



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



**TESIS**

**DIAGNÓSTICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN TIEMPOS DE  
COVID – 19 EN EL DISTRITO DE MOLLEPATA, ANTA, CUSCO, 2021**

PRESENTADO POR:

**Bach. Eunice Cesia Baca Uscachi**

PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL  
DE LICENCIADO EN TURISMO

ASESOR: Mgt. Ronal Flores Diaz

**CUSCO – PERÚ**

**2021**



## PRESENTACIÓN

**SRA. DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES DE LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO: MAG. HERMINIA CALLO SANCHEZ.**

**SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:**

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad Andina del Cusco, presento el trabajo de investigación intitulado **“DIAGNÓSTICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN TIEMPOS DE COVID – 19 EN EL DISTRITO DE MOLLEPATA, ANTA, CUSCO, 2021”**, para optar el título profesional de Licenciado en Turismo.

El presente trabajo de investigación tuvo lugar en el distrito de Mollepata, provincia de Anta, la finalidad del presente trabajo de investigación es describir cómo es la actividad turística en el distrito de Mollepata en tiempos de COVID-19.

Bach. Eunice Cesia Baca Uscachi



## AGRADECIMIENTO

*A la Universidad Andina del Cusco por haberme permitido ser parte de esta casa de estudios.*

*A los docentes que forman parte de la Escuela Profesional de Turismo, por las enseñanzas, conocimientos brindados y el apoyo constante durante mi formación profesional.*

*A mi Asesor Mgt. Ronal Flores Díaz, por su gran apoyo, tiempo, paciencia, consejos y motivación constante, impartió su profesionalidad y experiencia en el desarrollo del presente trabajo de investigación.*

Bachiller: Eunice Cesia Baca Uscachi



## DEDICATORIA

Este trabajo de investigación está dedicado a DIOS hacedor de proezas, dador de la vida, que manifestó su fidelidad, gracia y compasión para conmigo y me concedió el mayor tesoro que el hombre puede anhelar y es la familia, mis amados padres, hermanos quienes fueron pacientes, amorosos, solidarios y a mi amado compañero de la vida, nunca dejaste de creer en mí, este logro es gracias al respaldo que recibí de ustedes, soy dichosa por tenerlos.

Bachiller: Eunice Cesia Baca Uscachi



## ÍNDICE

<b>PRESENTACION</b> .....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>II</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>III</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>X</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>XII</b>
<b>CAPITULO I</b> .....	<b>1</b>
<b>INTRODUCCION</b> .....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
1.1.    PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.2.    FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	4
1.2.1. Problema general.....	4
1.2.2. Problema específico .....	4
1.3.    JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
1.3.1. Conveniencia.....	4
1.3.2. Relevancia social.....	5
1.3.3. Implicancias prácticas .....	5
1.3.4. Valor teórico.....	5
1.3.5. Utilidad metodológica .....	5
1.4.    OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
1.4.1. Objeto general .....	6
1.4.2. Objetivo específico.....	6
1.5.    DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
1.5.1. Delimitación temporal.....	6



1.5.2. Delimitación espacial .....	6
<b>CAPITULO II.....</b>	<b>8</b>
<b>MARCO TEORICO .....</b>	<b>8</b>
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
2.1.1 Antecedentes Internacionales.....	8
2.1.2 Antecedentes Nacionales .....	10
2.1.3. Antecedentes Locales.....	13
2.2. BASES TEÓRICAS.....	16
2.2.1. Teoría del Turismo.....	16
2.2.2. Teoría de la Demanda Turística .....	17
2.2.3. Teoría de la Oferta Turística .....	18
2.2.4. Teoría del Espacio Turístico .....	19
2.2.5. Impactos sociales del Turismo.....	19
2.2.6. Tipos de Turismo .....	20
2.2.7. Protocolo Sanitario Sectorial ante el COVID - 19 .....	22
2.3. VARIABLE .....	28
2.3.1 Identificación de variables .....	28
2.3.2 Operacionalización de las variables.....	29
2.4. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS.....	30
<b>CAPITULO III.....</b>	<b>36</b>
<b>METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION .....</b>	<b>36</b>
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	36
3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	36



3.3.	POBLACIÓN Y MUESTRA .....	36
3.3.1.	Población.....	36
3.3.2.	Muestra.....	36
3.4.	TÉCNICA E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	37
3.4.1.	Técnica .....	37
3.4.2.	Instrumento(s) .....	37
3.5.	TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS .....	37
<b>CAPÍTULO IV .....</b>		<b>38</b>
<b>RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>		<b>38</b>
4.1.	PRESENTACIÓN Y FIABILIDAD DEL INSTRUMENTO APLICADO .....	38
4.1.1.	Presentación del instrumento .....	38
4.1.2.	Fiabilidad del instrumento.....	39
4.2.	RESULTADOS DE LAS DIMENSIONES DE LA VARIABLE ACTIVIDAD TURÍSTICA .....	40
4.2.1.	Demanda turística.....	40
4.2.2.	Oferta turística.....	45
4.2.3.	Espacio geográfico .....	48
4.2.4.	Operadores de mercado.....	51
4.3.	RESULTADOS DE LA VARIABLE ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	54
<b>CAPÍTULO V.....</b>		<b>55</b>
<b>DISCUSIÓN.....</b>		<b>55</b>
5.1	DISCUSIÓN .....	55
5.1.1	Descripción de los hallazgos más relevantes .....	55
5.1.2	Limitaciones del estudio .....	56



5.1.3	Comparación crítica con la literatura existente .....	56
5.1.4	Implicancias del estudio .....	59
5.2	PROPUESTAS .....	59
5.2.1	Propuesta N° 1.....	59
5.2.2	Propuesta N° 2.....	62
<b>CONCLUSIONES.....</b>		<b>67</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>		<b>69</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>		<b>70</b>
<b>ANEXOS.....</b>		<b>73</b>
ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA.....		74
ANEXO 2: MATRIZ DE INSTRUMENTOS .....		75
ANEXO 3: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....		77





## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Distribución de los ítems del cuestionario</i> .....	38
Tabla 2 <i>Descripción de la Baremación y escala de interpretación</i> .....	39
Tabla 3 <i>Estadísticas de fiabilidad</i> .....	39
Tabla 4 <i>Indicadores de la dimensión demanda turística</i> .....	40
Tabla 5 <i>Demanda turística</i> .....	43
Tabla 6 <i>Indicadores de la dimensión oferta turística</i> .....	45
Tabla 7 <i>Oferta turística</i> .....	47
Tabla 8 <i>Indicadores de la dimensión espacio geográfico</i> .....	48
Tabla 9 <i>Espacio geográfico</i> .....	50
Tabla 10 <i>Indicadores de la dimensión operadores de mercado</i> .....	51
Tabla 11 <i>Operadores de mercado</i> .....	53
Tabla 12 <i>Actividad turística</i> .....	54



## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1:</i> Indicadores de la dimensión demanda turística .....	40
<i>Figura 2:</i> Demanda turística .....	43
<i>Figura 3:</i> Indicadores de la dimensión oferta turística .....	45
<i>Figura 4:</i> Oferta turística .....	47
<i>Figura 5:</i> Indicadores de la dimensión espacio geográfico.....	48
<i>Figura 6:</i> Espacio geográfico.....	50
<i>Figura 7:</i> Indicadores de la dimensión operadores de mercado .....	51
<i>Figura 8:</i> Operadores de mercado.....	53
<i>Figura 9:</i> Actividad turística.....	54



## Resumen

El presente estudio evaluó la actividad turística que se desarrolla en el Distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021, en tiempos de covid-19, ya que en la actualidad la emergencia sanitaria impidió el normal flujo turístico, generando que los pobladores regresen a actividades habituales o pasadas, entre ellas la ganadería y la agricultura.

La presente investigación intitulada “Diagnostico de la actividad turística en tiempos de covid-19, en el Distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021”, tuvo como objetivo, analizar el diagnóstico de la Actividad turística en tiempos de COVID-19 en el Distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021. La metodología utilizada fue de tipo descriptiva ya que se realizó un diagnóstico de la Actividad Turística en tiempos de Covid – 19, además presenta un diseño no experimental - transversal porque no se manipulo las variables.

La recolección de los datos fue a través del uso de encuestas estructuradas que se aplicaron en un solo momento a las familias del Distrito de Mollepata. La población estuvo conformada por 40 familias y el tamaño de muestra fue de 40 familias a quienes se aplicaron las encuestas. Los resultados sobre la Variable Actividad turística evidencio que el 82.5% y 5% califica como muy adecuada, este grupo indica que estas actividades se realizan de una buena forma. Al analizar estos datos 12.5% de las familias del distrito de Mollepata encuestadas consideran que las actividades turísticas que se realizan no son pésimas o incorrectas, pero tampoco se realizan de la mejor manera. Se llegó a la conclusión que el diagnóstico de la actividad turística es regular, esto debido a que el 82.5% de las familias encuestadas del distrito de Mollepata, lo consideraron adecuada. Algunas familias evidenciaron cifras de desacuerdo, por lo tanto, la actividad turística en el Distrito de Mollepata en tiempos de COVID-19 se realiza de una buena forma ya que están



encaminadas a brindar al turista la facilidad de ocupar su tiempo, por medio de ofertas turísticas que integran diversos productos al turista, logrando ser agentes activos de la actividad a desarrollar.

**Palabras clave:** Actividad, Turística, Covid-19 , Demanda.



### Abstract

The present study evaluated the tourist activity that takes place in the District of Mollepata, Anta, Cusco, 2021, in times of covid-19, since currently the health emergency prevented the normal tourist flow, causing the inhabitants to return to activities habitual or past, including livestock and agriculture.

The present investigation entitled "Diagnosis of tourist activity in times of COVID-19, in the district of Mollepata, Anta, Cusco, 2021", aimed to analyze the diagnosis of tourist activity in times of COVID-19 in the District de Mollepata, Anta, Cusco, 2021. The methodology used was descriptive since a diagnosis of the Tourist Activity was made in times of Covid - 19; it also presents a non-experimental - cross-sectional design because the variables were not manipulated.

The data collection was through the use of structured surveys that were applied in a single moment to the families of the district of Mollepata. The population consisted of 40 families and the sample size was 40 families to whom the surveys were applied. The results on the Variable Tourist activity showed that 82.5% and 5% qualify as very adequate, this group indicates that these activities are carried out in a good way. When analyzing these data, 12.5% of the surveyed families of the Mollepata district consider that the tourist activities that are carried out are not bad or incorrect, but neither are they carried out in the best way. It was concluded that the diagnosis of tourist activity is regular, this because 82.5% of the families surveyed in the district of Mollepata, considered it adequate. Some families showed figures of disagreement, therefore, tourist activity in the district of Mollepata in times of COVID-19 is carried out in a good way since they are aimed at



providing tourists with the ease of occupying their time, through offers tourism that integrate various products to the tourist, managing to be active agents of the activity to be developed.

**Keywords:** Activity, Tourism, Covid-19, Demand.



## CAPITULO I

### INTRODUCCIÓN

#### 1.1.Planteamiento del problema

El diagnostico que se presentó en Colombia sobre el turismo ha sido uno de los sectores más inmediata y directamente afectados por el Covid-19 y está sufriendo grandes contracciones. Asimismo, se registra una menor demanda de servicios de turismo, lo cual está afectando de manera directa a los países de la región y que, de concretarse restricciones en esta actividad y las mismas se mantengan con el transcurrir del tiempo, el sector se contraería en un 25%. Finalmente, se percibe una intensificación de la aversión al riesgo y el empeoramiento de las condiciones financieras mundiales, lo cual se traduce en una menor demanda de activos financieros de mayor volatilidad, por ende, una caída de los precios de estos sumado a la depreciación en las monedas de la región. (Ministerio de industria, Comercio y Turismo, 2018)

En el Perú, hasta antes de la llegada del COVID-19, el turismo se consideraba una de las actividades económicas que más ingresos generaban al país. Parte del crecimiento sostenible y desarrollo del turismo nacional se ha visto impulsado por ciertas instituciones que día a día desde diversos campos de acción trabajan en beneficio del sector. Para ello, es necesario desarrollar estrategias con el objetivo de apoyar la reactivación del sector turístico en el país a mediano y largo plazo. (Molina, 2020)

El diagnostico en la Ciudad del Cusco fue que el impacto económico por la pandemia de coronavirus en Cusco es enorme y que el año pasado se perdió ingresos por alrededor de 5,000 millones de soles. Machu Picchu se encuentra cerrado al público desde el 31 de enero pasado debido a que Cusco se ubicó en el rango de regiones declaradas en riesgo de alerta



muy alto ante la pandemia de covid-19. En esa ocasión se decretó la inmovilización social obligatoria y se suspendieron las actividades culturales y otras. (Agencia peruana de Noticias, 2021)

El distrito de Mollepata, es una localidad el cual destaca por tener una gran cantidad y calidad de recursos turísticos en el cual se pueden practicar actividades turísticas, así mismo el extraordinario ambiente natural que posee, dichos atributos hacen que este distrito poco a poco sea un destino turístico muy importante y que tenga espacios donde se desarrolle el turismo cultural y de aventura, sin embargo estos recursos naturales y culturales no pueden ser aprovechados debido a la emergencia sanitaria que atraviesa el Perú, así mismo se debe de considerar que tiene algunos recursos turísticos como el sitio arqueológico de Marcahuasi, Choquechurco, el camino alternativo al Complejo Arqueológico de Choquequirao, el nevado de Salkantay, la laguna de Humantay, iglesias coloniales, del mismo modo se puede practicar el turismo rural comunitario en vista que el distrito de Mollepata cuenta con los recursos turísticos que podrían potencializar dicha práctica, todos estos recursos no puedan generar actividad alguna como se generaba años atrás, es por ello que gran parte de los operadores turísticos no lo están promocionando, y también los visitantes que venía años atrás a conocer y realizar deportes de aventura como el trekking está perdiendo el interés de conocer este maravilloso lugar, a esto se le suma, las restricciones generadas por la municipalidad de Mollepata, en el desarrollo de actividades de campo. Adicionalmente, la reducción de turistas es muy considerable en comparación de niveles de pre pandemia, donde la afluencia de turistas, en el año 2019 eran mayores a 500 visitantes por día que realizaban la ruta de trek Salkantay-Machupicchu, en comparación a este año 2021 con la reactivación del turismo las visitas son de 15 turistas por día, así mismo las visitas a la laguna Humantay en el año 2019





eran mayores a 300 visitas diarias y en el presente año está registra 150 visitantes por día, siendo el 85% Turistas Nacionales y 15% turistas extranjeros, de acuerdo a la información brindada por la Municipalidad de Mollepata, es así que el proceso de reactivación Turística es lento, contexto que empeora el financiamiento de las empresas del sector y a la economía de las familias del distrito de Mollepata ligadas a la actividad turística.

De continuar con la problemática descrita, la población del distrito de Mollepata sufrirá un cambio debido a que tendrá que volver a las actividades agrícolas y ganaderas como lo hacía años atrás y dejara la actividad turística por un tiempo y de este modo se perderá el dinamismo económico que produce el turismo en ese sector y se tendrá bajos niveles de mejora en la calidad de vida de los pobladores, ya que años anteriores estaba en mejora, debido a la gran afluencia de turistas y de poder generar nuevas labores económicas finalmente las empresas del sector, podrían en el corto plazo cerrar sus negocios o enfrentar problemas de liquidez para sus pagos de mano de obra. Además, aquellas empresas como Mountainlodge, Alpaca Expeditions, Refugio Salkantay, Salkantay Trekking, Vio Andean, Quechuas Expeditions, Salkantay Extreme, Turbulencias, entre otras que se mantienen en el mercado podrían verse afectados por el aumento de sus deudas tributarias o crediticias.

Para controlar dicha problemática se debe entablar alianzas con entidades públicas y privadas, para que puedan reactivar la economía y sobretodo el turismo, para ello se debe realizar una convocatoria a las principales operadoras turísticas para que promuevan este distrito y cada uno de los atractivos arqueológicos y naturales, con la finalidad de poder posicionar a Mollepata como un distrito turístico y con gran potencial para poder generar satisfacción al turista, por otra parte coordinar con la Municipalidad Distrital de Mollepata para que pueda dar el soporte y realizar capacitaciones a los pobladores sobre la importancia



de la bioseguridad y enfatizar el tema del cuidado sanitario para poder dar la imagen que este distrito tiene todo los cuidados y protocolos y que está preparado para poder recibir a todos los turistas.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿Cómo es el diagnóstico de la Actividad turística en tiempos de COVID – 19 en el distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021?

