



**UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA**



**TESIS**

---

**EL TURISMO CULTURAL Y SU RELACIÓN CON EL INGRESO DE LAS FAMILIAS  
DE LA COMUNIDAD DE SOCMA, DISTRITO DE OLLANTAYTAMBO, PERIODO 2017  
– 2020.**

---

**PRESENTADO POR:**

**BACH. JOSÉ PAOLO LASTEROS FLORES**

**BACH. MIGUEL FABRICIO SOTO VALER**

**Para optar el título profesional de  
economistas**

**ASESORA:**

**DR. MARGARITA MIRANDA ACUÑA**

Cusco – Perú

2021



### Presentación

SEÑOR DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES, DE LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO Y SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

En cumplimiento del reglamento de grados y títulos de la Escuela Profesional de Economía, de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Andina del Cusco, nos es grato presentar la tesis titulada: **“EL TURISMO CULTURAL Y SU RELACION CON EL INGRESO DE LAS FAMILIAS DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DE SOCMA DEL DISTRITO DE OLLANTAYTAMBO PERIODO 2017-2020”**, con la finalidad de optar al Título Profesional de Economistas.

Este trabajo de investigación se ha venido haciendo con muchísimas horas de dedicación y esmero, y que esperamos sea un gran apoyo para la mejora de la coyuntura para la sociedad, las autoridades y personal ligado al turismo cultural. El presente trabajo dará a conocer la relación existente entre el turismo cultural con el ingreso de las familias de Socma, distrito de Ollantaytambo, en ella se verán también el cómo su poder adquisitivo y su calidad de vida han mejorado gracias al turismo cultural, esperando también que la presente investigación sea una herramienta de apoyo para futuras investigaciones.



## Agradecimientos

En primer lugar, agradecemos a la Universidad Andina del Cusco, nuestra casa de estudios, por todo el apoyo y todas las enseñanzas brindadas en este proceso de formación profesional y laboral, de igual modo agradecer a todos nuestros docentes de la escuela profesional de economía por las enseñanzas impartidas y las experiencias acontecidas durante estos años.

De la misma forma, tenemos un profundo agradecimiento a nuestra asesora, la Dra. Margarita Miranda Acuña, por ser una maestra a carta cabal, y quien nos apoyó de manera incondicional mostrando paciencia, guiándonos y enriqueciéndonos de conocimientos en el presente documento de investigación.

Agradecemos también a nuestros dictaminantes, quienes fueron cruciales en el apoyo, tiempo y paciencia para hacer de este trabajo, una investigación viable.

Finalmente, debemos agradecer a Dios, por la oportunidad de mostrar fortaleza en todos estos años, y también nuestras respectivas familias, por todo el apoyo brindado no solo durante la elaboración del trabajo de investigación, sino también en todos los años de aprendizaje que hemos tenido, desde infantes hasta la presente fecha.

José Paolo y Miguel Fabricio



### Dedicatoria

*Primero que nada quiero agradecer a Dios, por darme las oportunidades de demostrar fortaleza, sapiencia y humildad durante el transcurso de mi vida, agradecer también a mis padres, Carlos y Carmen, quienes han brindado más de lo que una persona haría por su hijo, a mis tíos Patricia y Roberto, quienes me apoyaron en lograr todas mis metas académicas desde que era un pequeño, a mi hermano Giancarlo por haber estado a mi lado siempre; por último quisiera agradecer a todos mis amigos quienes estuvieron conmigo compartiendo experiencias grandiosas y conocimiento que me hicieron llegar hasta aquí, muchas gracias a todos.*

*Paolo Lasteros*

*Agradezco a Dios por ser la luz de mis días, a mi madre por su amor y plena confianza, a mis queridos abuelos, a mis tías Yudy y Janet por el apoyo incondicional de siempre, a mi tío Miguel Angel por acompañar mi crecimiento, a Celis por creer en mí, a mi familia y amigos por su constante preocupación.*

*Miguel Soto*



## Índice

|                        |      |
|------------------------|------|
| Presentación.....      | i    |
| Agradecimientos.....   | ii   |
| Dedicatoria.....       | iii  |
| Índice.....            | iv   |
| Índice de tablas.....  | viii |
| Índice de figuras..... | x    |
| Resumen.....           | xii  |
| Abstract.....          | xiii |
| Introducción.....      | ix   |

### Capítulo I

#### Planteamiento del Problema

|        |  |   |
|--------|--|---|
| 1.1    | Descripción del Problema.....          | 1 |
| 1.2    | Formulación del Problema.....          | 7 |
| 1.2.1  | Problema general.....                  | 7 |
| 1.2.2. | Problemas específicos.....             | 7 |
| 1.3    | Justificación de la Investigación..... | 7 |
| 1.3.1  | Relevancia social.....                 | 7 |
| 1.3.2  | Valor teórico.....                     | 7 |
| 1.3.3  | Utilidad metodológica.....             | 8 |
| 1.3.4  | Viabilidad o factibilidad.....         | 8 |
| 1.4    | Objetivos de la Investigación.....     | 8 |
| 1.4.1  | Objetivo general.....                  | 8 |
| 1.4.2  | Objetivos específicos.....             | 8 |
| 1.5    | Delimitación de la Investigación.....  | 9 |
| 1.5.1  | Delimitación temporal.....             | 9 |
| 1.5.2  | Delimitación espacial.....             | 9 |
| 1.5.3  | Delimitación conceptual.....           | 9 |

### Capítulo II

#### Marco Teórico



|        |  |    |
|--------|--|----|
| 2.1.   | Antecedentes de la Investigación .....           | 10 |
| 2.1.1. | Antecedentes internacionales .....               | 10 |
| 2.1.2. | Antecedentes nacionales.....                     | 14 |
| 2.1.3. | Antecedentes locales .....                       | 19 |
| 2.2.   | Bases Teóricas .....                             | 22 |
| 2.2.1  | Economía del Turismo .....                       | 22 |
| 2.2.2. | Turismo cultural .....                           | 27 |
| 2.2.3. | Teorías del Ingreso .....                        | 28 |
| 2.2.4. | La teoría del desarrollo Local Territorial ..... | 31 |
| 2.2.5  | Teoría del Desarrollo Endógeno.....              | 32 |
| 2.2.6  | Teoría de la Economía Solidaria .....            | 34 |
| 2.2.7  | Teoría del Óptimo de Pareto .....                | 35 |
| 2.2.8  | Teoría del Valor de la experiencia .....         | 35 |
| 2.3    | Marco Conceptual .....                           | 36 |
| 2.3.1  | Economía.....                                    | 36 |
| 2.3.2  | Ingreso familiar .....                           | 36 |
| 2.3.3  | Poder adquisitivo.....                           | 36 |
| 2.3.4  | Calidad de vida.....                             | 37 |
| 2.3.5  | Turismo .....                                    | 37 |
| 2.3.6  | Cultura.....                                     | 37 |
| 2.3.7  | Turismo cultural .....                           | 37 |
| 2.3.8  | Patrimonio Cultural material .....               | 38 |
| 2.3.9  | Patrimonio Cultural inmaterial.....              | 38 |
| 2.4    | Formulación de hipótesis.....                    | 39 |
| 2.4.1  | Hipótesis general .....                          | 39 |
| 2.4.2  | Hipótesis específicas .....                      | 39 |
| 2.5    | Variables.....                                   | 39 |
| 2.5.1  | Variables.....                                   | 39 |
| 2.5.2  | Conceptualización de las variables.....          | 40 |
| 2.5.3  | Operacionalización de las variables .....        | 41 |



### Capítulo III

#### Método de Investigación

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 3.1   | Tipo de Investigación .....                    | 42 |
| 3.2   | Enfoque de Investigación .....                 | 42 |
| 3.3   | Diseño de Investigación .....                  | 42 |
| 3.4   | Alcance de Investigación.....                  | 42 |
| 3.5   | Población y Muestra de Investigación.....      | 43 |
| 3.5.1 | Población .....                                | 43 |
| 3.5.2 | Muestra.....                                   | 43 |
| 3.6   | Técnicas e instrumentos de investigación ..... | 43 |
| 3.6.1 | Técnicas.....                                  | 43 |
| 3.6.2 | Instrumentos .....                             | 44 |
| 3.7   | Validez y confiabilidad del instrumento .....  | 44 |
| 3.8   | Procesamiento de datos .....                   | 45 |

### Capítulo IV

#### Análisis del Entorno Socioeconómico de la Comunidad de Socma

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 4.1   | Información General del Distrito de Ollantaytambo ..... | 46 |
| 4.1.1 | Breve historia: .....                                   | 46 |
| 4.1.2 | Ubicación geográfica.....                               | 46 |
| 4.1.3 | Infraestructura .....                                   | 47 |
| 4.1.4 | Accesibilidad .....                                     | 48 |
| 4.1.5 | Aspectos demográficos.....                              | 48 |
| 4.1.6 | Aspectos culturales.....                                | 49 |
| 4.1.7 | Aspectos económicos .....                               | 50 |
| 4.1.8 | Aspectos políticos e institucionales.....               | 51 |

### Capítulo V

#### Análisis e Interpretación de los Resultados de la Investigación

|        |  |    |
|--------|--|----|
| 5.1.   | Resultados para las variables .....                  | 54 |
| 5.1.1. | Género de los jefes de familia .....                 | 54 |
| 5.1.2. | Edad de los jefes de familia.....                    | 55 |
| 5.1.3. | Número de integrantes de las familias de Socma ..... | 56 |



|   |     |
|---|-----|
| 5.1.4. Actividades productivas de las familias de Socma.....              | 56  |
| 5.1.5. Ingreso familiar.....  | 57  |
| 5.1.6. Turismo cultural en Socma.....                                     | 72  |
| 5.2 Resultados para el objetivo general .....                             | 83  |
| 5.3 Resultados para los objetivos específicos.....                        | 89  |
| 5.3.1 Prueba de las hipótesis específicas .....                           | 89  |
| Capítulo VI   |     |
| Discusión   |     |
| 6.1 Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos .....    | 93  |
| 6.2 Limitaciones de estudio .....   | 95  |
| 6.3 Comparación crítica con la lectura existente .....                    | 97  |
| 6.4 Implicancias del estudio .....  | 102 |
| Conclusiones.....   | 103 |
| Recomendaciones .....   | 105 |
| Bibliografía.....   | 106 |
| Anexos.....   | 111 |
| a. Matriz de consistencia.....  | 112 |
| b. Encuesta aplicada a los jefes de familia de la comunidad de Socma..... | 114 |
| c. Fotos del recorrido y aplicación de los instrumentos.....              | 122 |





## Índice de tablas

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1 <i>Actividades turísticas realizadas en el Perú</i> .....  | 3  |
| Tabla 2. <i>Conceptualización de las variables</i> .....   | 40 |
| Tabla 3. <i>Operacionalización de variables</i> .....  | 41 |
| Tabla 4. <i>Confiabilidad del instrumento</i> .....  | 44 |
| Tabla 5. <i>Resumen de infraestructura de Ollantaytambo</i> .....  | 47 |
| Tabla 6 <i>Género de los jefes de familia de Socma</i> .....   | 54 |
| Tabla 7. <i>Edad de las familias de Socma</i> .....  | 55 |
| Tabla 8. <i>Número de integrantes de familia de Socma</i> .....  | 56 |
| Tabla 9. <i>Actividades productivas de las familias de Socma</i> .....                                       | 56 |
| Tabla 10. <i>Ingreso mensual de las familias de Socma, 2020</i> .....  | 57 |
| Tabla 11 <i>Conformidad con el ingreso percibido</i> .....   | 59 |
| Tabla 12 <i>Consumo de bienes de primera necesidad de las familias de Socma</i> .....                        | 59 |
| Tabla 13. <i>Gastos en bienes de primera necesidad por cantidad de integrantes de familia en Socma</i> ..... | 61 |
| Tabla 14. <i>Ahorro en las familias de Socma</i> .....   | 62 |
| Tabla 15. <i>Lugares a donde acuden las familias de Socma cuando existen problemas de salud, 2020</i> .....  | 62 |
| Tabla 16 <i>Relación entre el ingreso mensual con la salud de las familias de Socma, 2020</i> .....          | 64 |
| Tabla 17 <i>Nivel de educación de los jefes de familia de Socma</i> .....                                    | 64 |
| Tabla 18. <i>Número de habitaciones</i> .....  | 65 |
| Tabla 19. <i>Tipo de vivienda en Socma</i> .....   | 66 |
| Tabla 20. <i>Tipo de techos de las viviendas de Socma</i> .....  | 67 |
| Tabla 21. <i>Tipo de pisos de las viviendas de Socma</i> .....   | 68 |
| Tabla 22 <i>Urbanización de las viviendas de las familias de Socma</i> .....                                 | 69 |
| Tabla 23. <i>Servicios básicos en Socma</i> .....  | 70 |
| Tabla 24. <i>Tecnología y artefactos en Socma</i> .....  | 71 |
| Tabla 25 <i>Existencia del turismo cultural en Socma</i> .....   | 72 |
| Tabla 26 <i>Existencia de más bienes turísticos en Socma</i> .....   | 73 |
| Tabla 27 <i>Nivel de beneficiados por el turismo cultural</i> .....  | 74 |



|  |    |
|--|----|
| Tabla 28 <i>Nivel de beneficio e ingresos mensuales actuales de las familias de Socma</i> .....  | 75 |
| Tabla 29 <i>Principal motivo para promover el turismo cultural en Socma</i> .....  | 76 |
| Tabla 30. <i>Contribución del turismo cultural en el ingreso familiar de Socma</i> .....   | 77 |
| Tabla 31. <i>Crecimiento del ingreso familiar por el turismo cultural de los últimos 3 años</i> .....  | 77 |
| Tabla 32. <i>Cambio más grande en Socma gracias al turismo cultural</i> .....  | 78 |
| Tabla 33. <i>Emprendimientos o negocios ligados al turismo cultural en Socma</i> .....   | 80 |
| Tabla 34 <i>Apoyo de las autoridades con respecto a los bienes turísticos de Socma</i> .....   | 81 |
| Tabla 35. <i>Principales agentes del desarrollo del turismo cultural en Socma</i> .....  | 82 |
| Tabla 36. <i>Correlación entre las variables de turismo cultural y el ingreso de las familias de Socma</i> .....   | 84 |
| Tabla 37. <i>Tabla cruzada entre los ingresos mensuales de hace 3 años con los ingresos mensuales actuales.</i> .....  | 85 |
| Tabla 38. <i>Prueba Chi - cuadrado</i> .....   | 86 |
| Tabla 39. <i>Tabla cruzada entre ingreso mensual actual y las familias beneficiadas con el turismo cultural en Socma</i> .....   | 87 |
| Tabla 40. <i>Prueba Chi – cuadrado</i> .....   | 87 |
| Tabla 41. <i>Tabla cruzada entre ingresos mensuales actuales con la afirmación de las familias con el incremento de su ingreso gracias al turismo cultural en los últimos 3 años</i> ..... | 88 |
| Tabla 42 <i>Prueba Chi – cuadrado</i> .....  | 88 |
| Tabla 43 <i>Correlación entre las variables de turismo cultural y el poder adquisitivo de las familias de Socma.</i> .....   | 90 |
| Tabla 44 <i>Correlación entre las variables de turismo cultural y la calidad de vida de las familias de Socma</i> .....  | 91 |
| Tabla 45 <i>Comparación crítica con la lectura existente</i> .....   | 97 |



## Índice de figuras

|  |    |
|--|----|
| <i>Figura 2.</i> Dimensiones Turismo Cultural .....  | 28 |
| <i>Figura 3.</i> Ubicación Cartográfica de Ollantaytambo .....   | 46 |
| <i>Figura 4.</i> Distribución de la población de Ollantaytambo .....                                   | 49 |
| <i>Figura 4.</i> Género de los jefes de familia de Socma.....  | 55 |
| <i>Figura 5.</i> Actividades productivas de las familias de Socma .....                                | 57 |
| <i>Figura 6.</i> Ingreso mensual de las familias de Socma, 2020.....                                   | 58 |
| <i>Figura 9.</i> Conformidad con el ingreso mensual .....  | 59 |
| <i>Figura 10.</i> Gastos en bienes de primera necesidad de las familias de Socma .....                 | 60 |
| <i>Figura 11.</i> Ahorro en las familias de Socma.....   | 62 |
| <i>Figura 12.</i> Lugares a donde acuden las familias de Socma cuando existen problemas de salud ..... | 63 |
| <i>Figura 13.</i> Nivel de educación de los jefes de familia de Socma .....                            | 65 |
| <i>Figura 14.</i> Tipo de vivienda en Socma .....  | 66 |
| <i>Figura 15.</i> Tipo de techos de las viviendas de Socma .....                                       | 67 |
| <i>Figura 16.</i> Tipo de pisos de las viviendas de Socma .....  | 68 |
| <i>Figura 16.</i> Urbanización de las viviendas de las familias de Socma .....                         | 69 |
| <i>Figura 18.</i> Servicios básicos en Socma.....  | 70 |
| <i>Figura 19.</i> Tecnología y artefactos en Socma.....  | 72 |
| <i>Figura 20.</i> Existencia del turismo cultural en Socma .....                                       | 73 |
| <i>Figura 21.</i> Existencia de más bienes turísticos en Socma.....                                    | 74 |
| <i>Figura 22.</i> Nivel de beneficiados por el turismo cultural.....                                   | 75 |
| <i>Figura 23.</i> Principal motivo para promover el turismo cultural en Socma.....                     | 76 |
| <i>Figura 23.</i> Contribución del turismo cultural en el ingreso familiar de Socma.....               | 77 |
| <i>Figura 24.</i> Crecimiento del ingreso familiar por el turismo cultural de los últimos 3 años ..... | 78 |
| <i>Figura 26.</i> Cambio más grande en Socma gracias al turismo cultural.....                          | 79 |
| <i>Figura 26.</i> Existencia de un emprendimiento o negocio ligado al turismo cultural en Socma.....   | 80 |
| <i>Figura 27.</i> Emprendimientos o negocios ligados al turismo cultura en Socma .....                 | 81 |
| <i>Figura 28.</i> Principales agentes del desarrollo del turismo cultural en Socma .....               | 82 |



*Figura 31.* Dispersión de las variables ingresos mensuales de hace 3 años con ingresos mensuales actuales.....86



## Resumen

El presente trabajo de investigación titulado: “EL TURISMO CULTURAL Y SU RELACIÓN CON EL INGRESO DE LAS FAMILIAS DE LA COMUNIDAD DE SOCMA, DISTRITO DE OLLANTAYTAMBO, PERIODO 2017 – 2020”, tiene como fin el determinar si el turismo cultural ha elevado el ingreso de las familias de Socma en el periodo 2017 – 2020, que a su vez logra determinar el aporte del turismo cultural tanto en el poder adquisitivo como en la mejora de la calidad de vida de las familias de Socma.

Con respecto a sus dimensiones se señala que en la variable ingreso familiar (variable dependiente) tiene como dimensiones el poder adquisitivo y la calidad de vida; mientras que en la variable turismo cultural (variable independiente), sus dimensiones son los beneficios sociales y beneficios económicos. La presente investigación es de corte correlacional, con un enfoque cuantitativo y de diseño no experimental.

Los resultados señalan que el ingreso general de las familias entre los periodos 2017 – 2020 aumentaron, aunque no de forma muy significativa, las estadísticas señalaron que la relación entre ambos era independiente, sin embargo, en trabajo empírico podemos notar un crecimiento entre ingresos pasados y actuales de los pobladores de Socma, de entre ellos, la mayoría afirmó que fue gracias al turismo cultural (90,6%) de las mismas.

Asimismo, se señala que el turismo cultural sí logro aportar el poder adquisitivo de las familias de Socma, mostrando una correlación de 0,451. Y también que el turismo cultural si logró mejorar la calidad de vida de las familias de Socma, Ollantaytambo, mostrando una correlación de 0,419. Ambas correlaciones dentro de un margen aceptable según la escala de Spearman.

**Palabras clave: Turismo cultural, ingreso familiar**



### **Abstract**

This study work is entitled: "CULTURAL TOURISM AND ITS RELATIONSHIP WITH THE INCOME OF THE FAMILIES OF THE SOCMA COMMUNITY, OLLANTAYTAMBO DISTRICT, PERIOD 2017 - 2020", this research aims to determinate if cultural tourism has increased income of Socma families in the period 2017 - 2020, which in turn will determine the contribution of cultural tourism both in purchasing power and in improving the quality of life of Socma families.

With respect to its dimensions, it is pointed out that in the family income variable (dependent variable) its dimensions are purchasing power and quality of life; while in the cultural tourism variable (independent variable), its dimensions are social benefits and economic benefits. This research is correlational, with a quantitative approach and a non-experimental design.

