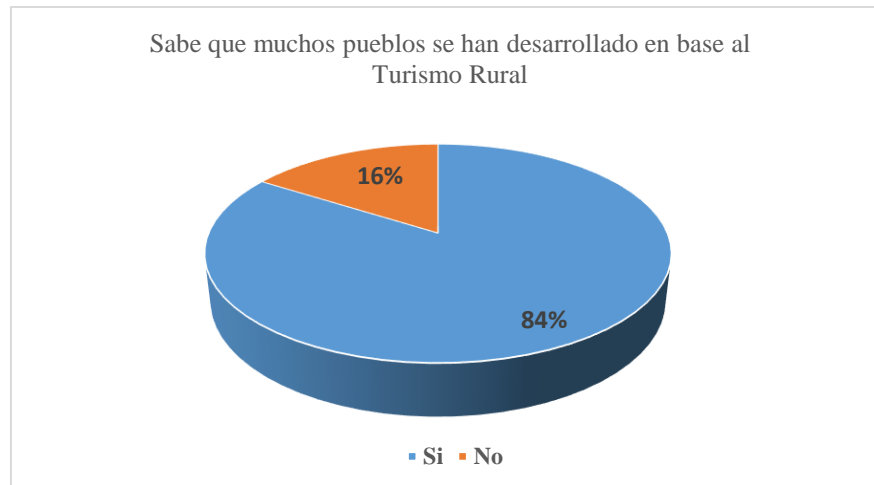
En la ilustración N° 33 vemos que el 26% de los pobladores encuestados de la comunidad de Patacancha tienen como actividad principal la agricultura y la ganadería, estas actividades las vienen practicando desde tiempos de sus antepasados y su producción está básicamente destinada al consumo familiar. Como actividades complementarias tenemos el turismo comunal y la artesanía lo que les permite obtener un ingreso adicional.

Tabla 40: ¿Sabe que Muchos Pueblos se han Desarrollado en base al Turismo Rural?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	21	84%
No	4	16%
Total	25	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 34:



Fuente: Trabajo de campo

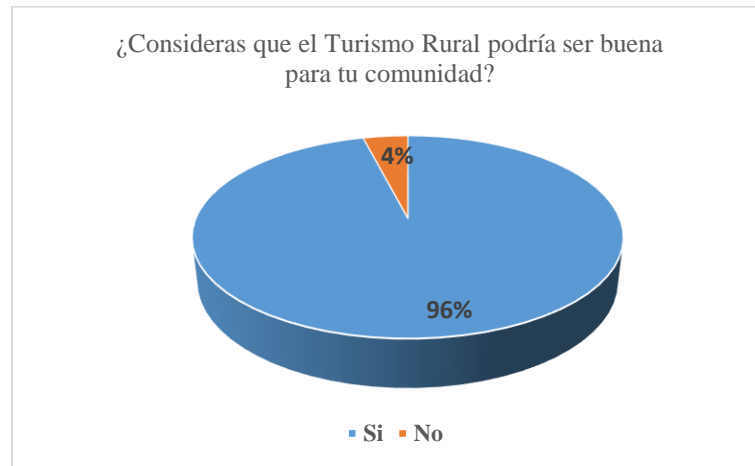
A la pregunta ¿Sabe que muchos pueblos se han desarrollado en base al Turismo Rural? el 84% de los encuestados de la comunidad campesina de Patacancha respondió que si sabía y el 16% dijo que no sabía, como se muestra en la ilustración N° 34.

Tabla 41: ¿Consideras el Turismo Rural Podría ser Buena para tu Comunidad?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	24	96%
No	1	4%
Total	25	100%

Fuente: Trabajo de Campo

Ilustración 35:



Fuente: Trabajo de campo

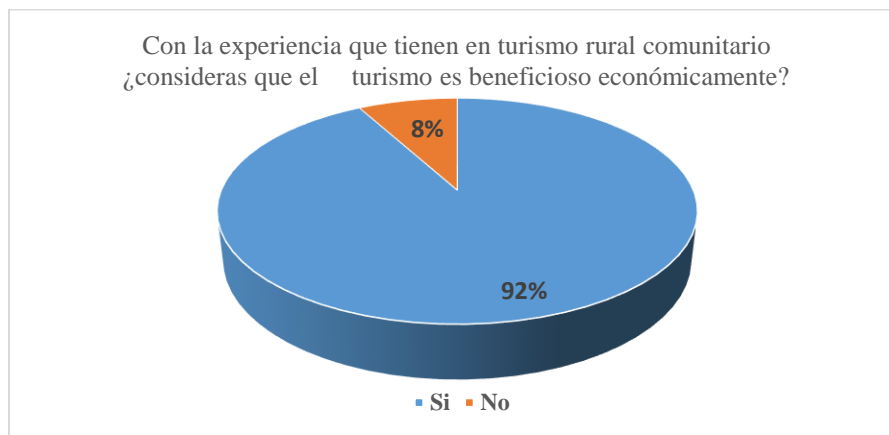
¿Consideras que el Turismo Rural podría ser buena para tu comunidad? El 96% de los encuestados de la comunidad campesina de Patacancha respondió que si consideraba que la actividad turística podría ser buena para su comunidad y el 4% dijo que la actividad turística no es buena para su comunidad, como se muestra en la ilustración N° 35.

Tabla 42: Con la experiencia que tienen en turismo rural comunitario ¿Consideras que el Turismo es Beneficioso Económicamente?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	92%
No	2	8%
Total	25	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 36:



Fuente: Trabajo de campo

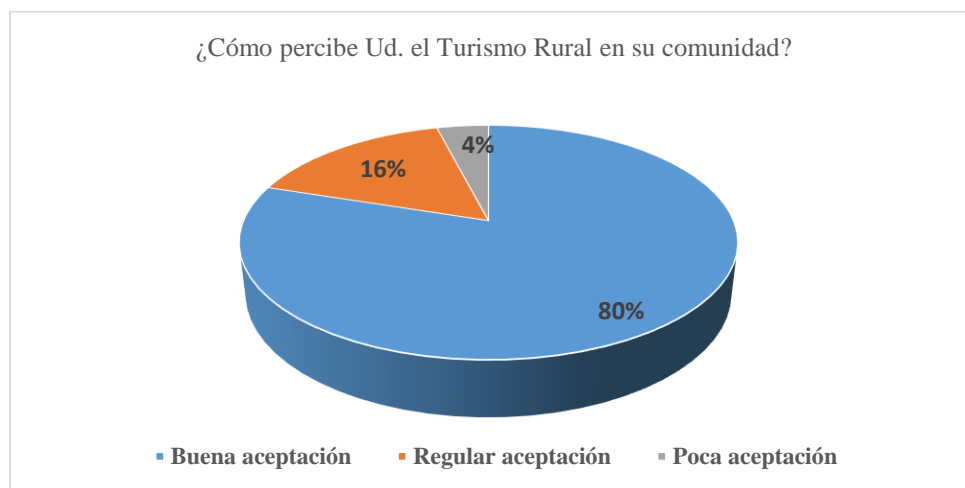
A la pregunta Con la experiencia que tienen en turismo rural comunitario ¿consideras que el turismo es beneficioso económicamente? el 92% de los encuestados de la comunidad campesina de Patacancha respondió que si consideraba que la actividad turística tiene beneficios económicos y el 8% dijo que la actividad turística no tiene beneficios económicos, como se muestra en la ilustración 36.

Tabla 43: ¿Cómo Percibe Ud. el Turismo Rural en su Comunidad?

	Frecuencia	Porcentaje
Buena aceptación	20	80%
Regular aceptación	4	16%
Poca aceptación	1	4%
Total	25	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 37:



Fuente: Trabajo de campo

A la pregunta ¿Cómo percibe Ud. ¿El Turismo Rural en su comunidad? el 80% de los encuestados de la comunidad campesina de Patacancha respondió que tiene buena aceptación, el 16% dijo que la actividad turística tiene una regular aceptación y el 4% afirma que tiene poca aceptación, como se muestra en la ilustración N° 37

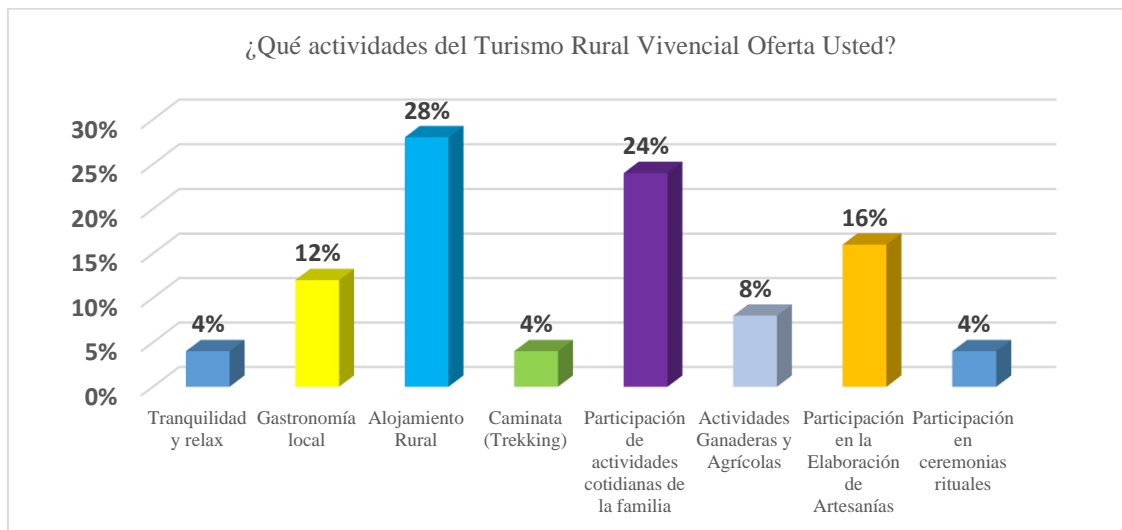


Tabla 44: ¿Qué actividades del Turismo Rural Vivencial Oferta Usted?