### **1.2.2. Problema específico**

- ¿Cómo es la Demanda turística en tiempos de COVID – 19 en el distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021?
- ¿Cómo es la Oferta turística en tiempos de COVID – 19 en el distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021?
- ¿Cómo es el Espacio Geográfico en tiempos de COVID – 19 en el distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021?
- ¿Cómo son los Operadores de mercado en tiempos de COVID – 19 en el distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021?

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

### **1.3.1. Conveniencia**

Es importante conocer la situación de la Actividad turística del distrito de Mollepata en relación con las consecuencias de la pandemia del COVID-19, para establecer un diagnóstico actualizado de la situación del turismo en la región. La presente investigación buscara conocer los antecedentes históricos de la Actividad turística, así



mismo medir los impactos de la pandemia a nivel socio-cultural y económico en la población local.

Proponiendo alternativas concordes al desarrollo turístico sostenible tomando en cuenta todos los lineamientos y protocolos sanitarios que existen en la actualidad.

### **1.3.2. Relevancia social**

La presente investigación tendrá como finalidad Analizar el diagnóstico de la situación actual de la Actividad turística en tiempos de COVID-19 en el distrito de Mollepata, Anta, Cusco, ayudando a potenciar e impulsar la Actividad turística.

### **1.3.3. Implicancias prácticas**

Cabe resaltar que el diagnóstico de la Actividad Turística y los efectos de la pandemia del COVID-19 serán de ayuda en futuras investigaciones de Estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Andina del Cusco y otras casas de Estudio.

### **1.3.4. Valor teórico**

La investigación contara con fundamentos teóricos que están relacionados con la variable y dimensiones, por ende, se realizará revisiones bibliográficas, de libros, revistas, artículos científicos sobre la Actividad Turística, para así contribuir y enriquecer la presente investigación.

### **1.3.5. Utilidad metodológica**

Dentro de la Utilidad metodológica que se plantea en esta investigación es de nivel cuantitativo descriptivo, que trabaja bajo el método científico, en el cual se hará la recolección de información, que posteriormente serán analizados por instrumentos que sean fiables y válidos para la obtención de los resultados deseados. Dichas herramientas e



instrumentos podrán ser de utilidad más adelante en investigaciones sobre la Actividad Turística en la localidad de estudio

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

##### **1.4.1. Objeto general**

Analizar el diagnóstico de la Actividad turística en tiempos de COVID-19 en el distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021.

##### **1.4.2. Objetivo específico**

- Conocer la Demanda turística en tiempos de COVID-19 en el distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021.
- Conocer la Oferta turística en tiempos de COVID-19 en el Distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021.
- Conocer el Espacio geográfico en tiempos de COVID-19 en el distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021.
- Identificar a los Operadores de mercado en tiempos de COVID-19 en el distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021.

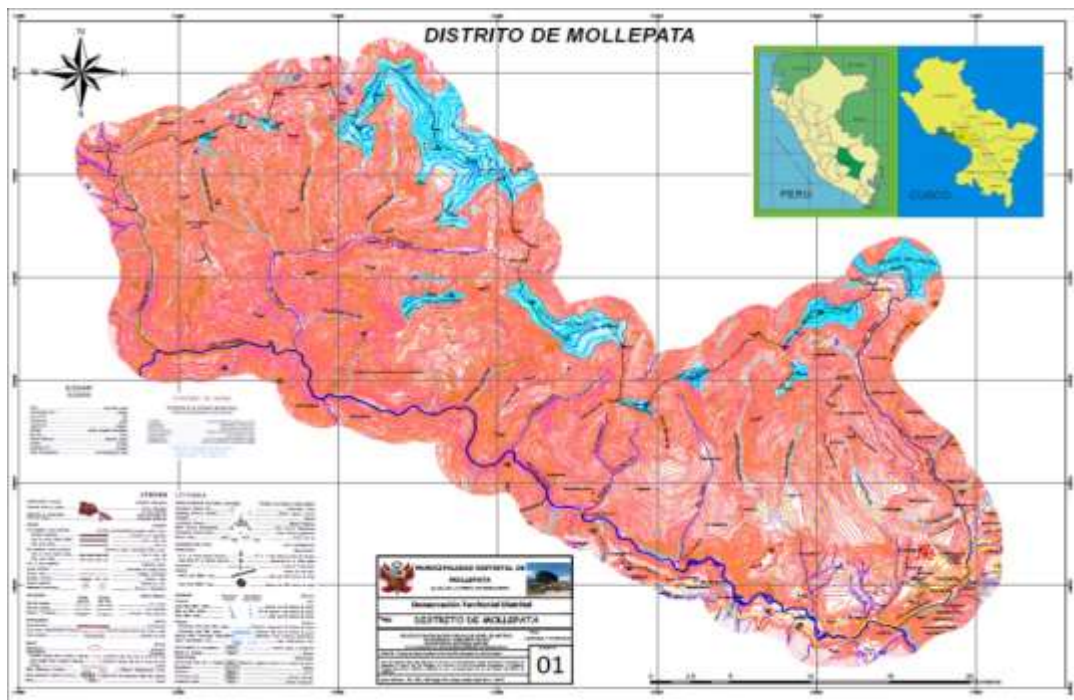
#### **1.5.Delimitación de la investigación**

##### **1.5.1. Delimitación temporal**

El presente trabajo de investigación fue en los meses de febrero a julio del año 2021.

##### **1.5.2. Delimitación espacial**

El trabajo de investigación se realizó en el distrito de Mollepata, Provincia de Anta, Departamento del Cusco.



Fuente: Municipalidad Distrital de Mollepata



## CAPITULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes de la Investigación

##### 2.1.1 Antecedentes Internacionales

###### Antecedente 1

**Tesis:** Impacto de la Actividad Turística en los pobladores de la Microcuenca Valle de Elqui en Chile. Un estudio de casos: Paihuano, Montegrande y Pisco Elqui.

**Universidad:** Politécnica de Madrid - España

**Autor:** Bachiller Paz Walker Fernández

**Lugar:** España

**Año:** 2009

###### Resumen:

La investigación tuvo como objetivo identificar los efectos de la actividad turística en tres pueblos valle del Elqui: Paihuano, Montegrande y Pisco Elqui. La metodología que se utilizó fue la mixta, es decir, pretende en lo posible cualificar y cuantificar.

###### Conclusiones:

El turismo se ha convertido en un factor que ha detenido las tasas de emigración así como los impactos ambientales; más significativos se ubican en Paihuano consecuencia de la construcción de complejos turísticos en el bajo valle, lo que ha significado la pérdida de 84.478 m<sup>2</sup> lo que corresponde al 0,23 % del suelo cultivable. La actividad turística ha incrementado la oferta de empleo, pero también ha significado



un mayor coste para la Municipalidad por el aumento en el servicio de recogida de basuras, atención médica e incremento de medios de vigilancia y seguridad ciudadana.

**Opinión Personal:**

La presente investigación aportara en reconocer la información válida para un óptimo diagnóstico de la actividad turística que se vio afectada por la aparición del Covid -19 el cual genero la poca afluencia del turista, se tiene conocimiento de que la actividad turística en la zona producirá mayor empleo y estabilidad económica. Dicha actividad turística crea desarrollo en todo lugar por la interacción entre la persona y el turista.

**Antecedente 2**

**Tesis:** “Diagnóstico situacional turístico de la parroquia rural Manú del cantón Saraguro de la provincia de Loja

**Universidad:** Universidad Nacional de Loja

**Autor:** Karla Sthefanía Vásquez Sigcho

**Lugar:** Ecuador

**Año:** 2013

**Resumen:**

La investigación tuvo como objetivo identificar alternativas de desarrollo turístico de la parroquia rural Manú del cantón Saraguro de la provincia de Loja a través de un diagnóstico situacional turístico. La metodología que se utilizo fue analítica, descriptiva.



### **Conclusiones:**

El problema de la parroquia Manú se enfoca básicamente en la carencia del diagnóstico situacional turístico, realidad que no ha permitido ampliar estrategias de desarrollo que permitan aprovechar los recursos naturales y culturales propios del sector y la caracterización turística de la situación actual de la parroquia ha hecho posible determinar una línea base, demostrando que Manú cuenta con una variedad de recursos y servicios turísticos. La demanda turística en Manú es esporádica lo que conlleva al sector a no estar preparado para recibir en cualquier momento gran cantidad de turistas por no poseer senderos, además en sus atractivos no hay la presencia de movilidad y señalización necesaria para orientar a los visitantes.

### **Opinión Personal:**

La presente investigación aportara en reconocer información válida para el estudio, empleando el enfoque de un diagnóstico situacional, en este caso dirigido hacia la parroquia rural del Manu del Cantón, se tiene conocimiento que los estudios realizadas en la zona demostraron que los habitantes no estaban preparados para recibir turistas la mayor parte del tiempo, es así, que la investigación facilitara la información de un turismo poco concurrido, siendo de ayuda para la investigación y crear alternativas de solución ante un colapso turístico que se dio por el Covid 19.

## **2.1.2 Antecedentes Nacionales**

### **Antecedente 3**

**Tesis:** Diagnóstico de los factores de competitividad para la implementación de un emprendimiento de turismo rural comunitario en el distrito de Chetilla-Cajamarca.

**Universidad:** Pontificia Universidad Católica del Perú

**Autor:** Terán Paredes, Edita Angélica Cesarina





**Lugar:** Lima

**Año:** 2019

**Resumen:**

La investigación tuvo como objetivo analizar qué factores permitirían la implementación de un emprendimiento de turismo rural comunitario en el distrito de Chetilla-Cajamarca. La metodología que se utilizó fue descriptiva; sin embargo, tuvo una primera parte exploratoria.

**Conclusiones:**

Para realizar turismo rural comunitario se necesitan recursos turísticos para poder desarrollar los circuitos establecidos que pueden ser cataratas, largos caminos, formaciones rocosas, etc. En Chetilla existen recursos turísticos tangibles e intangibles como cataratas, largos lugares de caminata para poder establecer circuitos de trekking, formaciones rocosas, un museo pequeño y en la parte de recursos turísticos intangibles el poder interactuar con quechua hablantes y observar sus trajes típicos, así como el mercado que se establece los días viernes.

El soporte físico es una de las variables más importantes puesto que sin ella el turista no puede desarrollar las actividades turísticas con normalidad. En Chetilla a pesar de existir la infraestructura básica necesaria para el turismo rural comunitario como agua, desagüe y luz eléctrica; las vías de acceso al distrito y dentro del distrito son bastante precarias para el transporte turístico, casi ninguno de los recursos turísticos que se visitan tiene vías de acceso apropiados ni señalización.



### **Opinión Personal:**

La presente investigación aportara información sobre la recopilación de datos que serán de gran ayuda para tener conocimiento sobre el manejo de competitividad y el inicio de algunos negocios en el área de turismo, estos podrán convertirse en alternativas de mejora o implementación al desarrollo de la investigación ya que se busca analizar la situación real y poder evidenciar las debilidades para reforzarlas.

### **Antecedente 4**

**Tesis:** Propuesta de plan de desarrollo turístico orientado a incentivar el turismo en el Distrito de Jesús – prov. Cajamarca 2018.

**Universidad:** Universidad Cesar Vallejo

**Autor:** Allin Nilton Monteza Rios

**Lugar:** Chiclayo

**Año:** 2019

### **Resumen:**

La investigación tuvo como objetivo Proponer un Plan de Desarrollo Turístico orientado a incentivar el turismo en el distrito de Jesús, 2018. La metodología que se utilizó fue tipo descriptiva – propositiva, con un diseño descriptivo simple, y se realizó con una muestra de 95 pobladores del distrito de Jesús, los cuales fueron elegidos en forma no probabilística por conveniencia o a criterio del investigador.

### **Conclusiones:**

La Municipalidad del Distrito de Jesús no le ha prestado importancia a la conservación de los Centros Turísticos y a la difusión de los mismos, esto se evidencia



en los resultados de las encuestas en donde encontramos un a un 84.2% que manifiesta que no existe información de los centros turísticos tales como módulos, folletos, carteles, entre otros así como guías de turismo; además, encontramos que el 89.5% considera que no existen instituciones, medios de promoción y asociaciones que incentiven y promocionen al turismo que se realiza en el distrito de Jesús.

Hay ausencia de un producto turístico que pueda ser vendible al mercado interno y externo por una limitada atención al turista, dificultad para la recepción de visitantes, desinformación sobre la situación de seguridad, falta de accesos a los atractivos, la gran mayoría de ellos se encuentran en estado de abandono.

#### **Opinión Personal:**

La presente investigación tendrá un aporte sobre los posibles desarrollos turísticos que se pueden aplicar en la localidad de estudio, debido a que el Covid -19 genero un impacto negativo en el turismo por la poca afluencia de turistas. De acuerdo a estas evidencias y después de hacer un diagnóstico correcto se podrán plantear técnicas de desarrollo en beneficio de la localidad y sus habitantes.

#### **2.1.3. Antecedentes Locales**

##### **Antecedente 5**

**Tesis:** Actividad Turística del Camino Inca y sus Impactos en la Comunidad Piscacucho, Distrito de Ollantaytambo.

**Universidad:** Universidad Andina del Cusco

**Autor:** Bachiller. Solenka Yanina Bustinza

**Lugar:** Cusco

**Año:** 2017



### **Resumen:**

La presente investigación se titula "Actividad turística del Camino Inca y sus impactos en la comunidad de Piscacucho Distrito de Ollantaytambo", tiene como objetivo principal Determinar como la actividad turística del Camino Inca impacta la comunidad de Piscacucho. La metodología manejada para la elaboración de esta tesis fue desde un enfoque cuantitativo. El presente trabajo de investigación emplea como tipo de investigación, la básica – descriptiva.

### **Conclusiones:**

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

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

### **Opinión Personal:**

La presente investigación aportara con la información de cómo se realiza una adecuada actividad turística ya que en el distrito de Ollantaytambo se evidenciaron resultados positivos sobre la afluencia turística, de acuerdo a las definiciones



mencionadas se podrá realizar un análisis sobre los impactos positivos que ayuden a conseguir beneficios en la localidad de estudio.

#### **Antecedente 6**

**Tesis:** Atractivos naturales y culturales para el desarrollo del turismo alternativo en la comunidad de Llullucha- Ocongate.

**Universidad:** Universidad San Antonio Abad del Cusco

**Autor:** Bachiller. Lizbeth Pantoja Chata

**Lugar:** Cusco

**Año:** 2015

#### **Resumen:**

La investigación tuvo como objetivo evaluar la importancia de los atractivos naturales y culturales para contribuir en la comunidad de Llullucha del distrito de Ocongate para el desarrollo del turismo alternativo. La metodología que se utilizó fue de tipo explicativo, de tipo descriptivo o de tipo tecnológico.

#### **Conclusiones:**

En el diagnóstico situacional se ha podido demostrar las principales características físicas de la comunidad de Llullucha, donde los comuneros viven en condiciones precarias, se dedican básicamente a la actividad agropecuaria, con técnicas tradicionales, presencia de la cultura viva ancestral, la actividad textil. A través de la categorización y jerarquización de los principales atractivos turísticos del ámbito de estudio se ha podido demostrar que cuenta con una suficiente fuerza motivacional puesto que los atractivos jerarquizados son de jerarquía 2 y 1.



Los resultados de las encuestas realizadas a los comuneros, turistas y operadores de agencias de turismo, demuestran aceptación y el interés sobre el turismo alternativo en sus modalidades de turismo rural, aventura, gastronomía, en el ámbito de estudio, con lo que se podrá generar mayor estancia y gasto por parte de los visitantes y diversificar la oferta turística de la Región Cusco

### **Opinión Personal:**

La presente investigación aportara sobre las propuestas de un turismo alternativo, aventura, que logren llamar la atención de los turistas, se tiene en cuenta que el análisis de la situación actual del turismo en la zona de Anta tuvo bajas producidas por el Covid-19, se tomara como referencia la tesis presente para considerar algunos datos que cooperen a la mejora del desarrollo turístico del Distrito.

## **2.2.Bases Teóricas**

### **2.2.1. Teoría del Turismo**

“El turismo comprende las actividades que realizaran las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo o inferior a un año con fines de ocio, negocio y otros” (OMT, 1995, pág. 46).