The results indicate that the general income of families between the periods 2017 - 2020 increased although not in a very significant way, the statistics indicated that the relationship between the two was independent, however in empirical work we can notice a growth between past and current income of The residents of Socma, among them, the majority affirmed that it was thanks to cultural tourism (90.6%) of the same

It is also pointed out that cultural tourism did manage to contribute the purchasing power of the Socma families, showing a correlation of 0.451. And also that cultural tourism did improve the quality of life of the families of Socma, Ollantaytambo, showing a correlation of 0.419. Both correlations within an acceptable range according to the Spearman scale.

**Keywords: Cultural tourism, family income**



## Introducción

El turismo, en todas sus ramificaciones, es una gran fuente de ingreso para todas las económicas mundiales, las cuales permiten un crecimiento de su Producto Bruto Interno en gran medida, dependiendo de las zonas en donde se realicen. El Perú es un gran destino turístico a nivel mundial por todas las atracciones turísticas que existen dentro del país, y la ciudad del Cusco es uno de los focos con mayor concentración de turistas tanto nacionales como extranjeros dentro del Perú.

La comunidad de Socma, dentro del distrito de Ollantaytambo, tiene consigo un gran potencial turístico, debido a que ostenta un centro arqueológico y una hermosa catarata, esta comunidad se ha venido beneficiando de una de las ramas del turismo, el turismo cultural, gracias a los atractivos anteriormente mencionados. El presente trabajo de investigación determinara la relación entre el turismo cultural con el ingreso de las familias de la Comunidad de Socma, distrito de Ollantaytambo, en el periodo 2017 – 2020, toda la investigación está dividida en 7 capítulos:

En el capítulo I, se plantea el problema de investigación, donde se formula los problemas tanto general como los específicos, así como sus correspondientes objetivos, además se narra la justificación de la investigación y su delimitación.

El capítulo II, sobre el marco teórico recopilado, base fundamental para entender esta investigación, se desglosa en los antecedentes, las bases teóricas, el marco conceptual, las hipótesis del trabajo y el enfoque de las variables de estudio.

El capítulo III se enfoca en dar a conocer el método de investigación utilizado, hablando sobre el tipo, enfoque, diseño y alcance de la investigación, hablará también sobre la población a investigar y las técnicas de investigación utilizadas.



El capítulo IV, abarca el análisis sobre el entorno socioeconómico de Socma, se detalla la coyuntura del distrito de Ollantaytambo, para entender un poco más sobre la zona de investigación.

El capítulo V, se presenta el análisis e interpretación de resultados de la investigación, se profundiza los datos obtenidos luego de la aplicación de instrumentos.

El capítulo VI es un espacio definido para mencionar las pruebas estadísticas realizadas, como la prueba Chi – Cuadrado de información obtenida y las pruebas de la hipótesis general como de las hipótesis específicas.

El capítulo VII está dedicado a la discusión final de todos los datos analizados e interpretados, se expone los hallazgos más importantes de la investigación, las limitaciones sufridas a la hora de realizar el trabajo, la comparación crítica con la lectura existente y las implicancias de este trabajo.

Finalmente, se cerrará el trabajo mencionando las conclusiones a las cuales los investigadores llegaron y las recomendaciones respectivas.





## Capítulo I

### Planteamiento del Problema

#### 1.1 Descripción del Problema

El turismo es, en la actualidad, uno de los sectores económicos más grandes, estables y de crecimiento sostenido en el mundo, dado que engloba de manera directa e indirecta a un sinnúmero de empresas. Asimismo, es el medio por el cual miles de personas alrededor del mundo generan ingresos y empleos. Según el informe de la Organización Mundial del Turismo [OMT] (2020), el número de personas que viajaban por ocio se ha multiplicado considerablemente: en 1950, eran 25 millones de viajeros y en el 2019 llegaron a 1500 millones. En los últimos 10 años el sector turístico ha crecido un 70%, generándose dinamización económica a escala mundial.

Estudios efectuados a comienzos del año 2020 preveían un incremento de turismo entre 3% y 4% (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2020), sin embargo, un factor no considerado conllevó al descenso de turistas internacionales en un 98% en comparación con el año 2019 (OMT, 2020). El origen de esta situación se encuentra en un virus denominado SARS-CoV-2 comúnmente conocido como coronavirus, que origina en el ser humano casos de neumonía e inclusive la muerte. El brote surgió en un mercado de Wuhan, China y en pocos meses se extendió, al punto que la Organización Mundial de la Salud [OMS] declaró el brote como pandemia (Organización Panamericana de la Salud, 2020). A raíz de las circunstancias, los gobiernos decidieron cerrar fronteras, aislar a la población en sus viviendas, cerrar espacios públicos, entre otros. Es por ello, que, a partir del segundo trimestre del 2020, los viajes se cancelaron y se cerraron diversos destinos turísticos a nivel internacional para evitar la propagación de este virus.



Previo a la pandemia, el sector turístico gozaba de crecimiento sostenible, impulsado por una economía mundial relativamente fuerte, una creciente clase media en las economías emergentes, avances tecnológicos, nuevos modelos de negocio, unos costos de viaje asequibles y la simplificación del régimen de visados. Al mismo tiempo, los ingresos por exportaciones generados por el turismo aumentaron hasta los 1,7 billones de dólares, lo que convierte al sector en una verdadera locomotora mundial de crecimiento económico y desarrollo, que impulsa la creación de puestos de trabajo y sirve de catalizador para la innovación y el emprendimiento. En resumen, el turismo ayuda a mejorar la vida de millones de personas y a transformar comunidades enteras. Ante el incremento de turistas internacionales e ingresos, el sector adelanta al de la economía mundial, y tanto las economías emergentes como las avanzadas se benefician del aumento de ingresos por turismo (Organización Mundial del Turismo, 2019).

Se ha visto que el turismo se ha convertido en un factor clave para el progreso socioeconómico de los países y, en Perú, se constituye como uno de los principales cimientos para el desarrollo sostenible de la economía nacional. El Perú posee abundancia de recursos turísticos, insumo fundamental para el desarrollo de este sector. Sus numerosos monumentos arqueológicos, herencia colonial, mega biodiversidad, extenso litoral, importantes ríos y lagos, la existencia de culturas vivas y riquezas gastronómicas, evidencian que es posible desarrollar una variada y competitiva oferta de servicios turísticos.

Durante el año 2019, el PBI Turístico representaba el 3,9% del PBI nacional y se generaba a partir de actividades económicas como el transporte de pasajeros, provisión de alimentos y bebidas, alojamiento, industria cultural, recreativa y deportiva, agencias de viajes, producción y comercio de artesanía, entre otros. Sin embargo, durante el año 2020 el valor real del “PBI del sector fue de S/ 1,735 millones, un 61.4% menos que durante el tercer trimestre de



2019, pero 266.8% más de lo registrado en el segundo trimestre de 2020, reflejando la acelerada, pero insuficiente recuperación del sector” (COMEXPerú, 2021, p.4).

Por otro lado, las restricciones de movilización aplicadas para evitar los contagios impidieron el transporte aéreo, por tanto, el flujo de turistas internacionales disminuyó un 74.5% en comparación con el año anterior. Y la afluencia de sitios turísticos durante el 2020 tuvo un registro de 7,576 visitantes, pese a ello hubo un deceso del 99.8% en contraste con el 2019 (COMEXPerú, 2021). Esta disminución conlleva a un declive turístico, dejando a miles de peruanos sin trabajo e ingresos.

Bajo otra perspectiva, durante los últimos años, en Perú, el turismo cultural ha ido obteniendo mayor demanda por parte de turistas internacionales y nacionales; que buscan realizar actividades relacionadas con la adquisición de conocimiento a partir de la visita a atracciones culturales que el destino visitado pueda ofrecer, de tal forma que se genere valor económico y social.

Perú, es un país que ofrece una gama de actividades y destinos turísticos ideal para que los viajeros puedan realizar turismo cultural. Visto que el país posee una diversidad cultural que va desde norte a sur, ofreciendo atractivos llenos de cultura e historia.

Tabla 1 *Actividades turísticas realizadas en el Perú*

| Actividades realizadas en el Perú                      | %  |
|--|----|
| <b>CULTURA</b>   | 94 |
| Pasear, caminar por la ciudad                          | 89 |
| Visitar parques, plazuela de la ciudad                 | 72 |
| Visitar sitios arqueológicos                           | 54 |
| Visitar iglesias/catedrales/conventos                  | 52 |
| City tour guiado                                       | 44 |
| Visitar museos   | 43 |
| Visitar inmuebles históricos                           | 31 |
| Visitar comunidades nativas                            | 25 |
| <b>NATURALEZA</b>                                      | 53 |
| Visitar áreas y/o reservas naturales                   | 48 |
| Pasear por ríos, lagos, lagunas / cascadas / cataratas | 34 |



| Actividades realizadas en el Perú        | %  |
|--|----|
| Observación de aves                      | 25 |
| Observación de flora                     | 20 |
| Observación de mamíferos                 | 17 |
| Observación de insectos                  | 8  |
| <b>AVENTURA</b>                          | 48 |
| Trekking / Senderismo / Hiking           | 36 |
| Paseo en bote / lancha / kayak /cruceiro | 24 |
| Montañismo                               | 11 |
| Andinismo                                | 9  |
| Paseo en tubulares/buggis                | 8  |
| Sandboard                                | 8  |
| Camping                                  | 6  |
| Sobre vuelo en las líneas de Nasca       | 5  |
| <b>SOL Y PLAYA</b>                       | 22 |
| Total múltiple                           |    |

*Nota.* Tomado de PromPerú (2019)

Según la Tabla 1, se percibe que la actividad principal del turismo en nuestro país es la actividad cultural. En ese escenario, el Perú cuenta con extraordinarias oportunidades para fortalecerse como un destino turístico mundial.

El turismo cultural es sinónimo no solo de crecimiento económico, que se entiende como aumento de las rentas o de los valores de bienes y servicios de un país; también se refiere al desarrollo económico que incluye, mejoramiento de la calidad de vida integral y crecimiento del nivel de ingresos de las personas relacionadas con el turismo cultural.

Pero en la actualidad, el turismo cultural, se ha visto afectado por las medidas tomadas para frenar los contagios, conllevando a su decaimiento. El cierre de sitios públicos, implicaba el cierre de museos, inmuebles históricos, iglesias, catedrales y sitios arqueológicos; lugares que dependían de los visitantes para generar ingresos y auto sustentarse. En este sentido, Cusco, Puno, Arequipa, Ica y Lima, los departamentos más visitados por los turistas extranjeros atraídos por el turismo cultural nacional, según el Perfil del Turista Extranjero, publicado por Promperú



(2019), fueron los más perjudicados, puesto que dependían de las actividades turísticas para el desarrollo económico.

Por otro lado, Cusco, es considerado como el principal destino turístico a nivel nacional, por los innumerables vestigios de culturas precolombinas e hispánicas, matizando la riqueza cultural, con la que cuenta la Región, siendo Machupicchu la máxima atracción por ser considerado como una de las 7 maravillas del Mundo Moderno, generando un incremento sustancial de visitantes nacionales e internacionales a la Región. Asimismo, Cusco posee una gran biodiversidad que permite el desarrollo de otras actividades alternativas de turismo (Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, 2016).

Y aunque la pandemia estanco el sector turístico, la nueva normalidad permite que los turistas se inclinen por desarrollar actividades que implique el conocimiento de atractivos turísticos que no involucre la aglomeración de personas. Si bien es cierto que Machupicchu es la principal atracción de la Región Cusco, es factible el desarrollo de otras alternativas de turismo; como es el caso de la Comunidad Campesina de Socma, distrito de Ollantaytambo, que cuenta con recursos culturales y con una población que anhela la revalorización de sus culturas y tradiciones.

Socma ostenta un buen potencial destino turístico para visitantes extranjeros y nacionales, con los cuales se puede conseguir ingresos para los pobladores, ingresos que generen calidad de vida en ellos. Dentro de los destinos turísticos a aprovechar se encuentran las cataratas de Perolnuyoc (a 30 min de la comunidad). Es una catarata de casi 100 metros de altura, las formaciones rocosas forman la caída de agua, alrededor de este atractivo, se puede observar también una gran variedad de especies de flora como son el sauco, queuña, chachacomo, etc. Cabe destacar la belleza única de la catarata por su altura y la existencia de un conjunto Arqueológico denominado también Perolnuyoc. Se resalta también el Conjunto Arqueológico



de Perolniyoc, que está a 2 km de la catarata, en la cima de las montañas de la comunidad (usualmente se sube a ella en caballo), esta zona arqueológica en Perolniyoc, se viene vendiendo dentro de los paquetes turísticos de Ollantaytambo, el día de la visita se encontró un grupo numerosos de visitantes extranjeros, es un lugar preferido por los amantes de la caminata y la cultura.

Sin embargo, la paralización a consecuencia de la pandemia conllevó a que estos destinos turísticos no perciban la visita de turistas internacionales, sin embargo, con el levantamiento de restricciones, los turistas nacionales buscaron nuevos atractivos a visitar entre los que se encuentra Socma. Esto podría permitir que las familias de la comunidad dedicadas principalmente a la agricultura fundamentalmente o a la prestación de servicios fuera de su comunidad, aprovechen el turismo cultural como una alternativa de solución para, no solo generar desarrollo económico, sino también para brindar oportunidades para la generación de ingresos y desarrollo en la comunidad y familias, fortaleciendo la zona, generando empleo en actividades complementarias a la agricultura y la ganadería, ya que esta cuenta con zonas agropecuarias, con chacras amplias, reliquias incas, tejidos artesanales y cataratas.

Justamente, con el afán de contribuir al conocimiento, se realizará esta investigación y se analizará al turismo cultural y su relación con el ingreso de las familias de la comunidad de Socma, Ollantaytambo. El turismo cultural es partícipe en la generación de ingresos, donde estos generan nuevas fuentes de ingresos económicos y una mejor calidad de vida en los pobladores del centro poblado de Socma, ampliando así su visión laboral y generando estabilidad económica con el paso de los años.



## **1.2 Formulación del Problema**

### **1.2.1 Problema general**

¿Cuál es la relación entre turismo cultural y el ingreso familiar de la Comunidad Campesina de SOCMA del Distrito de Ollantaytambo periodo 2017-2020?

### **1.2.2. Problemas específicos**

**P.E.1** ¿Cuál es la relación entre turismo cultural y el poder adquisitivo de las familias de la Comunidad Campesina de SOCMA del Distrito de Ollantaytambo periodo 2017-2020?

**P.E.2** ¿Cuál es la relación del turismo y la calidad de vida de las familias de la Comunidad Campesina de SOCMA del Distrito de Ollantaytambo periodo 2017-2020?

## **1.3 Justificación de la Investigación**

### **1.3.1 Relevancia social**

Con la investigación, se brinda conocimientos e información estadística sobre el turismo cultural en la comunidad de Socma, fuente generadora de desarrollo económico inclusivo y sostenible. Esta información servirá para establecer estrategias y planes de acción, con el fin de lograr una mejor gestión del turismo cultural. Por otra parte, los principales beneficiarios del turismo cultural será la población de la comunidad de Socma, puesto que impacta en su economía, ingresos y calidad de vida, pero la información también puede ser empleada por las Municipalidades y Gobiernos para dar a conocer el turismo cultura.

### **1.3.2 Valor teórico**

La presente investigación contribuye al desarrollo académico general, puesto que contribuye con nuevos conocimientos acerca del comportamiento y relación de las variables estudiadas, turismo cultural e ingreso familiar. Además, los resultados de la investigación



pueden incorporarse al conocimiento científico y servir de antecedente a otras próximas investigaciones relacionadas.

### **1.3.3 Utilidad metodológica**

En la investigación se emplearon instrumentos para la recolección o análisis de datos, tales como encuestas, que brindaron información valiosa para la investigación, estas fueron validadas y podrán ser empleadas o replicadas en otras investigaciones acordes al tema.

### **1.3.4 Viabilidad o factibilidad**

La presente investigación cuenta con la existencia de información disponible, tanto de fuentes primarias, ya que existe acceso al lugar de investigación, la comunidad de Socma; así como secundarias, las cuales facilitaron la extracción de información estadística que permite realizar el análisis de datos de la investigación y llegar a conclusiones útiles para la sociedad. Asimismo, se cuenta con los recursos humanos y monetarios para realizar la investigación.

## **1.4 Objetivos de la Investigación**

### **1.4.1 Objetivo general**

Determinar la relación del turismo cultural y el ingreso familiar de la Comunidad Campesina de Socma del Distrito de Ollantaytambo periodo 2017-2020

### **1.4.2 Objetivos específicos**

**O.E.1** Determinar la relación del turismo cultural y el poder adquisitivo de las familias de la Comunidad Campesina de Socma del Distrito de Ollantaytambo periodo 2017-2020.

**O.E.2** Determinar la relación del turismo y la calidad de vida de las familias de la Comunidad Campesina de Socma del Distrito de Ollantaytambo periodo 2017-2020.





## **1.5 Delimitación de la Investigación**

### **1.5.1 Delimitación temporal**

El periodo de análisis de la presente investigación abarca desde el año 2017 hasta el año 2020.

### **1.5.2 Delimitación espacial**

La presente investigación es realizada en el ámbito geográfico de la comunidad de SOCMA del distrito de Ollantaytambo de la Provincia de Urubamba del Distrito Cusco, donde la actividad turística es de mucha importancia, dado que se cuenta con una amplia dotación de recursos arqueológicos.

### **1.5.3 Delimitación conceptual**

Los parámetros tomados para el trabajo de tesis se realizarán a base de conceptos relacionados al crecimiento económico a nivel internacional, nacional y local a través del desarrollo de sus actividades productivas y como estos influyen en su determinado ámbito geográfico. Toda la terminología utilizada en la investigación expresa las relaciones sociales, económicas, políticas y tecnológicas que son relevantes en el análisis del crecimiento económico.



## Capítulo II

### Marco Teórico

#### 2.1. Antecedentes de la Investigación

##### 2.1.1. Antecedentes internacionales

Goded (1998). **“El impacto del turismo sobre el desarrollo económico: el caso de argentina”**. **Universidad Complutense de Madrid**. La tesis mencionada habla de la relación que se establece entre la expansión del sector turístico de las economías del Sur entendiendo este término en el sentido que se le está atribuyendo, cada vez con más frecuencia, en la literatura sobre desarrollo económico, que es el de sinónimo de país en vías de desarrollo y la mejora del bienestar de estas naciones. Indica que el sector turístico tiene carácter generador de divisas, que puede contribuir a paliar la restricción externa a la que están sometidas la mayoría de estas naciones. La intensidad en mano de obra de las empresas turísticas constituye, también, una poderosa ventaja de la estrategia de expansión del sector. De esta manera, la tercerización turística se presenta como una importante opción - de hecho, a veces prácticamente la única - para sacar a regiones enteras de su situación de subdesarrollo crónico o para compensarle declive de los sectores tradicionales.

No obstante existen obstáculos que se pueden agrupar en tres categorías: las deficiencias estadísticas que dificultan las mediciones de las magnitudes básicas de este heterogéneo sector; el contenido ideológico y, en ocasiones, escasamente científico que ha impregnado las reflexiones en torno a un fenómeno en el que inciden, forzosamente, diversas variables de índole extra económica y, por último, la escasa atención concedida a esta actividad, tanto por parte de las autoridades económicas, como por parte del mundo académico. El denominador común de las experiencias fallidas de desarrollo turístico realizadas hasta la fecha es, precisamente, la improvisación, que ha derivado en un crecimiento desordenado de las instalaciones, según



criterios inadecuados. El único modo de fomentar la aparición de un sector turístico próspero y con garantías de futuro es, por el contrario, llevar a cabo las inversiones turísticas a un ritmo razonable que sea acorde con la expansión paralela de la oferta de servicios públicos y equipamiento urbano en general y que, además, respete los límites establecidos por el entorno natural, social y cultural de la región receptora.

Además, es imprescindible implicar en la toma de decisiones respecto a la elección de la estrategia de expansión turística, a todos los agentes vinculados de manera directa o indirecta con las inversiones turísticas. Estos abarcarán tanto a instituciones públicas, como a empresarios del sector privado y a representantes de los intereses de la propia población de acogida. El turismo es un tipo particular de exportación en la que el comprador se desplaza a la región productora para consumir el producto localmente. Las condiciones de vida de los municipios turísticos se verán indudablemente modificadas por la llegada de los visitantes extranjeros.

Plaza (2013). **“Turismo rural como actividad dinamizadora del desarrollo local en la comuna de Curico”**. Universidad de Chile. La tesis señala que el turismo rural es una posibilidad cierta de diversificar las actividades que generan ingresos para los habitantes del medio rural, en especial para mujeres y jóvenes, por lo que es vital que estos emprendimientos tengan efectivamente impacto en las familias rurales, incluyendo a la comunidad local en las diversas etapas de desarrollo de los productos turísticos, Puede suponer un importante impulso para el desarrollo rural, no como único motor de desarrollo, sí no como elemento complementario de las actividades de carácter tradicional como la agricultura, ganadería, artesanía y la pequeña y mediana industria.