	Frecuencia	Porcentaje
Tranquilidad y relax	1	4%
Gastronomía local	3	12%
Alojamiento Rural	7	28%
Caminata (Trekking)	1	4%
Participación de actividades cotidianas de la familia	6	24%
Actividades Ganaderas y Agrícolas	2	8%
Participación en la Elaboración de Artesanías	4	16%
Participación en ceremonias rituales	1	4%
Total	25	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 38:



Fuente: Trabajo de campo

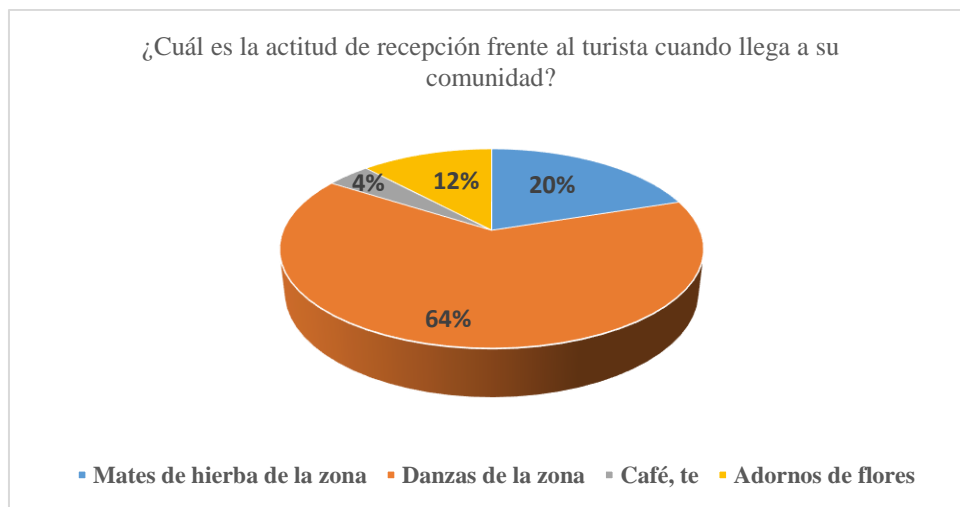
A la pregunta ¿Qué actividades del Turismo Rural Vivencial Oferta Usted? Cabe decir que las principales actividades turísticas que ofrecen los pobladores de la comunidad campesina de Patacancha son alojamiento rural (28%), participación en actividades familiares (24%) participación en elaboración de artesanías (16%), gastronomía local (12%), participación en actividades ganaderas y agrícolas (8%), relax, caminata y participación en ceremonias todos con (4%) como se muestra en la ilustración N° 38.

Tabla 45: ¿Cuál es la actitud de recepción frente al turista cuando llega a su comunidad?

	Frecuencia	Porcentaje
Mates de hierba de la zona	5	20%
Danzas de la zona	16	64%
Café, te	1	4%
Adornos de flores	3	12%
Total	25	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Ilustración 39:



Fuente: Trabajo de campo

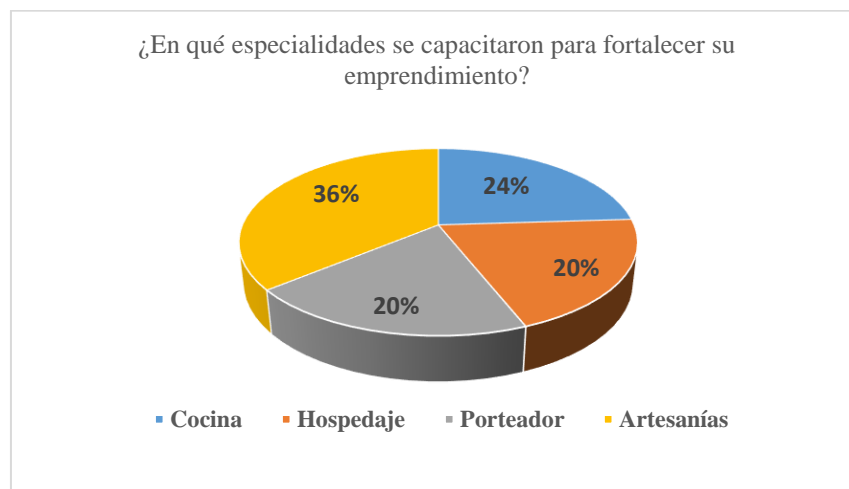
A la pregunta ¿Cuál es la actitud de recepción frente al turista cuando llega a su comunidad? A lo que contestaron los pobladores de la comunidad campesina de Patacancha, 64% presentan danzas de la zona, el 20% les ofrecen mates de hierba de la zona, el 12% ofrecen adornos y flores, el 4% de las veces ofrecen café o té, como se muestra en la ilustración N° 39.

Tabla 46: ¿En qué especialidades se capacitaron para fortalecer su emprendimiento?

	Frecuencia	Porcentaje
Cocina	6	24%
Hospedaje	5	20%
Porteador	5	20%
Artesanías	9	36%
Total	25	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 40:



Fuente: Trabajo de campo

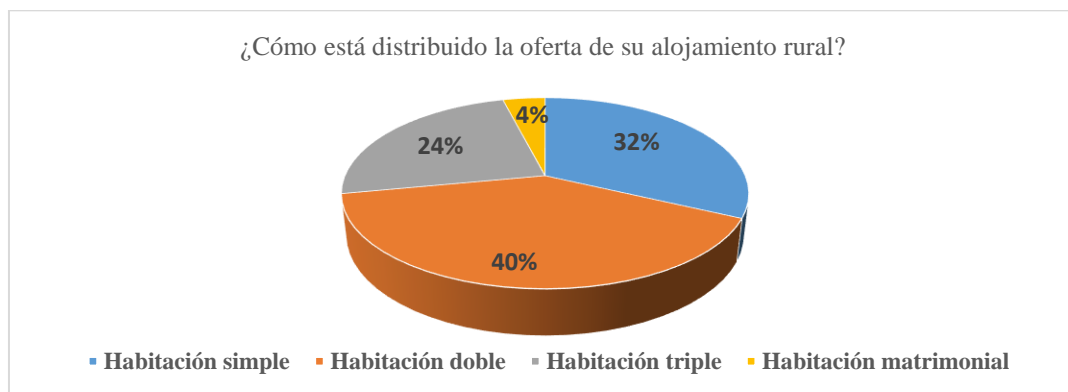
A la pregunta ¿En qué especialidades se capacitaron para fortalecer su emprendimiento? Los pobladores de la comunidad campesina de Patacancha en un 36% dijeron que especializaron en artesanías (tejidos artesanales, bisutería), el 24% en cocina, el 20% en hospedaje y labor de porteador, tal como se muestra en la ilustración N° 40.

Tabla 47: ¿Cómo está distribuido la oferta de su alojamiento rural?

	Frecuencia	Porcentaje
Habitación simple	8	32%
Habitación doble	10	40%
Habitación triple	6	24%
Habitación matrimonial	1	4%
Total	25	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 41:



Fuente: Trabajo de campo

A la pregunta ¿Cómo está distribuido la oferta de su alojamiento rural? los pobladores de la comunidad campesina de Patacancha que ofrecen este servicio de hospedaje el 40% ofrece habitación doble, el 32% ofrecen habitación simple, el 24% ofrecen habitación triple y el 4% habitación matrimonial, tal como se muestra en la ilustración N° 41

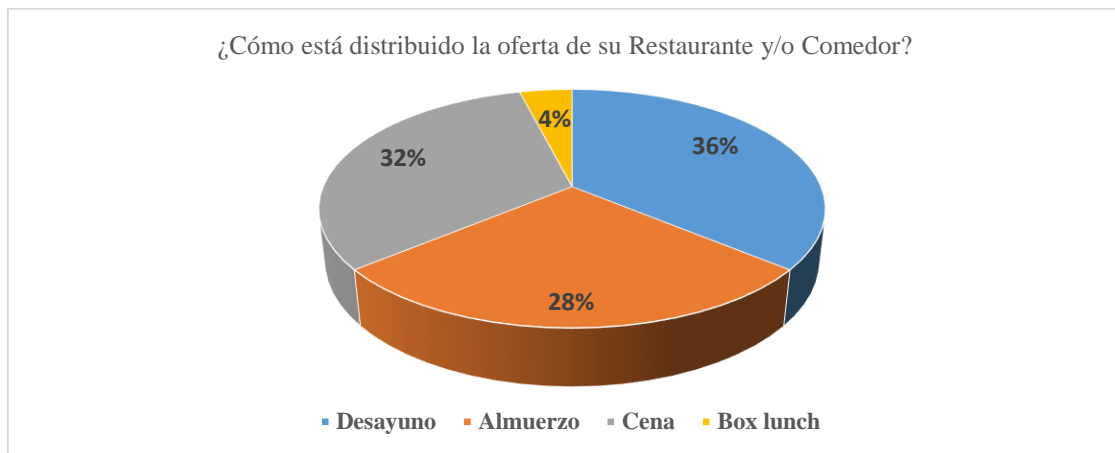


Tabla 48: ¿Cómo está distribuido la oferta de su Restaurante y/o Comedor?