Guerrero & Ramos (2014) definen el turismo como:

Actividad humana que conlleva el deseo de satisfacer diversas motivaciones del turista, las cuales son variadas y sobre todo de carácter personal. Ante ello el sistema turístico debe trabajar por cumplir de manera personalizada y específica dichas necesidades. Lo que conlleva que el turismo sea diversificado, específico, social, económico y humano. Los desplazamientos



humanos le ceden al turista la posibilidad de deleitar en su travesía de numerosos paisajes, creando en los diversos eventos en la conformación de nuevas experiencias de orden turístico. Por lo que para lograr hacer turismo se debe contar con expectativas, deseos, anhelos, y sobre todo con la necesidad imperiosa de vivir situaciones de vida, cultural, social, fuera de su contexto habitual, por más de 24 horas y menores a 6 meses, haciendo uso de la estructura, infraestructura y supra estructura turística, las cuales incrementan en todo momento se bagaje vivencial en todos los ámbitos que a este corresponde.

### **2.2.2. Teoría de la Demanda Turística**

La definición de Demanda está relacionada con el proceso de toma de decisiones que se realiza frecuentemente en la proceso de planificación de actividades; Boullón (2006) manifiesta que la demanda se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a los ingresos que generan, y si se quiere profundizar el análisis midiendo como se distribuyen esos datos entre distintos tipos de servicios que se ofrecen en esas unidades.

La demanda turística esta segmentada debido a la oferta de las empresas, y sus diferentes actividades turísticas, que amplían el conjunto de motivaciones, perspectivas, circunstancias de los visitantes. Así mismo la cantidad de demanda está en relación a la segmentación del mercado (Guerrero & Ramos, 2014).

Las circunstancias determinan que los visitantes realicen o se resistan para demandar un viaje, Guerrero & Ramos (pág. 182) señala que los factores



económicos de la demanda están determinados por el precio y las condiciones de distancia como:

**Factores de costo:** Hace referencia al efectivo o poder adquisitivo de dinero por parte del visitante, donde los precios del viaje o el producto varía según el área geográfica y cantidad, o combinación de servicios requeridos del visitante.

**Factores de competencia:** Los niveles de competencia de precios entre los mismos en la misma área geográfica, la producción de los servicios o productos, los que se relacionan con la comercialización del producto turístico como el precio de competencia, estrategias de comercialización.

**Factores de estacionalidad:** Vemos que la demanda es muy sensible a la temporada alta, media o baja y condiciona de manera importante a la región receptora de turistas, lo que modifica constantemente el precio.

**Factores aleatorios:** Hace referencia a las diversas circunstancias imprevistas que determinan la demanda, afectando la toma de decisiones de la compra del producto turístico, que afecta la salud o seguridad de los demandantes como son conflictos políticos o sociales, pandemias, clima, entre otros.

### **2.2.3. Teoría de la Oferta Turística**

La oferta turística es el componente del mercado turístico, formada por el conjunto de productos turísticos, denominados atractivos que son adquiridos por el visitante o consumidor con acuerdos establecidos sobre el servicios, precio, lugar, forma, cantidad, duración (Guerrero & Ramos, 2014).





“Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo” (Sancho, Introducción al Turismo, 1998).

Según Boullón (2006) define la oferta como “La cantidad de mercancías o servicios que entra en el mercado consumidor a un precio dado y un periodo dado” (pág. 34). Así mismo señala que esta oferta turística está conformada por servicios que abastecen los elementos de la Planta Turística y algunos bienes turísticos que se producen y se venden dentro de límites de tiempo según sea el tipo de servicio.

#### **2.2.4. Teoría del Espacio Turístico**

Según Boullón (2006) “El espacio turístico es consecuencia de la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos que, no hay que olvidar, son la materia prima del turismo”. Así mismo señala que el espacio el Patrimonio turístico, sumados a las empresas e infraestructura turística serán suficientes para definir el aspecto turístico de un país y para determinar el espacio turístico se precisa de la Observación de la distribución territorial de los atractivos e infraestructura identificándose varios componentes que se clasifican de acuerdo con su tamaño; “Área turística, Complejo turístico, Centros turísticos o Núcleos turísticos” (Boullón, 2006, pág. 66).

#### **2.2.5. Impactos sociales del Turismo**

Según Tinoco (2003) la actividad turística se ha constituido como una de las actividades económicas que ha generado grandes expectativas a nivel de gobiernos y poblaciones locales. Dicha actividad turística se desarrolla en un determinado espacio y ocasiona una serie de conflictos, especialmente en el espacio natural,



afectando la diversidad Biológica y demás recursos naturales como impactos sociales y culturales. Este deterioro de recursos es una consecuencia directa del impacto del turismo y dichos impactos no solo son ambientales, económicos, sino también sociales y culturales.

Por otro lado la actividad turística desarrollada de manera sostenible ha generado una serie de impactos positivos, como fuentes de trabajo, calidad de vida de la comunidad receptora. Es fundamental planificar, evaluar, monitorear, coordinar la actividad turística para mitigar los impactos negativos que esta genera, los empresarios dedicados a esta actividad deben desarrollar, un plan de Marketing direccionado bajo un enfoque de sostenibilidad de los recursos y nuevos productos turísticos, buscando llevar beneficio a todos los involucrados.

#### **2.2.6. Tipos de Turismo**

Según Aceranza (2006) manifiesta que el turismo puede clasificarse de diversas formas y de acuerdo a algunas características.

- Tipo de viaje
  - Turismo de negocios
  - Turismo de afinidad
  - Turismo especializado
- Forma de viaje
  - Turismo individual
  - Turismo de grupo
- Características de organización
  - Turismo emisor



- Turismo receptivo
- Permanencia en el lugar de destino
  - Turismo itinerante
  - Turismo de estadía (Acerenza, 2006)

Guerrero & Ramos (2014) señalan que “Van surgiendo nuevas segmentaciones del turismo que hasta hace poco eran desconocidas y que hoy comienzan hacer un lugar en la oferta, junto con las más tradicionales” (pág. 210).

- **Turismo Ecológico o Ecoturismo.-** Esta tipo de turismo propone actividades centradas en la sustentabilidad y la preservación del ambiente (Guerrero & Ramos, 2014).
- **Turismo Científico.-** Diseñado para los que disfrutan de la ciencia y lugares de gran interés, ya sea para conocer o realizar tareas que estén vinculadas con otras ciencias como la Arqueología, Paleontología, biología marina, etc (Guerrero & Ramos, 2014).
- **Turismo Cultural/de idioma/literario/histórico.-** ofrecen un nivel cultural muy alto, variedad gastronómica, artística (Guerrero & Ramos, 2014).
- **Turismo de Salud y Estética.-** Se caracteriza porque pacientes de todo el mundo llegan para tratarse con medicinas naturales, así como otros tratamientos particulares (Guerrero & Ramos, 2014).



### 2.2.7. Protocolo Sanitario Sectorial ante el COVID - 19

#### RESOLUCIÓN MINISTERIAL

N° 112-2020-MINCETUR

Visto, el Oficio N° 104-2020-CENFOTUR/DN y el Informe N° 088-2020-CENFOTUR-GG/OAJ del Centro de Formación en Turismo, el Informe N° 0106-2020-MINCETUR/VMT/DGPDT/DNCT-MRN de la Dirección de Normatividad y Calidad Turística de la Dirección General de Políticas de Desarrollo Turístico, el Memorándum N° 672-2020-MINCETUR/VMT del Viceministerio de Turismo; y,

Que, mediante Decreto Supremo N° 080-2020-PCM se aprueba la Reanudación de Actividades, conforme a la estrategia elaborada por el Grupo de Trabajo Multisectorial conformado mediante la Resolución Ministerial N° 144-2020-EF/15 y modificatoria, la cual consta de cuatro (4) fases para su implementación, las que se evalúan permanentemente de conformidad con las recomendaciones de la Autoridad Nacional de Salud;

Que, mediante Decreto Supremo N° 117-2020-PCM se aprueba la Fase 3 de la Reanudación de Actividades detalladas en el Anexo que forma parte del referido Decreto Supremo;

Que, la implementación de la Fase 3 de la Reanudación de Actividades se inicia a partir de la vigencia del Decreto Supremo N° 117-2020-PCM a nivel nacional, con excepción de las actividades que se desarrollan en las zonas urbanas de Arequipa, Ica, Junín, Huánuco, San Martín, Madre de Dios y Ancash. La reanudación de las actividades en estas zonas puede ser autorizada mediante Resolución Ministerial del Sector competente;



Que, conforme al numeral 1 de la Primera Disposición Complementaria Final del Decreto Supremo N° 117-2020-PCM, para la reanudación de las actividades incluidas en las fases de la Reanudación de Actividades, las entidades, empresas, personas jurídicas o núcleos ejecutores deben observar el Documento Técnico: “Lineamientos para la Vigilancia, Prevención y Control de la Salud de los trabajadores con riesgo de exposición a COVID-19”, aprobado por Resolución Ministerial N° 448-2020-MINSA, así como los Protocolos Sectoriales cuando el sector los haya emitido, debiendo asimismo elaborar su “Plan para la vigilancia, prevención y control de COVID-19 en el trabajo”, el cual debe estar a disposición de los clientes y trabajadores, así como de las autoridades competentes para su fiscalización;

Que, asimismo, de acuerdo al numeral 3 de la referida Primera Disposición Complementaria Final, los sectores competentes pueden aprobar mediante Resolución Ministerial y publicar en su portal institucional, los Protocolos Sanitarios Sectoriales, conforme a lo que disponga la norma que apruebe la respectiva fase de la Reanudación de Actividades;

Que, conforme al Anexo del Decreto Supremo N° 117-2020-PCM, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo es competente para aprobar el Protocolo Sanitario Sectorial aplicable a las actividades de las agencias de viajes, entre otros;

Que, a través de los informes de visto, se propone y sustenta, en el marco de lo establecido en el Decreto Supremo N° 117-2020-PCM y los Lineamientos antes señalados, la necesidad de emitir la Resolución Ministerial que apruebe el



“Protocolo Sanitario Sectorial ante el COVID-19 para agencias de viajes y turismo”, el cual cuenta además con la opinión del Ministerio de Salud a través del Informe N° 0005-2020-LERC-DG-DGIESP/MINSA, por lo que resulta pertinente emitir el acto resolutivo correspondiente; y,

De conformidad con lo dispuesto en la Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y sus modificatorias; el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, aprobado por Decreto Supremo N° 005-2002-MINCETUR y sus modificatorias; así como el Decreto Supremo N° 117-2020-PCM;

SE RESUELVE:

**Artículo 1.- Objeto**

Aprobar el “Protocolo Sanitario Sectorial ante el COVID-19 para agencias de viaje y turismo”, el cual como anexo forma parte de la presente Resolución Ministerial.

**Artículo 2.- Alcances**

El Protocolo Sanitario aprobado por el artículo 1 de la presente Resolución Ministerial es de aplicación complementaria al Documento Técnico: “Lineamientos para la Vigilancia, Prevención y Control de la Salud de los trabajadores con riesgo de exposición a COVID-19”, aprobado por Resolución Ministerial N° 448-2020-MINSA.

**Artículo 3.- Publicación**

Disponer la publicación de la presente Resolución en el Diario Oficial “El Peruano” y del Protocolo Sanitario aprobado por el artículo 1 en el Portal Web Institucional del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo ([www.gob.pe/mincetur](http://www.gob.pe/mincetur)).



Regístrese, comuníquese y publíquese.

EDGAR M. VASQUEZ VELA

Ministro de Comercio Exterior y Turismo

### RESOLUCIÓN MINISTERIAL

N° 171-2020-MINCETUR

Visto, el Oficio N° 138-2020-CENFOTUR/DN, el Informe Técnico N° 0148-2020-MINCETUR/VMT/DGPDT/DNCT-MRN, el Informe N° 0116-2020-MINCETUR/VMT/DGPDT/DNCT-RGC emitidos por la Dirección de Normatividad y Calidad Turística de la Dirección General de Políticas de Desarrollo Turístico y el Memorándum N° 825-2020-MINCETUR/VMT del Viceministerio de Turismo; y,

#### CONSIDERANDO:

Que, mediante Decreto Supremo N° 080-2020-PCM se aprueba la Reanudación de Actividades, conforme a la estrategia elaborada por el Grupo de Trabajo Multisectorial conformado mediante la Resolución Ministerial N° 144-2020-EF/15 y modificatoria, la cual consta de cuatro (4) fases para su implementación, las que se evalúan permanentemente de conformidad con las recomendaciones de la Autoridad Nacional de Salud;

Que, mediante Decreto Supremo N° 117-2020-PCM se aprueba la Fase 3 de la Reanudación de Actividades detalladas en el Anexo que forma parte del mismo Decreto Supremo, a nivel nacional, con excepción de las actividades que se desarrollan en las zonas urbanas de Arequipa, Ica, Junín, Huánuco, San Martín,



Madre de Dios y Ancash. La reanudación de las actividades en estas zonas puede ser autorizada mediante Resolución Ministerial del Sector competente;

Que, conforme al numeral 1 de la Primera Disposición Complementaria Final del Decreto Supremo N° 117-2020-PCM, las entidades, empresas, personas jurídicas o núcleos ejecutores deben observar el Documento Técnico denominado “Lineamientos para la Vigilancia, Prevención y Control de la Salud de los trabajadores con riesgo de exposición a COVID-19”, aprobado por Resolución Ministerial N° 448-2020-MINSA, así como los Protocolos Sectoriales cuando el sector los haya emitido, debiendo asimismo elaborar su “Plan para la vigilancia, prevención y control de COVID-19 en el trabajo”, el cual debe estar a disposición de los clientes y trabajadores, así como de las autoridades competentes para su fiscalización;

Que, asimismo, de acuerdo al numeral 3 de la referida Primera Disposición Complementaria Final, los sectores competentes pueden aprobar mediante Resolución Ministerial y publicar en su portal web institucional, los Protocolos Sanitarios Sectoriales, conforme a lo que disponga la norma que apruebe la respectiva fase de la Reanudación de Actividades;

Que, conforme al Anexo del Decreto Supremo N° 117-2020-PCM, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo es competente para aprobar el Protocolo Sanitario Sectorial aplicable a las actividades de operadores turísticos, entre otros;

Que, a través de los informes de visto, se propone y sustenta, en el marco de lo establecido en el Decreto Supremo N° 117-2020-PCM y la Resolución





Ministerial N° 448-2020-MINSA que aprueba los citados lineamientos, la necesidad de aprobar mediante Resolución Ministerial el Protocolo Sanitario Sectorial ante el COVID-19 para turismo de aventura, canotaje y caminata, el cual cuenta además con la opinión del Ministerio de Salud a través de la Nota Informativa N° 200-2020-DEMYPT-CENSOPAS/INS, por lo que resulta pertinente emitir el acto resolutorio correspondiente; y,

De conformidad con lo dispuesto en la Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y sus modificatorias; el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, aprobado por Decreto Supremo N° 005-2002-MINCETUR y sus modificatorias; así como el Decreto Supremo N° 117-2020-PCM;

SE RESUELVE:

**Artículo 1.- Objeto**

Aprobar el “Protocolo Sanitario Sectorial ante el COVID-19 para turismo de aventura, canotaje y caminata”, el cual como Anexo forma parte de la presente Resolución Ministerial.

**Artículo 2.- Alcances**

El “Protocolo Sanitario Sectorial ante el COVID-19 para turismo de aventura, canotaje y caminata” aprobado por el artículo anterior de la presente Resolución Ministerial es de aplicación complementaria a los “Lineamientos para la Vigilancia, Prevención y Control de la Salud de los trabajadores con riesgo de exposición a COVID-19”, aprobado por Resolución Ministerial N° 448-2020-MINSA.