Los turistas se ven atraídos por los sistemas de vida rurales, que ofrecen opciones recreativas y satisfacen sus necesidades en materia de cultura y esparcimiento. Estas actividades representan una alternativa interesante en la búsqueda de nuevas oportunidades de ingresos para



los habitantes, es por ello que, debidamente capacitados y organizados, los agricultores podrían encontrar en este tipo de turismo nuevas perspectivas de desarrollo. No obstante, el desarrollo de esta actividad se enfrenta a una serie de obstáculos. Entre ellos está la infraestructura necesaria (alojamiento, caminos, agua potable y entubada, comunicaciones, electricidad, recolección de basura) que es generalmente precaria o inexistente. Otro obstáculo para el desarrollo del turismo rural es la falta de personal calificado para todo tipo de actividades relacionadas con la actividad turística. Turistas de distinta procedencia y con diferentes intereses tienen diversas necesidades y expectativas respecto a las actividades y servicios ofrecidos en el área rural. Los recepcionistas, guías, etc. debieran recibir capacitación para entender estas diferencias culturales y de comportamiento de los turistas. También constituye problema el insuficiente apoyo institucional al desarrollo y la promoción del turismo.

De los Ángeles (2015). **“El turismo como alternativa para el desarrollo local. Organización y ordenamiento territorial del turismo en la parroquia de San Antonio de Pichincha”**. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Sede Ecuador. Dicha investigación tiene como objetivo investigar la relación existente entre la actividad turística de la Empresa Turística “Ciudad Mitad del Mundo” y el desarrollo económico local de la parroquia San Antonio de Pichincha, para ello se empleó una investigación mixta, de alcance exploratorio y experimental, las técnicas de recolección de datos empleadas fueron la recopilación documental y aplicación de encuestas y entrevistas. Los principales resultados demuestran una “subutilización de las potencialidades turísticas de la parroquia; lo que obedece en parte a la inacción de las instancias gubernamentales y empresariales, que no consideran otras alternativas para generar el desarrollo local” (p.13), ya que la parroquia San Antonio de Pichincha es una de las regiones del Ecuador que posee potencial para generar actividad turística tras un reordenamiento territorial. En esta se ubica la Empresa Turística “Ciudad Mitad del Mundo”, la



que es reconocida como el principal atractivo turístico a escala local, nacional e internacional. La Empresa promociona una actividad dirigida fundamentalmente a potenciar el turismo cultural como principal atractivo de la zona, es así que se entiende la necesidad de fortalecer las políticas seccionales para convertir el turismo generado en la parroquia San Antonio de Pichincha en una alternativa altamente viable para su desarrollo local.

Flores (2016). **“Desarrollo local a través del turismo en comunidades rurales”**. **Universidad Autónoma del Estado de México**. Esta investigación tuvo como objetivo “analizar si el turismo es una alternativa de desarrollo local cuando se fundamenta en la economía social y en la comunidad” (p. 23), para ello, se empleó el análisis crítico y comparativo sobre las formas de organización del trabajo y la comunidad, que orientadas al turismo posibilitan el desarrollo local, por medio de la prestación de servicios turísticos y aprovechamiento de sus recursos. Se llegaron a las conclusiones de que la actividad turística tiene un papel importante en la generación de oportunidades para pobladores de las zonas rurales, ya que permite aprovechar el potencial de la riqueza natural y cultural con la que cuentan, de manera que los pobladores logren alcanzar el desarrollo local, mediante los emprendimientos y proyectos, tomando en cuenta las familias, redes sociales y económicas. Asimismo, se identificó que a través de la organización de las comunidades es posible el éxito de la economía social, logrando el reconocimiento de las potencialidades y fortalezas de estas, permitiendo así establecer un modelo de transformación en la entidad y a nivel nacional.

Aguirre (2018). **“Turismo alternativo como estrategia de desarrollo local en el municipio de Chalan – Sucre”**. **Revista Económicas CUC**. Este artículo tiene como objetivo “elaborar estrategias de desarrollo local en comunidades poco favorecidas en el contexto actual de la globalización, pero con las condiciones propicias para coadyuvar el desarrollo desde el aprovechamiento de sus recursos endógenos” (p. 117). Para lo cual, emplea como referente



metodológico los lineamientos estratégicos de desarrollo local, en este se alinea las etapas de planificación y los resultados de la investigación. Las conclusiones presentadas son que las políticas tradicionales de desarrollo no arrojaron resultados positivos para el crecimiento de las economías locales, por lo que es necesario emplear los recursos endógenos de las mismas para lograr el desarrollo local, involucrando a los miembros de las comunidades y demás actores que formularán las políticas y planes de desarrollo empresarial, económico, social y tecnológico.

### **2.1.2. Antecedentes nacionales**

Chavez (2011). **“La actividad turística y su incidencia en la economía familiar de los arrieros del distrito de San Pedro de Cachora, 2010”**. Universidad nacional micasela bastidas de apurimac. La investigación recaba que la actividad turística genera prestación de servicios turísticos, la demanda relevante por tales servicios se da de parte de los visitantes y/o excursionistas extranjeros. Situación que ha generado ganancias en divisas, contribución de ingresos estatales, la generación de empleo y renta que estimula el desarrollo regional y local. Por lo que, se concluye que el tipo de demanda turística que incide predominantemente en la economía familiar es la demanda turística internacional. Los arrieros del distrito San Pedro de Cachora ofertan los diversos servicios turísticos tanto a turistas extranjeros como nacionales durante todo el año, pues la actividad económica que permite generar ingresos económicos en beneficio de la economía familiar. Por tanto, la oferta turística incide regularmente en la economía familiar de los arrieros del distrito San Pedro de Cachora.

Las características del factor económico de los arrieros del distrito San Pedro de Cachora son los ingresos económicos, consumo, ahorro, inversión y el desarrollo de otra actividad. Los ingresos económicos provenientes de la actividad turística les permiten a los arrieros afrontar los gastos familiares en consumo en, tales como alimentación, vivienda y salud. El ahorro, es sólo posible para algunos arrieros, toda vez que la mayoría de los arrieros optan por realizar



inversiones en la educación de los hijos, rehabilitación de vivienda y en actividades como la ganadería y agricultura. Asimismo, los arrieros desarrollan actividades adicionales a la actividad turística, como ganadería, agricultura y comercio.

En la actualidad es de aceptación general que la demanda turística internacional constituye uno de los flujos de comercio global más importante. Probablemente se trata del sector más importante de la economía mundial; por otro lado, no existe fundamento para pensar que la demanda global futura vaya a ir en retroceso. Sin embargo, debido a la estacionalidad de la demanda turística internacional es preciso que se fomente adecuadamente la demanda turística nacional y de esa manera se impulse el turismo interno a través de agresivas actividades de márketing. En contraste con el turismo internacional, el turismo interno representa una transferencia de poder adquisitivo dentro de la economía. Tomando en consideración una de las características importantes de la actividad turística, como es el uso de mucha mano de obra, es decir, que esta crea más puestos de trabajo que una unidad de capital similar invertida en otro sector; sin embargo, es necesario precisar que en la actividad turística internacional no se trata simplemente de creación de puestos de trabajo, sino también de la disponibilidad de personas calificadas para la prestación de servicios turísticos.

Por lo que se requiere que los arrieros se capaciten en el dominio de idiomas extranjeros, preparación de alimentos, como manipulación y mantenimiento de equipos. De esa forma, garantizar la prestación de un servicio turístico de calidad que satisfaga las necesidades y expectativas de los turistas o visitantes y/o excursionistas. Asimismo, los arrieros necesitan de la adecuada implementación de equipos como carpas, mátrax, bolsas de dormir, etc.

Meza (2014). **“El auge del turismo y sus efectos en el ingreso de los hogares peruanos del año 2009 al 2012”**. Universidad de Piura. La tesis menciona que la existencia de turismo, ha tenido importantes efectos positivos en los ingresos y gastos de las familias de la Sierra y



Selva del Perú, más no en la Costa. En esta región, las familias solo experimentaron pequeños incrementos en su ingreso, además de resultados negativos en su gasto. No obstante, las tres regiones registraron menor probabilidad de pobreza.

Asimismo, analizaron que, por zonas, en las distintas regiones del país se obtuvieron efectos diversos en los ingresos, gasto y probabilidad de pobreza de la muestra. En algunos casos, los hogares en distritos turísticos, obtuvieron impactos positivos en su ingreso y gasto, así como negativos en la probabilidad de ser pobres (por ejemplo, en la costa norte). Sin embargo, en otros casos, los ingresos y gastos de los hogares ubicados en distritos con presencia de turismo, se ven reducidos (por ejemplo, en la sierra sur). Aun así, la probabilidad de ser hogares pobres, continuó su tendencia negativa.

Igualmente, existen casos de hogares en distritos turísticos, en los cuales, el incremento de sus ingresos, no viene necesariamente acompañado de un similar incremento en su gasto (por ejemplo, en la sierra norte y centro). Esta situación puede ser explicada a partir de las expectativas generadas en dichos hogares. Aquellos estarían considerando sus mayores niveles de ingresos como transitorios; mas no, permanentes, puesto que, la demanda turística se ve influenciada por la estacionalidad. Además, el número de llegadas de turistas extranjeros y nacionales a los distintos destinos turísticos, depende de las situaciones económicas y de seguridad que estén atravesando los países receptores y emisores de turismo.

Por otro lado, se puede concluir, a partir de los resultados obtenidos en la presente investigación, que el sector turismo fue uno de los menos afectados durante el 2009 (período de desaceleración de la economía peruana), puesto que, durante este año, los hogares en distritos turísticos han obtenido efectos positivos en comparación a los hogares en distritos no turísticos.

Por último, cabe resaltar, que este estudio, pretende ser una contribución a la comprensión del impacto del turismo en la economía peruana, contemplándose como una





primera etapa de un estudio más profundo en el que se complemente los enfoques cuantitativos con los institucionales y cualitativos. Los significativos impactos encontrados, dan a conocer la importancia de un sector turístico desarrollado y de una buena integración del mismo al conjunto de las demás actividades económicas. Como consecuencia, se hace necesario el apoyo de políticas públicas a las iniciativas de desarrollo de un turismo sostenible, enfocado en los aspectos ambientales y sociales. Asimismo, se debe incentivar la demanda turística tanto internacional como nacional, aprovechando el gran potencial turístico con el que cuenta nuestro país.

Hallasi (2019). **“Turismo vivencial como alternativa de desarrollo local de Pucará”** **Universidad Nacional del Altiplano**. La referida investigación presenta como objetivo determinar la oferta del turismo vivencial para el desarrollo local de los emprendedores de Pucará. Para ello, se desarrolla una investigación descriptiva, enfocada en el diagnóstico turístico local de Pucará, la población estuvo constituida por los emprendedores de cerámica, de los cuales se aplicó el instrumento a 30 emprendedores, las técnicas de investigación fueron la encuesta, entrevista, observación directa y análisis documental. Las conclusiones a las que se arribaron fueron que existe una predisposición de la población por participar en actividades de turismo vivencial, asimismo, los emprendedores ceramistas de Pucará consideran que el turismo vivencial es una oportunidad por sus potencialidades atractivas, sin embargo, este sector está debilitado debido a la falta de atención por parte de las autoridades y demás actores. Por otra parte, la elaboración del Circuito Turístico, permitirá desarrollar el Turismo vivencial en la localidad de Pucara, los atractivos propuestos tienen como característica principal el estado de conservación y accesibilidad.

Chávez (2018). **“Ecoturismo como fuente de ingreso económico en la asociación de dueños y poseedores de tierras en el Área de Conservación Ambiental La Cuenca del Río**



**Huamanpata, provincia de Rodríguez de Mendoza, 2017". Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.** Esta investigación tiene como objetivo diseñar una propuesta ecoturística como fuente de ingreso económico en la Asociación de Dueños y Poseedores de Tierras del Área de Conservación Ambiental “La Cuenca del Río Huamanpata”, provincia de Rodríguez de Mendoza, para lo cual, se empleó un estudio descriptivo y métodos deductivo e inductivo, la población estuvo conformada por el flujo de visitantes y la asociación de Dueños y Poseedores de tierras del Área de Conservación Ambiental “La Cuenca del Río Huamanpata” con un total de 320 socios. La muestra se constituyó por 18 socios de la mencionada asociación. Se obtuvieron como conclusiones que el ser un área de conservación es una de las principales fortalezas de la Cuenca del Río Huamanpata, asimismo, se han registrado recursos aptos para realizar actividades ecoturísticas que son: el Río Huamanpata, Laguna de Huamanpata, Pishco Huañuna, Bosque de Cedro.

Arce & Ñaupary (2019). **“El sector turismo como factor de desarrollo en la Región Pasco 2010 – 2018”.** Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión. La mencionada investigación tuvo como objetivo “describir y explicar cómo la planificación estratégica en el turismo, las inversiones, privadas y públicas, la falta de educación turística, ocasionan la informalidad en el turismo nacional y regional” (p. 12). Para ello, se empleó una investigación de tipo aplicada, enfoque mixto y alcance descriptivo, la población estuvo conformada por las personas relacionadas al turismo, la muestra la constituyeron 234 pobladores de la zona, las municipalidades de las provincias involucradas y empresas dedicadas al turismo en la provincia de Oxapampa. Las conclusiones fueron que el Gobierno no ha podido implementar los Planes Estratégicos en los gobiernos locales, ni los planes sectoriales; la inversión privada en la región en turismo es casi nula, asimismo, es necesario reforzar la inversión pública en la zona. De igual



manera, se expone una relación de causa efecto entre la infraestructura turística y el desarrollo de los productos turísticos.

### **2.1.3. Antecedentes locales**

Carrasco & Torres (2019). **“El impacto del turismo rural comunitario en el desarrollo económico del centro poblado de Chacán, Distrito de Anta, Provincia de Anta, Región Cusco 2014 – 2018.”. Universidad Andina del Cusco.** La ya referida investigación indica que Cusco es una zona netamente turística por los diversos atractivos que posee, diversificación en manifestaciones culturales, estilos de vida, revalorización de la cultura andina entre otros, es por ello que se dio a conocer una de las diversas formas de realizar turismo, y esta es el Turismo Rural Comunitario, que en su mayoría es practicada en zonas rurales, zonas que se encuentran en pobreza o pobreza extrema y que encuentran en esta forma de hacer turismo una nueva alternativa de ingresos en sus hogares y la mejora en su calidad de vida.

Por lo que se forma el trabajo en conjunto, haciendo que diversos sectores económicos se vean beneficiados por este trabajo conjunto, contribuyendo así al desarrollo sostenible de la población.

Soto (2019). **“Análisis del turismo rural comunitario en la comunidad campesina de Raqchi 2018: Caso asociación turismo vivencial ‘Raíces inca’”. Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.** La tesis señala que el desarrollo de la actividad del Turismo Rural Comunitario contribuye positivamente a las familias integrantes de la Asociación “Raíces Incas”, generándose una diferencia de ingresos del 19.74% entre las familias que no pertenecen a esta asociación. El ingreso de la actividad de Turismo Vivencial ha permitido mejorar la calidad de vida de los integrantes de la asociación “Raíces Inca”, gracias a las ganancias que se obtienen por el poder de mercado que tienen, como consecuencia de la administración de la demanda que es realizado por la directiva de la Asociación Raíces Inca. Además, a nivel general,



los ingresos de las actividades relacionadas con el turismo en general, representan un 42 % del ingreso de los asociados de “Raíces Inca”; de igual manera, los no asociados tienen un 46 % de ingresos por venta de artesanía textil o cerámica y atiende a los turistas que solo visitan Raqchi.

La Asociación “Raíces Inca”, que cuenta en la actualidad con 18 familias, quienes han desarrollado esta actividad gracias a la capacitación por parte de la DIRCETUR, ONGs y proyectos especiales, que ayudaron a desarrollar una oferta turística con costos marginales constantes, aunque con capacidad ociosa, especialmente en las temporadas bajas de demanda, lo que ha permitido generar una oferta con poder de mercado y las posibilidades de obtener ganancias no competitivas. La actividad turística desarrollada por las familias de Raqchi, se fundamenta en un modelo de asociatividad, que organiza la distribución de la demanda de turismo vivencial entre los asociados de la Asociación “Raíces Inca”, lo cual permite incrementar el nivel de ingresos de éstos, que se benefician de manera equitativa de las ganancias no competitivas que ofrece el mercado del turismo vivencial en Raqchi. Dicha asociatividad, al ser impulsada por pocos asociados, es controlada fácilmente y queda desterrado el efecto del aprovechamiento personal de los dirigentes.

Vera & Conde (2019). **“Aporte del turismo vivencial en la economía de las familias de la comunidad de Amaru, al año 2019”**. Universidad Andina de Cusco. La tesis indica que, ahora en la Comunidad de Amaru, las familias tienen mayores ingresos provenientes de la práctica del turismo vivencial y de la producción de artesanías, ambas dirigidas al turismo; complementariamente usan con mayor eficiencia la mano de obra familiar, sus recursos y productos de la agricultura, ganadería y otros que los destinan a la atención de los turistas. También aprovechan de las características del ambiente donde viven brindando expansión paisajista, conocimientos del mundo andino, acercamiento a la tecno-botánica y otras posibilidades atractivas para los visitantes. Los resultados de la investigación nos muestran



como fuente de ingresos la producción artesanal, que ocupa mayores días de trabajo y permite usar insumos propios en la producción textil y otras variedades de productos artesanales, las familias se dotan de infraestructura de alojamiento y servicios básicos, que es replicada en el acondicionamiento de su propia vivienda, mejorando sus condiciones de vida. La tesis concluye que el aporte del turismo vivencial es muy importante para los pobladores de Amaru, ellos ahora son prácticamente pequeños empresarios rurales.

Calderón (2017). **“Turismo sostenible y desarrollo local en el distrito de Ccorca-Cusco, 2016”**. Universidad Peruana Austral del Cusco. La mencionada investigación tuvo como objetivo determinar la relación directa entre el turismo sostenible y el desarrollo local en el distrito de Ccorca 2016 provincia del Cusco. El estudio es de tipo descriptivo correlacional, se aplicó como técnica la encuesta y su instrumento fue el cuestionario empleado en los pobladores y trabajadores del Municipio del Distrito de Ccorca, seguidamente se procesaron los datos. Los resultados obtenidos demostraron que, la relación entre Productos Turísticos con Potencial de Desarrollo y el desarrollo económico es directa, asimismo, la relación entre la promoción turística municipal y el desarrollo social, en síntesis, el turismo sostenible mediante una adecuada gestión municipal genera desarrollo local para el distrito de Ccorca.

Pacheco & Pillpinto (2020). **“Turismo comunitario para diversificar la oferta turística en la comunidad de Watoqto provincia de Paucartambo departamento del Cusco 2019”**. Universidad Andina del Cusco. La mencionada investigación presentó como objetivo determinar en qué medida el desarrollo del turismo comunitario en la comunidad campesina de Watoqto contribuye a diversificar la oferta turística de la provincia de Paucartambo. Para ello, se empleó una investigación correlacional, no experimental de enfoque cuantitativo, la técnica utilizada fue la encuesta, aplicada a turistas nacionales y extranjeros, la muestra fue de 88 turistas y 18 jefes de familia de las comunidades. Las conclusiones fueron que el 91 % de los



encuestados aseguró que desearía participar de esta experiencia y dar a conocer sobre los recursos y tradiciones de la comunidad de Watoqto, asimismo, los comuneros señalaron que están dispuestos a trabajar con el turismo, considerando este como una alternativa de ingresos.

## **2.2. Bases Teóricas**

### **2.2.1 Economía del Turismo**

La Economía del Turismo según De Rus y León (1997) se entiende como:

“Parte de la ciencia económica que trata la aplicación de los principios económicos y las técnicas del análisis económico a la industria turística, considerada como un conjunto de actividades cuyo objetivo principal es la satisfacción de la demanda de los turistas” (p.73).

“El proceso productivo de servicios turísticos es similar a otros procesos productivos. Mediante de la combinación de tierra, trabajo y capital se obtienen bienes y servicios demandados para satisfacer necesidades de ocio y negocio que requieren desplazarse del lugar de residencia” (p. 72).

Por otro lado, la actividad económica turística se desenvuelve en un mercado internacional muy competitivo, globalizado como consecuencia de los avances tecnológicos y el abaratamiento de los medios de transporte. Desde la perspectiva económica, el turismo constituye características diferentes al de otras actividades productivas, lo que implica analizar su papel en la economía y la necesidad de su regulación en una situación competitiva, entre las características principales del turismo se tienen:

- Disonancia entre los objetivos del consumidor y los objetivos de las empresas de las diversas actividades turísticas: El turista busca satisfacción del viaje, entendido este como una experiencia global, sin embargo, las empresas se enfocan en la demanda individual de sus servicios (alojamiento, recreación, transporte, etc.), mas no en la satisfacción conjunta del turista.