	Frecuencia	Porcentaje
Desayuno	9	36%
Almuerzo	7	28%
Cena	8	32%
Box lunch	1	4%
Total	25	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 42:



Fuente: Trabajo de campo

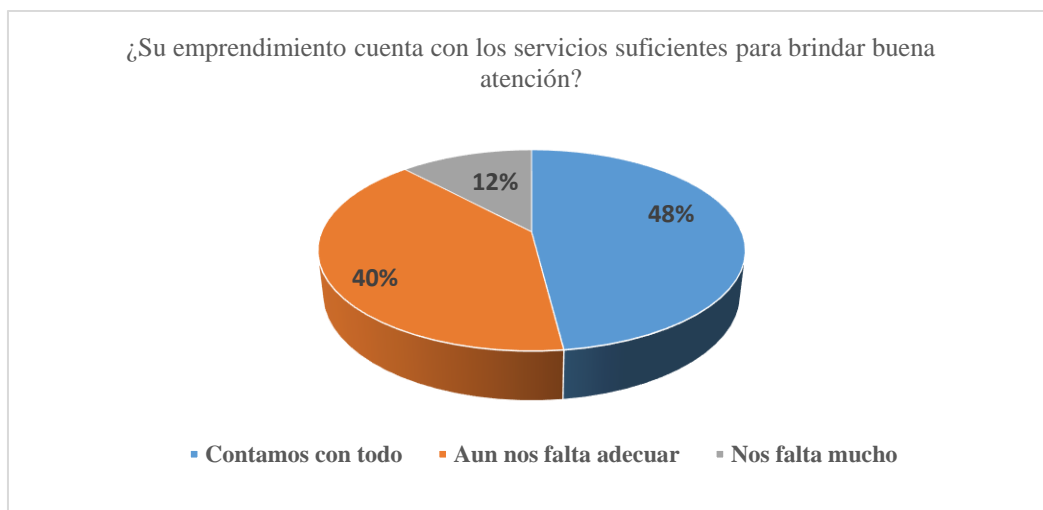
A la pregunta ¿Cómo está distribuido la oferta de su Restaurante y/o Comedor? los pobladores de la comunidad campesina de Patacancha que ofrecen este servicio de alimentación el 36% ofrece desayuno, el 32% ofrecen cena el 28% ofrece almuerzo y el 4% ofrece box lunch, como se muestra en la ilustración N° 42

Tabla 49: ¿Su emprendimiento cuenta con los servicios suficientes para brindar buena atención?

	Frecuencia	Porcentaje
Contamos con todo	12	48%
Aún nos falta adecuar	10	40%
Nos falta mucho	3	12%
Total	25	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 43:



Fuente: Trabajo de campo

A la pregunta ¿Su emprendimiento cuenta con los servicios suficientes para brindar buena atención? los pobladores de la comunidad campesina de Patacancha el 48% dice que cuentan con todo, el 40% dice que aún les falta adecuar y el 12% afirma que les falta mucho, como se muestra en la ilustración N° 43.

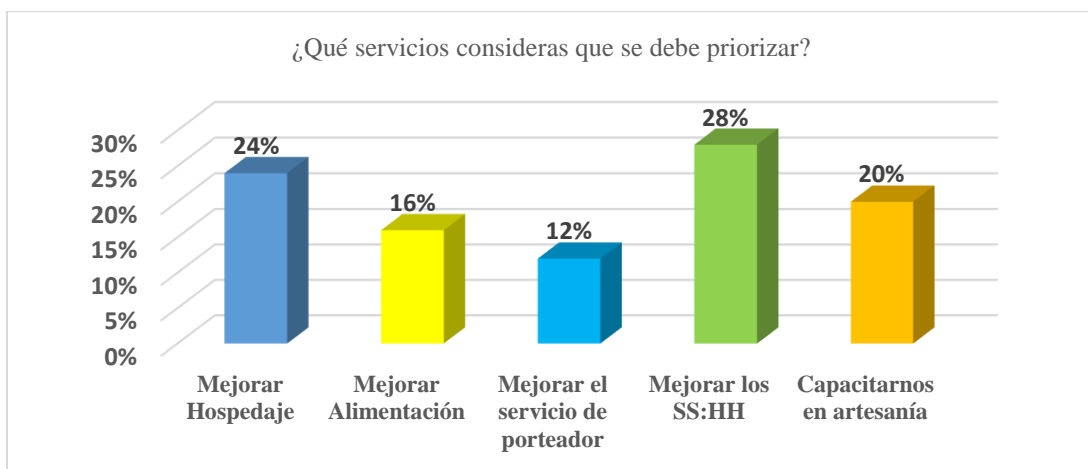


Tabla 50: ¿Qué servicios consideras que se debe priorizar?

	Frecuencia	Porcentaje
Mejorar Hospedaje	6	24%
Mejorar Alimentación	4	16%
Mejorar el servicio de porteador	3	12%
Mejorar los SS:HH	7	28%
Capacitarnos en artesanía	5	20%
Total	25	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 44:



Fuente: Trabajo de campo

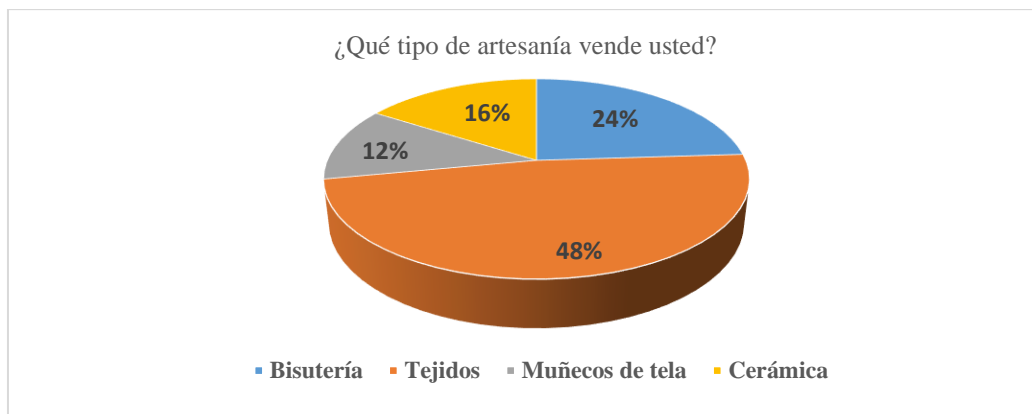
A la pregunta ¿Qué servicios consideras que se debe priorizar? los pobladores de la comunidad campesina de Patacancha el 28% dice que hay que mejorar los servicios basicos, el 24% dice que hay que mejorar el hospedaje, el 20% afirma que hay que mejorar la capacitación en artesanía, el 16% aún les falta mejorar la alimentación y el 12% dice les falta mejorar el servicio de porteador, como se muestra en la ilustración N° 44.

Tabla 51: ¿Qué tipo de artesanía comercializa usted?

	Frecuencia	Porcentaje
Bisutería	6	24%
Tejidos	12	48%
Muñecos de tela	3	12%
Cerámica	4	16%
Total	25	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 45:



Fuente: Trabajo de campo

A la pregunta ¿Qué tipo de artesanía vende usted? los pobladores de la comunidad campesina de Patacancha, el 48% dice que vende tejidos (ponchos), el 24% vende bisutería, el 16% venden cerámicas y el 12% vende muñecos de tela, como se muestra en en la ilustración N° 45.

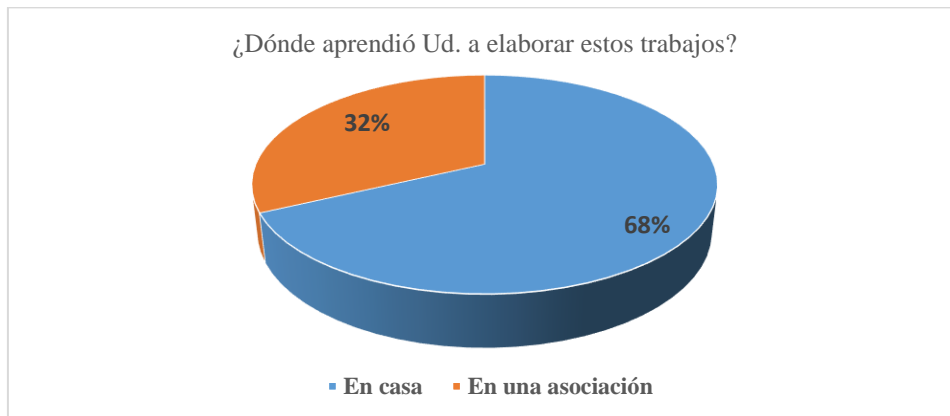


Tabla 52: ¿Dónde aprendió Ud. a elaborar estos trabajos?

	Frecuencia	Porcentaje
En casa	17	68%
En una asociación	8	32%
Total	25	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 46:



Fuente: Trabajo de campo

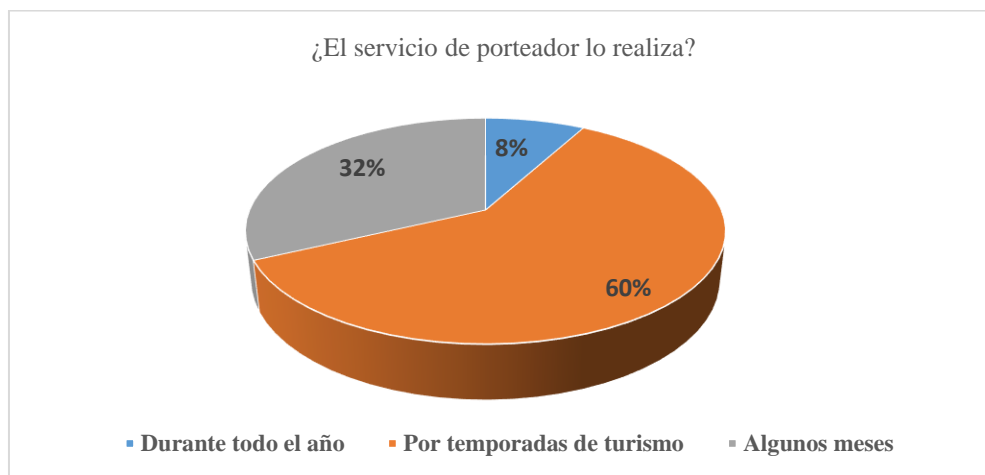
A la pregunta ¿Dónde aprendió Ud. a elaborar estos trabajos? los pobladores de la comunidad campesina de Patacancha, el 68% dice que aprendió en casa y el 32%, aprendió en una asociación, como se muestra en la ilustración N° 46.