### **Artículo 3.- Publicación**

Disponer la publicación de la presente Resolución en el Diario Oficial “El Peruano” y del Protocolo Sanitario aprobado por el artículo 1 y su Anexo, en el Portal Web Institucional del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo ([www.gob.pe/mincetur](http://www.gob.pe/mincetur))

### **2.3.Variable**

#### **2.3.1 Identificación de variables**

- Actividad Turística



### 2.3.2 Operacionalización de las variables

Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
<p><b>Variable de estudio:</b> <b>ACTIVIDAD TURÍSTICA</b> Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo. (Sancho, <b>Introduccion al Turismo, 1998, pág. 46)</b></p>	<p>Según Amparo Sancho (Sancho, <i>Introduccion al Turismo, 1998</i>) distinguen 4 elementos básicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Demanda Turística</li> <li>• Oferta Turística</li> <li>• Espacio Geográfico</li> <li>• Operadores de Mercado</li> </ul>	<p><b>Demanda Turística</b> Formada por el conjunto o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos. (Sancho, <i>Introduccion al Turismo, 1998, pág. 47</i>)</p> <hr/> <p><b>Oferta Turística</b> Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo (Sancho, <i>Introduccion al Turismo, 1998, pág. 47</i>)</p> <hr/> <p><b>Espacio Geográfico</b> Base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y demanda y en donde se sitúa la <i>población residente</i>, que si bien no es en sí misma un elemento turístico, se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística. (Sancho, <i>Introduccion al Turismo, 1998, pág. 47</i>)</p> <hr/> <p><b>Operadores De Mercado</b> Son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. (Sancho, <i>Introduccion al Turismo, 1998, pág. 47</i>)</p>	<p>- Costo</p> <p>- Competencia</p> <p>- Estacionalidad</p> <p>- Aleatorios</p> <hr/> <p>- Recursos turísticos</p> <p>- Planta turística</p> <p>- Supraestructura</p> <hr/> <p>- Componentes naturales</p> <p>- Componentes sociales</p> <p>- Componentes culturales</p> <hr/> <p>- Agencias de viaje</p> <p>- Compañías de transporte regular</p> <p>- Organismos públicos y privados</p>



## 2.4. Definición de términos básicos

### **Recurso turístico**

Expresiones de la naturaleza la naturaleza arqueológica expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor que constituyen la base del producto turístico. (Congreso de la Republica, 2009)

### **Planta turística**

La planta turística comprende el conjunto de equipamiento e instalaciones que hacen posible la permanencia del turista en una localidad. Según la clasificación empleada por la O.E.A., bajo la denominación se incluye: alojamiento, alimentación, esparcimiento, y otros servicios. (Municipalidades, 1997)

### **Supraestructura**

Conjunto de organismos, asociaciones, públicos y privados, nacionales e internacionales que junto con sus respectivas leyes, reglamentos y normas están encargados de apoyar, coordinar, controlar, reglamentar y proporcionar la eficiencia de toda la industria turística, vigilando el funcionamiento e interrelación entre sus partes para un desarrollo adecuado. (Guerrero & Ramos, 2014)

### **Turismo**

Actividad que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio por negocio, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerativa en el lugar visitado. (Congreso de la Republica, 2009)

### **Turista**

Cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita, aunque no



tenga que pagar por alojamiento, y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, u ocupación del tiempo libre, negocios, peregrinaciones, salud, u otra, diferente a una actividad remunerada en el lugar de destino. (Congreso de la Republica, 2009)

### **Visita:**

El termino visita hace referencia a una estancia en un lugar visitado durante un viaje turístico. (Organización Mundial del Turismo,, 2007)

### **Empresas Turísticas**

Son aquellas que proveen actividades recreativas, eventos y visitas a lugares de interés turístico. Las actividades ofertadas por este tipo de empresas son muy diferentes y su nexo de unión con el turismo es el de ser demandadas por el turista. Están relacionadas con puertos deportivos, campos de golf, teatros, conciertos, festivales, parques temáticos, museos, parques nacionales, ferias comerciales, entre otros. (Narvárez Castro , 2013)

### **Operadores de mercado**

Son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Así mismo los operadores en turismo son aquellos agentes que participan en la actividad turística, generalmente, en calidad de intermediario entre el consumidor final. (Sancho, 1998)

### **Agencias de Viaje**

“De acuerdo al reglamento de Agencias de Viaje y turismo vigente (Decreto supremo N° 026-2004-MINCETUR) la AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO es la persona natural o jurídica que se dedica en forma exclusiva al ejercicio de actividades de coordinación, mediación, producción, promoción, consultoría, organización y venta de servicios turísticos, pudiendo utilizar medios propios o contratados para la prestación de los mismos. (DIRCETUR, 2009)



### **Compañías de transporte**

Hace referencia a los medios de transporte involucrados en el sistema turístico, es decir los que facilitan el desplazamiento del turista, utilizando medios que permitan el acceso a los atractivos turísticos.

### **Organismos públicos y privados**

La actuación de cualquier gobierno debe estar orientada a conseguir el máximo bienestar de sus ciudadanos. Este objetivo principal puede formularse en términos de un mayor desarrollo económico, pleno empleo, equilibrio económico exterior, estabilidad cíclica y del nivel de precios. (OMT, 1998)

Podemos resaltar que los organismos públicos y privadas también tienen importantes atribuciones relacionadas con la actividad turística y contribuyen al éxito de su promoción.

### **Oferta Turística**

Se define como oferta turística “el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo” (OMT, 1998)

### **Producto Turístico**

Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística. (MINCETUR, 2011)

### **Espacio Geográfico**

Antón, Fernández y Gonzales (2007, pág. 132), señalan que los espacios turísticos son lugares donde confluyen el desarrollo de productos destinados al



ocio, la recreación y el tiempo libre para visitantes no permanentes con el consumo de dichos recursos –ya sean tangible e intangibles- a través de la vivencia de experiencias que generan satisfacción. De la combinación entre la organización de los componentes del espacio (lugar, recursos, productos y agentes) y la gestión del espacio turístico surge una mayor o menor calidad de la experiencia turística, que es percibida y traducida simbólicamente por el turista.

### **Recursos Naturales**

Son aquéllos que provienen directamente de la Tierra proporcionados por la naturaleza sin intervención del hombre. Ejemplos de recursos son: puertos naturales, saltos de agua, minerales, flora y fauna, etc. Pueden ser aprovechados por el hombre para satisfacer sus necesidades tales como la comunicación, la obtención de energía, la alimentación, etc. (Anzil, 2009)

### **Componentes Naturales**

Constituye el soporte físico son aquellos atributos que alberga el destino, que satisfacen una necesidad de ocio y que determinan la movilidad hacia el mismo, donde su diversidad espacial conduce a actuaciones diferenciadas, así mismo viene hacer un recurso turístico potencial que interviene en el proceso de consumo-producción (Lopez, 1994).

### **Componentes sociales**

El turismo se basa en una valoración social de determinados elementos naturales y culturales, cuya valoración varia a lo largo de la historia, que condicionan el funcionamiento del sistema turístico (Lopez, 1994).

### **Componentes Culturales**

Son recursos turísticos potenciales que intervienen en el proceso de consumo-producción y es el descubrimiento e intercambio de conocimientos,



dando lugar a distintos tipos de turismo, estas características culturales propias de la sociedad local que condicionan la forma de la trama urbana, la utilización de ciertos recursos culturales, entre otras variables (Lopez, 1994).

### **Circuito Turístico**

Es el itinerario de viaje, de duración variable, que por lo general parte y llega al mismo sitio luego de circundar y/o bordear una zona. Provee la visita de uno o más atractivos turísticos o centros soporte. (MINCETUR, 2011).

### **Infraestructura Turística**

Comprende el conjunto de activos físicos que contribuyen a la realización de la actividad turística. Dentro de esta categoría se encuentran algunos bienes que no son exclusivos del sector. Ejemplo de ellos tenemos las vías de acceso y medios de comunicación, la infraestructura hotelera y la de servicios conexos a la actividad (seguridad, entretenimiento, salud, energía, etc.)

### **Infraestructura Turística Nacional**

Es aquella cuyo impacto y alcance determinan importantes flujos turísticos desde el extranjero o internos, su desarrollo y explotación deben obedecer a los intereses económicos nacionales expresados en los planes nacionales de desarrollo turístico; independientemente de la locación de los mismos su ejecución y desarrollo está regido por el Gobierno Central; los organismos locales pueden participar en concordancia con la política turística nacional y bajo la coordinación del Sector.

### **Infraestructura Turística Local**

Es aquella cuyo impacto y alcance determinan flujos turísticos intra e inter regiones de alcance menor que la nacional o entre localidades; deben obedecer a los intereses económicos nacionales expresados en los planes de desarrollo





turístico; independientemente de la locación de los mismos su ejecución está a cargo del Gobierno Regional o Local, en concordancia con la política turística nacional manifestada por el Sector y en coordinación con este. (MINCETUR, 2011)

### **Turismo y Entorno Natural**

Según (Sancho Perez, 2008) las principales preocupaciones respecto al medio ambiente como elemento integrante de dicho entorno se centran en los impactos resultantes de la producción de actividades económicas implementadas en áreas del desarrollo. Especialmente, la preocupación se centra en el proceso de degradación que pueden experimentar los recursos naturales que son utilizados en el desarrollo de dichas actividades económicas y en el grado de irreversibilidad de ese proceso.



## CAPITULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. Tipo de Investigación

La presente investigación es de tipo descriptiva ya que se desarrolló en el distrito de Mollepata y se realizó el diagnóstico de la Actividad Turística en tiempos de Covid - 19. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, su objetivo no es indicar cómo se relacionan (Hernandez, 2014).

#### 3.2. Diseño de la Investigación

La presente investigación fue no experimental - transversal porque no se manipulo las variables, solo se describió el fenómeno tal como se manifiesta en su contexto natural. “Es la que se realiza sin manipular deliberadamente las variables; lo que se hace en este tipo de investigación es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos” (Hernandez, 2014).

#### 3.3. Población y muestra

##### 3.3.1. Población

En la presente investigación se contó una población que estuvo representada por 40 familias del distrito de Mollepata que directa e indirectamente son parte de la actividad turística.

##### 3.3.2. Muestra

La población muestral que se consideró en la investigación se calculó por medio de un muestreo no probabilístico, contando así con la participación 40 familias que directa e indirectamente son parte de la actividad turística.



### 3.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos

#### 3.4.1. Técnica

La técnica que se utilizó en la presente investigación fue la **encuesta** estructurada que se aplicó en un solo momento a las familias del distrito de Mollepata.

#### 3.4.2. Instrumento(s)

Se diseñó un **cuestionario** con preguntas estructuradas que se aplicaron a las familias del distrito de Mollepata.

### 3.5. Técnicas de procesamiento de datos

Esta técnica consiste en dar validez peso a cada uno de los datos colectados, y en obtener deducción de la información evaluada. La importancia de la evaluación e interpretación residen, en asegurar el trabajo con los datos válidos, procesando soluciones veraces y exactas.

Se aplicaron las siguientes técnicas de procesamiento de datos:

- a) **Ordenamiento y clasificación.** - Esta técnica se aplicó para tratar la información cuantitativa en forma ordenada, de modo de interpretarla y sacarle el máximo provecho.
- b) **Registro manual.** - Se aplicó esta técnica para digitar la información de las diferentes fuentes obtenidas de los documentos.
- c) **Proceso computarizado se realizó con el programa SPSS versión 23.** - Para determinar diversos cálculos matemáticos y estadísticos de utilidad para la investigación.



## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 4.1. Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado

##### 4.1.1. Presentación del instrumento

Para analizar el diagnóstico de la Actividad turística en tiempos de COVID-19 en el distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021., se aplicó un cuestionario a 40 familias, en el que se considera 13 ítems distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 1

*Distribución de los ítems del cuestionario*

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems
ACTIVIDAD TURÍSTICA	Demanda turística	Costo	1
		Competencia	2
		Estacionalidad	3
		Aleatorios	4
	Oferta turística	Recursos turísticos	5
		Planta turística	6
		Supraestructura	7
	Espacio geográfico	Componentes Naturales	8
		Componentes Sociales	9
		Componentes Culturales	10
	Operadores de mercado	Agencias de viaje	11
		Compañías de transporte regular	12
		Organismos públicos y privados	13

Fuente: Elaboración propia

Para las interpretaciones de las tablas y figuras estadísticas se utilizó la siguiente escala de interpretación:



Tabla 2

*Descripción de la Baremación y escala de interpretación*

Promedio	Demanda Turística Espacio Geográfico	Oferta Turística Operadores de Mercado
1 – 1.80	Muy en desacuerdo	Muy inadecuado
1.81 – 2.60	En desacuerdo	Inadecuado
2.61 – 3.40	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	Poco adecuado
3,41 – 4,20	De acuerdo	Adecuado
4,21 – 5,00	Muy de acuerdo	Muy adecuado

Fuente: Elaboración propia

#### 4.1.2. Fiabilidad del instrumento

Para determinar la fiabilidad del cuestionario utilizado en el análisis del diagnóstico de la Actividad turística en tiempos de COVID-19 en el distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021. Se utilizó la técnica estadística “Índice de consistencia Interna Alfa de Cronbach”, para lo cual se considera lo siguiente:

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

Tabla 3

*Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,860	13

Fuente: Elaboración propia

Como se observa, el Alfa de Cronbach tiene un valor de 0,860 para los ítems considerados en la variable actividad turística, por lo que se establece que el instrumento es fiable para el procesamiento de datos.



## 4.2. Resultados de las dimensiones de la variable Actividad turística

Para analizar el diagnóstico de la Actividad turística en tiempos de COVID-19 en el distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021. Se consideró las dimensiones de: demanda turística, oferta turística, espacio geográfico y operadores de mercado. Los resultados se presentan a continuación:

### 4.2.1. Demanda turística

#### A) Resultados de los indicadores de la dimensión demanda turística

Tabla 4

*Indicadores de la dimensión demanda turística*

	Costo		Competencia		Estacionalidad		Aleatorios	
	F	%	f	%	f	%	f	%
Muy en desacuerdo	0	0,0%	6	15,0%	10	25,0%	0	0,0%
En desacuerdo	0	0,0%	24	60,0%	25	62,5%	0	0,0%
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	5	12,5%	5	12,5%	4	10,0%	2	5,0%
De acuerdo	23	57,5%	3	7,5%	1	2,5%	23	57,5%
Muy de acuerdo	12	30,0%	2	5,0%	0	0,0%	15	37,5%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0%</b>	<b>40</b>	<b>100,0%</b>	<b>40</b>	<b>100,0%</b>	<b>40</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Elaboración propia

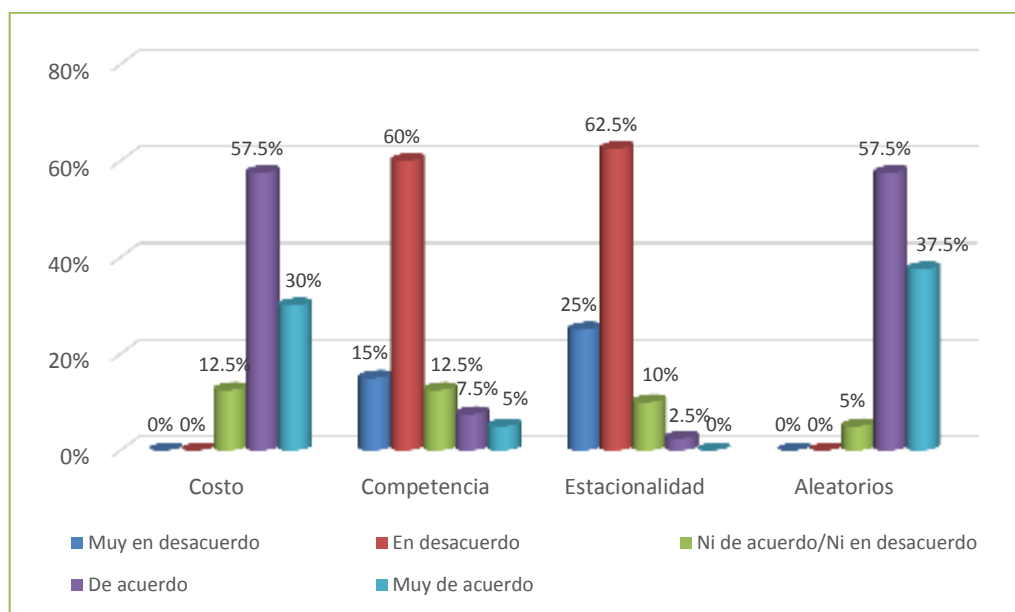


Figura 1: Indicadores de la dimensión demanda turística



### **Interpretación y análisis:**

En la tabla 4 figura 1 respecto al costo, el 57.5% de las familias encuestadas del distrito de Mollepata, consideraron que están de acuerdo y el 30% consideraron estar muy de acuerdo, en que los costos y precios para desarrollar la actividad Turística se han visto afectados por el COVID-19 y el 12.5% consideró estar ni de acuerdo y ni en desacuerdo. Es así que, los precios de viaje, producto y cantidad han variado, con el propósito de garantizar la seguridad del visitante, generando costos mayores puesto que se debe cumplir con los protocolos de bioseguridad.