- **Carácter mixto del producto ofrecido:** La oferta turística está compuesta por la oferta individual de diversos productos y servicios, tanto privados, públicos y recursos naturales.
- **Capacidad fija, altos costes fijos y no-almacenamiento:** Esto implica costos marginales bajos en tiempos de demanda baja, las empresas dedicadas al rubro dependen de los operadores de viajes y muchas veces bajan los precios para poder cubrir al menos los costos variables.
- **Exportación con desplazamiento del consumidor:** Las exportaciones de productos y servicios turísticos se da con el desplazamiento del consumidor al lugar de producción, lo cual implica necesidad condiciones de seguridad y estabilidad social y un impacto sobre el medio físico y residentes.
- **Externalidades:** El turismo produce efectos externos que no son internalizados por el demandante u oferente, los efectos externos son tanto positivos como negativos.

#### ***2.2.1.1 Sistema turístico***

La actividad turística comprende interrelaciones entre diversos factores y agentes, Sancho (2011) distingue cuatro elementos enmarcados en el concepto de actividad turística:

- **Demanda:** “formada por el conjunto de consumidores –o posibles consumidores– de bienes y servicios turísticos” (p.47).
- **Oferta:** “compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística” (p.47).
- **Espacio geográfico:** “base física donde tiene lugar el encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente, que, si bien no es en sí misma



un elemento turístico, se considera un importante factor de cohesión o disgregación” (p.47).

- Operadores de mercado: “empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, las compañías de transporte y aquellos organismos públicos y privados que son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo” (p.47).

### *2.2.1.2 Demanda turística*

Sancho (2011) indica que la demanda turística está conformada por turistas, viajeros y visitantes, cada uno de los cuales tiene diferentes intereses, personalidades y características.

- **Turista:** “pasajero que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado” (p.48).
- **Viajero:** “cualquier persona que viaje entre dos o más países o entre dos o más localidades de su país de residencia habitual” (p.48).
- **Visitante:** “todos los tipos de viajeros relacionados con el turismo” (p.48).
- **Excursionista:** “visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado” (p.48).

Se distingue también los tipos de turismo:

- **Turismo doméstico:** “residentes visitando su propio país” (p.51)
- **Turismo receptivo:** “no residentes procedentes de un país determinado” (p.51)
- **Turismo emisor:** “residentes del propio país se dirigen a otros países” (p.51)





### ***2.2.1.3 Oferta turística***

La oferta turística es definida como el “conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo” (Sancho, 2011, p.51).

Sancho (2011) menciona que, para poder identificar las categorías de oferta turística, se utiliza el concepto de gasto turístico, entendiendo este como “todo gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante, durante su desplazamiento y su estancia en el lugar de destino” (p.52). En base a esto, se obtienen los siguientes principales gastos:

- Alojamiento
- Alimentación
- Transporte
- Ocio, cultura, actividades deportivas
- Compras
- Otros

### ***2.2.1.4 Espacio geográfico***

Se diferencia los siguientes conceptos Sancho (2011):

- **Espacio turístico:** “es el lugar geográfico determinado donde se asienta la oferta turística y hacia el que fluye la demanda” (p.54).
- **Destino turístico:** para Bull (1994) citado en Sancho (2011) es el “país, región o ciudad hacia el que se dirigen los visitantes, teniéndolo como su principal objetivo” (p.54).

### ***2.2.1.5 Clasificación del turismo***

Sancho (2011) alega que, en función a la temática, el turismo se puede clasificar en:



- **Turismo cultural:** “basado en las atracciones culturales que posee el destino, ya sean permanentes o temporales, o basado en las características culturales y/o sociales de una población que dispone de un estilo tradicional de vida o de unas características propias” (p.139).
- **Turismo de aventura:** “basado en la participación de los visitantes en unas actividades, normalmente al aire libre o en relación con la naturaleza o el deporte, que en sí mismas suponen una experiencia por su diferenciación con respecto a las actividades cotidianas” (p.139).
- **Turismo de negocios:** “incluye los segmentos de reuniones, convenciones, viajes de incentivo, ferias y exposiciones, que mueven cada vez más visitantes debido, sobre todo a la internacionalización de las empresas” (p.139).
- **Turismo deportivo:** “derivado de los acontecimientos deportivos que atraen numerosos visitantes, tales como los Juegos Olímpicos, los Mundiales de fútbol, campeonatos, etc.” (p.139).
- **Turismo de salud:** “se basa en los viajes a instalaciones o destinos con la intención de obtener cuidados médicos, realizar una rehabilitación, hacer una cura de salud o un tratamiento de belleza. Son los balnearios, centros de talasoterapia, fitness center, etc.” (p.140).
- **Turismo rural:** “referido a las actividades que tienen lugar en un ambiente rural, con las costumbres y actividades que se viven en los ambientes lejos de las ciudades y áreas industrializadas, tales como pueblos, granjas, etc.” (p.140).



- **Ecoturismo:** “tiene su base en el medio ambiente y en su conservación, normalmente en áreas remotas, donde el equilibrio entre la vida animal y vegetal en relación con la presencia humana debe ser cuidadosamente sostenido” (p.139).

### **2.2.2. Turismo cultural**

Mallor, González y Fayos (2013) mencionan que el turismo cultural presenta como atractivos el hecho de que no se encuentra sometido a la temporalidad o moda, además, permite a las zonas rurales o del interior de un país dinamizar su economía y lograr un desarrollo manteniendo su patrimonio y cultura. Asimismo, menciona que El turismo cultural se basa en elementos tangibles como los museos o el patrimonio, e intangibles como el estilo de vida, por lo que, como para cualquier otro tipo de turismo, se trata de una experiencia.

#### ***2.2.2.1 Tipologías de turismo cultural***

Dentro de los más resaltantes se encuentran las festividades y eventos, la arquitectura, artesanía, museos, asimismo, el idioma y gastronomía son consideradas manifestaciones culturales importantes, siguiéndoles, la música, el teatro o la moda.

#### ***2.2.2.2 Tipologías de turista cultural***

Richards (2001) citado en Mallor, González y Fayos (2013) menciona que los turistas culturales tienen un alto nivel de educación y alto poder adquisitivo, y generalmente, la atracción turística les importa más que el destino en sí.

### 2.2.2.3 Dimensiones para medir el turismo cultural

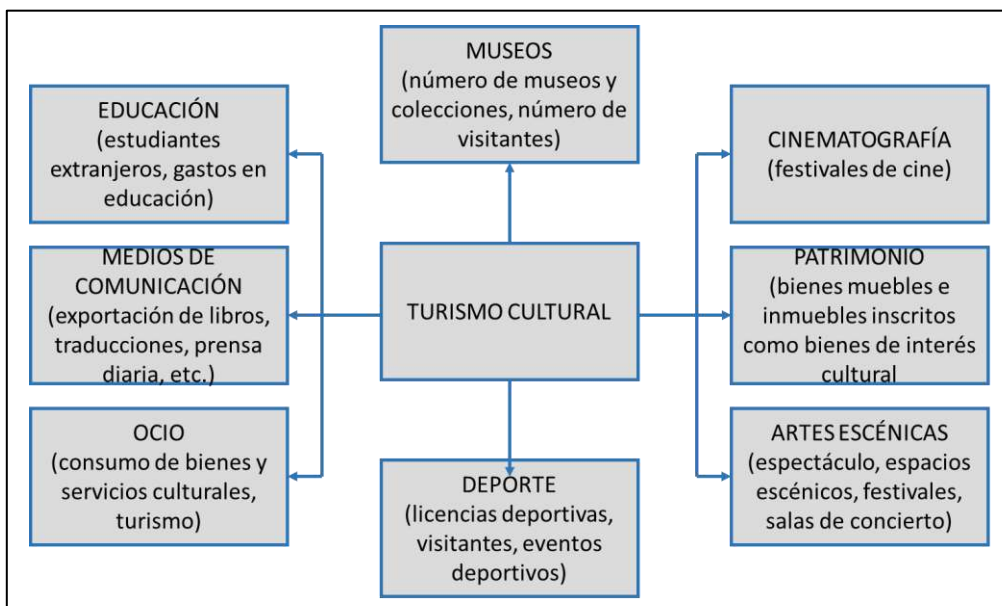


Figura 1. Dimensiones Turismo Cultural

Nota. Tomado de Mallor et al. (2013)

### 2.2.3. Teorías del Ingreso

Según la Organización Internacional Del Trabajo (2003):

El ingreso del hogar se compone de las entradas en metálico, en especie o en servicios que por lo general son frecuentes y regulares, están destinadas al hogar o a los miembros del hogar por separado y se reciben a intervalos anuales o con mayor frecuencia. Durante el período de referencia en el que se reciben, tales entradas están potencialmente disponibles para el consumo efectivo y, habitualmente, no reducen el patrimonio neto del hogar. (p.13)

#### Componentes de los ingresos de los hogares

- **Ingresos procedentes del empleo:** sueldos, salarios, comisiones, propinas, remuneraciones, pagos de indemnización, entre otros Organización Internacional Del Trabajo (2003).



- **Ingresos de propiedad:** intereses, dividendos, alquileres netos, regalías, etc. Organizacion Internacional Del Trabajo (2003).
- **Transferencias recibidas:** pensión estatal, asignaciones familiares, prestaciones de desempleo, donaciones, etc. Organizacion Internacional Del Trabajo (2003).

### **Poder adquisitivo**

Pindyck y Rubinfeld (2009) el poder adquisitivo es la capacidad del consumidor para adquirir bienes o servicios, este depende tanto de su renta como de los precios de los bienes o servicios; el incremento de la renta, manteniendo los precios constantes, generan un incremento del poder adquisitivo, mientras que el incremento de los precios reduce el poder adquisitivo. El poder adquisitivo repercute en la utilidad alcanzable por el consumidor.

### **Calidad de vida**

Según Amartya Sen citado en Urquijo (2014), los seres humanos desean y valoran la posibilidad de vivir mucho tiempo y de disfrutar de una vida, asimismo, se hace mención a la libertad y desarrollo de capacidades, se concluye entonces que las personas requieren de acceder a bienes básicos y libertad respecto a la capacidad de funcionamiento para llevar a cabo el tipo de vida que valoran.

La calidad de vida definida por OMS es “la percepción personal de un individuo de su situación en la vida, dentro del contexto cultural y de valores en el que vive y en relación con sus objetivos, expectativas, valores e intereses”. (Asúa, 2009), citado por: (Barrera, 2015)

#### ***2.2.3.1. Teoría del ingreso permanente***

Esta teoría fue desarrollada por Milton Friedman, y también basa su postulado en el hecho de que la gente quiere suavizar su consumo a lo largo de toda su vida. Friedman, enfatiza que, “cuando el ingreso de los individuos cambia, ellos están inciertos acerca de si estos cambios



son transitorios o permanentes. La reacción a los cambios permanentes no será la misma que la reacción a los cambios transitorios” (De Gregorio, 2012, p. 84).

Mankiw (2014) menciona que, según Friedman, la renta actual es una suma de la renta permanente y la renta transitoria, es decir: “La renta permanente es la parte de la renta que la gente espera que persista en el futuro. La renta transitoria es la parte de la renta que la gente no espera que se mantenga” (p.660).

### ***2.2.3.2. Hipótesis del Ingreso Absoluto***

Esta teoría explica que todo aumento en el nivel de ingreso de los individuos y familias conlleva a un incremento similar, aunque en menor proporción de su gasto en consumo (Keynes, 1936, citado en Vinseiro, 2011). La función de consumo está determinada de la siguiente manera:

$$C_T = a + bY_t$$

Donde

C: nivel de consumo

Y: nivel de ingreso disponible

a: componente autónomo de consumo

b: propensión marginal a consumir.

### ***2.2.3.3. Hipótesis del ingreso relativo***

Este planteamiento surgió de Duesenberry (1949), quien destacó la influencia de elementos sociales y psicológicos en el comportamiento de los consumidores. Sostuvo que el mecanismo que delimita las decisiones de consumo no es uno basado en la planificación racional, sino más bien en el aprendizaje y formación de hábitos, es decir, el uso del ingreso de individuos y familias depende de las experiencias pasadas de estas. (Vinsieiro, 2011). La función de consumo está dada por:



$$\left(\frac{C}{Y}\right)_t = a + b \left(\frac{C}{Y_{max}}\right)_t$$

Donde:

$C_t$ : Consumo en el periodo t

$Y_t$ : Ingreso en el periodo t

$Y_{max}$ : Ingreso máximo pasado

$a$ : componente autónomo de consumo

$b$ : propensión marginal a consumir.

#### 2.2.4. La teoría del desarrollo Local Territorial

Entre las décadas de los años setentas y ochentas del siglo XX, empezó a gestarse un nuevo modelo teórico para explicar los desequilibrios originados por la política liberal; surgiendo así el concepto de “desarrollo local”, entendido como un conjunto de dinámicas políticas, institucionales, económicas y sociales que persiguen de manera coordinada el logro de propósitos comunes de bienestar, convivencia y calidad de vida para todos los grupos sociales que se encuentran en un territorio o localidad determinada (Orozco & Núñez, 2013).

Este enfoque surgió como una opción para que las regiones o localidades pudieran iniciar y continuar un proceso de desarrollo socioeconómico, con el fin de mejorar el nivel de vida de sus habitantes, mediante la utilización y aprovechamiento de sus propios recursos. El desarrollo local debe entenderse, no sólo como un modelo económico, pues, lo que lo distingue de otros modelos es su singularidad, es decir, que su aplicación debe responder a las características y singularidades de cada territorio y colectividad. Pues “cada territorio y cada colectividad deben definir y adoptar la estrategia específica a aplicar y, por tanto, las políticas, programas y acciones a realizar (Orozco & Núñez, 2013).



Bajo esa perspectiva, la actividad turística diseñada desde una propuesta de desarrollo local territorial debe cobijar no sólo las aspiraciones de la comunidad local, sino también las expectativas de los turistas o consumidores de los espacios turísticos. Sobre el desarrollo local o endógeno con un enfoque territorial, se centra en la necesidad de fomentar un cambio en la gestión pública que incorpore una concepción integral de la innovación tecnológica como un proceso de cambio social, institucional y cultural, en el que la concertación entre los diferentes actores sociales territoriales sustituya a los diseños fragmentarios y parciales de la anterior práctica planificadora centralista, junto a una actuación selectiva que identifique los correspondientes sistemas productivos locales e incluya las políticas de desarrollo económico territorial como parte fundamental de las estrategias nacionales de desarrollo (Orozco & Núñez, 2013),

Ese cambio en la gestión pública requiere de una cultura innovadora, que incorpore el diseño institucional no burocrático, cuyos elementos característicos sean, entre otros, su agilidad y eficiencia operativa y su capacidad para desechar los métodos de pasividad y de espera de subsidios por parte los actores locales (Orozco & Núñez, 2013).

Esta teoría refuerza la idea que el turismo cultural sirve como el preludio de una mejora de índole económico en la comunidad de Socma, buscando mejorar la calidad de vida de la comunidad, aprovechando sus propios recursos. Ya que al no percibir apoyo económico de entidades públicas y/o privadas, los pobladores son participes en el manejo íntegro de sus territorios y de los ingresos obtenidos por las actividades que se realizan en la zona (Orozco & Núñez, 2013).

### **2.2.5 Teoría del Desarrollo Endógeno**

El desarrollo endógeno es un modelo de desarrollo el cual busca potenciar las capacidades internas de una región o comunidad local; de modo que puedan ser utilizadas para





fortalecer la sociedad y su economía de adentro hacia afuera, para que sea sustentable y sostenible en el tiempo. Señalamos que en el desarrollo endógeno el aspecto económico es de suma relevancia, pero no lo es más que el desarrollo integral del colectivo y del individuo: en el ámbito moral, cultural, social, político, y tecnológico. Esto permite convertir los recursos naturales en productos que se puedan consumir, distribuir al mundo entero.

En una organización de este tipo existen individuos o recursos humanos idóneos en alguna rama del saber humano y están dispuestos a poner ese conocimiento al alcance de los otros miembros de la organización, con el propósito de la transferencia tecnológica voluntaria para el crecimiento de todos. Esto redundará en el fortalecimiento, amplitud, integración y desarrollo de las capacidades individuales y en consecuencia la formación natural de equipos multidisciplinarios de trabajo que cooperan para el desarrollo armónico de la organización en un ambiente sistémico, simbiótico y sinérgico.

Hay otra visión sobre el desarrollo endógeno que lo presenta como una pregunta sobre los modos en que una comunidad puede desplegarse (desarrollarse) en armonía con su entorno, entendiendo que este despliegue pasa por garantizar el despliegue de todos los seres humanos que forman parte de esa comunidad. En este sentido, el ser humano pasa de ser objeto de desarrollo a ser sujeto de desarrollo (Boisier, 2017).

Esta teoría refuerza la investigación, ya que los pobladores de la comunidad de Socma han venido realizando algunas actividades de emprendimiento e innovación, aprovechando que el turismo cultural que se viene desarrollando en la zona ha crecido, lo que está generando crecimiento en los ingresos económicos de los pobladores y viéndose reflejado en el poder adquisitivo y la calidad de vida de las familias de la comunidad de Socma. Los pobladores han llegado a entender que ya no solamente tienen recursos económicos, sino también recursos



sociales y culturales, y estos pueden ser potenciados con la explotación de sus recursos turísticos y su propia cultura.

### **2.2.6 Teoría de la Economía Solidaria**

El principio de la economía solidaria es que la introducción creciente y cualitativamente de solidaridad en las actividades y organizaciones económicas incrementa la eficiencia micro y macro económica y esta genera a su vez beneficios sociales, culturales, que favorecen a la sociedad en su conjunto. La economía solidaria surge de la unión de conciencias, voluntades, gestión conjunta y cooperativa cuyos objetivos son comunes, lo cual antes se conocía como integración humana.

Según (Razeto, 2018) la economía solidaria se fortalece bajo conceptos como la pobreza y la marginación que están vinculadas al desempleo en la sociedad, basado en esto surge el empoderamiento de la sociedad, con el afán de aprovechar, descubrir y organizar los recursos escasos de algunos grupos excluidos. Esto constituye un valor añadido, ya que representa las capacidades para lograr el desarrollo local, basándose en esto el desarrollo humano promueve el desarrollo económico que están relacionados con la calidad y el cambio en las personas”. Los objetivos de la economía solidaria se dividen en tres tiempos:

- A corto plazo, busca generar empleo y satisfacer necesidades básicas.
- A mediano plazo, se busca promover y profundizar lo ya mencionado en un corto plazo, promover la igualdad de género, plantear la sostenibilidad ambiental y crear institucionalidad.
- Y por último en un largo plazo la economía solidaria busca implementar bases para la sociedad solidaria.



Gracias a esta teoría, se observa con mayor claridad que la cooperación y la solidaridad entre los pobladores, hacen que la población de Socma no se vea vulnerable frente a las problemáticas presentadas en esta zona, conllevando a un trabajo conjunto, inclusivo y solidario.

### **2.2.7 Teoría del Óptimo de Pareto**

Wilfredo Pareto, economista de profesión, menciona que: “al existir cualquier cambio de situación afectaría a cualquier economía sin perjudicar a otro. Es decir, las situaciones son eficiente si al haber un cambio en esta situación se beneficia a alguno, sin perjudicar a otro”, del mismo modo se menciona que al incrementar la utilidad o ingresos de un individuo, sin disminuir la utilidad de otro individuo, esto aumentará el bienestar social de cada uno de los individuos.

El Óptimo o principio de Pareto define que debemos preferir las remuneraciones en las que mejora por lo menos el bienestar de algunas personas y no empeora el de ninguna. Con esta teoría buscamos la optimización de los recursos propios de la Comunidad de Socma, para un manejo equitativo y eficiente, generando de tal manera bienestar económico y bienestar social, priorizando a las personas dedicadas al turismo cultural comunitario en dicha zona, sin perjudicar a los individuos que no estén comprometidos en esta actividad turística.

### **2.2.8 Teoría del Valor de la experiencia**

Jacob Mincer (1974) sostuvo que “el efecto que tiene la capacitación o aprendizaje en el aumento de los ingresos de una persona. El entrenamiento adquirido en la experiencia laboral crece en la misma medida que aumenta la experiencia en el mercado laboral”. Mincer analiza la relación entre el capital humano y la distribución personal de los ingresos. Jacob Mincer realizó un modelo que está basado en la racionalidad económica del sujeto en el mercado laboral, en el cual muestra un análisis donde la capacitación en el trabajo logra un aumento en los salarios y esto conlleva a agrandar la brecha de desigualdad en los ingresos. La presente teoría refuerza la



idea del capital humano, ya que al aumentar la experiencia laboral se obtienen mejores resultados en cuanto al ingreso que perciben las personas, se genera mayor productividad en beneficio propio, y se disminuye las brechas de desempleo y desigualdad salarial.