Tabla 53: ¿El servicio de porteador lo realiza?

	Frecuencia	Porcentaje
Durante todo el año	2	8%
Por temporadas de turismo	15	60%
Algunos meses	8	32%
Total	25	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 47:



Fuente: Trabajo de campo

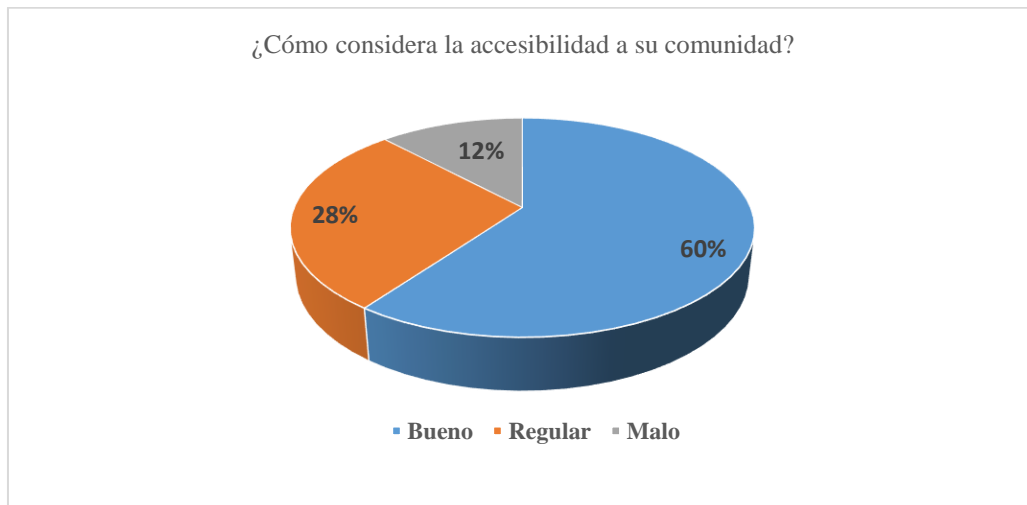
A la pregunta ¿El servicio de porteador lo realiza? los pobladores de la comunidad campesina de Patacancha, el 60% dice que lo realiza en temporada de turismo, el 32% dice que lo realiza solo algunos meses y el 8% dice lo realiza durante todo el año, como se muestra en la ilustración N° 47.

Tabla 54: ¿Cómo considera la accesibilidad a su comunidad?

	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	15	60%
Regular	7	28%
Malo	3	12%
Total	25	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 48:



Fuente: Trabajo de campo

A la pregunta ¿Cómo considera la accesibilidad a su comunidad? los pobladores de la comunidad campesina de Patacancha, el 60% dice que es bueno, el 28% que es regular y el 12% que dice que es malo, como se muestra en la ilustración N° 48.

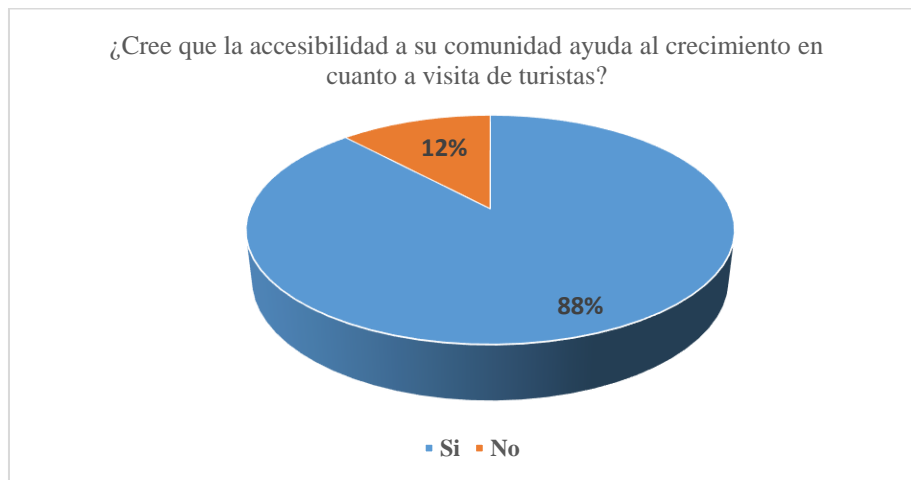


Tabla 55: ¿Cree que la accesibilidad a su comunidad ayuda al crecimiento en cuanto a visita de turistas?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	22	88%
No	3	12%
Total	25	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 49:



Fuente: Trabajo de campo

A la pregunta ¿Cree que la accesibilidad a su comunidad ayuda al crecimiento en cuanto a visita de turistas? los pobladores de la comunidad campesina de Patacancha, el 88% dijo que si, el 12% dijo que no, como se muestra en la ilustración N° 49.

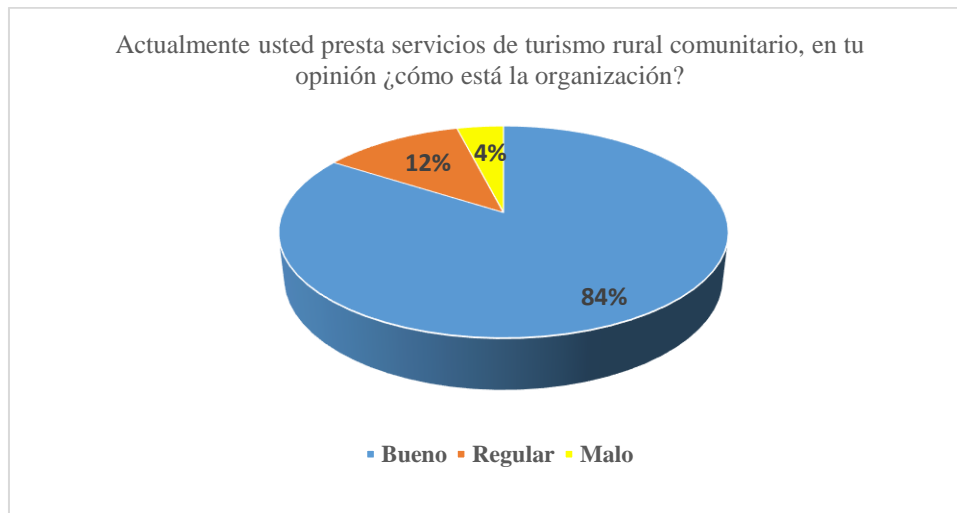


Tabla 56: ¿Actualmente usted. Prestan servicios de turismo rural comunitario, en tu opinión ¿cómo está la organización?

	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	21	84%
Regular	3	12%
Malo	1	4%
Total	25	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 50:



Fuente: Trabajo de campo

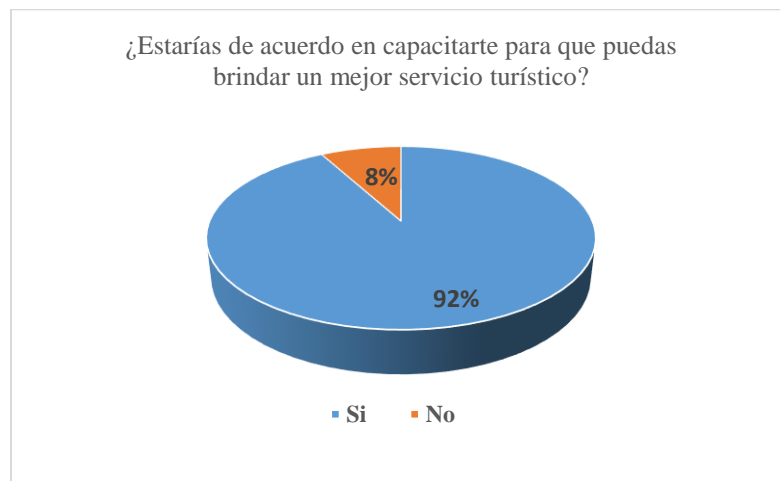
A la pregunta Actualmente usted presta servicios de turismo rural comunitario, en tu opinión ¿cómo está la organización? los pobladores de la comunidad campesina de Patacancha, el 84% dijo que es bueno, el 12% dijo que es regular y el 4% dice que es malo, como se muestra en la ilustración N° 50.

Tabla 57: ¿Estarías de acuerdo en capacitarte para que puedas brindar un mejor servicio turístico?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	92%
No	2	8%
Total	25	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 51:



Fuente: Trabajo de campo

A la pregunta ¿Estarías de acuerdo en capacitarte para que puedas brindar un mejor servicio turístico? los pobladores de la comunidad campesina de Patacancha, el 92% dijo que si están de acuerdo en capacitarse y el 8% dice que no necesita capacitarse, como se muestra en la ilustración N° 51.

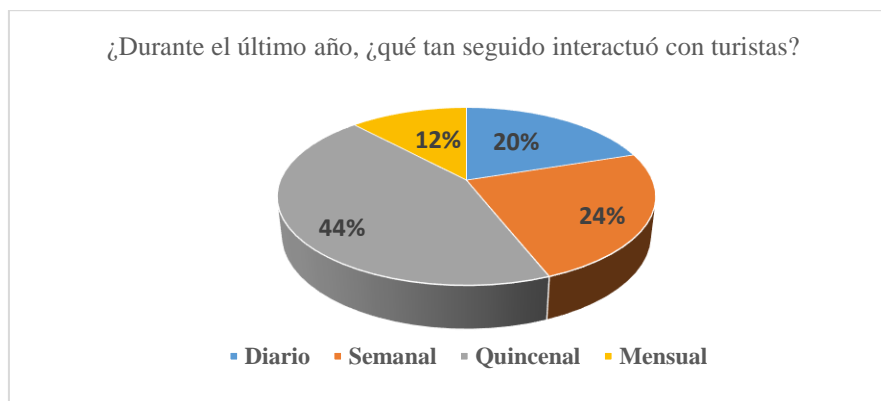


Tabla 58: ¿Durante el último año, ¿qué tan seguido interactuó con turistas?