En la tabla 4 figura 1 respecto a la competencia, el 60% de las familias encuestadas del distrito de Mollepata, consideraron estar en desacuerdo en que en tiempos de COVID-19 se haya incrementado la competencia en la realización de Actividad Turística y el 15% consideran estar muy en desacuerdo, el 12.5% indicaron estar ni de acuerdo- ni en desacuerdo, el 7.5% considero estar de acuerdo y el 5% considero estar muy de acuerdo. Es así, que se evidencio que los niveles de competencia entre los mismos han disminuido en la misma área geográfica obligando a que muchos establecimientos (restaurantes, hospedajes, albergues, hoteles, lodges) cierren sus puertas, así también la producción de los servicios o productos los que se relacionan con la comercialización del producto turístico.

En la tabla 4 figura 1 respecto a la estacionalidad, el 62.5 % de las familias encuestadas del distrito de Mollepata, consideraron estar en desacuerdo, el 25% considero estar muy en desacuerdo, en que se haya mantenido la temporada alta y baja en la realización de la actividad turística, puesto que recién en el presente año se está aperturando las visitas en menor cantidad a diferencia de años anteriores, el 10% considero estar ni desacuerdo – ni en desacuerdo, el 2.5% considero estar de acuerdo y el 0% considero estar muy en desacuerdo.



En la tabla 4 figura 1 respecto a los aleatorios, el 57.5 % de las familias encuestadas del distrito de Mollepata, consideraron estar de acuerdo, el 37.5% considero estar muy de acuerdo, a que el confinamiento por COVID-19 afecta directamente el desarrollo de las actividades turísticas en el Distrito de Mollepata, el 5% considero estar ni de acuerdo- ni desacuerdo. Cabe resaltar que la actividad turística de la cual depende las familias del distrito de Mollepata no estaban preparadas frente a estos eventos (Pandemia), el cual derivó en una suspensión total del desarrollo del turismo debido a las restricciones sanitarias dadas por el gobierno que afecta directamente los ingresos de las familias.





## B) Resultados de la dimensión demanda turística

Tabla 5

### *Demanda turística*

	f	%
Muy en desacuerdo	0	0,0%
En desacuerdo	2	5,0%
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	27	67,5%
De acuerdo	11	27,5%
Muy de acuerdo	0	0,0%
Total	40	100,0%

Fuente: Elaboración propia

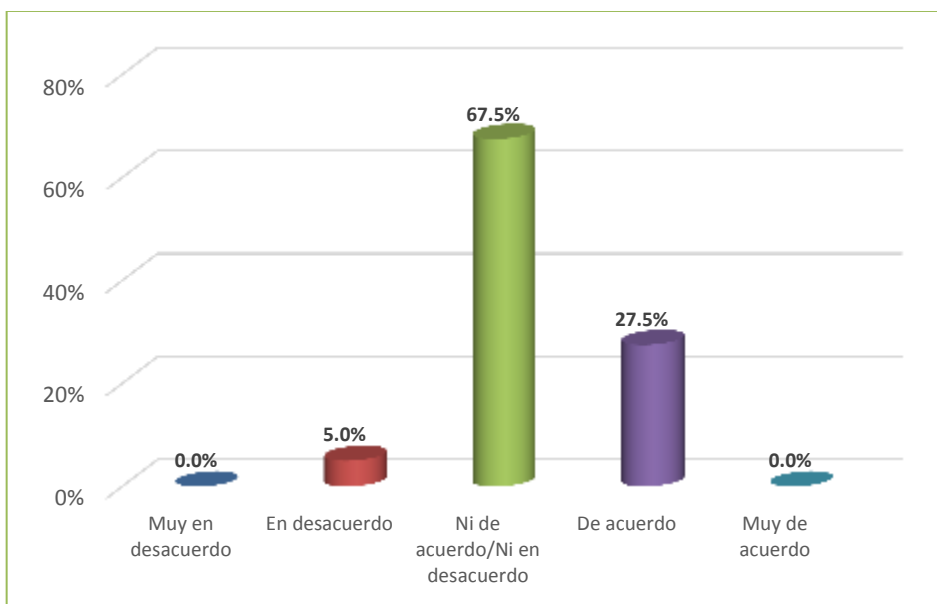


Figura 2: Demanda turística

### **Interpretación y análisis:**

En la tabla 5 figura 2 respecto a la dimensión demanda turística, el 67.5 % de las familias encuestadas del distrito de Mollepata, consideraron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 27.5% considero estar de acuerdo, el 5% considero estar en desacuerdo. Es así, que la demanda turística ha sido medianamente afectada, a pesar de las medidas adoptadas por el gobierno para tratar de mermar esta situación, el sector turismo en el



presente distrito se ha enfrentado no sólo a la pérdida de establecimientos, empleos sino que aquellas familias que están aperturando sus establecimientos durante la crisis ven reducida su demanda debido a la poca afluencia de turistas. La disminución de la afluencia de turistas potenciales supone una reducción de la demanda de servicios turísticos, ya que está relacionada con el proceso de toma de decisiones por parte del turista que realiza frecuentemente el proceso de planificación de actividades buscando destinos que le generen confianza y seguridad.



#### 4.2.2. Oferta turística

##### A) Resultados de los indicadores de la dimensión Oferta turística

Tabla 6

*Indicadores de la dimensión oferta turística*

	Recursos turísticos		Planta turística		Supraestructura	
	f	%	f	%	f	%
Muy inadecuado	0	0,0%	0	0,0%	2	5,0%
Inadecuado	1	2,5%	2	5,0%	5	12,5%
Poco adecuado	5	12,5%	5	12,5%	10	25,0%
Adecuado	29	72,5%	31	77,5%	21	52,5%
Muy adecuado	5	12,5%	2	5,0%	2	5,0%
Total	40	100,0%	40	100,0%	40	100,0%

Fuente: Elaboración propia

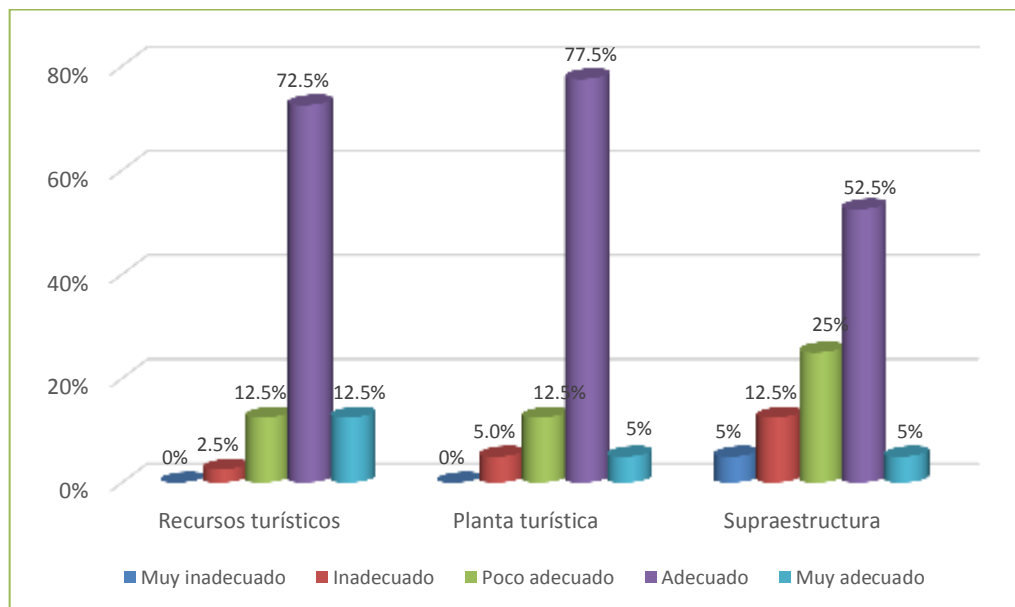


Figura 3: Indicadores de la dimensión oferta turística

##### Interpretación y análisis:

En la tabla 6 figura 3 respecto a los recursos turísticos, el 72.5 % de las familias encuestadas del distrito de Mollepata, manifestaron que es adecuado, visitar en tiempos de COVID-19 los Recursos Turísticos del Presente distrito, el 12.5% lo considero poco



adecuado, el otro 12.5% lo considero muy adecuado, finalmente el 2.5% lo considero inadecuado. Al visitar los Recursos Turísticos del Presente distrito se puede realizar de manera libre, por medio del cumplimiento de los protocolos de bioseguridad.

En la tabla 6 figura 3 respecto a la planta turística, el 77.5 % de las familias encuestadas del distrito de Mollepata, lo consideraron adecuado, y el 5% considero muy adecuado el conjunto de equipamientos e instalaciones que conforman la planta turística hacen posible la permanencia del turista el 12.5% lo considero poco adecuado, el 5% lo considero inadecuado, finalmente el otro.

En la tabla 6 figura 3 respecto a la supraestructura, el 52.5 % de las familias encuestadas del distrito de Mollepata, consideraron adecuado el trabajo que los organismos públicos y privados realizan apoyando y supervisando la actividad turística en tiempos de Covid-19, el 25% lo considero poco adecuado, el 12.5% lo considero inadecuado, finalmente el 5% lo considero muy adecuado y el otro 5% muy inadecuado. Es así, que la supraestructura cuenta con todos los materiales tangibles e intangibles para realizar una adecuada promoción turística por parte de los pobladores.



## B) Resultados de la dimensión oferta turística

Tabla 7

### Oferta turística

	f	%
Muy inadecuado	0	0,0%
Inadecuado	1	2,5%
Poco adecuado	10	25,0%
Adecuado	25	62,5%
Muy adecuado	4	10,0%
Total	40	100,0%

Fuente: Elaboración propia

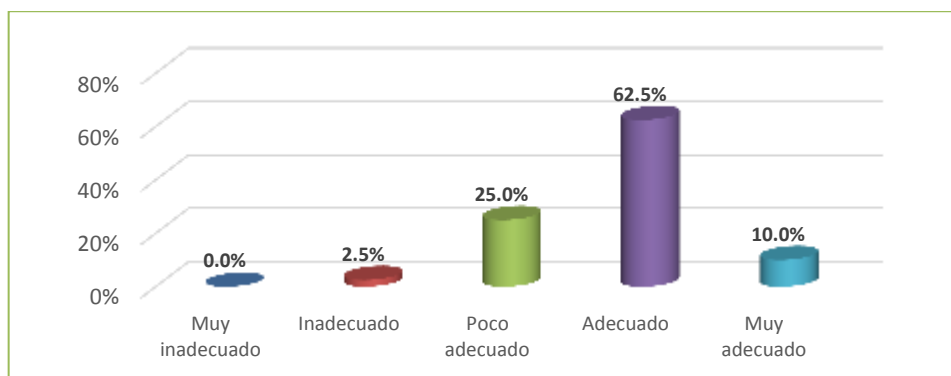


Figura 4: Oferta turística

### Interpretación y análisis:

En la tabla 7 figura 4 respecto a la dimensión oferta turística, el 62.5 % de las familias encuestadas del distrito de Mollepata, consideraron adecuado y el 10% lo considero muy adecuado los productos turísticos y servicios para el desarrollo de la actividad turística en tiempos de COVID-19, el 25% considero poco adecuado, y finalmente el 2.5% lo considero inadecuado. Es así, que el desarrollo actual del turismo se fundamenta en ventajas competitivas creadas en los mismos territorios que se mantienen en la capacidad de innovar, la prestación de servicios, la calidad de los productos, los niveles de seguridad, los productos diferenciados, la calidad ambiental,



la diversificación de mercados, la generación de nuevos productos con altos estándares de calidad y el fortalecimiento de la oferta turista.

### 4.2.3. Espacio geográfico

#### A) Resultados de los indicadores de la dimensión espacio geográfico

Tabla 8

*Indicadores de la dimensión espacio geográfico*

	Componentes Naturales		Componentes Sociales		Componentes Culturales	
	f	%	f	%	f	%
Muy en desacuerdo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
En desacuerdo	0	0,0%	2	5,0%	2	5,0%
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	5	12,5%	4	10,0%	5	12,5%
De acuerdo	26	65,0%	28	70,0%	26	65,0%
Muy de acuerdo	9	22,5%	6	15,0%	7	17,5%
Total	40	100,0%	40	100,0%	40	100,0%

Fuente: Elaboración propia

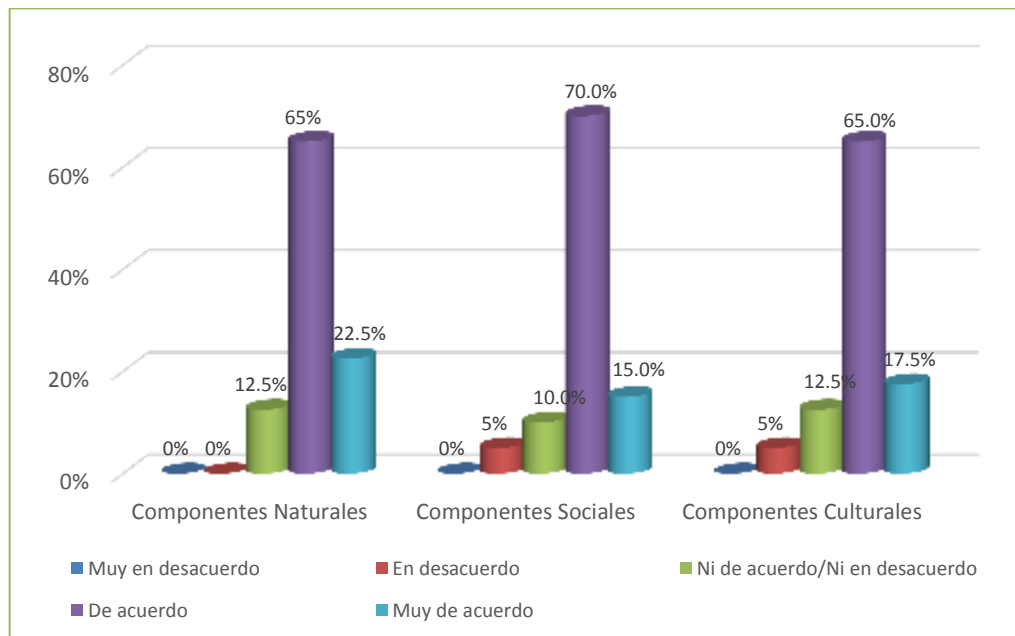


Figura 5: Indicadores de la dimensión espacio geográfico

#### Interpretación y análisis:

En la tabla 8 figura 5 respecto a los componentes naturales, el 65% de las familias encuestadas del distrito de Mollepatá, consideraron estar de acuerdo, el 22.5%



considera estar muy de acuerdo que es una buena elección elegir visitar los atractivos naturales del distrito Mollepata en tiempos de Covid-19, satisfaciendo una necesidad de ocio y el 12.5% considero estar ni de acuerdo – ni en desacuerdo.

En la tabla 8 figura 5 respecto a los componentes sociales, el 70% de las familias encuestadas del distrito de Mollepata, considero estar de acuerdo, el 15% considero estar muy de acuerdo, en que los atractivos del distrito de Mollepata tienen un valor histórico y social que se mantiene en tiempos de Covid-19, el 10% considero estar ni desacuerdo y de acuerdo, el 5% considero estar en desacuerdo. El turismo se basa en una valoración social de determinados elementos naturales y culturales, y este varía a lo largo de la historia.

En la tabla 8 figura 5 respecto a los componentes culturales, el 65% de las familias encuestadas del distrito de Mollepata, consideraron estar de acuerdo, el 17.5% considero estar muy de acuerdo, de que el distrito de Mollepata ofrece una diversidad atractivos para realizar diferentes tipos de Turismo en tiempos de covid-19, el 12.5% considero estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, finalmente el 5% considero estar en desacuerdo. Es así, que se ofrece una diversidad atractivos para realizar diferentes tipos de Turismo, cumpliendo con todos los protocolos de bioseguridad, actualmente en el distrito de Mollepata el proceso de reanudación, que se está realizando de manera lenta, por el momento solo realizan visitas a la Laguna de Humantay.