En resumen, la teoría menciona que la comunidad de Socma se beneficiaría ante un aumento de oferta laboral, incrementando así sus ingresos y generando desarrollo. Esta afirmación se da porque a mayor tiempo en esta actividad, se va obteniendo nuevas experiencias y capacidades, reflejándose así en los ingresos que perciben los pobladores, lo que a su vez traerá consigo beneficios en lo económico.

## **2.3 Marco Conceptual**

### **2.3.1 Economía**

La economía es una ciencia social que estudia la forma de administrar los recursos disponibles para satisfacer las necesidades humanas. Como los recursos del planeta son escasos e infortunadamente, no todos podrían disponer de todo, entonces están obligados a administrar esos bienes para conseguir lo que falta. La ciencia económica envuelve la toma de decisiones de los individuos, las organizaciones y los estados para asignar esos recursos escasos (Arrizabalo, 2011).

### **2.3.2 Ingreso familiar**

Es la totalidad de los ganancias o entradas que tiene una familia. En su mayoría se suele incluir el salario, los ingresos extraordinarios e incluso las ganancias que se obtienen en forma de especie (BCRP, 2019).

### **2.3.3 Poder adquisitivo**

El poder adquisitivo está determinado por los bienes y servicios que pueden ser comprados con una suma específica de dinero, dados los precios de estos bienes y servicios (Collin, 2016).



#### **2.3.4 Calidad de vida**

La calidad de vida es equivalente a la suma de los puntajes de las condiciones de vida objetivamente medibles en una persona, tales como salud física, condiciones de vida, actividades u ocupaciones. Este tipo de definición permitiría comparar a una persona con otra desde indicadores estrictamente objetivos, sin embargo, pareciera que estos apuntan más una cantidad que CV (Urzúa & Caqueo, 2012).

#### **2.3.5 Turismo**

Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, ya sea por negocios o con fines de ocio, pero nunca relacionados con el ejercicio de una actividad remunerativa en el lugar visitado (Ley N° 29408, 2014).

#### **2.3.6 Cultura**

Cultura puede entenderse como el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales que caracterizan a una sociedad y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias (UNESCO, 2001).

Además, la cultura considera todas las diversas expresiones mediante las cuales una sociedad moldea y reflexiona su convivencia, incluyendo las imágenes e ideas mediante las cuales dicha sociedad representa las formas en que convive y quiere convivir (SERNATUR, 2014).

#### **2.3.7 Turismo cultural**

Es aquella forma de turismo motivada por conocer, experimentar, y comprender distintas culturas, formas de vida, costumbres, tradiciones, monumentos, sitios históricos, arte, arquitectura y festividades que caracterizan a una sociedad y su gente y reflejan la identidad de



un destino. Podemos señalar que son tres los elementos básicos que caracterizan al turismo cultura:

- Un deseo por parte de los visitantes de conocer y comprender los lugares visitados, los objetos muebles y las obras materiales, las tradiciones y prácticas culturales, y a la población local.
- El consumo de uno o más productos turísticos que contengan un significado cultural (ciudades y conjuntos históricos, monumentos, obras de arte, festividades y tradiciones inmateriales, intercambio de ideas, gastronomía, artesanía, etc.).
- La intervención de un mediador, que tenga la función de subrayar el valor del producto cultural, su presentación y explicación, propiciando una interpretación efectiva y auténtica de lo que se conoce.

Así visto, el turismo cultural tiene un fuerte vínculo con las comunidades locales, ya que los habitantes y sus modos de vida son el atractivo diferenciador. Este sería el sello que hace que un lugar sea agradable y único para visitar (SERNATUR, 2014).

### **2.3.8 Patrimonio Cultural material**

Refiere a la expresión de la cultura a través de expresiones materiales, tales como monumentos (UNESCO, 2001). Este patrimonio puede ser mueble, es decir, con posibilidad de ser trasladado de un lugar a otro, o inmueble, es decir sin posibilidad de ser trasladado.

### **2.3.9 Patrimonio Cultural inmaterial**

Refiere a los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas –junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes– que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Se transmite de generación en generación, es recreado constantemente



por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana (UNESCO, 2001).

## **2.4 Formulación de hipótesis**

### **2.4.1 Hipótesis general**

Existe una relación significativa entre el turismo cultural y el ingreso familiar de la Comunidad Campesina de SOCMA del Distrito de Ollantaytambo periodo 2017-2020.

### **2.4.2 Hipótesis específicas**

**H.E.1** Existe una relación significativa entre el turismo cultural y el poder adquisitivo familiar de la Comunidad Campesina de SOCMA del Distrito de Ollantaytambo periodo 2017-2020

**H.E.2** Existe una relación significativa entre el turismo cultural y la calidad de vida de las familias de la Comunidad Campesina de SOCMA del Distrito de Ollantaytambo periodo 2017-2020.

## **2.5 Variables**

### **2.5.1 Variables**

**Variable Dependiente:** Ingreso Familiar

**Variable Independiente:** Turismo Cultural



## 2.5.2 Conceptualización de las variables

Tabla 2. *Conceptualización de las variables*

| VARIABLES               | DIMENSIONES           | INDICADORES  | UNIDAD DE MEDIDA  |
|-------------------------|-----------------------|--|---|
| <b>Ingreso familiar</b> | Poder Adquisitivo     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Nivel de ingreso monetario</li> <li>Consumo de bienes primera necesidad</li> <li>Otros consumos</li> </ul>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Soles S/.</li> </ul>   |
|                         | Calidad de Vida       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Salud</li> <li>Educación</li> <li>Infraestructura</li> <li>Urbanización</li> <li>Servicios básicos</li> <li>Tecnología</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Seguro</li> <li>Nivel educativo</li> <li>Calidad de vivienda</li> <li>Acceso a servicios básicos</li> <li>Acceso a internet</li> </ul>   |
| <b>Turismo Cultural</b> | Beneficios sociales   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Bienestar de la comunidad</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Porcentaje de personas beneficiadas con el turismo cultural</li> <li>Porcentaje de personas que consideran que se explota los recursos turísticos para el beneficio de la comunidad</li> </ul> |
|                         | Beneficios económicos | <ul style="list-style-type: none"> <li>Generación de ingresos</li> <li>Generación de empleo</li> <li>Emprendimientos turísticos</li> </ul>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>Variación de ingresos</li> <li>Porcentaje de personas dedicadas al turismo cultural</li> <li>Número de emprendimientos turísticos</li> </ul>   |





### 2.5.3 Operacionalización de las variables

Tabla 3. Operacionalización de variables

| TIPO DE VARIABLES | VARIABLES        | DIMENSIÓN             | INDICADORES   | UNIDAD DE MEDIDA  | FUENTE DE VERIFICACIÓN     |
|-------------------|------------------|-----------------------|---|---|----------------------------|
| DEPENDIENTE       | Ingreso Familiar | Poder adquisitivo     | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Ingreso monetario</li> <li>– Consumo de bienes</li> <li>– Ahorro</li> </ul>  | – Soles S/.   | Encuestas Trabajo de campo |
|                   |                  | Calidad de Vida       | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Salud</li> <li>– Educación</li> <li>– Infraestructura</li> <li>– Urbanización</li> <li>– Servicios básicos</li> <li>– Tecnología y artefactos</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Acceso a Seguro de vida</li> <li>– Nivel educativo</li> <li>– Calidad de viviendas</li> <li>– Acceso a servicios básicos</li> <li>– Acceso a internet</li> </ul>                                 | Encuestas Trabajo de campo |
| INDEPENDIENTE     | Turismo Cultural | Beneficios sociales   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Bienestar de la comunidad</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Porcentaje de personas beneficiadas con el turismo cultural</li> <li>– Porcentaje de personas que consideran que se explota los recursos turísticos para el beneficio de la comunidad</li> </ul> | Encuestas Trabajo de campo |
|                   |                  | Beneficios económicos | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Generación de ingresos</li> <li>– Generación de empleo</li> <li>– Emprendimientos turísticos</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Variación de ingresos</li> <li>– Porcentaje de personas dedicadas al turismo cultural</li> <li>– Número de emprendimientos turísticos</li> </ul>   | Encuestas Trabajo de campo |



## Capítulo III

### Método de Investigación

#### 3.1 Tipo de Investigación

De acuerdo con la naturaleza del presente estudio, la investigación es de tipo aplicada, ya que se tiene propósitos prácticos inmediatos, se busca producir cambios en un determinado sector de la realidad. (Carrasco, 2019)

#### 3.2 Enfoque de Investigación

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo, ya que todos los datos obtenidos se cuantificarán y posteriormente se describirán dando a conocer los resultados obtenidos, teniendo en cuenta los indicadores correspondientes por variable y dimensión.

#### 3.3 Diseño de Investigación

El diseño de la investigación es de carácter no experimental ya que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para analizarlos con posterioridad. Asimismo, es longitudinal ya que se analiza el comportamiento de las variables en diferentes momentos o periodos de tiempo.

#### 3.4 Alcance de Investigación

La presente investigación corresponde al nivel correlacional, debido a que se tiene como finalidad determinar la relación entre dos variables.

Los conocimientos correlacionales, al calcular el grado de asociación que existe entre dos o más variables, miden a cada una de ellas (presuntamente relacionadas) y, luego, cuantifican y analizan la conexión.



### 3.5 Población y Muestra de Investigación

#### 3.5.1 Población

Para esta investigación la población está conformada por las familias (34) de la Comunidad Campesina de SOCMA del Distrito de Ollantaytambo (INEI, 2017).

#### 3.5.2 Muestra

La presente investigación emplea un muestro censal, ya que se busca incluir el total de casos, es decir el total de la población (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014); dado que la población de estudio es de **34 familias**, cantidad que no es significativa para la obtención de una muestra por fórmula, es así que la investigación deberá concentrar a todas las familias dentro de los límites del territorio de la Comunidad Campesina de Socma.

### 3.6 Técnicas e instrumentos de investigación

#### 3.6.1 Técnicas

Para el levantamiento de la información y la recolección de datos se recurrieron al uso de fuentes de información primaria y secundaria.

##### 3.6.1.1 Fuentes primarias

- **Observación directa**, esta técnica ha permitido observar los elementos o caracteres en los cuales se presenta el fenómeno que se pretende investigar, y los resultados obtenidos se consideran datos estadísticos originales.
- **Encuestas**, esta técnica permite acopiar información sobre las familias beneficiarias por el programa Sierra Productiva



### 3.6.1.2 Fuentes secundaria

Las principales fuentes de información económica sobre la actividad turística la obtendremos de: MINCETUR, DIRCETUR, del INEI, del BCRP, del Observatorio turístico del Perú, MEF, Cámara de comercio del Cusco, PROMPERU y OMT.

## 3.6.2 Instrumentos

### 3.6.2.1 Proceso manual

En el procesamiento manual de los datos se utilizará en la técnica del llenado manual de las encuestas, con la finalidad de ser llevados a una base de datos.

## 3.7 Validez y confiabilidad del instrumento

La confiabilidad del instrumento se determinó mediante el alfa de Cronbach, que permite calcular la correlación existente entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables. Se expresa con la siguiente fórmula:

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

Para ello, la interpretación se realizará de la siguiente manera:

$\alpha$  Cronbach > 0.8 (es confiable)

$\alpha$  Cronbach < 0.8 (no confiable).

Tabla 4. *Confiabilidad del instrumento*

| Instrumento                              | $\alpha$ Cronbach | Número de elementos |
|--|-------------------|---------------------|
| Variable dependiente: Ingresos           | 0.82              | 12                  |
| Variable independiente: Turismo cultural | 0.81              | 11                  |



En base a la tabla anterior, se afirma que los instrumentos de la variable dependiente e independiente presentan confiabilidad, el instrumento de la variable ingresos tiene un  $\alpha$  Cronbach de 0.82 y el instrumento de la variable turismo cultural tiene un  $\alpha$  Cronbach de 0.81, lo que significa que ambos instrumentos son altamente confiables.

### **3.8 Procesamiento de datos**

- Los datos recopilados fueron almacenados, organizados y procesados en un sistema computarizado, donde se utilizó una hoja Excel.
- Los datos fueron procesados en el programa SPSS Statistics 25.0, versión 2020.
- Se realizó un análisis estadístico.
- Se realizó cuadros, gráficos estadísticos y análisis descriptivos.
- Los estadísticos usados en la descripción fueron la frecuencia y el porcentaje.



## Capítulo IV

### Análisis del Entorno Socioeconómico de la Comunidad de Socma

#### 4.1 Información General del Distrito de Ollantaytambo

##### 4.1.1 Breve historia:

Durante la fase del incanato, el inca Pachacutec conquistó la región y construyó el pueblo y un centro ceremonial, durante la época de la conquista, sirvió como fuerte de Manco Inca Yupanqui, líder de la resistencia inca. En Ollantaytambo hay andenes de resistencia no agrícola, similar a los demás sitios arqueológicos del Cusco.

##### 4.1.2 Ubicación geográfica

Ollantaytambo se encuentra dentro de la jurisdicción de Urubamba, departamento del Cusco. Ubicado a 68 km por la vía férrea y a 81 km por la carretera asfaltada (Cusco – Chinchero -Urubamba - Ollantaytambo), tiene una altitud que varía desde los 2750 m.s.n.m. en la parte baja y 2795 m.s.n.m. en la parte más alta (Instituto Nacional de Defensa Civil, 2012, pág. 71).

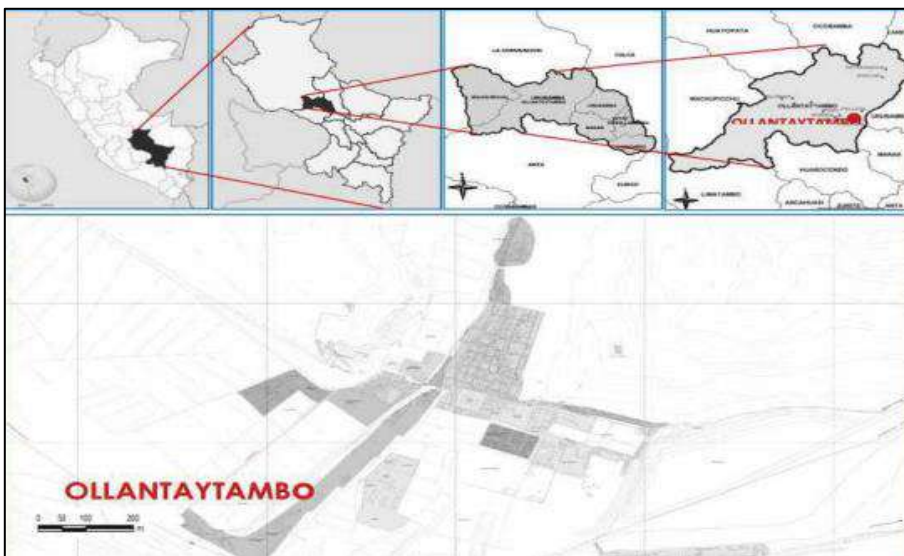


Figura 2. Ubicación Cartográfica de Ollantaytambo



### 4.1.3 Infraestructura

Tabla 5. Resumen de infraestructura de Ollantaytambo

| SERVICIO                  | DISPONIBILIDAD | DESCRIPCIÓN  |
|---------------------------|----------------|--|
| Agua                      | SI             | En la ciudad de Ollantaytambo se tiene agua potable y desagüe a domicilio. Pero no sucede lo mismo con la gran mayoría de comunidades en donde solo existe agua entubada sin tratar y no existe desagüe con el consiguiente riesgo que significa para la salud de las personas que viven en ese entorno y el impacto que se genera en el medio ambiente.   |
| Alcantarillado            | SI             | En algunas comunidades se tienen instalaciones de desagüe que derivan hacia las corrientes de agua como el río Wilkamayo o Vilcanota o el río Patacancha.  |
| Electricidad              | SI             | Se cuenta con electricidad en las comunidades y centro poblado.  |
| Telefonía móvil           | SI             | Existe señal de telefónica en la mayoría de comunidades.   |
| Internet                  | SI             | Solo hay internet en el centro poblado de Ollantaytambo.   |
| Salud                     | SI             | Presenta problemáticas diversas de acuerdo a la zona geográfica donde se ubican los centros poblados: en las comunidades alejadas la atención en salud es deficiente (en algunos casos inexistente como Kelkanka, Yanamayo y Soqma), presentan problemas de parasitosis, pediculosis e infecciones respiratorias en los niños, gastritis, artrosis o reumatismo en los adultos mayores con una fuerte presencia de familias disfuncionales que presentan problemáticas de violencia familiar, abandono, infidelidad, alcoholismo que impactan de manera muy significativa en la formación y desarrollo de los hijos. |
| Seguridad                 | SI             | Se cuenta con serenazgo y policía.   |
| Terminales terrestres     | SI             | Existen terminales que son poco usados por los vehículos de empresas y agencias de turismo.  |
| Vías alternas de tránsito | SI             | Las calles de Ollantaytambo son angostas y pocas, la mayor parte de ellas han sido declaradas como zonas rígidas por la MDO. La vía de evitamiento ha aligerado notablemente el tráfico dentro de la ciudad, pero es necesario asfaltar esta vía. Por otro lado existen dificultades de difícil solución debido a que se tienen que acatar normatividades institucionales como el que se ha generado con el Ministerio de Cultura que no permite el asfaltado de la vía de Ollantaytambo - Rumira por ser zona arqueológica.   |
| Señalizaciones            | SI             | Falta señalización en las calles, se tiene que pintar para identificar las zonas rígidas.  |

*Nota.* Elaboración propia en base al Plan de desarrollo turístico local de Ollantaytambo



#### 4.1.4 Accesibilidad

Las calles de Ollantaytambo son angostas y pocas, la mayor parte de ellas han sido declaradas como zonas rígidas por la MDO. La vía de evitamiento ha aligerado notablemente el tráfico dentro de la ciudad, pero es necesario asfaltar esta vía. Por otro lado, existen dificultades de difícil solución debido a que se tienen que acatar normativas institucionales como el que se ha generado con el Ministerio de Cultura que no permite el asfaltado de la vía de Ollantaytambo - Rumira por ser zona arqueológica. Otras vías de acceso son:

- Cusco – Chinchero -Urubamba – Ollantaytambo vía asfaltada.
- Cusco – Pisac – Calca- Urubamba- Ollantaytambo vía asfaltada.
- Quillabamba – Ollantaytambo vía asfaltada.
- Cusco- Urubamba, vía asfaltado acceso vehicular.
- Machupicchu - Ollantaytambo vía férrea con mantenimiento continuo desde su privatización.
- Ocobamba – Ollantaytambo por la trocha semi asfaltada.
- Willoq – Ollantaytambo por el camino peatonal “Inka” que aún permanece en uso.

#### 4.1.5 Aspectos demográficos

Ollantaytambo tiene una población de 8065 habitantes según el Censo de 1993, con una tasa de crecimiento intercensal del 1.5%, el 52 % son hombres y el 48% mujeres, el 20.15% viven en el área urbana y el 79.85% en el área rural, la densidad de la población es de 12.6 habitantes por kilómetro cuadrado.