	Frecuencia	Porcentaje
Diario	5	20%
Semanal	6	24%
Quincenal	11	44%
Mensual	3	12%
Total	25	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 52:



Fuente: Trabajo de campo

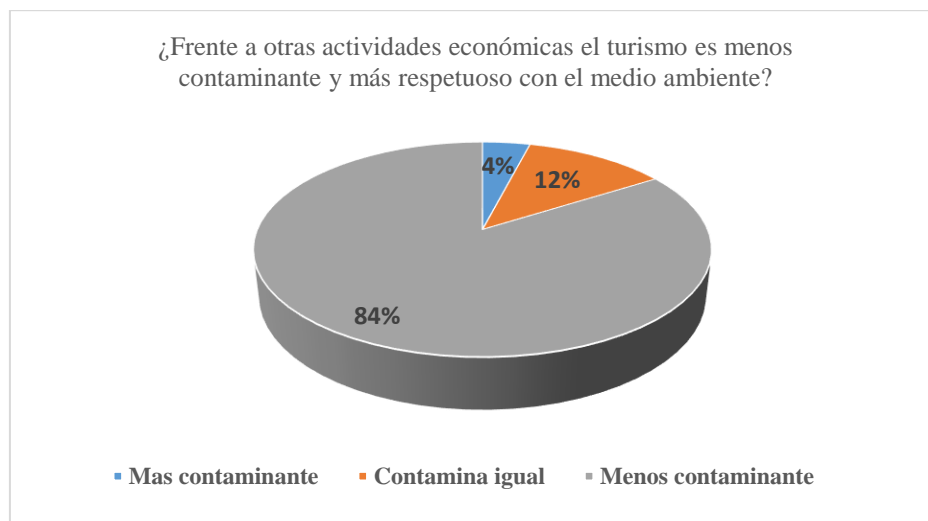
A la pregunta ¿Durante el último año, ¿qué tan seguido interactuó con turistas? los pobladores de la comunidad campesina de Patacancha, el 44% dijo quincenalmente, el 24% dice que semanalmente, el 20% dice que diario y el 12% dice que mensualmente, como se muestra en la ilustración N° 52.

Tabla 59: ¿Frente a otras actividades económicas el turismo es menos contaminante y más respetuoso con el medio ambiente?

	Frecuencia	Porcentaje
Más contaminante	1	4%
Contamina igual	3	12%
Menos contaminante	21	84%
Total	25	100%

Fuente: Trabajo de campo

Ilustración 53:



Fuente: Trabajo de campo

A la pregunta ¿Frente a otras actividades económicas el turismo es menos contaminante y más respetuoso con el medio ambiente? los pobladores de la comunidad campesina de Patacancha, el 84% dijo que es menos contaminante, el 12% dijo que contamina igual y el 4% que es más contaminante, como se muestra en la ilustración N° 53.

El tiempo de permanencia de los turistas que van a realizar turismo rural en las comunidades de Willoq y Patacancha es en promedio de tres días/2 noches en la cual realizan diversas labores con los pobladores de las comunidades, cosecha de papa, música tradicional y pastoreo de llamas y alpacas, entre otros, como se muestra en la tabla 60.



Tabla 60: Tiempo de permanencia de los turistas

COMUNIDAD	Días de permanencia del turista
WILLOQ	3 días/2 noches
PATACANCHA	3 días/2 noches

Fuente: Trabajo de campo

En lo que respecta al gasto que realizan los turistas en el tiempo de permanencia en las comunidades de Willoq y Patacancha, mostramos en la tabla N° 60.

Tabla 61: Ingreso promedio mensual

	WILLOQ	PATACANCHA
INGRESO PROMEDIO MENSUAL	FRECUENCIA	FRECUENCIA
50 - 150 SOLES	2	3
151 - 250 SOLES	2	2
251 - 350 SOLES	3	4
351 - 450 SOLES	5	4
451 - 550 SOLES	8	4
551 - 650 SOLES	7	4
651 - 750 SOLES	5	2
751 - 850 SOLES	3	2
851 - 950 SOLES	0	0
951 - 1050 SOLES	0	0
TOTAL	35	25

Fuente: Trabajo de campo

En esta tabla tenemos los ingresos promedio por la actividad de turismo que recibe cada poblador, por razones de metodológicas estos ingresos se han dividido en bajo que comprende del rango de 50 a 350 soles, regular del rango de 351 a 650 soles y alto del rango de 651 a 1050 soles.



Tabla 62: Ingreso promedio mensual por actividad turística

INGRESO	COMUNIDAD DE WILLOQ						COMUNIDAD DE PATACANCHA					
	bajo	%	regular	%	alto	%	bajo	%	regular	%	alto	%
Alojamiento y alimentación	2	6%	12	34%	21	60%	2	8%	12	48%	11	44%
Producción comercialización de artesanías	3	9%	19	54%	13	37%	1	4%	7	28%	17	68%
Porteo	22	63%	13	37%	0	0%	18	72%	7	28%	0	0%

Fuente: Trabajo de campo

Esta tabla N° 62 es complementaria a la anterior ya que aquí los pobladores de las comunidades de Willoq y Patacancha nos informan que actividad económica de turismo es la que le reporta mayores ingresos, la comunidad de Willoq vemos que la actividad de alojamiento y alimentación es la que mayores ingresos el 60% dice que tienen ingresos altos y el 34% dice que tienen ingresos regulares, en cambio la comunidad de Patacancha observamos que la actividad de producción y comercialización de artesanías es la que le reporta mayores ingresos el 68% dice que tienen ingresos altos y el 28% dice que tienen ingresos regulares, mientras que la actividad de proteo solo consideran que les reporta ingresos bajos y regulares.

Otro punto importante también que se tiene que explicar es ¿Cómo genera impacto económico la actividad de turismo rural en las comunidades?

Entre los efectos positivos del turismo rural tenemos:

- Oportunidades de ocupación alternativa para personas que se encuentran desempleadas o sub ocupadas en actividades escasamente remunerada.
- Estimulado de actividades por el gasto de los residentes y hogares con los ingresos procedentes del turismo,
- Prosperidad del bienestar de los domicilios residentes por el acceso a servicios, instalaciones, infraestructura y equipamiento turísticos,
- Formación y adiestramiento de la mano de obra, tanto para manipular como para administrar negocios locales.



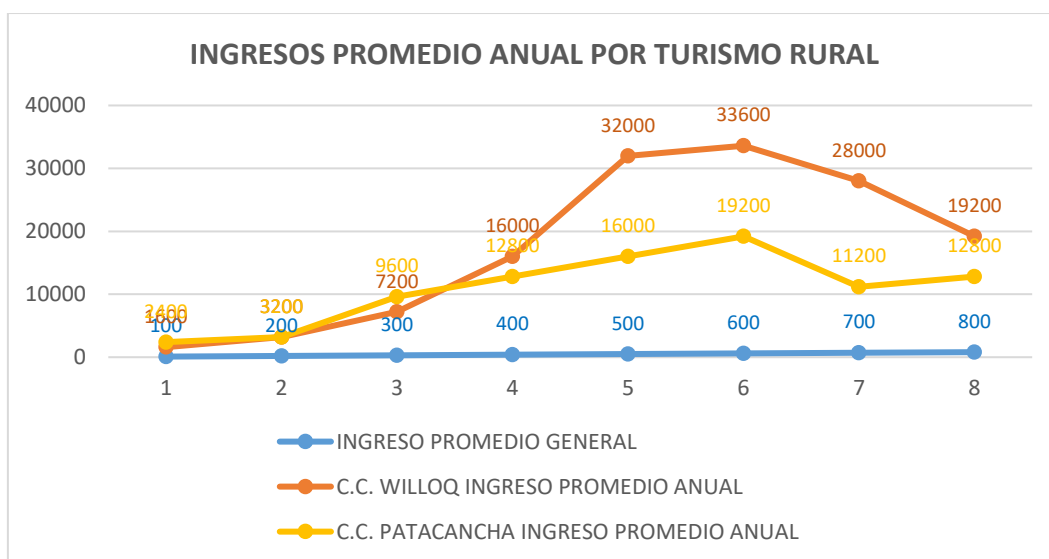
Tabla 63: Ingreso promedio mensual y anual por turismo rural

COMUNIDAD DE WILLOQ			COMUNIDAD DE PATACANCHA					
INGRESO PROMEDIO MENSUAL (EN SOLES)	FRECUENCIA	%	INGRESO PROMEDIO MENSUAL (EN SOLES)	INGRESO PROMEDIO ANUAL (EN SOLES)	FRECUENCIA	%	INGRESO PROMEDIO MENSUAL (EN SOLES)	INGRESO PROMEDIO ANUAL (EN SOLES)
50 - 150	2	6%	100	1600	3	12%	100	2400
151 - 250	2	6%	200	3200	2	8%	200	3200
251 - 350	3	9%	300	7200	4	16%	300	9600
351 - 450	5	14%	400	16000	4	16%	400	12800
451 - 550	8	23%	500	32000	4	16%	500	16000
551 - 650	7	20%	600	33600	4	16%	600	19200
651 - 750	5	14%	700	28000	2	8%	700	11200
751 - 850	3	9%	800	19200	2	8%	800	12800
TOTAL	35	100%		140800	25	100%	3600	87200

Fuente: Trabajo de campo

En la tabla 63 se puede observar el ingreso que perciben las familias durante un año considerando solamente 8 meses de actividad turística, descontando 4 meses de temporada de lluvias donde se paraliza la actividad turística. El ingreso por la actividad de turismo no es un monto despreciable como vemos, estos ingresos permiten a las familias mejorar su calidad de vida, tener acceso a salud, educación para sus hijos, acceder a servicios básicos como agua, desagüe, luz, alimentación, vestido, servicios de telefonía e internet, estos ingresos también les permite poder invertir en mejorar sus cultivos, adquirir ganado. En lo que respecta a la comunidad estos ingresos les otorga la oportunidad de mejorar sus calles, sus canales de riego, sus plazas, el alumbrado público entre otros.