## B) Resultados de la dimensión espacio geográfico

Tabla 9

### Espacio geográfico

	f	%
Muy en desacuerdo	0	0,0%
En desacuerdo	0	0,0%
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	5	12,5%
De acuerdo	26	65,0%
Muy de acuerdo	9	22,5%
Total	40	100,0%

Fuente: Elaboración propia

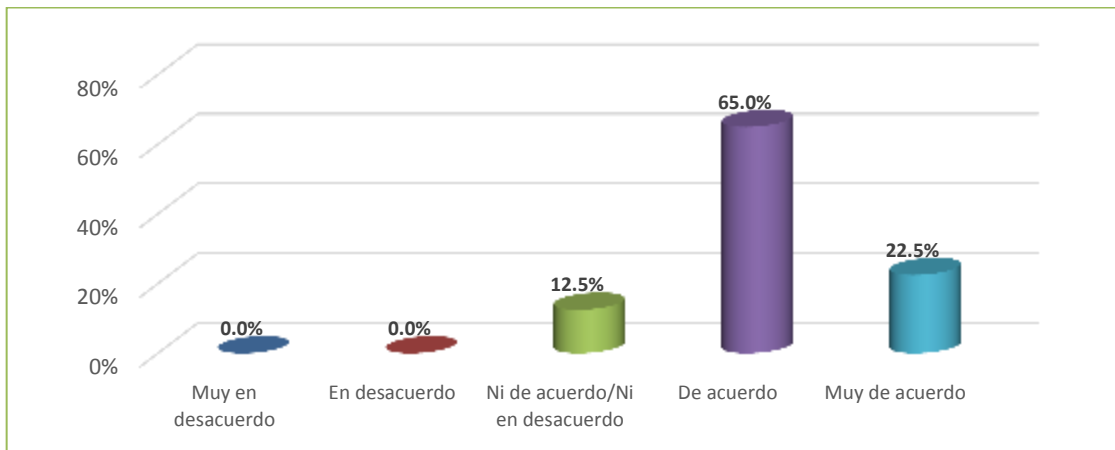


Figura 6: Espacio geográfico

### Interpretación y análisis:

En la tabla 9 figura 6 respecto a la dimensión espacio geográfico, el 65% de las familias encuestadas del distrito de Mollepata, consideraron estar de acuerdo, el 22.5% considero estar muy de acuerdo, en que el espacio geográfico con el que cuenta el distrito es óptimo para el desarrolla la actividad turística, y finalmente el 12.5% considero estar ni de acuerdo- ni en desacuerdo. Es así, que la diversidad de atractivos y las diferentes modalidades de turismo que se pueden realizar aun en tiempos de pandemia. Los espacios turísticos son lugares donde confluyen el desarrollo de productos destinados al ocio, la recreación y el tiempo libre para visitantes no





permanentes con el consumo de dichos recursos, ya sean tangible e intangibles a través de la vivencia de experiencias que generan satisfacción.

#### 4.2.4. Operadores de mercado

##### A) Resultados de los indicadores de la dimensión operadores de mercado

Tabla 10

Indicadores de la dimensión operadores de mercado

	Agencias de viaje		Compañías de transporte regular		Organismos públicos y privados	
	f	%	f	%	f	%
Muy inadecuado	0	0,0%	0	0,0%	4	10,0%
Inadecuado	2	5,0%	2	5,0%	7	17,5%
Poco adecuado	9	22,5%	7	17,5%	9	22,5%
Adecuado	24	60,0%	29	72,5%	20	50,0%
Muy adecuado	5	12,5%	2	5,0%	0	0,0%
Total	40	100,0%	40	100,0%	40	100,0%

Fuente: Elaboración propia

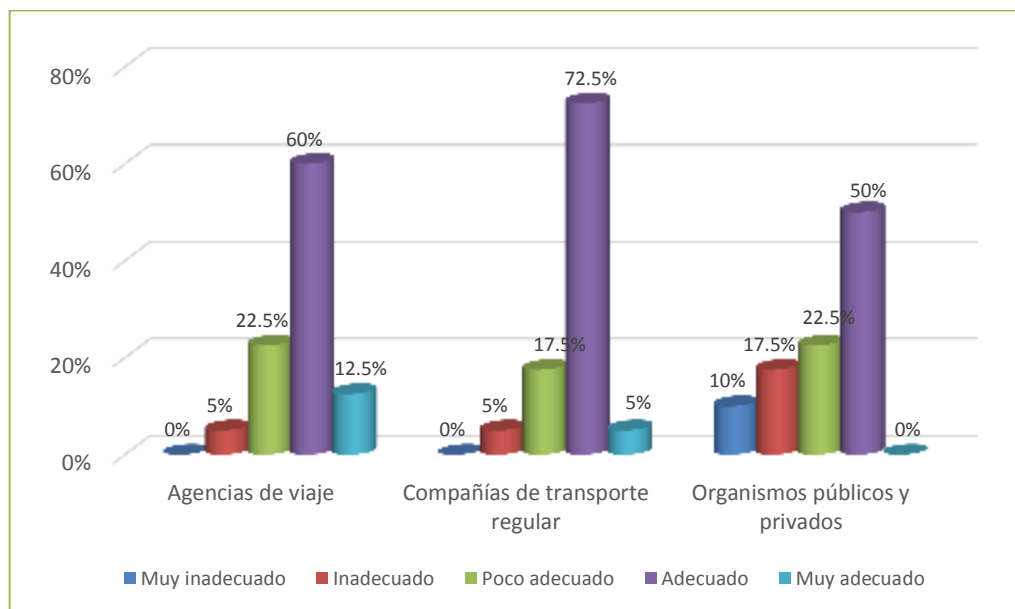


Figura 7: Indicadores de la dimensión operadores de mercado

#### Interpretación y análisis:

En la tabla 10 figura 7 respecto a las agencias de viaje, el 60% de las familias encuestadas del distrito de Mollepata, consideraron que es adecuado, y el 12.5% lo



considero muy adecuado la labor que están realizando las agencias de viaje a través del cumplimiento de los protocolos de bioseguridad al desarrollar la actividad turística el 22.5%, lo considero poco adecuado, y finalmente el 5% lo considero inadecuado

En la tabla 10 figura 7 respecto a organismos públicos y privados, el 50% de las familias encuestadas del distrito de Mollepata, lo consideraron adecuada, la promoción turística de los organismos públicos y privados en Tiempos de Covid -19, el 22.5% lo considero poco adecuado, el 17.5% muy adecuado, y finalmente el otro 10% lo considero inadecuado. Es así, que la promoción turística de los organismos públicos y privados en Tiempos de Covid -19, tienen como finalidad diversificar la oferta turística del distrito y aumentar la demanda de visitantes, reposicionando a Mollepata como un destino seguro en tiempos de pandemia.

En la tabla 10 figura 7 respecto a las compañías de transporte regular, 72.5% de las familias encuestadas del distrito de Mollepata, lo consideraron adecuado, y el 5% muy adecuado, el servicio de desplazamiento facilitan las compañías de transporte de los visitantes en tiempos de Covid -19, el 17.5% lo considero poco adecuado, el 5% lo considero inadecuado. Es así que, el servicio de desplazamiento facilita las compañías de transporte de los visitantes en tiempos de Covid -19.



## B) Resultados de la dimensión operadores de mercado

Tabla 11

### *Operadores de mercado*

	f	%
Muy inadecuado	0	0,0%
Inadecuado	0	0,0%
Poco adecuado	16	40,0%
Adecuado	24	60,0%
Muy adecuado	0	0,0%
Total	40	100,0%

Fuente: Elaboración propia

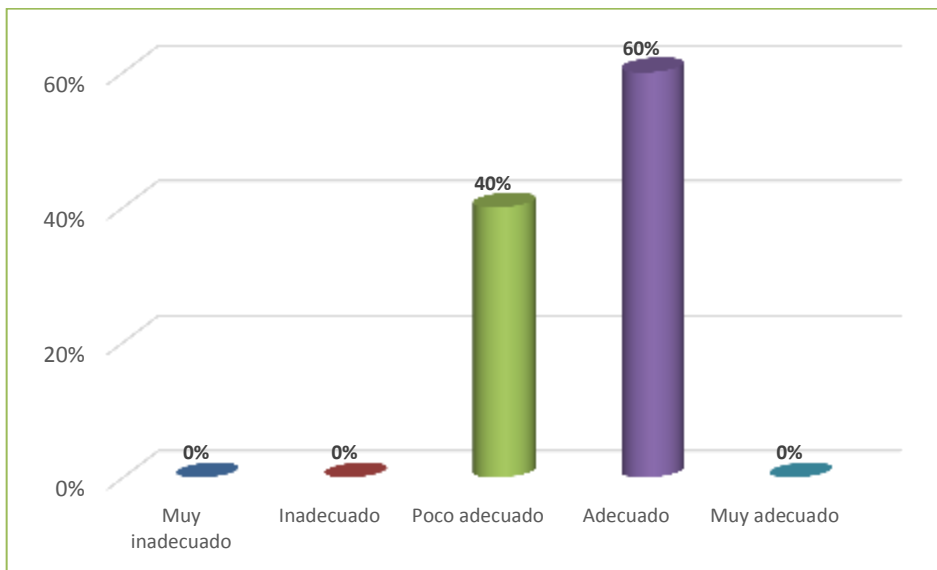


Figura 8: Operadores de mercado

### **Interpretación y análisis:**

En la tabla 11 figura 8 respecto a los operadores de mercado de las familias encuestadas del distrito de Mollepata, el 60% considero adecuado, el 40% lo considero poco adecuado, la función de las empresas y organismos que facilitan la interrelación entre la oferta y la demanda actuando como intermediarios.



#### 4.3. Resultados de la variable Actividad turística

Tabla 12

*Actividad turística*

	f	%
Muy inadecuado	0	0%
Inadecuado	0	0%
Poco adecuado	5	12,5%
Adecuado	33	82,5%
Muy adecuado	2	5%
Total	40	100,0%

Fuente: Elaboración propia

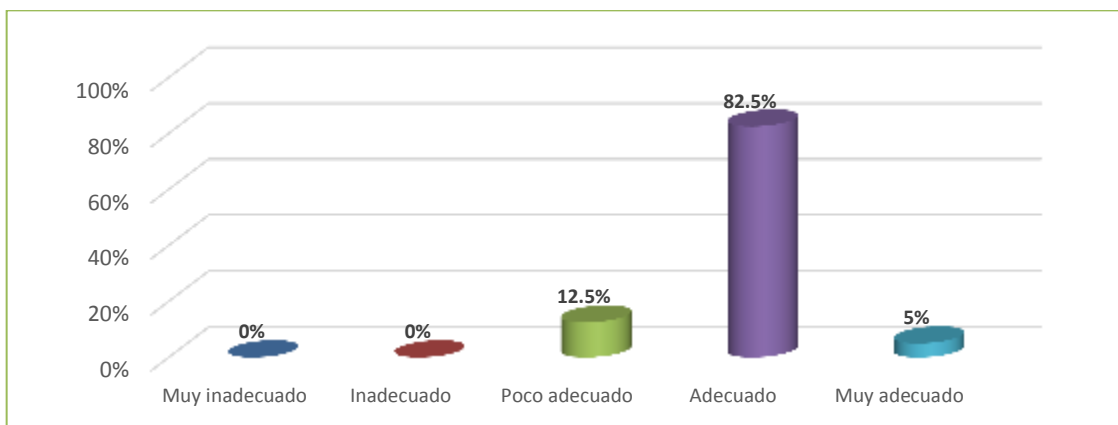


Figura 9: Actividad turística

#### Interpretación y análisis:

En la tabla 12 figura 9 respecto a la actividad turística, el 82.5% de las familias encuestadas del distrito de Mollepata, lo consideraron adecuada, y el 5% lo considero muy adecuado, es así, que de la actividad turística en el distrito de Mollepata en tiempos de COVID-19 se realizan de una buena forma. Al analizar estos datos 12.5% de las familias del distrito de Mollepata encuestadas consideran que las actividades turísticas que se realizan no son pésimas o incorrectas, pero tampoco se realizan de la mejor manera, ya que al analizar y ponderar los resultados se pudo observar que ninguna parte de la población encuestada considera que la actividad turística es inadecuada, es decir, nadie considero que se realiza de manera incorrecta.



## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN

#### 5.1 Discusión

##### 5.1.1 Descripción de los hallazgos más relevantes

El presente trabajo de investigación se realizó para describir cómo es la actividad turística en el distrito de Mollepata en tiempos de COVID-19.

En relación a los resultados obtenidos por el estudio de investigación se puede decir que la actividad turística en el distrito de Mollepata constituye un aporte importante para las familias locales del presente distrito siendo una de las principales fuentes de ingreso económico donde se oferta los atractivos turísticos, en el espacio geográfico, que despiertan el interés e incremento de la demanda turística.

Se puede observar en las encuestas realizadas a familias del distrito de Mollepata que trabajan directa e indirectamente en el sector Turismo que, 82.5% califica como adecuada, el desarrollo de la actividad turística en tiempos de COVID-19 indicando que estas actividades se realizan de una buena forma, frente a un 12.5% que considera que las actividades turísticas que se realizan no son pésimas o incorrectas, pero tampoco se realizan de la mejor manera.

En relación a la demanda turística, podemos observar que medianamente ha sido afectada en un 67.5% y 27.5% se ha visto afectada, a pesar de las medidas adoptadas por el gobierno para tratar de mermar esta situación, el sector turismo en el presente distrito se ha enfrentado no sólo a la pérdida de establecimientos, empleos sino que las familias que están reaperturando sus establecimientos durante la crisis ven reducida su demanda debido a la poca afluencia de turistas.

En cuanto a la oferta turística, 62.5% de las familias del Distrito de Mollepata manifiestan que los productos turísticos y servicios son adecuados para el desarrollo



de la actividad turística en tiempos de COVID-19, considerando que el desarrollo actual del turismo se fundamenta en ventajas competitivas creadas en los mismos territorios que se mantienen en la capacidad de innovar, la prestación de servicios, la calidad de los productos, los niveles de seguridad, los productos diferenciados, la calidad ambiental, la diversificación de mercados, la generación de nuevos productos con altos estándares de calidad y el fortalecimiento de la oferta turística.

Otro punto importante viene hacer el espacio geográfico, donde el 65% de las familias del distrito de Mollepata están de acuerdo y 22.5% muy de acuerdo en que el espacio geográfico con el que cuenta el distrito es óptimo para el desarrolla la actividad turística, por la diversidad de atractivos y las diferentes modalidades de turismo que se pueden realizar aun en tiempos de pandemia. Por otro lado también las familias del distrito de Mollepata en un 60% consideran adecuado la función de las empresas y organismos que facilitan la interrelación entre la oferta y la demanda de los productos turísticos, así mismo 40% señala como poco adecuada la promoción turística, siendo causa de preocupación para las familias involucradas.

### **5.1.2 Limitaciones del estudio**

Al realizar el estudio, la principal limitación que se encontró fue el no poder realizar las actividades de campo de manera reiterativa, debido a la coyuntura que estamos viviendo por la pandemia ocasionada por el COVID-19, sin embargo se pudo realizar una salida al distrito de Mollepata, tomando en cuenta las medidas sanitarias, donde se pudo hablar con una pequeña cantidad de familias que trabajan en el sector turismo, así mismo se realizó encuestas manuales y encuestas digitales. Cabe resaltar que se limitó el acceso a cierta información en bibliotecas especializadas a causa de la emergencia sanitaria, por otro lado se solicitó de manera virtual información a la



Municipalidad del Distrito quienes en la actualidad no nos dieron respuesta, haciendo que el tiempo de recolección de datos se aplazara más de lo programado.

### 5.1.3 Comparación crítica con la literatura existente

Las comparaciones literarias se realizaron en base a dimensiones de la investigación.

En base a nuestra **primera dimensión**, Vásquez (2013) en su investigación titulada “Diagnóstico situacional turístico de la parroquia rural Manú del cantón Saraguro de la provincia de Loja”, enfatizó que la demanda turística en Manú es esporádica lo que conlleva al sector a no estar preparado para recibir en cualquier momento gran cantidad de turistas por no poseer senderos, además en sus atractivos no hay la presencia de movilidad y señalización necesaria para orientar a los visitantes. De acuerdo a nuestros resultados el 67.5 % de las familias encuestadas del distrito de Mollepata, consideraron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la percepción de la demanda turística. Con mención al autor se contrasta la información de que la demanda turística es un punto donde se deben de enfocar para poder mejorar la actividad turística, dicha investigación ayudara como herramienta de información y recomendación para mejorar algunos aspectos o elementos vulnerables de la zona.