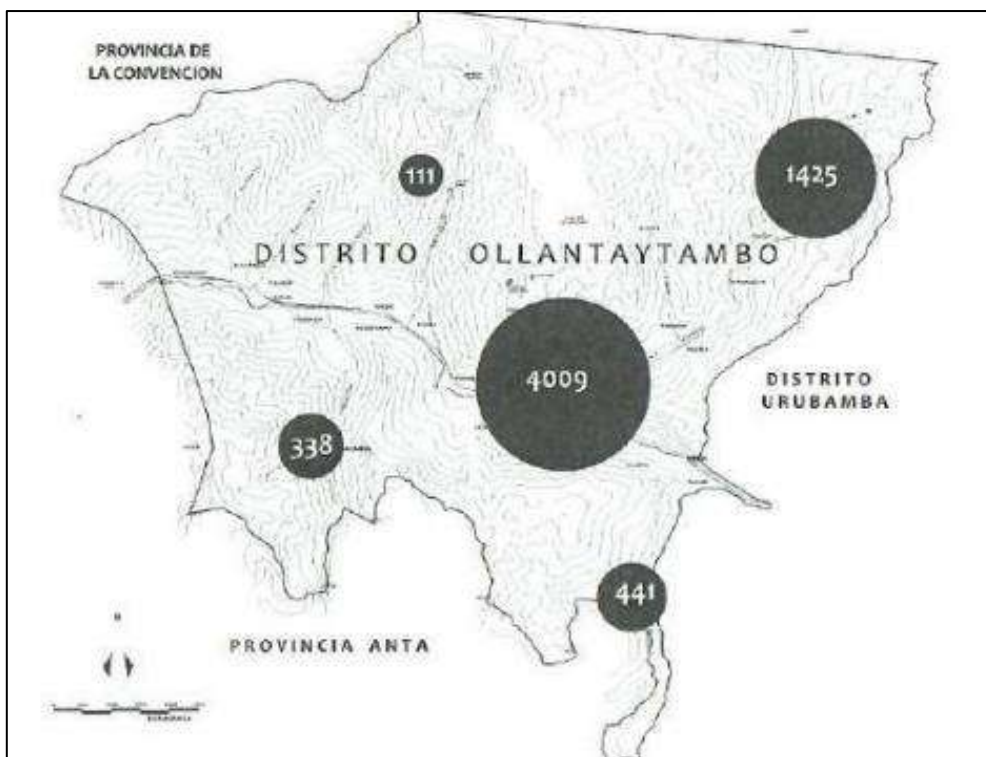


Figura 3. Distribución de la población de Ollantaytambo

Nota. Tomado del Plan de desarrollo turístico local de Ollantaytambo

#### 4.1.6 Aspectos culturales

El 9 de setiembre de 1905, en el primer gobierno de José Pardo, se promulgó una ley cuya finalidad fue anexar la parroquia de Chinchero a la provincia de Urubamba, para la distribución y división política distrital de dicha provincia conformada por Urubamba, Maras, Yucay, Huayllabamba, Chinchero y Ollanta con su capital Tambo. Posteriormente, con ley/9396 del 30 de setiembre de 1941, promulgada un día después, se elevó a la categoría de distrito de la circunscripción de Machupicchu que formaba parte de Ollantaytambo (Tarazona, 1946: pp. 791- 792,794). Actualmente Ollantaytambo está constituido por las siguientes comunidades:

- Comunidad de Socma
- Comunidad de Kelkanka
- Comunidad de Yanamayo



- Comunidad de Rumira Sondormayo
- Comunidad de Piskakucho
- Comunidad de Patacancha
- Comunidad de Huilloc
- Comunidad Central Ollanta

#### **4.1.7 Aspectos económicos**

La mayor parte de la población rural vive de la agricultura y se encuentran en extrema pobreza. La población de Ollantaytambo vive principalmente del turismo que es lo que da vida a la ciudad, sin turismo muera la ciudad.

La agricultura, para la mayoría de los campesinos de las diversas comunidades, no es una actividad rentable porque no les reporta beneficios económicos. Los precios que obtienen por sus cosechas son muy bajos, logrando en la mayoría de los casos solo recuperar la inversión realizada. Los principales cultivos que se dan en el distrito son: Maíz blanco gigante, trigo, quinua, papa, olluco, oca, zanahoria. El maíz que se cultiva en el piso de valle es vendido a compradores que vienen de Lima y Arequipa principalmente. Los cultivos que se realizan en la cuenca del Patacancha son orgánicos, pero debido a la falta de mercado, los dedican al autoconsumo. En cuanto a la ganadería, crían alpacas y ovejas en las zonas altas. En las zonas bajas vacas y cerdos, pero no en mucha cantidad, pues las parcelas son pequeñas para esta actividad. Algunos crían cuyes y gallinas para autoconsumo.

Los comerciantes de artesanía que se encuentran en la fortaleza tienen autorización especial del ministerio de cultura, no tienen autorización de la Municipalidad por ser zona arqueológica y depender del ministerio de cultura, no pagan ningún impuesto. Existen diferencias en su desempeño y objetivos dependiendo de la zona donde vivan, las señoras de la



cuenca de Patacancha no saben leer y escribir y tienen miedo de asumir sus propios retos, mientras que en Rumira están mejor organizadas y ya se están contactando con los clientes de manera directa.

El Turismo en Ollantaytambo es un centro arqueológico. El tránsito de turistas por la ciudad de Ollantaytambo se realiza para visitar el patrimonio arqueológico existente en el distrito y como zona de tránsito hacia el Santuario de Machu Picchu. Los diversos restos arqueológicos existentes están bajo el cuidado y protección del Ministerio de Cultura la cual se basa en la Ley del Patrimonio Cultural y su reglamentación. El flujo turístico del año 2014 indica que ingresaron a la fortaleza 641,847 turistas que significa un promedio de 1800 personas por día. El pico más alto se registró en el mes de agosto con 77000 ingresos y el día más alto con 3000 ingresos. Asimismo, como datos referenciales de otros sitios turísticos del distrito se tiene que en promedio al Pinkulluna ingresan 200 personas al día, 300 a Perolnuyoc y 300 a Pumamarca, muy inferiores al promedio de ingresos que se tiene en la fortaleza, pero muy importante como dato para potenciar los servicios turísticos en Ollantaytambo

#### **4.1.8 Aspectos políticos e institucionales**

El alcalde Distrital de Ollantaytambo es el Lic. Elvis Flores Farfán. De acuerdo a lo manifestado por los funcionarios municipales, la municipalidad recién se está modernizando. Asimismo, manifestaron que la anterior gestión desapareció los archivos de la municipalidad por lo que están volviendo a rehacer toda la información. Entre la situación encontrada en este punto tenemos:

- 70% no poseen licencias de funcionamiento formales. Muchos establecimientos tienen licencia, pero no especifican de que tiempo, existen licencias de tres periodos anteriores.



- Se registró 237 establecimientos a fines de abril, pero han aparecido de 15 a 20 nuevos establecimientos. Cuando se les notifica para la formalización empiezan a cerrar. Existe un ritmo acelerado de apertura y cierre de establecimientos entre restaurantes, hoteles y comercios.
- Las casas hospedaje no figuran en ningún registro. No hay forma de verificar estas casas hospedaje.
- Hoteles pequeños, los dueños ya no viven en Ollantaytambo y dejan la administración a empleados o alquilan los locales con las licencias.
- Más de 2000 contribuyentes. No existe registro de tipo de contribuyentes.
- Existen locales que tienen un buen ingreso, pero solo pagan el mínimo, no correspondiéndole ese rubro que lo han conseguido por compadrazgo y los funcionarios locales lo permiten. Pagan de 32 a 60 soles por año. La administración actual no ha dado amnistía.
- Impuesto predial 70% de morosidad. Debido a que están actualizando la información de impuestos están recibiendo amenazas, dos funcionarios ya se han ido.
- Muchos de los predios no tienen documentación de propiedad. No están inscritos en registros públicos porque es zona arqueológica y por ley no se puede dar título de propiedad. El Instituto Nacional de Catastro de Lima indico que no se les debe inscribir por encontrarse en zona arqueológica. Se consideró ponerlos como tenedores haciendo una campaña de fiscalización con cargo de tenedor temporal hasta que aparezca el dueño con títulos de propiedad.



- Se enfrenta a grupos de poder, piden rebajas en el pago de impuestos porque ha hablado con alguien. Hay que enseñar a la población a cumplir con la ley.



## Capítulo V

### Análisis e Interpretación de los Resultados de la Investigación

Este trabajo de investigación tiene como principal fin mostrar los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los pobladores de la comunidad de Socma, del distrito de Ollantaytambo, la cual dará a conocer la situación actual (antes de la pandemia) del turismo cultural en la zona mencionada, para después ser refutadas con las hipótesis planteadas al inicio de esta investigación

Debemos mencionar que la cantidad de familias de la comunidad de Socma es de 34 familias, y al ser de 34 se optó por no tomar una muestra, sino más bien encuestar a todas las familias que estén en el territorio de la comunidad, para así tener resultados más precisos.

#### 5.1. Resultados para las variables

##### 5.1.1. Género de los jefes de familia

Tabla 6 *Género de los jefes de familia de Socma*

|        | Género    | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Masculino | 20         | 58,8       | 58,8              | 58,8                 |
|        | Femenino  | 14         | 41,2       | 41,2              | 100,0                |
|        | Total     | 34         | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

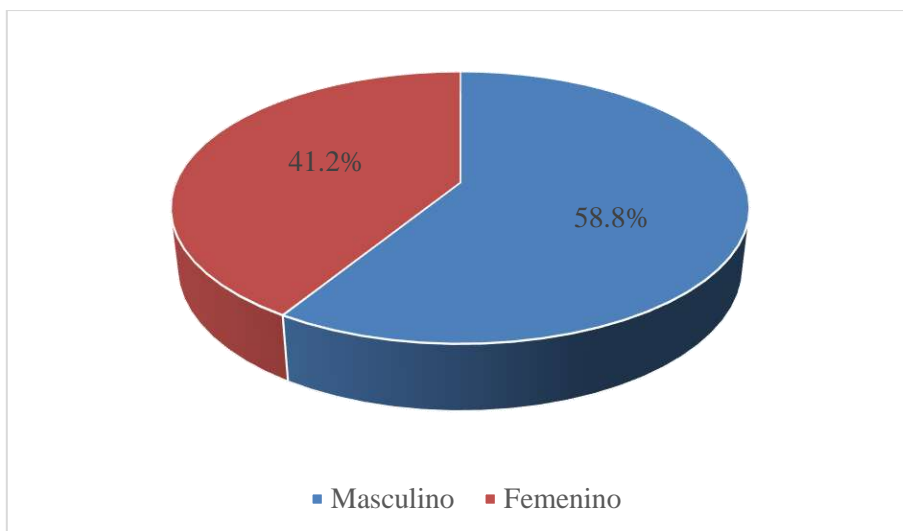


Figura 4. Género de los jefes de familia de Socma

Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

La tabla anterior muestra que, en el 58.82% de familias de Socma, el jefe de hogar es de género masculino, mientras que, en el 41.18% de familias, la mujer es jefe de hogar. Esto evidencia una predominancia del género masculino en el rol de jefe de hogar en Socma.

### 5.1.2. Edad de los jefes de familia

Tabla 7. Edad de las familias de Socma

|                      | N  | Mínimo | Máximo | Media |
|----------------------|----|--------|--------|-------|
| Edad                 | 34 | 19     | 81     | 41,21 |
| N válido (por lista) | 34 |        |        |       |

Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

La tabla anterior señala que la edad promedio de los jefes de familia de la comunidad de Socma es 41 años, asimismo, se encuentra como edad mínima 19 años y como máxima 81 años. Esto implica que, en la mayoría de familias, el jefe de familia se encuentra en una edad adulta, sin embargo, en algunos casos, el rol lo asumen jóvenes o adultos mayores.



### 5.1.3. Número de integrantes de las familias de Socma

Tabla 8. *Número de integrantes de familia de Socma*

|                      | N  | Mínimo | Máximo | Media |
|----------------------|----|--------|--------|-------|
| Integrantes de fam.  | 34 | 1      | 6      | 2,79  |
| N válido (por lista) | 34 |        |        |       |

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Según la anterior tabla, el número promedio de integrantes en las familias de Socma es de 2,79, lo cual se interpreta como 3 personas por familia, también se debe mencionar que existen familias con un solo integrante, así como familias con 6 integrantes, siendo este el número máximo de integrantes en las familias de Socma.

### 5.1.4. ~~Nivel de educación de los jefes de familia de Socma~~

#### Actividades productivas de las familias de Socma

Tabla 9. *Actividades productivas de las familias de Socma*

|        | Actividad productiva | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------|----------------------|------------|------------|----------------------|
| Válido | Agricultura          | 5          | 14,7       | 14,7                 |
|        | Turismo              | 4          | 11,8       | 26,5                 |
|        | Ganadería            | 5          | 14,7       | 41,2                 |
|        | Artesanía            | 2          | 5,9        | 47,1                 |
|        | Otros                | 18         | 52,9       | 100,0                |
|        | Total                | 34         | 100,0      |                      |

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.



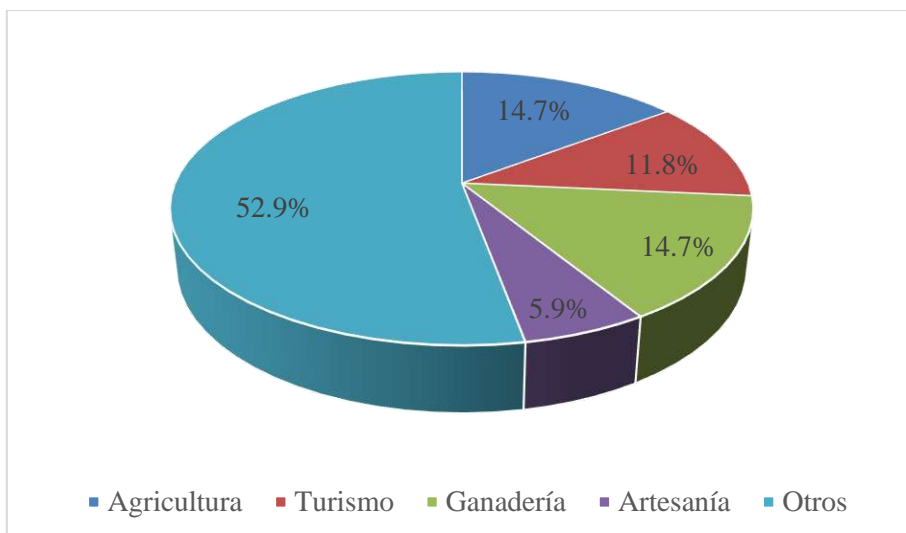


Figura 5. Actividades productivas de las familias de Socma  
Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Como se expone en la figura anterior, el mayor porcentaje de familias de Socma (52,94%) se dedican a “otros” como actividad productiva, estos en su mayoría son trabajos de oficina tanto en Ollantaytambo, en Urubamba y Cusco; con 14,74%, se encuentra la agricultura y la ganadería con el mismo porcentaje, seguido por el turismo (11,76%), finalmente, se tiene la artesanía (5,88%).

### 5.1.5. Ingreso familiar

#### 5.1.5.1. Ingreso monetario

Tabla 10. Ingreso mensual de las familias de Socma, 2020

| Ingreso mensual             | 2017       |              |                      | 2020       |            |                      |
|-----------------------------|------------|--------------|----------------------|------------|------------|----------------------|
|                             | Frecuencia | Porcentaje   | Porcentaje acumulado | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
| De 0 a 500 soles            | <u>9</u>   | <u>26,5</u>  | <u>26,5</u>          | 4          | 11,8       | 11,8                 |
| De 501 a 1000 soles         | <u>13</u>  | <u>38,2</u>  | <u>64,7</u>          | 10         | 29,4       | 41,2                 |
| Válido De 1001 a 1500 soles | <u>6</u>   | <u>17,6</u>  | <u>82,4</u>          | 9          | 26,5       | 67,6                 |
| Más de 1500 soles           | <u>6</u>   | <u>17,6</u>  | <u>100,0</u>         | 11         | 32,4       | 100,0                |
| Total                       | <u>34</u>  | <u>100,0</u> |                      | 34         | 100,0      |                      |



Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

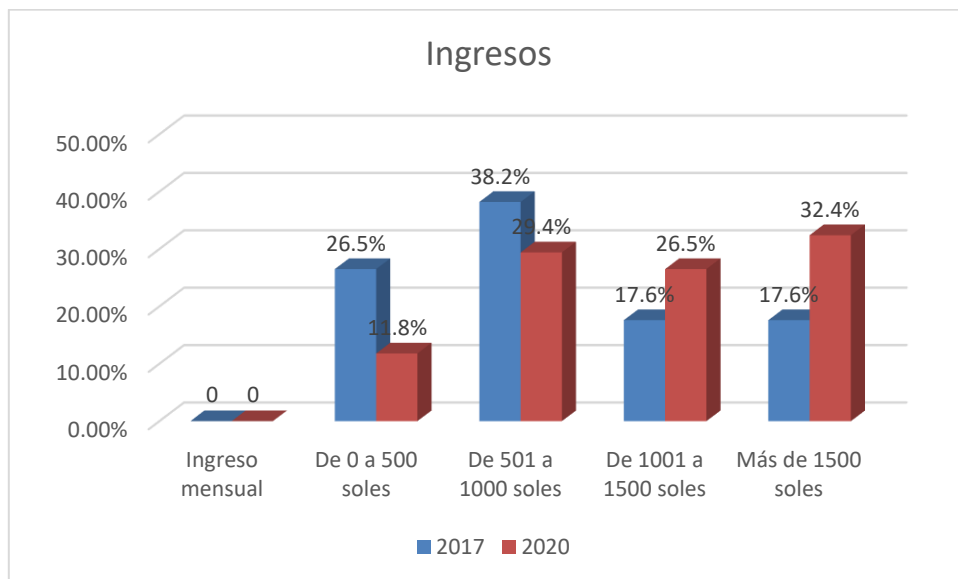


Figura 6. Ingreso mensual de las familias de Socma, 2020

Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

La figura anterior señala que, en el año 2017, el 38.24% de familias de Socma registraban ingresos mensuales de entre S/ 501 y S/ 1000, seguidamente, el 26.47% generaba ingresos menores de S/ 500, y las familias con ingresos mensuales de entre S/ 1001 a S/ 1500 representaban el 17,6%, de igual manera, el 17.6% tenía ingresos mayores a S/ 1500.

En el año 2020, el 32,35% de familias registraron ingresos mayores a S/ 1500 mensuales, el 29,41% generó ingresos de entre S/ 501 a S/ 1000 mensuales y las familias con ingresos de entre S/ 1001 a S/ 1500 mensuales representaron el 26,47%, mientras que, el 11.8% de familias registraron ingresos mensuales menores a S/ 500. Es pertinente mencionar que los ingresos reportaron bajas debido a la pandemia recientemente suscitada.

Entre el año 2017 y 2020, se observa un incremento del ingreso de las familias de Socma, considerando que, en 2017, el grueso de familias tenía ingresos mensuales menores a S/ 1000, sin embargo, para el año 2020, la mayoría de familias obtuvieron ingresos mensuales mayores a S/ 1000, pese a la pandemia que contrajo la economía.

Tabla 11 *Conformidad con el ingreso percibido*

|        |    | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Si | 2          | 5,9        | 5,9               | 5,9                  |
|        | No | 32         | 94,1       | 94,1              | 100,0                |
| Total  |    | 34         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

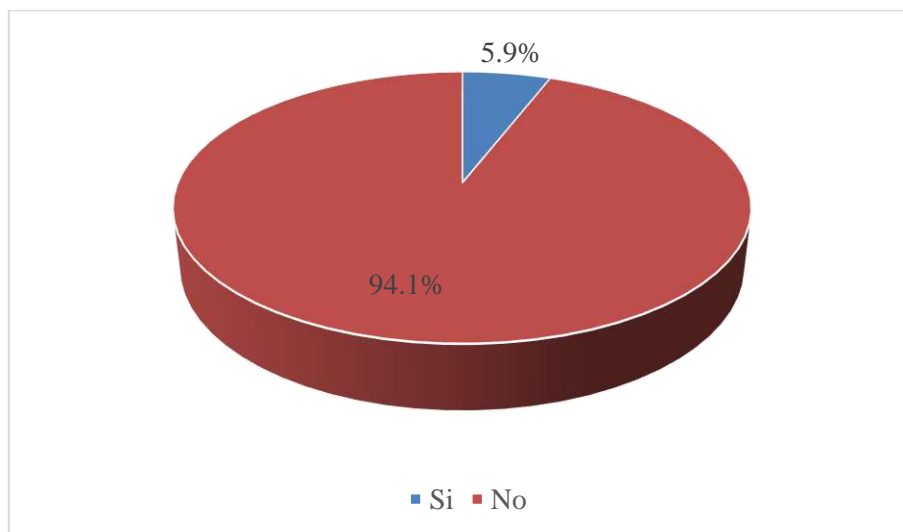


Figura 7. Conformidad con el ingreso mensual

Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Como se puede apreciar en la tabla anterior, el 94,12% de familias de Socma no están conformes con su ingreso mensual y tan solo el 5,88% se considera conforme con este. Ello implica que las familias de Socma no consideran suficiente el ingreso mensual que perciben para satisfacer las necesidades que tienen. [Ingreso mensual de hace 3 años en Socma](#)

*Nota.* ~~Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.~~

## 5.2. Consumo de bienes

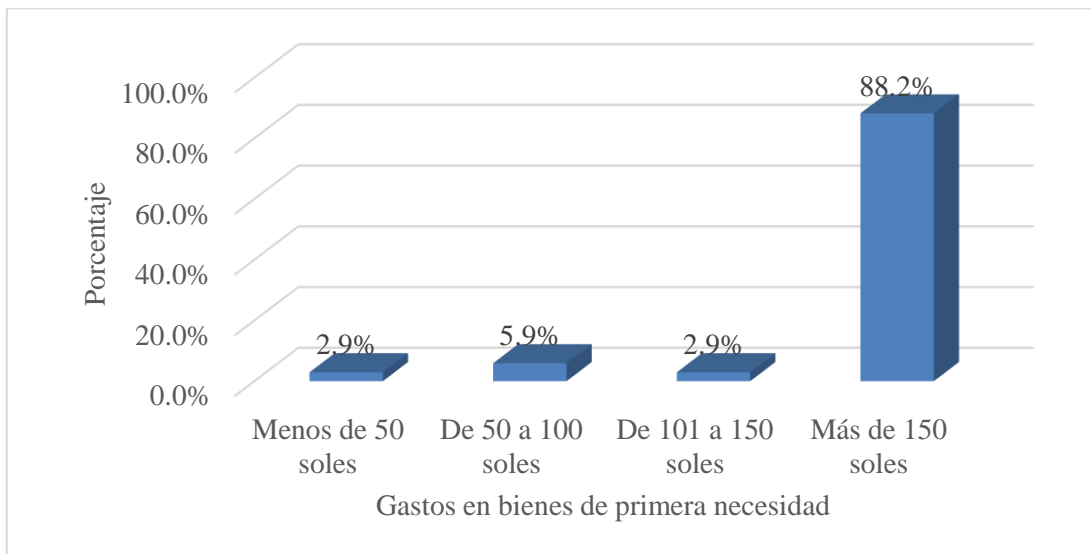
Tabla 12 *Consumo de bienes de primera necesidad de las familias de Socma*

|  | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|



|        |                    |    |       |       |       |
|--------|--------------------|----|-------|-------|-------|
|        | Menos de 50 soles  | 1  | 2,9   | 2,9   | 2,9   |
|        | De 50 a 100 soles  | 2  | 5,9   | 5,9   | 8,8   |
| Válido | De 101 a 150 soles | 1  | 2,9   | 2,9   | 11,8  |
|        | Más de 150 soles   | 30 | 88,2  | 88,2  | 100,0 |
|        | Total              | 34 | 100,0 | 100,0 |       |

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.