Ilustración 54:



Fuente: Trabajo de campo



5.3. ANALISIS DE RESULTADOS

5.3.1. Alfa de Cronbach comunidad campesina de Willoq

“La confiabilidad como consistencia interna de un test se define como el grado en que distintos subconjuntos de preguntas o considerandos miden un rasgo o comportamiento homogéneo; es decir, el grado de correlación que es consistentes entre sí.” (Roberto Hernández Sampieri, Roberto Fernández Collado, & Pilar Baptista Lucio, 2014)

Alfa de Cronbach: Con este evaluaremos la confiabilidad o la homogeneidad de las preguntas o ítems es común emplear el coeficiente alfa de Cronbach cuando se trata de alternativas de respuestas policotómicas, como las escalas tipo Likert; “El coeficiente α de Cronbach puede ser calculado por medio de la varianza de los ítems y la varianza del puntaje total. Para calcular el coeficiente de confiabilidad se usó el “coeficiente alfa de Cronbach (α)”” (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2010), cuya ecuación es:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Dónde:

α : Coeficiente de confiabilidad de la prueba o cuestionario

k : Número de ítems del instrumento

S_t^2 : Varianza total del instrumento.

$\sum S_i^2$: Sumatoria de las varianzas de los ítems.



Tabla 64: Criterios para evaluar la confiabilidad de las preguntas o ítems
“Coeficiente Alfa de Cronbach (α)”

Escala	Categoría
$r = 1$	Confiabilidad perfecta
$0.90 \leq r \leq 0.99$	Confiabilidad muy alta
$0.70 \leq r \leq 0.89$	Confiabilidad alta
$0.60 \leq r \leq 0.69$	Confiabilidad aceptable
$0.40 \leq r \leq 0.59$	Confiabilidad moderada
$0.30 \leq r \leq 0.39$	Confiabilidad baja
$0.10 \leq r \leq 0.29$	Confiabilidad muy baja
$0.01 \leq r \leq 0.09$	Confiabilidad despreciable
$r = 0$	Confiabilidad nula

Fuente: Roberto Hernández Sampieri, Roberto Fernández Collado & Baptista Lucio, 2014)

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,969	24

Como se observa el resultado del índice de coeficiente Alfa de Cronbach tienen un valor de 0.969, confiabilidad muy alta, por lo que se establece que el instrumento tiene una fiabilidad alta, para el procesamiento de datos, con un número de elementos de 24, los cuales corresponden a la cantidad de reactivos del cuestionario.

5.3.2. Análisis de correlación

H₀: La variable Turismo rural y la variable Ingreso total no están relacionadas

H₁: La variable Turismo rural y la variable Ingreso total están relacionadas

Nivel de confianza: 95%

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

Criterios de evaluación:

Si $P_{valor} > \alpha = 0.05$ se acepta H₀

Si $P_{valor} < \alpha = 0.05$ se acepta H₁



Tabla 65: Correlaciones

ACTIVIDAD TURISTICA			N	INGRESO TOTAL
Rho de Spearman	TURISMO RURAL	Coefficiente de correlación	1.000	0,821
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	35	35
	INGRESO TOTAL	Coefficiente de correlación	0,821	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	35	35

En la tabla N°59 Se puede observar que el Pvalor = 0.000 es $< \alpha = 0.05$, existe suficiente evidencia estadística para aceptar H_1 “**La variable Turismo rural y la variable Ingreso total están relacionadas**”, con un nivel de confianza de 95%.

En lo que respecta a la correlación del valor es de 0.821 lo que indica que existe una correlación positiva, directa y alta entre ambas variables.

H₀: La variable ingresos por alojamiento y alimentación y la Variable Ingreso total no están relacionadas

H₁: La variable ingresos por alojamiento y alimentación y la Variable Ingreso total están relacionadas

Nivel de confianza: 95%

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

Criterios de evaluación:

Si Pvalor $> \alpha = 0.05$ se acepta H₀

Si Pvalor $< \alpha = 0.05$ se acepta H₁



Tabla 66: Correlaciones

INGRESO POR ALOJAMIENTO Y ALIMENTACION MENSUAL		N	INGRESO TOTAL MENSUAL
INGRESO POR ALOJAMIENTO Y ALIMENTACION MENSUAL	Correlación de Pearson	1	0,988
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	12	12
INGRESO TOTAL MENSUAL	Correlación de Pearson	0,988	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	12	12

En la tabla N° 66 Se puede observar que el Pvalor = 0.000 es $< \alpha = 0.05$, existe suficiente evidencia estadística para aceptar H_1 “**La variable ingresos por alojamiento y alimentación la Variable Ingreso total están relacionadas**”, con un nivel de confianza de 95%.

En lo que respecta a la correlación de Pearson el valor es de 0.988 lo que indica que existe una correlación positiva, directa y muy alta entre ambas variables.

Ho: La variable ingresos por la producción y comercialización de artesanías y la Variable Ingreso total no están relacionadas

H₁: La variable ingresos por la producción y comercialización de artesanías y la Variable Ingreso total están relacionadas

Nivel de confianza: 95%

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

Criterios de evaluación:

Si Pvalor $> \alpha = 0.05$ se acepta Ho

Si Pvalor $< \alpha = 0.05$ se acepta H₁



Tabla 67: Correlaciones

INGRESO COMERCIALIZACION ARTESANIA MENSUAL		N	INGRESO TOTAL MES
INGRESO COMERCIALIZACION DE ARTESANIA MENSUAL	Correlación de Pearson	1	0,910
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	12	12
INGRESO TOTAL MENSUAL	Correlación de Pearson	0,910	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	12	12

En la tabla N° 67 Se puede observar que el Pvalor = 0.000 es $< \alpha = 0.05$, existe suficiente evidencia estadística para aceptar H_1 “**La variable ingresos por la producción y comercialización de artesanías y la Variable Ingreso total están relacionadas**”, con un nivel de confianza de 95%.

En lo que respecta a la correlación de Pearson el valor es de 0.910 lo que indica que existe una correlación positiva, directa y muy alta entre ambas variables.

H₀: La variable ingresos por servicio de porteador y la Variable Ingreso total no están relacionadas

H₁: La variable ingresos por servicio de porteador y la Variable Ingreso total están relacionadas

Nivel de confianza: 95%

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

Criterios de evaluación:

Si Pvalor $> \alpha = 0.05$ se acepta H₀

Si Pvalor $< \alpha = 0.05$ se acepta H₁



Tabla 68: Correlaciones

INGRESO POR SERVICIO DE PORTEADOR MENSUAL		N	INGRESO TOTAL MENSUAL
INGRESO POR SERVICIO DE PORTEADOR MENSUAL	Correlación de Pearson	1	0,980
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	12	12
INGRESO TOTAL MENSUAL	Correlación de Pearson	0,980	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	12	12

En la tabla N° 68 Se puede observar que el Pvalor = 0.000 es $< \alpha = 0.05$, existe suficiente evidencia estadística para aceptar H_1 “**La variable ingresos por servicio de porteador y la Variable Ingreso total están relacionadas**”, con un nivel de confianza de 95%.

En lo que respecta a la correlación de Pearson el valor es de 0.980 lo que indica que existe una correlación positiva, directa y muy alta entre ambas variables.

5.3.3. Prueba de Normalidad

Ho: Las variables provienen de una distribución normal

H₁: Las variables no provienen de una distribución normal

Nivel de confianza: 95%

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

Criterios de evaluación:

Si Pvalor $> \alpha = 0.05$ se acepta Ho

Si Pvalor $< \alpha = 0.05$ se acepta H₁



Tabla 69: Pruebas de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
INGRESO TOTAL MES	0.169	12	0,200	0.882	12	0.094
INGRESO POR ALOJAMIENTO Y ALIMENTACION MENSUAL	0.200	12	0,200	0.861	12	0.050
INGRESO POR ARTESANIA MENSUAL	0.197	12	0,200	0.902	12	0.171
INGRESO POR PORTEADOR MENSUAL	0.200	12	0.198	0.867	12	0.061

En la tabla N° 63 Se puede observar en la prueba de normalidad se tiene que el análisis de Shapiro Wilk que se utiliza para muestras menores a 50, vemos que el Pvalor es $> \alpha = 0.05$, existe suficiente evidencia estadística para aceptar H_0 “**Las variables provienen de una distribución normal**”, con un nivel de confianza de 95%.

5.3.4. Análisis multivariable ANOVA

H₀: Las variables son iguales

H₁: Las variables no son iguales

Nivel de confianza: 95%

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

Criterios de evaluación:

Si Pvalor $> \alpha = 0.05$ se acepta H_0

Si Pvalor $< \alpha = 0.05$ se acepta H_1

Tabla 70: ANOVA WILLOQ

TURISMO RURAL

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
ENTRE GRUPOS	311965416.67	2	155982708.33	47.699	0.000
DENTRO DE GRUPOS	107914583.33	33	3270138.889		
TOTAL	419880000.00	35			

En la tabla N° 70 Se puede observar que el Pvalor = 0.000 es $< \alpha = 0.05$, existe suficiente evidencia estadística para aceptar H_1 “**Las variables no son iguales**”, con un nivel de confianza de 95%.

Tabla 71: Turismo Rural

ACTIVIDADES TURISTICAS	N	Subconjunto para alfa = 0.05	
		1	2
COMERCIALIZACION DE ARTESANIA	12	2033.33	
PORTEADOR TURISTICO	12	3154.17	
ALOJAMIENTO Y ALIMENTACION	12		8762.50
Sig.		0.296	1.000

En la tabla 71 podemos ver que no existe diferencia entre las variables producción y comercialización de artesanías y porteador porque se encuentran en la misma columna y su valor es de 0.296, en cambio la variable alojamiento y alimentación tiene una diferencia significativa frente a las dos variables anteriores. Es decir que esta variable es la que produce mayores ingresos monetarios.