En base a nuestra **segunda dimensión** Pantoja (2015) en su investigación titulada “Atractivos naturales y culturales para el desarrollo del turismo alternativo en la comunidad de Llullucha- Ocongate”, enfatizó en que los resultados de las encuestas realizadas a los comuneros, turistas y operadores de agencias de turismo, demuestran aceptación y el interés sobre el turismo alternativo en sus modalidades de turismo rural, aventura, gastronomía, en el ámbito de estudio, con lo que se podrá generar mayor estancia y gasto por parte de los visitantes y diversificar la oferta turística de la Región Cusco. De acuerdo a nuestros resultados el 62.5 % de las familias encuestadas



del distrito de Mollepata, consideraron adecuado la oferta turística. Con mención al autor se contrasta la investigación, ya que la oferta turística siempre trae consigo resultados positivos ya que ayuda a la diversificación turística.

En base a nuestra **Tercera dimensión** Teran (2019) en su investigación titulada “Diagnóstico de los factores de competitividad para la implementación de un emprendimiento de turismo rural comunitario en el distrito de Chetilla-Cajamarca”, enfatizó que para realizar turismo rural comunitario se necesitan recursos turísticos para poder desarrollar los circuitos establecidos que pueden ser cataratas, largos caminos, formaciones rocosas, etc. En Chetilla existen recursos turísticos tangibles e intangibles como cataratas, largos lugares de caminata para poder establecer circuitos de trekking, formaciones rocosas. De acuerdo a nuestros resultados, el 65% de las familias encuestadas del distrito de Mollepata, consideraron estar de acuerdo con los espacios geográficos. Con mención al autor se contrasta la información, esto debido a que para desarrollar una actividad turística se requiere de espacios naturales de la zona que puedan adaptarse a una estrategia de desarrollo turístico en beneficio de la zona.

En base a nuestra **Cuarta dimensión** Bustinza (2017) en su investigación titulada “Actividad Turística del Camino Inca y sus Impactos en la Comunidad Piscacucho, Distrito de Ollantaytambo”, enfatizo, que el impacto Sociocultural, como impacto positivo, la actividad turística genera empleo a un 85.5 % y un 81.5% de la población, desean ser partícipes en la actividad turística de manera directa. De acuerdo a nuestros resultados el 60% considero adecuado la presencia de los operadores turísticos. Con mención al autor se contrasta la información, esto debido a que para el desarrollo de la actividad turística de una zona se necesita de personal capacitado que ayude a difundir los atractivos, de otro lado, la actividad turística demanda muchos empleos nuevos para las personas de la zona.





#### 5.1.4 Implicancias del estudio

La Tesis tiene como implicancia metodológica conocer en qué medida se vio afectada la actividad turística en el distrito de Mollepata, provincia de Anta, Cusco, 20121. Por otra parte **el estudio** a la Municipalidad Distrital, promocionar el atractivo para que continúe siendo un aporte a la economía local beneficiando a las familias del Distrito en mención.

### 5.2 Propuestas

#### 5.2.1 Propuesta N° 1:

**Título:** *Propuesta* de desarrollo de destinos turísticos más sustentables para reactivar el turismo en áreas naturales en tiempos de Covid-19, en el distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021

#### **Objetivos:**

- Definir la capacidad de acogida de cada zona natural en el distrito de Mollepata, Anta.
- Identificar los productos turísticos ligados a la naturaleza, como productos naturales que puedan contribuir al desarrollo del distrito de Mollepata, Anta.
- Incorporar medidas de seguridad y salubridad en los destinos turísticos naturales del distrito de Mollepata, Anta.
- Incorporar ferias de venta y productos gastronómicos en el distrito de Mollepata, Anta.

#### **Lugar:**

Distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021

#### **Población beneficiada**

- Turismo nacional ( Espacios de ocio)
- Turismo de aventura ( Trekking, etc.)



- Turismo local ( venta de productos o consumo gastronómico)

### **Justificación:**

La mejora del desarrollo sostenible dentro del Distrito es esencial ,es por eso que se tomaron en cuenta diferentes indicadores que busquen incorporar productos turísticos relacionados a la naturaleza, cultura y gastronomía, ya que estas podrían cooperar a potenciar la actividad turística estancada debido al estado de emergencia actual. La propuesta buscara el desarrollo del turismo en los espacios naturales que generen una mejor oferta por medio de la reestructuración de la actividad turística.

### **Descripción de la propuesta**

La propuesta pretende reestructurar las diferentes estrategias que ayuden a la mejora de la actividad turística dentro del distrito de Mollepata, esto debido a que a la aparición del Covid-19 género que el turismo habitual bajara, es de esta forma que se busca potenciar algunas zonas naturales para el disfrute del turista contando con todas las medidas de salubridad, otro aspecto que se busca destacar es la incorporación de venta de productos relacionados a la naturaleza como lo tradicional en beneficio de la zona, y para ello es necesario el trabajo colaborativo de los habitantes.

### **Lugar y hora**

Se organizará reuniones con las personas encargadas del distrito en este caso con sus representantes, la Municipalidad de Anta, estableciendo horarios con las personas encargadas del manejo del área de Desarrollo turístico y económico, y así poder determinar algún horario. Después de realizar las consultas tomando en cuenta el horario de los trabajadores, se pretender realizar dichas reuniones 2 veces a la semana entre ellos los días viernes y sábados de las 09: am a las 11: 30 am, teniendo como duración 3 sábados y 2 viernes donde se detallará el siguiente temario:



- Definir la capacidad de acogida de cada zona natural en el distrito de Mollepata, Anta.
- Identificar los productos turísticos ligados a la naturaleza, como productos naturales que puedan contribuir al desarrollo del distrito de Mollepata, Anta.
- Incorporar medidas de seguridad y salubridad en los destinos turísticos naturales del distrito de Mollepata, Anta.
- Incorporar ferias de venta y productos gastronómicos en el distrito de Mollepata, Anta.

### Actividades

---

#### PRIMERA ETAPA

---

Establecer un horario de visita y previa coordinación con la Municipalidad de Anta, emitiendo las razones de dicha propuesta de mejora en beneficio del distrito de Mollepata.

---

#### ACTIVIDADES

---

- Poder identificar las zonas naturales y la capacidad de turistas que puedan acudir por horarios.
- Incorporar un personal de seguridad para verificar el uso de medidas de protección en la zona.
- Lograr reconocer productos naturales que destaquen en la producción del Distrito de Mollepata
- Incorporar y financiar ferias gastronómicas como venta de productos naturales.
- Reconocer y explorar nuevas zonas de turismo de aventura.

---

#### SEGUNDA ETAPA

---

Establecer un horario de reunión con el área encargada de desarrollo turístico y económico, donde se logre emitir las razones de dicha propuesta.

---

#### ACTIVIDADES

---

- Expandir el flujo turístico
  - Presentar nuevas opciones en las zonas naturales
  - Incentivar a los habitantes a trabajar de forma colaborativa.
-



- 
- Identificar al rubro de turista habitual.
  - Incorporar ferias artesanales y gastronómicas que impulsen el emprendimiento de la zona.
- 

### **Resultados esperados de la propuesta**

Una vez ejercida la propuesta se busca obtener respuestas positivas en beneficio del Distrito de Mollepata. Es así, que se espera encontrar un trabajo colaborativo por parte de los pobladores en relación a la venta de ferias donde se expongan sus productos. Otro resultado esperado es la mejora económica de zona como la reactivación turística. De acuerdo a las metas establecidas se espera también que la zona vuelva a ser punto de vista habitual del turismo nacional, local e internacional haciendo uso obligatorio de medidas de salubridad como el distanciamiento social esperado.

#### **5.2.2 Propuesta N° 2:**

**Título:** Propuesta de promoción y marketing digital en mejora de la actividad turística en tiempos de Covid- 19, en el Distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021.

#### **Objetivos:**

- Planes para garantizar la atención sanitaria a los turistas en el Distrito de Mollepata, Anta.
- Dar consejos a los turistas con medidas personales para evitar contagios durante el viaje en el Distrito de Mollepata, Anta.
- Proponer elementos de la gastronomía local que ayuden a mejorar el sistema inmune en el Distrito de Mollepata, Anta.
- Incorporar medidas publicitarias, manejo de redes sociales en el Distrito de Mollepata, Anta.



- Potenciar las relaciones publicas en el Distrito de Mollepata, Anta
- Manejo constante de paneles publicitarios en el Distrito de Mollepata, Anta
- Manejo de marketing digital y promociones innovadoras en el Distrito de Mollepata, Anta

**Lugar:**

Distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021

**Población beneficiada**

- Turismo nacional ( Espacios de ocio)
- Turismo de aventura ( Trekking, etc)
- Turismo local ( venta de productos o consumo gastronómico)

**Justificación:**

El ser siempre un espacio más singular con diferencia ante la competencia en tiempos de covid-19, se ha convertido en un grado elemento, es así, que el manejo del marketing digital como promociones se convirtió en el señuelo más buscado por el turista. La presente propuesta será factible debido a que las redes sociales se volvieron una herramienta que esta al acceso de todo tipo de persona, teniendo como finalidad el mercado digital y la mejorar de la actividad turística en el Distrito de Mollepata.

**Descripción de la propuesta**

La propuesta tiene como finalidad reactivar la actividad turística en el Distrito de Mollepata, pero para poder cumplir con dicho objetivo se requiere del trabajo e incorporación de algunos elementos, entre ellos el marketing digital que será de gran ayuda para promocionar los espacios naturales y en mayor caso los productos naturales de la zona, generando mayor desarrollo económico, todas las actividades mencionadas se buscaran realizar incorporando las medidas sanitarias necesarias que brinden al turista la seguridad y confianza que se requiere.



### Lugar y hora

Se buscará realizar reuniones con las personas encargadas del Distrito de Mollepata, en este caso como primer enfoque la municipalidad de Anta, y el área encargada, para poder determinar algún horario. Después de realizar las consultas tomando en cuenta el horario de los trabajadores, se pretender realizar dichas reuniones 2 veces a la semana entre ellos los días viernes y sábados de las 09: am a las 11: am, teniendo como duración 2 sábados y 2 viernes donde se detallará el siguiente temario:

- Planes para garantizar la atención sanitaria a los turistas en el Distrito de Mollepata, Anta.
- Dar consejos a los turistas con medidas personales para evitar contagios durante el viaje en el Distrito de Mollepata, Anta
- Proponer elementos de la gastronomía local que ayuden a mejorar el sistema inmune en el Distrito de Mollepata, Anta
- Incorporar medidas publicitarias, manejo de redes sociales en el Distrito de Mollepata, Anta
- Potenciar las relaciones publicas en el Distrito de Mollepata, Anta
- Manejo constante de paneles publicitarios en el Distrito de Mollepata, Anta
- Manejo de marketing digital y promociones innovadoras en el Distrito de Mollepata, Anta



## Actividades

---

### PRIMERA ETAPA

---

Realizar un cronograma de actividades para establecer un horario de visita y una previa reunión con la Municipalidad de Anta, para expresar los motivos de la propuesta que se busca generar, emitiendo las razones.

---

#### ACTIVIDADES

---

- Incorporar medidas que generen confianza en el turista
- Venta de productos naturales que ayuden a la reducción de contagios
- Manejar promociones, descuentos, etc.
- Mayor uso de redes sociales que difundan las zonas y productos.
- Repotenciar las relaciones públicas que ayuden a reactivación turística.

---

### SEGUNDA ETAPA

---

Establecer reuniones con los encargados del área de turismo para incorporar todas las medidas en la difusión de atractivos, ferias.

---

#### ACTIVIDADES

---

- Difundir cada semana las ferias artesanales como productos y gastronomía de la zona.
- Conseguir nexos con medios de comunicación que ayuden a la difusión
- Trabajar con la repuesta rápida hacia los turistas por medio de las redes sociales
- Resaltar las zonas naturales y las medidas de protección.

---

## Resultados esperados de la propuesta

Una vez ejercida la propuesta se busca obtener respuestas positivas, tales como la reactivación turística que genere por ende ingresos económicos para el Distrito de Mollepata, mejorar el flujo turístico y abarcar todo el mercado digital. La incorporación de ferias gastronómicas como artesanales será gran atractivo para el turista siempre tomando medidas sanitarias que generen confianza en el turista. Otra finalidad esperada es la integración de promociones digitales y expandir el campo turístico.



**Presupuesto**

*Propuesta de promoción y marketing digital en mejora de la actividad turística en tiempos de Covid- 19, en el distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021.*

Item	Subtotal	N° Población	Total
1. Equipo de publicidad	S/.4,800.00	1	S/.4,800.00
2. Materiales	S/.1,104.00	1	S/.1,104.00
3. Refrigerios	S/.8,320.00	1	S/.8,320.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/.14,224.00</b>		<b>S/.14,224.00</b>

**1. MANO DE OBRA CALIFICADA** S/. **S/.7,600.00**

Descripción	Unid.	Cant.	P.U.	N° Sesiones	Subtotal
Capacitador de Publicidad(Transporte, alimentación, alojamiento, equipo multimedia, y Laptop)	UND	2	350	4	2800
Asistente de promoción a todo costo(Transporte, alimentación, alojamiento, equipo multimedia y Laptop)	UND	2	250	4	2000
Capacitador en organización de ferias artesanales y venta de productos, gastronomía de la zona(Transporte, alimentación, alojamiento, equipo multimedia y Laptop)	UND	2	350	4	2800

**2. MATERIALES** S/. **S/.1,304.00**

Descripción	Unid.	Cant.	P.U.	N° Sesiones	Subtotal
Lapiceros con impresión de logotipos	UND	60	3	1	240
Plumones	UND	8	3	1	24
Fotocopias	UND	60	10	1	800
Banners	UND	5	40	1	200
Papelotes	UND	60	0.5	1	40

**3. REFRIGERIOS** S/. **S/.6,240.00**

Descripción	Unid.	Cant.	P.U.	N° Sesiones	Subtotal
Bebida	UND	60	6	4	1440
Sándwich	UND	60	12	4	2880
Snack	UND	60	8	4	1920





## CONCLUSIONES

**Primera conclusión :** Se concluyó que, de acuerdo al objetivo general, se realizó el análisis sobre el diagnóstico de la Actividad turística en tiempos de COVID-19 en el distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021, el cual fue regular, esto debido a que el 82.5% de las familias encuestadas del distrito de Mollepata lo consideraron poco adecuado y algunas familias evidenciaron cifras de desacuerdo, por lo tanto, la actividad turística en el distrito de Mollepata en tiempos de COVID-19 se realiza de forma inadecuada ya que no se encuentran encaminados a brindar al turista la facilidad de ocupar su tiempo, esto a causa de la emergencia sanitaria presente que genera muchas imposibilidades reduciendo las actividades a desarrollar.

**Segunda conclusión:** Se concluyó que, de acuerdo al objetivo específico 1, se conoció que la demanda turística en tiempos de COVID-19 en el distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021, fue regular, esto debido a que el 67.5 % de las familias encuestadas del distrito de Mollepata, consideraron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo a causa de que los costos subieron de precio y las cantidades variaron, otro elemento a considerar es que la competencia entre los mismos ha disminuido en la misma área geográfica obligando a que muchos establecimientos(restaurantes, hospedajes, albergues, hoteles, lodges) cierren sus puertas. De otro lado, la estacionalidad y lo aleatorio evidenciaron que las restricciones sanitarias dadas por el gobierno sorprendieron a las familias que no estaban preparadas frente a estos eventos (Pandemia), el cual derivó en una suspensión total del desarrollo del turismo que afecta directamente los ingresos de las familias.

**Tercera conclusión:** Se concluyó que, de acuerdo al objetivo específico 2, se conoció que la oferta turística en tiempos de COVID-19 en el distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021, es regular, esto debido a que el 62.5 % de las familias encuestadas del distrito de Mollepata, lo consideraron poco adecuado ya que algunos elementos como los recursos



turísticos se encontraban activos de vez en cuando y se tenía como influencia la emergencia sanitaria que pedía nuevas medidas de seguridad, de otro lado, la planta turística no lograba manejar correctamente los equipamientos que hacían posible la permanencia del turista en tiempos de Covid- 19, con la finalidad de salvaguardar la seguridad de los turistas.