*Figura 8.* Gastos en bienes de primera necesidad de las familias de Socma

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Como se puede observar en la figura anterior, el 88,24% de familias de Socma gastan más de S/ 150 mensuales de su pertenencia en bienes de primera necesidad, mientras que, el 5,9% de las familias gastan de entre S/ 50 a S/ 100 mensuales, seguidamente, las familias que gastan de entre S/ 101 a S/ 150 mensuales representan el 2,9%, porcentaje idéntico al de las familias que gastan menos de S/ 50 mensuales en bienes de primera necesidad. Esto implica que las familias destinan parte de su ingreso principalmente a la compra de bienes de primera necesidad, sin embargo, existen familias que gastan un monto mínimo en el consumo de bienes de primera necesidad, debido, principalmente, a los bajos niveles de ingresos que perciben o a la auto subsistencia derivada de sus actividades agrícolas.



Tabla 13. *Gastos en bienes de primera necesidad por cantidad de integrantes de familia en Socma*

|                        |             | Gastos en bienes de 1ra necesidad |                      |                       |                     | Total  |       |
|------------------------|-------------|-----------------------------------|----------------------|-----------------------|---------------------|--------|-------|
|                        |             | Menos de 50<br>soles              | De 50 a 100<br>soles | De 101 a 150<br>soles | Más de 150<br>soles |        |       |
| Integrantes<br>de fam. | 1           | Recuento                          | 0                    | 2                     | 0                   | 4      | 6     |
|                        |             | % del total                       | 0,0%                 | 5,9%                  | 0,0%                | 11,8%  | 17,6% |
|                        | 2           | Recuento                          | 1                    | 0                     | 0                   | 4      | 5     |
|                        |             | % del total                       | 2,9%                 | 0,0%                  | 0,0%                | 11,8%  | 14,7% |
|                        | 3           | Recuento                          | 0                    | 0                     | 1                   | 16     | 17    |
|                        |             | % del total                       | 0,0%                 | 0,0%                  | 2,9%                | 47,1%  | 50,0% |
|                        | 4           | Recuento                          | 0                    | 0                     | 0                   | 3      | 3     |
|                        |             | % del total                       | 0,0%                 | 0,0%                  | 0,0%                | 8,8%   | 8,8%  |
|                        | 5           | Recuento                          | 0                    | 0                     | 0                   | 2      | 2     |
|                        |             | % del total                       | 0,0%                 | 0,0%                  | 0,0%                | 5,9%   | 5,9%  |
|                        | 6           | Recuento                          | 0                    | 0                     | 0                   | 1      | 1     |
|                        |             | % del total                       | 0,0%                 | 0,0%                  | 0,0%                | 2,9%   | 2,9%  |
| Total                  | Recuento    | 1                                 | 2                    | 1                     | 30                  | 34     |       |
|                        | % del total | 2,9%                              | 5,9%                 | 2,9%                  | 88,2%               | 100,0% |       |

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

La tabla anterior señala que las familias con 3 integrantes tienen un gasto en bienes de primera necesidad de más 150 soles con un 47,1 %, por otra parte, se registra un único caso en que una familia de 2 integrantes gasta menos de S/ 50 en bienes de primera necesidad, esto debido a que esta se autosostenía con los recursos de sus tierras, y solo pagaba los servicios de electricidad.

#### [Ahorro en las familias de Socma](#)

**5.1.5.3. Ahorro**

Tabla 14. *Ahorro en las familias de Socma*

|        |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Si    | 2          | 5,9        | 5,9               | 5,9                  |
|        | No    | 32         | 94,1       | 94,1              | 100,0                |
|        | Total | 34         | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

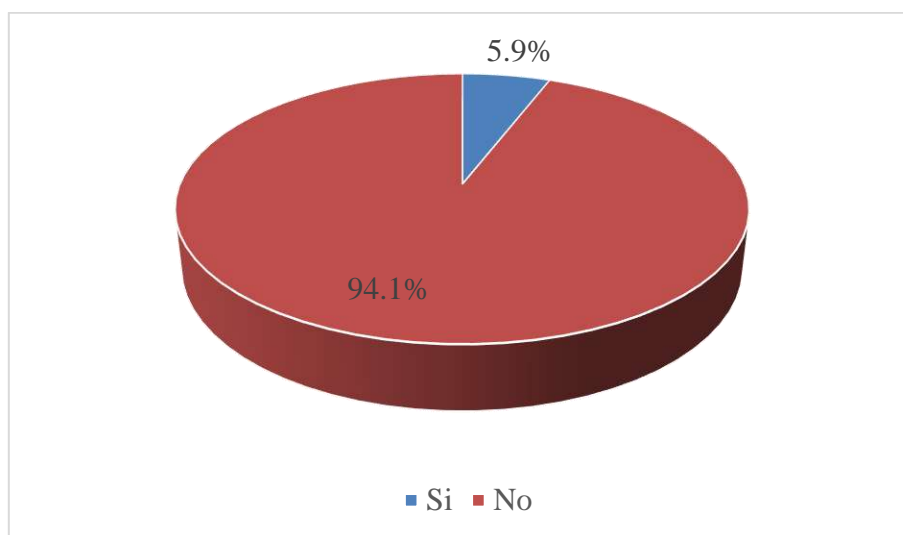


Figura 9. *Ahorro en las familias de Socma*

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

La tabla anterior indica que la gran mayoría de las familias, el 94,12%, no ahorran parte de sus ingresos, solo el 5,9% destina parte de su ingreso al ahorro. Esta situación se da porque los gastos de las familias de Socma son iguales o mayores a los ingresos que perciben, en otras palabras, el ingreso solo les resulta suficiente para el consumo.

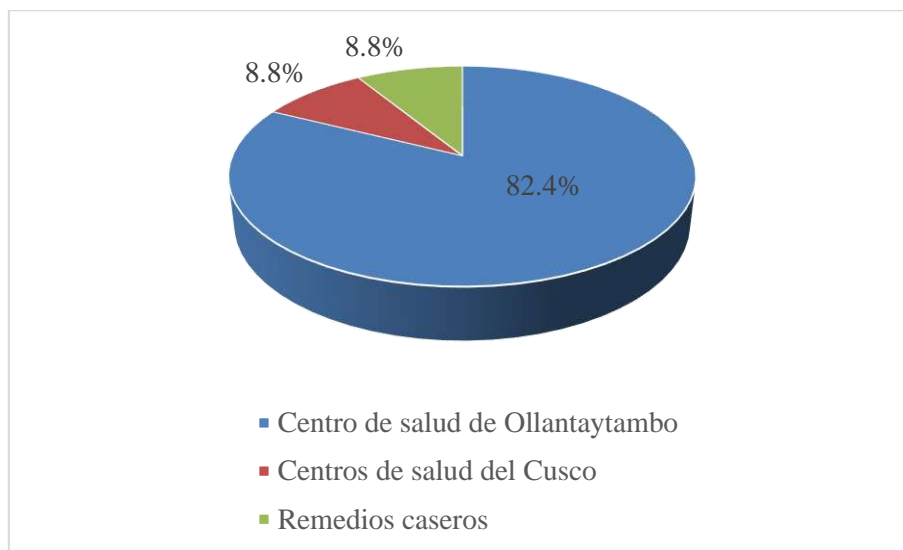
**5.1.5.4. Salud**

Tabla 15. *Lugares a donde acuden las familias de Socma cuando existen problemas de salud, 2020*

|  | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|

|        |                                  |    |       |       |       |
|--------|----------------------------------|----|-------|-------|-------|
|        | Centro de salud de Ollantaytambo | 28 | 82,4  | 82,4  | 82,4  |
| Válido | Centros de salud del Cusco       | 3  | 8,8   | 8,8   | 91,2  |
|        | Remedios caseros                 | 3  | 8,8   | 8,8   | 100,0 |
|        | Total                            | 34 | 100,0 | 100,0 |       |

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.



*Figura 10.* Lugares a donde acuden las familias de Socma cuando existen problemas de salud  
*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

En el año 2017, cuatro comunidades campesinas de Ollantaytambo contaban con establecimientos de salud, mientras las cuatro comunidades restantes carecían de estos. Dichas comunidades reunían en total tres postas de salud, un centro de salud sin internamiento y dos centros de salud con internamiento. (INEI, 2018)

La figura 12 señala que, en el 2020, el 82,35% de las familias de Socma acudieron al centro de salud de Ollantaytambo en casos de problemas de salud, el 8,82% a centros de salud de Cusco y el 8,82% restante emplea remedios caseros ante problemas de salud de los integrantes de la familia. Esto debido a que no existe una posta medica en la comunidad, lo que obliga a los pobladores a movilizarse a otras zonas para ser atendidos por personal médico. Esto demuestra que no hubo una mejora respecto al acceso a la salud en la comunidad de Socma entre el año 2017 y 2020.



Tabla 16 *Relación entre el ingreso mensual con la salud de las familias de Socma, 2020*

|                           |                         | Centro de salud<br>de<br>Ollantaytambo | Centros de<br>salud del<br>Cusco | Remedios<br>caseros | Total |        |
|---------------------------|-------------------------|--|----------------------------------|---------------------|-------|--------|
| Ingreso mensual<br>actual | De 0 a 500 soles        | Recuento                               | 4                                | 0                   | 0     | 4      |
|                           |                         | % del total                            | 11,8%                            | 0,0%                | 0,0%  | 11,8%  |
|                           | De 501 a 1000<br>soles  | Recuento                               | 7                                | 0                   | 3     | 10     |
|                           |                         | % del total                            | 20,6%                            | 0,0%                | 8,8%  | 29,4%  |
|                           | De 1001 a 1500<br>soles | Recuento                               | 8                                | 1                   | 0     | 9      |
|                           |                         | % del total                            | 23,5%                            | 2,9%                | 0,0%  | 26,5%  |
|                           | Más de 1500 soles       | Recuento                               | 9                                | 2                   | 0     | 11     |
|                           |                         | % del total                            | 26,5%                            | 5,9%                | 0,0%  | 32,4%  |
|                           | Total                   | Recuento                               | 28                               | 3                   | 3     | 34     |
|                           |                         | % del total                            | 82,4%                            | 8,8%                | 8,8%  | 100,0% |

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

La tabla anterior expone que, independientemente, de los ingresos que tengan, las familias optan por acudir al centro de salud de Ollantaytambo, debido a la confianza que les genera este centro; sin embargo, se percibe que todas las familias que optan por emplear remedios caseros registran ingresos mensuales de entre S/ 501 a S/ 1000, por otra parte, ninguna familia con ingresos menores a S/ 1000 acude a centros de salud de Cusco.

## **Urbanización de las viviendas de las familias de Socma**

### **5.1.5.5. Educación**

Tabla 17 *Nivel de educación de los jefes de familia de Socma*

|        |  | Nivel de Educación | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|--|--------------------|------------|------------|
| Válido |  | Ninguno            | 2          | 5,9        |
|        |  | Primaria           | 4          | 11,8       |
|        |  | Secundaria         | 9          | 26,5       |
|        |  | Superior           | 19         | 55,9       |
|        |  | Total              | 34         | 100,0      |

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.



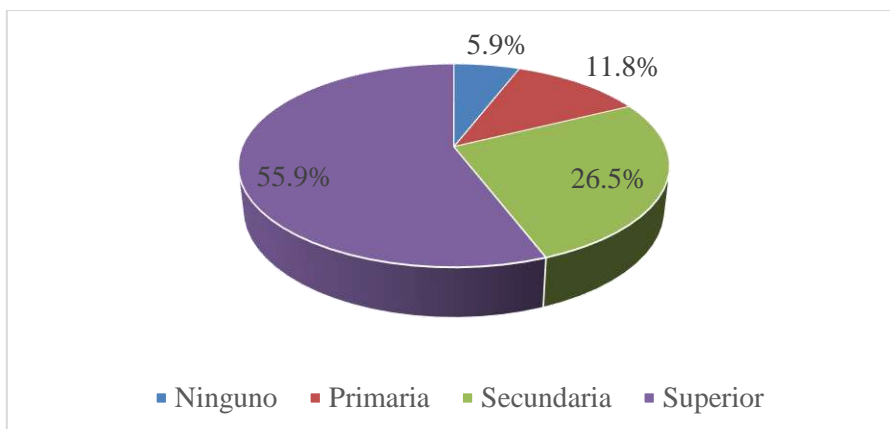


Figura 11. Nivel de educación de los jefes de familia de Socma

Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

En 2017, todas las comunidades campesinas de Ollantaytambo contaban con al menos una institución educativa, asimismo, se tenía 8 instituciones de nivel inicial y primaria, mientras que solo 3 eran de educación secundaria, la cantidad de alumnos matriculados en nivel inicial era de 192, en nivel primario 416 y en nivel secundario 201. (INEI, 2018)

Viviendas en Soema La figura 13 muestra el nivel de educación de los jefes de familia de Socma en 2020, se percibe que más de la mitad (55,88%) tuvo estudios superiores, seguidos de los que alcanzaron la educación secundaria (26,47%), educación primaria (11,76%), y, en menor porcentaje, los que no tuvieron educación alguna (5,88%); es de resaltar el gran porcentaje de jefes de familia con estudios superiores.

#### 5.1.5.6. Infraestructura

Tabla 18. Número de habitaciones

|                        | N  | Mínimo | Máximo | Media | Desv. Desviación |
|------------------------|----|--------|--------|-------|------------------|
| Número de habitaciones | 34 | 1      | 8      | 2,65  | 1,535            |
| N válido (por lista)   | 34 |        |        |       |                  |

Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

La tabla anterior muestra que el número promedio de habitaciones por vivienda es 3, asimismo, el número mínimo de habitaciones por vivienda es de 1 y el número máximo de habitaciones por vivienda es de 8.

Tabla 19. *Tipo de vivienda en Socma*

|        |         | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | adobe   | 28         | 82,4       | 82,4              | 82,4                 |
|        | cemento | 2          | 5,9        | 5,9               | 88,2                 |
|        | otros   | 4          | 11,8       | 11,8              | 100,0                |
|        | Total   | 34         | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

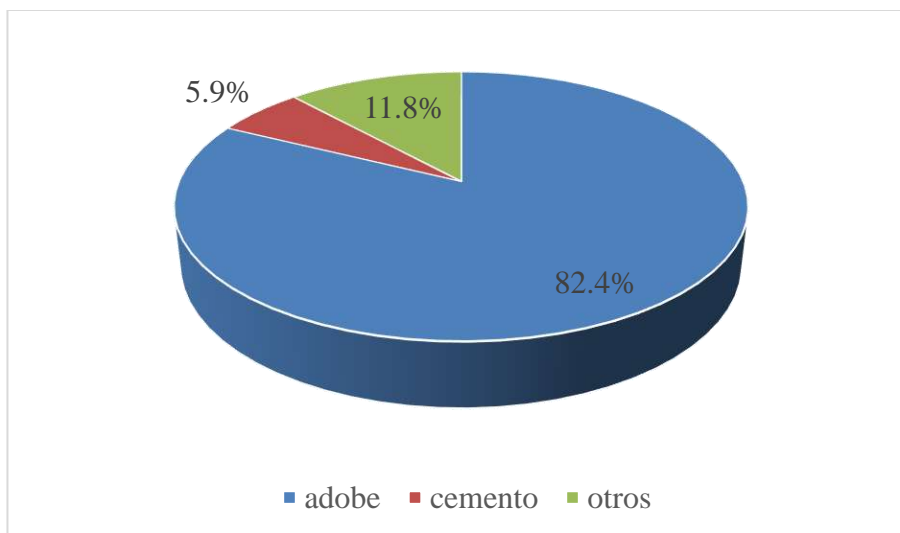


Figura 12. *Tipo de vivienda en Socma*

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

En 2017, Ollantaytambo contaba con 7,9% de viviendas de material noble, 82% de material de adobe o tapia y 9,6% de material precario (INEI, 2018). Es decir, la mayoría de viviendas tenían como material principal el adobe, lo cual implica baja calidad de vida, considerando el riesgo que conlleva el uso de este material en las viviendas, ya sea por la menor resistencia a desastres naturales, así como factores negativos de higiene y seguridad.

La tabla anterior señala que, en Socma, el 82,35% de familias tiene viviendas de adobe, el 5,88% corresponde a viviendas de cemento y el 11,76% a viviendas de otros materiales. Esto evidencia el predominio del adobe como material de las viviendas, demostrando que no se registraron mejoras en cuanto al material de las viviendas en Socma entre el año 2017 y 2020.

Tabla 20. Tipo de techos de las viviendas de Socma

|        | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | calamina   | 30         | 88,2              | 88,2                 |
|        | teja       | 4          | 11,8              | 100,0                |
|        | Total      | 34         | 100,0             | 100,0                |

Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

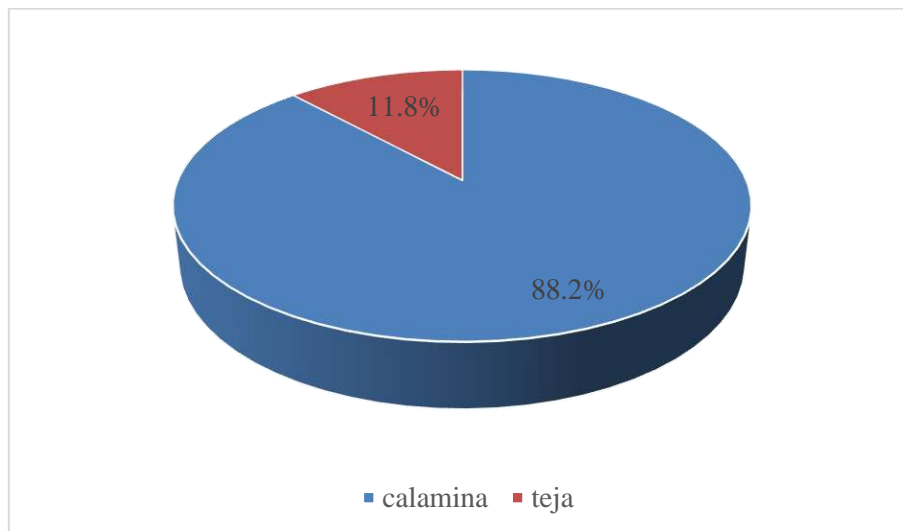


Figura 13. Tipo de techos de las viviendas de Socma

Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

En el año 2017, Ollantaytambo contaba con el 3% de viviendas con techos de concreto armado, 86,1% calamina o teja y 10,1% material precario (INEI, 2018). Esto expone una predominancia de la calamina como material de techo en las viviendas del distrito, esto debido a los ingresos bajos de las familias de Socma que limitaban sus posibilidades de optar por un techo de material más seguro y de calidad, la calamina se considera un material poco seguro y de baja calidad, mientras que la teja resalta por su impermeabilidad y mayor protección, así como su mayor costo.