5.3.5. Alfa de Cronbach comunidad campesina de Patacancha

Alfa de Cronbach

“La confiabilidad como consistencia interna de un test se define como el grado en que distintos subconjuntos de preguntas o considerandos miden un rasgo o comportamiento homogéneo; es decir, el grado de correlación que es consistentes entre sí” (Roberto Hernández Sampieri, Roberto Fernández Collado, & Pilar Baptista Lucio, 2014)



Alfa de Cronbach: Con este evaluaremos la confiabilidad o la homogeneidad de las preguntas o ítems es común emplear el coeficiente alfa de Cronbach cuando se trata de alternativas de respuestas policotómicas, como las escalas tipo Likert; “El coeficiente α de Cronbach puede ser calculado por medio de la varianza de los ítems y la varianza del puntaje total. Para calcular el coeficiente de confiabilidad se usó el “coeficiente alfa de Cronbach (α)” (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2010) cuya ecuación es:

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Dónde:

α : Coeficiente de confiabilidad de la prueba o cuestionario

k : Número de ítems del instrumento

S_t^2 : Varianza total del instrumento.

$\sum S_i^2$: Sumatoria de las varianzas de los ítems.

Tabla 72: Criterios para evaluar la confiabilidad de las preguntas o ítems “Coeficiente Alfa de Cronbach (α)”

Escala	Categoría
$r = 1$	Confiabilidad perfecta
$0.90 \leq r \leq 0.99$	Confiabilidad muy alta
$0.70 \leq r \leq 0.89$	Confiabilidad alta
$0.60 \leq r \leq 0.69$	Confiabilidad aceptable
$0.40 \leq r \leq 0.59$	Confiabilidad moderada
$0.30 \leq r \leq 0.39$	Confiabilidad baja
$0.10 \leq r \leq 0.29$	Confiabilidad muy baja
$0.01 \leq r \leq 0.09$	Confiabilidad despreciable
$r = 0$	Confiabilidad nula

Fuente: (Roberto Hernández Sampieri, Roberto Fernández Collado, & Pilar Baptista Lucio, 2014)

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,966	24



Como se observa el resultado del índice de coeficiente Alfa de Cronbach tienen un valor de 0.966, confiabilidad muy alta, por lo que se establece que el instrumento tiene una fiabilidad alta, para el procesamiento de datos, con un número de elementos de 24, los cuales corresponden a la cantidad de reactivos del cuestionario.

5.3.6. Análisis de correlación

H₀: La variable turismo rural y la variable Ingreso total no están relacionadas

H₁: La variable turismo rural y la variable Ingreso total están relacionadas

Nivel de confianza: 95%

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

Criterios de evaluación:

Si Pvalor $> \alpha = 0.05$ se acepta H₀

Si Pvalor $< \alpha = 0.05$ se acepta H₁

Tabla 73: Correlaciones

ACTIVIDAD TURISTICA			N	INGRESO TOTAL
Rho de Spearman	TURISMO RURAL	Coefficiente de correlación	1.000	0,900
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	25	25
	INGRESO TOTAL	Coefficiente de correlación	0,900	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	25	25

En la tabla N° 67 Se puede observar que el pvalor = 0.000 es $< \alpha = 0.05$, existe suficiente evidencia estadística para aceptar H₁ **“La variable Turismo rural variable Ingreso total están relacionadas”**, con un nivel de confianza de 95%.

En lo que respecta a la correlación del valor es de 0.900 lo que indica que existe una correlación positiva, directa y muy alta entre ambas variables.



H₀: La variable ingresos por alojamiento y alimentación y la Variable Ingreso total no están relacionadas

H₁: La variable ingresos por alojamiento y la Variable Ingreso total están relacionadas

Nivel de confianza: 95%

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

Criterios de evaluación:

Si Pvalor > $\alpha = 0.05$ se acepta H₀

Si Pvalor < $\alpha = 0.05$ se acepta H₁

Tabla 74: Correlaciones

INGRESO TOTAL MENSUAL		N	INGRESO POR ALOJAMIENTO Y ALIMENTACION MENSUAL	
INGRESO TOTAL MENSUAL	Correlación de Pearson	1	0,966	
	Sig. (bilateral)		0.000	
	N	12	12	
INGRESO POR ALOJAMIENTO Y ALIMENTACION MENSUAL	Correlación de Pearson	0,966	1	
	Sig. (bilateral)	0.000		
	N	12	12	

En la tabla 72 Se puede observar que el Pvalor = 0.000 es < $\alpha = 0.05$, existe suficiente evidencia estadística para aceptar H₁ **“La variable ingresos por alojamiento y alimentación la Variable Ingreso total están relacionadas”**, con un nivel de confianza de 95%.

En lo que respecta a la correlación de Pearson el valor es de 0.966 lo que indica que existe una correlación positiva, directa y muy alta entre ambas variables.

H₀: La variable ingresos por la producción y comercialización de artesanías y la Variable Ingreso total no están relacionadas

H₁: La variable ingresos por la producción y comercialización de artesanías y la Variable Ingreso total están relacionadas



Nivel de confianza: 95%

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

Criterios de evaluación:

Si $Pvalor > \alpha = 0.05$ se acepta H_0

Si $Pvalor < \alpha = 0.05$ se acepta H_1

Tabla 75: Correlaciones

INGRESO TOTAL MENSUAL		N	INGRESO POR ARTESANIAS MENSUAL	
INGRESO TOTAL MENSUAL	Correlación de Pearson	1	0,998	
	Sig. (bilateral)		0.000	
	N	12	12	
INGRESO POR ARTESANIAS MENSUAL	Correlación de Pearson	0,998	1	
	Sig. (bilateral)	0.000		
	N	12	12	

En la tabla 75 Se puede observar que el $Pvalor = 0.000$ es $< \alpha = 0.05$, existe suficiente evidencia estadística para aceptar H_1 “La variable ingresos por la producción y comercialización de artesanías y la Variable Ingreso total están relacionadas”, con un nivel de confianza de 95%.

En lo que respecta a la correlación de Pearson el valor es de 0.998 lo que indica que existe una correlación positiva, directa y muy alta entre ambas variables.

H_0 : La variable ingresos por servicio de porteador y la Variable Ingreso total no están relacionadas

H_1 : La variable ingresos por servicio de porteador y la Variable Ingreso total están relacionadas

Nivel de confianza: 95%

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

Criterios de evaluación:

Si $Pvalor > \alpha = 0.05$ se acepta H_0

Si $Pvalor < \alpha = 0.05$ se acepta H_1



Tabla 76: Correlaciones

INGRESO TOTAL MENSUAL		N	INGRESOS POR PORTEADOR MENSUAL
INGRESO TOTAL MENSUAL	Correlación de Pearson	1	0,995
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	12	12
INGRESOS POR PORTEADOR MENSUAL	Correlación de Pearson	0,995	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	12	12

En la tabla N° 76 Se puede observar que el Pvalor = 0.000 es $< \alpha = 0.05$, existe suficiente evidencia estadística para aceptar H_1 “**La variable ingresos por servicio de porteador y la Variable Ingreso total están relacionadas**”, con un nivel de confianza de 95%.

En lo que respecta a la correlación de Pearson el valor es de 0.995 lo que indica que existe una correlación positiva, directa y muy alta entre ambas variables.

5.3.7. Prueba de Normalidad

H₀: Las variables provienen de una distribución norma

H₁: Las variables no provienen de una distribución normal

Nivel de confianza: 95%

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

Criterios de evaluación:

Si Pvalor $> \alpha = 0.05$ se acepta H₀

Si Pvalor $< \alpha = 0.05$ se acepta H₁



Tabla 77: Pruebas de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
INGRESO POR ALOJAMIENTO Y ALIMENTACION MENSUAL	0.149	12	0,200*	0.912	12	0.228
INGRESO POR ARTESANIAS MENSUAL	0.177	12	0,200*	0.901	12	0.161
INGRESOS POR PORTEADOR MENSUAL	0.182	12	0,200*	0.910	12	0.213
INGRESO TOTAL MENSUAL	0.164	12	0,200*	0.912	12	0.223

En la tabla N° 77 Se puede observar en la prueba de normalidad se tiene que el análisis de Shapiro Wilk que se utiliza para muestras menores a 50, vemos que el pvalor es $> \alpha = 0.05$, existe suficiente evidencia estadística para aceptar H_0 “**Las variables provienen de una distribución normal**”, con un nivel de confianza de 95%.

5.3.8. Análisis multivariable

H₀: Las variables son iguales

H₁: Las variables no son iguales

Nivel de confianza: 95%

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

Criterios de evaluación:

Si Pvalor $> \alpha = 0.05$ se acepta H_0

Si Pvalor $< \alpha = 0.05$ se acepta H_1



Tabla 78: ANOVA PATACANCHA

TURISMO RURAL

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	268847222.22	2	134423611.11	32.258	0.000
Dentro de grupos	137513541.67	33	4167077.020		
Total	406360763.89	35			

En la tabla N° 78 Se puede observar que el Pvalor = 0.000 es $< \alpha = 0.05$, existe suficiente evidencia estadística para aceptar H_1 **“Las variables no son iguales”**, con un nivel de confianza de 95%

Tabla 79: Turismo Rural

ACTIVIDADES TURISTICAS	N	Subconjunto para alfa = 0.05	
		1	2
PORTEADOR TURISTICO	12	2645.8333	
ALOJAMIENTO Y ALIMENTACION	12	3812.5000	
COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS	12		8937.5000
Sig.		0.353	1.000

En la tabla N° 79 podemos ver que no existe diferencia entre las variables alojamiento y alimentación y la variable porteador turístico porque se encuentran en la misma columna y su pvalor es de 0.353, en cambio la variable producción y comercialización de artesanías si existe una diferencia significativa frente a las dos variables anteriores. Es decir que esta variable es la que produce mayores ingresos monetarios.