**Cuarto objetivo:** Se concluyó que, de acuerdo al objetivo específico 3, se conoció que los espacios geográficos en tiempos de COVID-19 en el distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021, eran regulares, esto debido a que el 65% de las familias encuestadas del distrito de Mollepata consideraron estar en desacuerdo con los componentes de preservación de espacios naturales de la zona, se tomó en cuenta también al componente social donde se manejaban el valor histórico y social en tiempos de Covid-19, considerando que el turismo se basa en una valoración social de determinados elementos naturales y culturales, y este varía a lo largo de la historia, en relación a los componentes culturales se conoció que ya no manifestaban su diversidad y atractivos para realizar diferentes tipos de Turismo en tiempos de covid-19.

**Quinto objetivo:** Se concluyó que, de acuerdo al objetivo específico 4, se conoció que los operadores de mercado en tiempos de COVID-19 en el distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021, son regulares, esto debido a que el 60% los considero poco adecuados, debido a que dentro de la zona se encontraban agencias activas de viaje que no realizaban mayores esfuerzos con los operadores turísticos generando en la actualidad la reducción de organismos públicos y privados que ayuden a un mejor diálogo con las compañías, es así, que la poca eficiencia produjo también que las compañías de transporte no logren ayudar al desplazamiento de los visitantes en tiempos de Covid -19.



## RECOMENDACIONES

**Primero:** Se recomienda a la Municipalidad Distrital de Mollepata sobre las actividades turísticas en tiempos de Covid-19, incorporar el manejo de marketing digital que expanda su mercado por el mundo y de esta forma poder agrandar el mercado del turista, es así, que la actividad turística logre ser optima y satisfactoria en el distrito, por otro lado, se recomienda el trabajo colaborativo de los habitantes en mención al uso de medidas de bioseguridad que generen un buen concepto de la zona , así como, generar confianza en los visitantes y brindar servicios básicos completos.

**Segundo:** Se recomienda a la Municipalidad Distrital de Mollepata sobre la demanda turística en tiempos de Covid- 19, reforzar las promociones turísticas trabajando en base a un control de cambios de espacios naturales como atractivos de la zona, teniendo en cuenta todos los equipamientos que requiere dicho distrito. De esta forma, se lograría conseguir que los turistas aumenten en su número de llegada generando un valor de dinero estadístico en beneficio de la zona. De otro lado, se recomienda tomar mayor énfasis en las nuevas tendencias de consumo del turista y la seguridad que este busca en tiempos de emergencia sanitaria.

**Tercero:** Se recomienda a la Municipalidad Distrital de Mollepata sobre las ofertas turísticas en tiempos de Covid- 19, repotenciar las promociones por medio de un dialogo con los visitantes y de esta forma detallar los servicios turísticos que se tienen, estar atentos a las quejas sugerencias que se emitan. De otro lado, para poder repotenciar dicha oferta se tiene que estar al tanto de las tendencias del mercado digital y pensar tecnológicamente, optando por el análisis de aspectos mejorables.

**Cuarto:** Se recomienda a la Municipalidad Distrital de Mollepata sobre los espacios geográficos en tiempos de Covid- 19 , concientizar a las familias del Distrito de Mollepata a preservar las zonas naturales y distintos atractivos que forman parte de una actividad



sostenible, esto debido a que dichos espacios aportaran gran beneficio económico a sus familias, así mismo, ayudara de manera directa en la mejora de la calidad de vida y finalmente la conservación de espacios geográficos ayudaran a mejorar la percepción del turista. No se debe omitir que mientras se exista un adecuado espacio geográfico también se conservara la biodiversidad existente en el planeta y la salud de los pobladores.

**Quinto:** Se recomienda a la Municipalidad Distrital de Mollepata sobre los operadores de mercado en tiempos de COVID-19, buscar estrategias de mejora en función de las empresas y organismos que ayuden a la interrelación de la demanda y oferta ya que el buscar la mejora de dichas funciones tendría como finalidad llegar a un grupo de turistas que busquen optar por los servicios de calidad que ofrece el distrito, de otro lado, dichos operadores ayudarían a la difusión de diferentes áreas naturales como atractivos turísticos de la zona.



## BIBLIOGRAFÍA

Acerenza, M. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. Mexico: Trillas.

Agencia peruana de Noticias. (26 de Febrero de 2021). *Machu Picchu reabre el 1 de marzo y*

*Cusco confía en reactivar su economía y turismo*. Obtenido de Andina:

[https://andina.pe/agencia/noticia-machu-picchu-reabre-marzo-y-cusco-confia-](https://andina.pe/agencia/noticia-machu-picchu-reabre-marzo-y-cusco-confia-reactivar-su-economia-y-turismo-835138.aspx)

[reactivar-su-economia-y-turismo-835138.aspx](https://andina.pe/agencia/noticia-machu-picchu-reabre-marzo-y-cusco-confia-reactivar-su-economia-y-turismo-835138.aspx)

Anzil, F. (2009). *Ecolink*. Obtenido de

<https://www.econlink.com.ar/definicion/recursosnaturales.shtml>

Boullón, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. Mexico: Trillas.

Congreso de la Republica. (23 de Setiembre de 2009). *Ley general de turismo*. Obtenido de

Ley general de turismo: <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/per89826.pdf>

DIRCETUR. (2009). *Manual de Calidad Turística para las Agencias de Viaje y Turismo*. 90.

Guerrero, P., & Ramos, J. (2014). *Introducción al turismo*. Mexico: Patria.

Hernandez, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw-Hill.

Lopez, F. (1994). *Actividad Turística y Espacio Geográfico en el Umbral del siglo XXI*.

*PAPERS THE TURISME*, 14.

MINCETUR. (2011). *Guía Metodológica para la Identificación, Formulación y Evaluación*

*Social de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo, a Nivel de Perfil*.

LIMA.

Ministerio de industria, Comercio y Turismo. (18 de Diciembre de 2018). *Plan Sectorial de*

*Turismo*. Obtenido de Turismo: El propósito que nos une:

[https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-](https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013)

[4c826bab5013](https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013)



- Molina, A. (2020). *Estrategia de Comunicación Integral para la Asociación Peruana de Agencias de Viajes y Turismo* - APAVIT . Lima: Universidad de Lima.
- Municipalidades, A. C. (1997). Turismo y Gestion Municipal. *Manual didactico para la Gestion Municipal*, 198.
- Narvárez Castro , M. L. (2013). Competitividad de empresas turisticas: un análisis desde el enfoque sistematico. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 243-260.
- OMT. (1995). *Concepts, Definitions, and Clasifications for tourism Statistics*. Madrid.
- OMT. (1998). *SISTEMA TURISTICO ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO*.
- Organización Mundial del Turismo,. (2007). *organizacion mundial del turismo*. OMT.
- Sancho Perez, A. (2008). *Introduccion al Turismo*. Madrid: Organizacion Mundial del Turismo.
- Sancho, A. (1998). *Introduccion al Turismo*. Madrid: OMT.
- Sancho, A. (1998). *Introduccion al Turismo*. Madrid: OMT.
- Tinoco, O. (2003). Los impactos del Turismo en el Peru. *Industrial Data*, 15.



**ANEXOS**



**Anexo 1: Matriz de consistencia**

Problema	Objetivo	Variable	Metodología
<p>¿Cómo es el diagnóstico de la Actividad turística en tiempos de COVID – 19 en el Distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021?</p> <p><b>Problemas específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo es la Demanda turística en tiempos de COVID – 19 en el Distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021?</li> <li>• ¿Cómo es la Oferta turística en tiempos de COVID – 19 en el Distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021?</li> <li>• ¿Cómo es el Espacio Geográfico en tiempos de COVID – 19 en el Distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021?</li> <li>• ¿Cómo son los Operadores de mercado en tiempos de COVID – 19 en el Distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021?</li> </ul>	<p>Analizar el diagnóstico de la Actividad turística en tiempos de COVID-19 en el Distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021.</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer la Demanda turística en tiempos de COVID-19 en el Distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021.</li> <li>• Conocer la Oferta turística en tiempos de COVID-19 en el Distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021.</li> <li>• Conocer el Espacio geográfico en tiempos de COVID-19 en el Distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021.</li> <li>• Conocer los Operadores de mercado en tiempos de COVID-19 en el Distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021.</li> </ul>	<p>ACTIVIDAD TURÍSTICA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Demanda Turística</li> <li>• Oferta Turística</li> <li>• Espacio Geográfico</li> <li>• Operadores De Mercado</li> </ul>	<p><b>Alcance:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Descriptivo</li> </ul> <p><b>Diseño:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• No experimental</li> </ul> <p><b>Enfoque:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuantitativo</li> </ul> <p><b>Población:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 40 familias del distrito de Mollepata</li> </ul> <p><b>Muestra:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 40 familias del distrito de Mollepata</li> </ul>





Anexo 2: Matriz de Instrumentos

Título: **DIAGNÓSTICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN TIEMPOS DE COVID – 19 EN EL DISTRITO DE MOLLEPATA, ANTA, CUSCO, 2021**

Variables	Dimensiones	Indicadores	Peso	N° Ítems	Ítems	Criterios De Evaluación
<b>ACTIVIDAD TURISTICA</b>	<b>Demanda turística</b>	Costo	20%	4	1. Los costos y precios de las actividades turísticas en tiempos de Covid –19, que se desarrollan en el distrito de Mollepata se han visto afectados.	Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo/ ni en desacuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo
		Competencia			2. Se ha incrementado la competencia en la realización de la Actividad Turística en tiempos de Covid – 19 en el Distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021.	
		Estacionalidad			3. Se ha mantenido la temporada alta o baja en tiempos de Covid-19 en la realización de la Actividad Turística en el Distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021.	
		Aleatorios			4. El confinamiento por Covid-19 afecta el desarrollo de las actividades turísticas en el Distrito de Mollepata.	
	<b>Oferta turística</b>	Recursos turísticos	15%	3	5. Los protocolos de bioseguridad permiten que el visitante se desplace de manera libre y disfrute de los Recursos turísticos en el Distrito de Mollepata.	
		Planta turística			6. Al visitar el Distrito de Mollepata en tiempos de Covid-19, se cuenta con instalaciones y equipamiento para el desarrollo de la actividad turística.	
		Supraestructura			7. Los organismo públicos y privados apoyan y supervisan la Actividad Turística en tiempos de Covid-19 en el Distrito de Mollepata,	
	<b>Espacio geográfico</b>	Componentes naturales	10%	3	8. En tiempos de Covid-19, los atractivos naturales del Distrito de Mollepata son una buena elección para visitar.	
		Componentes sociales			9. Los atractivos del distrito de Mollepata tienen un valor histórico y social que se mantiene en tiempos de Covid-19.	
		Componentes culturales			10. El Distrito de Mollepata ofrece una diversidad atractivos para realizar diferentes tipos de Turismo en tiempos de covid-19.	
	<b>Operadores de mercado</b>	Agencias de viaje	15%	3	11. Las agencias de viaje en tiempos de Covid-19 que desarrollan la actividad Turística en el Distrito de Mollepata, cumplen con los protocolos de bioseguridad.	
		Compañías de transporte regular			12. Las Compañías de Transporte facilitan el desplazamiento de los visitantes en tiempos de Covid -19 en el Distrito de Mollepata.	



---

	Organismos públicos y privados			13. Existe promoción turística de los organismos públicos y privados en Tiempos de Covid -19 en el distrito de Mollepata,
<b>TOTAL</b>		100%	14	

---



**Anexo 3: Instrumento de recolección de datos**



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

**CUESTIONARIO APLICADO A FAMILIAS DEL DISTRITO DE MOLLEPATA**

A continuación, se presenta un conjunto de afirmaciones acerca del Diagnóstico de la Actividad Turística en tiempos de Covid-19 en el distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021, Marcar con una “X” en el casillero que corresponda a la valoración que considere más apropiada a la realidad.

Nº		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
1	Los costos y precios de las actividades turísticas en tiempos de Covid –19, que se desarrollan en el distrito de Mollepata se han visto afectados.					
2	Se ha incrementado la competencia en la realización de la Actividad Turística en tiempos de Covid – 19 en el Distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021.					
3	Se ha mantenido la temporada alta o baja en tiempos de Covid-19 en la realización de la Actividad Turística en el Distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021.					
4	El confinamiento por Covid-19 afecta el desarrollo de las actividades turísticas en el Distrito de Mollepata.					
5	Los protocolos de bioseguridad permiten que el visitante se desplace de manera libre y disfrute de los Recursos turísticos en el Distrito de Mollepata.					
6	Al visitar el Distrito de Mollepata en tiempos de Covid-19, se cuenta con instalaciones y equipamiento para el desarrollo de la actividad turística.					
7	Los organismo públicos y privados apoyan y supervisan la Actividad Turística en tiempos de Covid-19 en el Distrito de Mollepata,					
8	En tiempos de Covid-19, los atractivos naturales del Distrito de Mollepata son una buena elección para visitar.					
9	Los atractivos del distrito de Mollepata tienen un valor histórico y social que se mantiene en tiempos de Covid-19.					
10	El Distrito de Mollepata ofrece una diversidad atractivos para realizar diferentes tipos de Turismo en tiempos de covid-19.					
11	Las agencias de viaje en tiempos de Covid-19 que desarrollan la actividad Turística en el Distrito de Mollepata, cumplen con los protocolos de bioseguridad.					
12	Las Compañías de Transporte facilitan el desplazamiento de los visitantes en tiempos de Covid -19 en el Distrito de Mollepata.					
13	Existe promoción turística de los organismos públicos y privados en Tiempos de Covid -19 en el distrito de Mollepata,					

*Gracias por su colaboración*



### Procedimiento de la Baremación

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

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

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

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

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

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

### Construcción de la Baremación:

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



Resultados de los ítems del cuestionario

		Muy en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Muy de acuerdo	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
P1	Los costos y precios de las actividades turísticas en tiempos de Covid –19, que se desarrollan en el distrito de Mollepata se han visto afectados.	0	0,0%	0	0,0%	5	12,5%	23	57,5%	12	30,0%
P2	Se ha incrementado la competencia en la realización de la Actividad Turística en tiempos de Covid – 19 en el Distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021.	6	15,0%	24	60,0%	5	12,5%	3	7,5%	2	5,0%
P3	Se ha mantenido la temporada alta o baja en tiempos de Covid-19 en la realización de la Actividad Turística en el Distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021.	10	25,0%	25	62,5%	4	10,0%	1	2,5%	0	0,0%
P4	El confinamiento por Covid-19 afecta el desarrollo de las actividades turísticas en el Distrito de Mollepata.	0	0,0%	0	0,0%	2	5,0%	23	57,5%	15	37,5%
P5	Los protocolos de bioseguridad permiten que el visitante se desplace de manera libre y disfrute de los Recursos turísticos en el Distrito de Mollepata.	0	0,0%	1	2,5%	5	12,5%	29	72,5%	5	12,5%
P6	Al visitar el Distrito de Mollepata en tiempos de Covid-19, se cuenta con instalaciones y equipamiento para el desarrollo de la actividad turística.	0	0,0%	2	5,0%	5	12,5%	31	77,5%	2	5,0%
P7	Los organismo públicos y privados apoyan y supervisan la Actividad Turística en tiempos de Covid-19 en el Distrito de Mollepata,	2	5,0%	5	12,5%	10	25,0%	21	52,5%	2	5,0%
P8	En tiempos de Covid-19, los atractivos naturales del Distrito de Mollepata son una buena elección para visitar.	0	0,0%	0	0,0%	5	12,5%	26	65,0%	9	22,5%
P9	Los atractivos del distrito de Mollepata tienen un valor histórico y social que se mantiene en tiempos de Covid-19.	0	0,0%	2	5,0%	4	10,0%	28	70,0%	6	15,0%
P10	El Distrito de Mollepata ofrece una diversidad atractivos para realizar diferentes tipos de Turismo en tiempos de covid-19.	0	0,0%	2	5,0%	5	12,5%	26	65,0%	7	17,5%
P11	Las agencias de viaje en tiempos de Covid-19 que desarrollan la actividad Turística en el Distrito de Mollepata, cumplen con los protocolos de bioseguridad.	0	0,0%	2	5,0%	9	22,5%	24	60,0%	5	12,5%
P12	Las Compañías de Transporte facilitan el desplazamiento de los visitantes en tiempos de Covid -19 en el Distrito de Mollepata.	0	0,0%	2	5,0%	7	17,5%	29	72,5%	2	5,0%
P13	Existe promoción turística de los organismos públicos y privados en Tiempos de Covid -19 en el distrito de Mollepata,	4	10,0%	7	17,5%	9	22,5%	20	50,0%	0	0,0%