5.4. CONCLUSIONES

HG: La actividad de turismo rural que se realiza dentro de las comunidades campesinas de Willoq y Patacancha ha permitido dinamizar la economía y lo más importante es que los ingresos de los pobladores dedicadas a esta actividad han sido positivos permitiendo mejor sus condiciones económicas. La correlación de Spearman muestra que existe una relación positiva



directa y alta y muy alta entre ambas variables (0.821) para la comunidad campesina de Willoq y (0.900) para la comunidad campesina de Patacancha.

El análisis de ANOVA se puede observar que las tres actividades (alojamiento y alimentación, comercialización de artesanías y porteador) son importantes, siendo las dos primeras actividades (alojamiento, alimentación) donde mejor destaca la comunidad campesina de Willoq, mientras la actividad (comercialización de artesanías) donde mejor destaca la comunidad campesina de Patacancha.

H1: En lo que respecta a la variable ingreso, por los servicios de alojamiento y alimentación tienen una correlación positiva directa y muy alta (0.988) para la comunidad campesina de Willoq y de (0.966) respectivamente para la comunidad campesina de Patacancha, esto nos permitió determinar que las familias obtienen un ingreso promedio mensual entre 350 y 550 soles, mientras que en la comunidad campesina de Patacancha estas actividades les permite obtener un ingreso promedio mensual entre 251 y 450 soles.

En el análisis de ANOVA para la comunidad campesina de Willoq confirma esta hipótesis ya que muestra que la variable alojamiento y alimentación es la actividad que mejor desempeño tiene en esta comunidad frente a las demás actividades

H2: En cuanto a la actividad producción y comercialización de artesanías y su incidencia en los ingresos económicos de las familias esta presenta una correlación positiva directa y muy alta (0.910) para la comunidad campesina de Willoq y de (0.998) respectivamente para la comunidad campesina de Patacancha, esto nos permitió determinar que las familias obtienen un ingreso promedio mensual entre 300 y 450 soles, mientras que en la comunidad campesina de Patacancha estas actividades les permite obtener un ingreso promedio mensual entre 350 y 650 soles.



En el análisis de ANOVA para la comunidad campesina de Patacancha confirma esta hipótesis ya que muestra que la variable producción y comercialización de artesanías es la actividad que mejor desempeño tiene en esta comunidad frente a las demás actividades.

H3: En cuanto a la actividad de porteador y su incidencia en los ingresos económicos de las familias esta presenta una correlación positiva directa y muy alta de (0.980) para la comunidad campesina de Willoq y de (0.995) respectivamente para la comunidad campesina de Patacancha, esto nos permitió determinar que los pobladores obtienen un ingreso promedio mensual entre 350 a 450 soles, para ambas comunidades campesina. En la investigación también se puede observar que, en los meses de junio, julio agosto y setiembre son los meses donde obtienen un mayor trabajo de porteador.

En lo que respecta a la actividad de porteador en Willoq el 69% de las personas se dedican a esta actividad y en la comunidad de Patacancha el 60 % realiza esta actividad. se dedican principalmente los varones.

5.5. RECOMENDACIONES

- Las comunidades de Willoq y Patacancha deben mejorar e implementar la infraestructura básica para una adecuada prestación de servicio de alojamiento y alimentación a los visitantes brindando un mejor servicio de calidad.
- El Turismo Rural que se practica en las comunidades campesinas de Willoq y Patacancha tiene repercusiones de consideración en las condiciones de vida de la población, por lo que se debe garantizar mayores y permanentes flujos de turistas, lo cual requiere de proyectos de desarrollo, la promoción de los atractivos turísticos, la calidad de los servicios ofertados, la accesibilidad a la comunidad y sobre todo de la amabilidad de los residentes hacia los visitantes, entre otros.



- Realizar constantes cursos y charlas de capacitación básicamente en técnicas de atención al turista en alojamientos rurales, en la preparación y manipulación de alimentos. Así mismo realizar asesoramiento en el diseño de circuitos turísticos en las comunidades y creación de nuevas actividades relacionadas con el turismo rural.
- Que las entidades competentes en desarrollo turístico, conjuntamente con el comité de gestión turística de las comunidades de Willoq y Patacancha realicen un inventario del potencial turístico de la zona y que realicen constantemente cursos de concienciación turística, respeto a la fauna acuática, preservación y conservación del medio ambiente y de restos arqueológicos, difundir valores para la reafirmación cultural en la práctica de costumbres ancestrales.



BIBLIOGRAFÍA

- Balaguer, J., & Cantavella, M. (2002). *Tourism as a long-run economic growth factor*. Madrid: BibTex RIC.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación, administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (Tercera ed.). (O. Fernandez Palma, Ed.) Colombia, Colombia: Pearson Educacion de Colombia, Ltda. Recuperado el 22 de 10 de 2018
- Cuadernos de Turismo N° 30 (2012). *El Turismo Comunitario como instrumento de erradicación de la Pobreza*:
- Dritsakis, N. (2004). *Tourism as long-run economic growth factor: An empirical investigation for Greece using causality analysis*. Grecia: Tourism Economics.
- Evans, J., & M, W. (2014). *Administración y control de la calidad*. Cincinnati: Cengage Learning Editores.
- Gokovali, U. (2010). *Contribution of tourism to economic growth in Turkey*. Turquía.
- Gonzalez, M. (2008). *Introducción a la Economía*.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGRAW-HILL.
- Mankiw, G. (2012). *Principios de Economía*. Madrid: Editorial Cengage.
- McIntosh, R. (1990). *Principios del turismo, practicas y filosofia*. New York: John Willey & Sons.
- Morillo, M. (2010). Turismo y producto turístico. evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Red de revistas academicas de Latinoamerica*, 135 - 156.
- Muela, S. B. (2010). *TEORÍA DEL CRECIMIENTO ECONOMICO*. Madrid: Senda del Rey.
- Roberto Hernández Sampieri, Roberto Fernández Collado, & Pilar Baptista Lucio. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.



Rodriguez, M. (2010). *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*. Caracas: UNIVERSIDAD DE LA HABANA .

Sancho, A. (2001). *Introducción al Turismo*. Organizacion Mundial del Turismo.

Sociedad Internacional de Ecoturismo. (1990) Programa de Turismo Sostenible del Marco.

Urrutia, B., Gonzales, J., & Huanca, K. (2018). *Impacto de la Actividad Turística en el Crecimiento de la Economía Regional de Cusco, 2000 - 2015*. Cusco: Universidad Andina del Cusco.

Zambrana Ríos, Verónica (2014). *El turismo rural una modalidad creciente de turismo*.



ANEXOS



Matriz de Consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES E INDICADORES	INDICADORES	METODOLOGIA
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	DEPENDIENTE			NIVEL DE INVESTIGACION
¿En qué medida incide el turismo rural en los niveles de ingreso de los pobladores de las comunidades campesinas de Willoq y Patacancha del distrito de Ollantaytambo provincia Urubamba, periodo 2018-2019?	Determinar la influencia del turismo rural en los ingresos de los pobladores, en las comunidades campesinas de Willoq y Patacancha del distrito de Ollantaytambo provincia Urubamba, periodo 2018-2019.	El turismo rural influye significativamente en los ingresos de los pobladores de las comunidades campesinas de Willoq y Patacancha del distrito de Ollantaytambo provincia Urubamba, periodo 2018-2019	Ingreso de los pobladores	Ingresos Fijo: Ingresos Variables	Rentas, Sueldos Pensión Comisiones, premios	Descriptivo
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICAS	VARABLES INDEPENDIENTES			DISEÑO DE LA INVESTIGACION
1. ¿En qué medida las actividades de servicios turísticos de alojamiento y alimentación impactan en los ingresos de los pobladores de las comunidades de Willoq y Patacancha del distrito de Ollantaytambo provincia Urubamba, periodo 2018-2019?	1. Conocer el impacto en los ingresos de los pobladores de las comunidades de Willoq y Patacancha del distrito de Ollantaytambo provincia Urubamba, por las actividades de servicios turísticos de alojamiento y alimentación, periodo 2018-2019.	1. La actividad de servicios turísticos de alojamiento y alimentación influyen significativamente en el incremento de los ingresos de los pobladores de las comunidades de Willoq y Patacancha del distrito de Ollantaytambo provincia Urubamba, en el periodo 2018-2019.	Turismo Rural.	SERVICIOS DE ALOJAMIENTO Y ALIMENTACION	Calidad de la oferta de oferta de alojamiento Calidad de la oferta alimenticia	No experimental de tipo transversal
2. ¿En qué medida las actividades de producción y comercialización de artesanías impactan en los ingresos de los pobladores de las comunidades de Willoq y Patacancha del distrito de Ollantaytambo provincia Urubamba, periodo 2018-2019?	2. Conocer el impacto en los ingresos de los pobladores de las comunidades de Willoq y Patacancha del distrito de Ollantaytambo provincia Urubamba, por las actividades de producción y comercialización de artesanías, periodo 2018-2019.	2. La actividad de producción y comercialización de artesanía influye significativamente en el comportamiento de los ingresos de los pobladores de las comunidades de Willoq y Patacancha del distrito de Ollantaytambo, provincia Urubamba, en el periodo 2018-2019.		PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS	Volumen de producción. Proceso de producción. Canales de comercialización Precios.	
3. ¿En qué medida la actividad de porteador turístico impacta en los ingresos de los pobladores de las comunidades de Willoq y Patacancha del distrito de Ollantaytambo provincia Urubamba, periodo 2018-2019?	3. Conocer el impacto en los ingresos de los pobladores de las comunidades de Willoq y Patacancha del distrito de Ollantaytambo provincia Urubamba, por la actividad de porteador turístico, periodo 2018-2019.	3. La actividad de servicios de porteador turístico influye significativamente en el incremento de los ingresos de los pobladores de las comunidades de Willoq y Patacancha del distrito de Ollantaytambo provincia Urubamba, en el periodo 2018-2019.		ACTIVIDAD PORTEADOR TURISTICO	Ingresos	