Los datos recopilados en la tabla 20 muestran que el material predominante en los techos de las viviendas de Socma es la calamina (88,24%), asimismo, el 11,76% de familias viven en

viviendas con techo de teja. Esto evidencia una nula mejora de las condiciones de viviendas, respecto al material de los techos, en la comunidad de Socma durante el periodo 2017-2020.

Tabla 21. *Tipo de pisos de las viviendas de Socma*

|        | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | tierra     | 27         | 79,4              | 79,4                 |
|        | cemento    | 5          | 14,7              | 94,1                 |
|        | otros      | 2          | 5,9               | 100,0                |
|        | Total      | 34         | 100,0             | 100,0                |

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

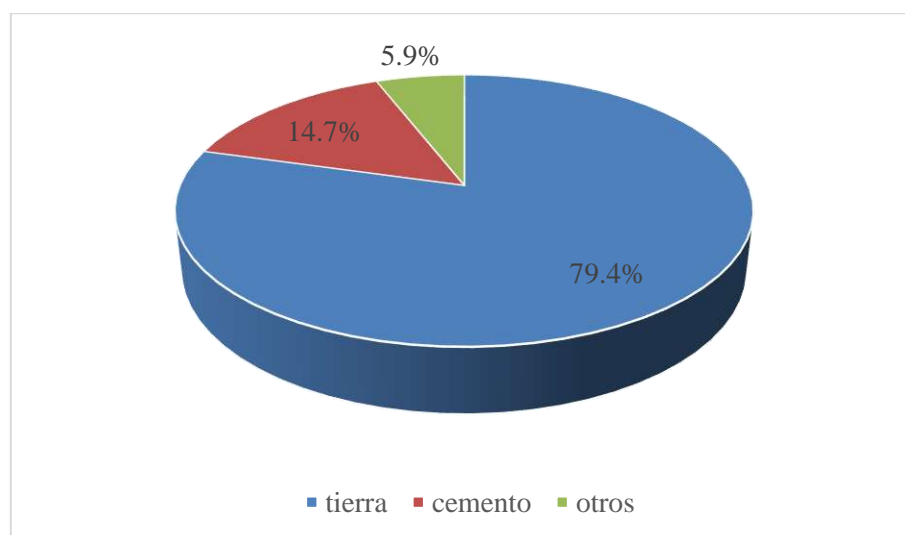


Figura 14. Tipo de pisos de las viviendas de Socma

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

En el año 2017, el distrito de Ollantaytambo contaba con 26,2% de viviendas con piso de cemento, 68,7% con piso de tierra y 2,5% de parquet. (INEI, 2018)

La tabla 21 muestra que la tierra es el material que predomina en los pisos de las viviendas de Socma (79,41%), seguido también del cemento (14,71%), aunque hay muy pocas familias que utilizan otros materiales en pisos dentro de sus viviendas. Los pisos de tierra se asocian con la presencia de insalubridad, por lo que se determina una baja calidad de infraestructura de suelos en las viviendas de Socma. Ello evidencia que no hubo mejoras



respecto a la calidad del material de los pisos en las viviendas de Socma entre el año 2017 y 2020.

### 5.1.5.7. Urbanización

Tabla 22 Urbanización de las viviendas de las familias de Socma

|                                    | Respuestas        |            | Porcentaje de casos |        |
|------------------------------------|-------------------|------------|---------------------|--------|
|                                    | N                 | Porcentaje |                     |        |
| Urbanización en Socma <sup>a</sup> | Calle             | 28         | 30,8%               | 90,3%  |
|                                    | Alumbrado publico | 31         | 34,1%               | 100,0% |
|                                    | Carretera         | 24         | 26,4%               | 77,4%  |
|                                    | Vereda            | 8          | 8,8%                | 25,8%  |
| Total                              | 91                | 100,0%     | 293,5%              |        |

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

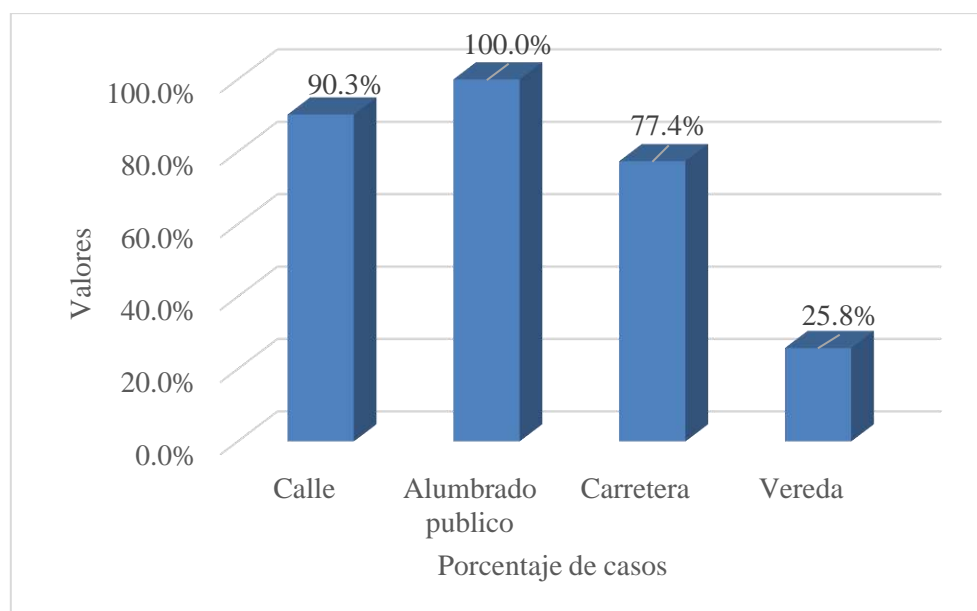


Figura 15. Urbanización de las viviendas de las familias de Socma

Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

En 2017, las comunidades de Ollantaytambo contaban diversas vías de comunicación, entre ellas, 4 caminos de herradura, 6 caminos carrozables, una carretera afirmada y una carretera asfaltada. (INEI, 2018)



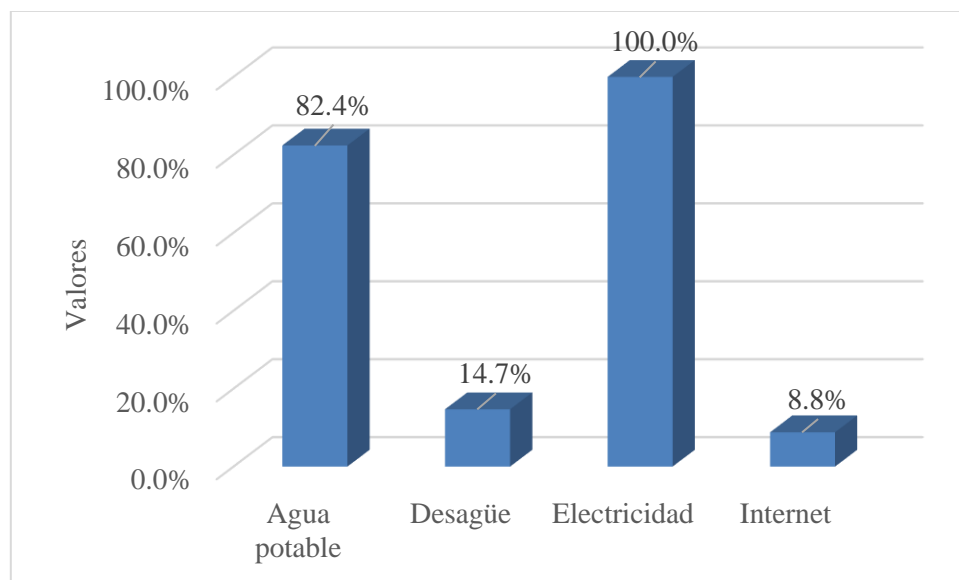
La tabla 22 muestra que solo el 25,81% de las viviendas en Socma tienen veredas en ellas, y que la totalidad de las mismas ostentan alumbrado público, asimismo, el 77,42% de las mismas colindan con la carretera nexa y el 90,32% de las viviendas tienen una calle propiamente dicha. Ello evidencia que aún existen deficiencias respecto a la urbanización de la comunidad de Socma, principalmente, por la ausencia de veredas y carreteras conexas a algunas viviendas.

**5.1.5.8. Servicios básicos en Socma**

Tabla 23. *Servicios básicos en Socma*

|                   |              | Respuestas |            | Porcentaje de casos |
|-------------------|--------------|------------|------------|---------------------|
|                   |              | N          | Porcentaje |                     |
| Servicios básicos | Agua potable | 28         | 40,0%      | 82,4%               |
|                   | Desagüe      | 5          | 7,1%       | 14,7%               |
|                   | Electricidad | 34         | 48,6%      | 100,0%              |
|                   | Internet     | 3          | 4,3%       | 8,8%                |
| Total             |              | 70         | 100,0%     | 205,9%              |

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.



*Figura 16.* Servicios básicos en Socma

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.



En 2017, Ollantaytambo contaba con 79,4% de viviendas con acceso a agua por red pública domiciliaria, 7,7% por pilón o pileta de uso público, 6,3% por pozo y 6,6% no tenían acceso a dicho servicio. De las viviendas con red pública domiciliaria, el 89,5% disponían de agua todos los días de la semana, mientras que, el 10,5% solo contaba con agua algunos días de la semana. Asimismo, el 55,8% contaba con servicio de alcantarillado por red pública, 16,7% por pozo séptico, el 6,9% por pozo negro y el 21% no contaba con servicio de alcantarillado. El 76,9% de las viviendas contaba con alumbrado eléctrico, mientras que, 23,1% no contaba con el servicio. (INEI, 2018)

Los resultados expresados en la tabla 23 muestran que la totalidad de las familias de Socma cuenta con electricidad en sus viviendas, asimismo, el 82,35% de las familias cuenta con agua potable; sin embargo, solo el 14,71% cuenta con servicios de desagüe en sus viviendas y el 8,8% tiene internet en sus viviendas. Esto evidencia que las familias de Socma presentan aún brechas en el acceso a servicios de agua, desagüe e internet, siendo estos fundamentales para garantizar el bienestar de los pobladores.

### 5.1.5.9.

#### ***Tecnología y artefactos en las familias de Socma***

Tabla 24. *Tecnología y artefactos en Socma*

|                         | Respuestas    |            | Porcentaje de casos |       |
|-------------------------|---------------|------------|---------------------|-------|
|                         | N             | Porcentaje |                     |       |
| Artefactos y tecnología | Radio         | 33         | 26,6%               | 97,1% |
|                         | TV            | 12         | 9,7%                | 35,3% |
|                         | Celular       | 29         | 23,4%               | 85,3% |
|                         | Computadora   | 12         | 9,7%                | 35,3% |
|                         | Refrigeradora | 5          | 4,0%                | 14,7% |
|                         | Cocina        | 29         | 23,4%               | 85,3% |
|                         | Lavadora      | 4          | 3,2%                | 11,8% |
| Total                   | 124           | 100,0%     | 364,7%              |       |

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

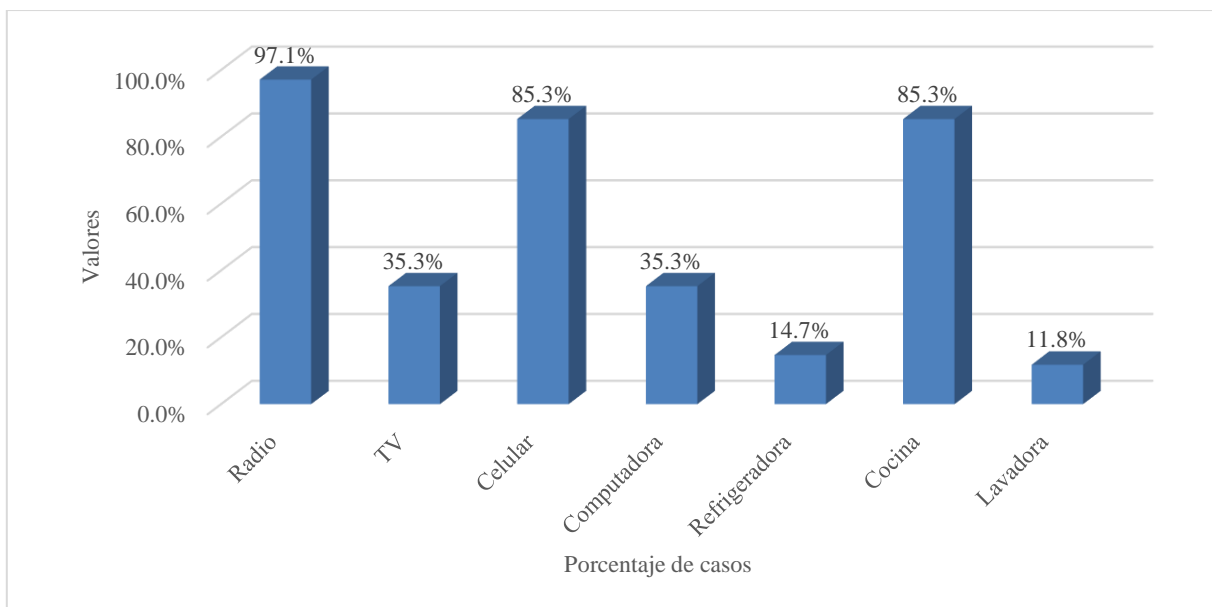


Figura 17. Tecnología y artefactos en Socma

Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

En 2017, Ollantaytambo contaba con solo el 8,1% de viviendas que tenían internet y un 8,7% con TV por cable, 70,4% tenía celular y 5% con teléfono fijo. (INEI, 2018)

La tabla 24 señala que el 97,1% de familias de Socma cuentan con radio, el 85,3% poseen celular y el 85,3% tienen una cocina en sus hogares, siendo estos los artefactos de uso predominante en las familias; por otra parte, solo el 35,3% cuenta con una computadora y televisión en sus hogares, el 14,7% cuenta con refrigeradora, y el 11,8% cuentan con una lavadora, los porcentajes son menores ya que la mayoría de familias no tienen acceso a estos últimos artefactos por su elevado costo. Ello evidencia que el uso de la tecnología y artefactos no es ajeno a las familias de Socma, sin embargo, existen artefactos que aún no se incorporan en el uso diario de ciertas familias.

### 5.1.6. Turismo cultural en Socma

Tabla 25- Existencia del turismo cultural en Socma

|        |    | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Sí | 28         | 82,4       | 82,4              | 82,4                 |





|       |    |       |       |       |
|-------|----|-------|-------|-------|
| No    | 6  | 17,6  | 17,6  | 100,0 |
| Total | 34 | 100,0 | 100,0 |       |

Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

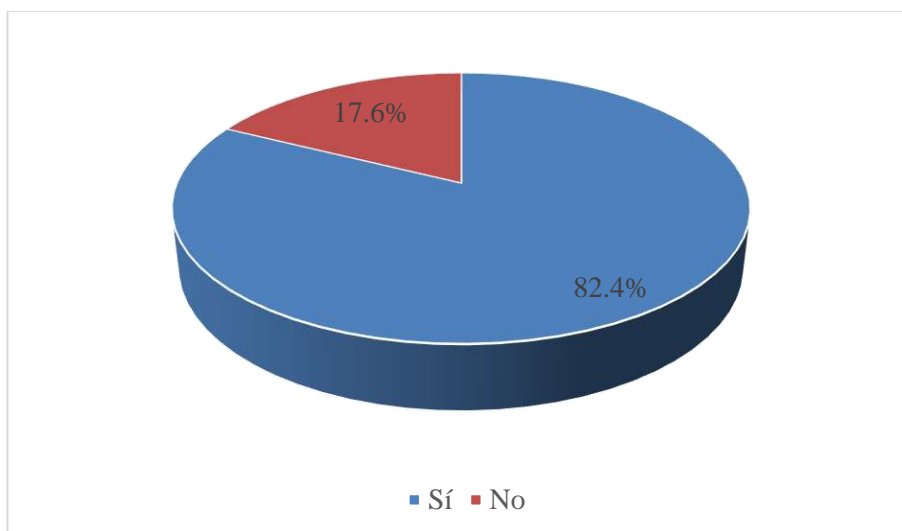


Figura 18. Existencia del turismo cultural en Socma

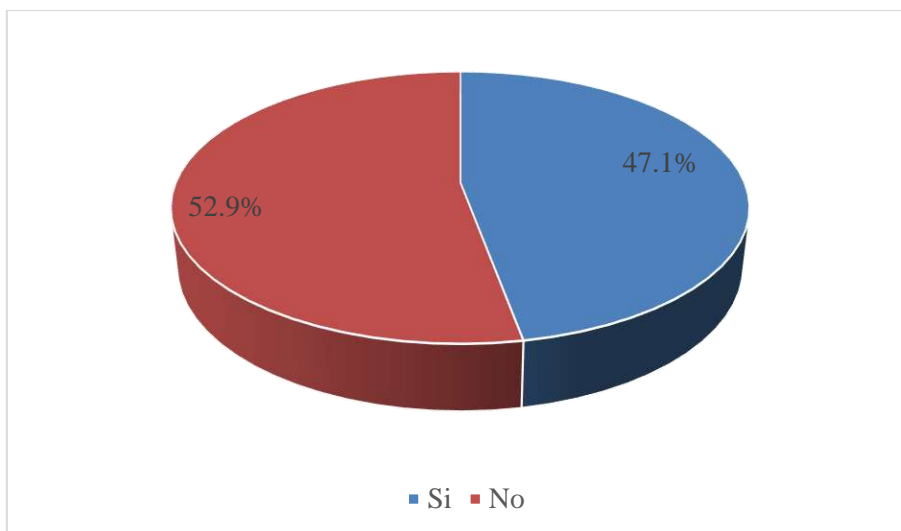
Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

La tabla anterior muestra que, según el 82,35 % las familias de Socma sí existe un turismo cultural en la comunidad, resaltando la catarata de Perolniyoc y el centro arqueológico de Perolniyoc. Sin embargo, el 17,65% de familias consideran que no existe turismo cultural en su comunidad o cerca de ella.

Tabla 26 Existencia de más bienes turísticos en Socma

|        |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Si    | 16         | 47,1       | 47,1              | 47,1                 |
|        | No    | 18         | 52,9       | 52,9              | 100,0                |
|        | Total | 34         | 100,0      | 100,0             |                      |

Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.



*Figura 19.* Existencia de más bienes turísticos en Socma  
*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

La figura anterior muestra que las familias de Socma afirman que las Cataratas de Perolnuyoc y el conjunto arqueológico de Perolnuyoc no son los únicos bienes turísticos de Socma, teniendo un consenso del 52,94%, estas personas consideran que el lago cercano cerca a la catarata es también un bien turístico, pero que no es explotado debidamente, ni por los pobladores, ni por las autoridades de Ollantaytambo. Por otra parte, el 47,06% de familias no consideran que existan otros atractivos turísticos en la comunidad.

#### **5.1.6.1. Bienestar de la comunidad**

*Tabla 27 Nivel de beneficiados por el turismo cultural*

|        | Frecuencia      | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Sin beneficio   | 8          | 23,5              | 23,5                 |
|        | Beneficiado     | 22         | 64,7              | 88,2                 |
|        | Muy beneficiado | 4          | 11,8              | 100,0                |
|        | Total           | 34         | 100,0             | 100,0                |

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

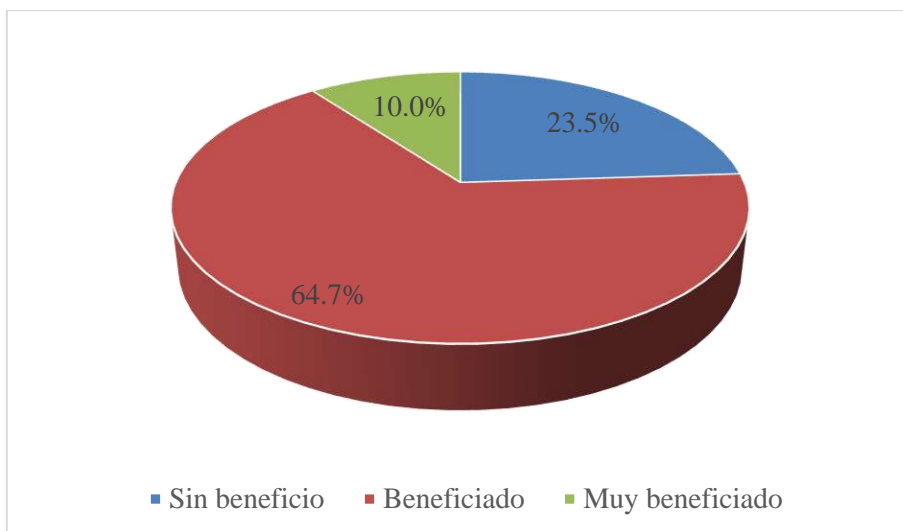


Figura 20. Nivel de beneficiados por el turismo cultural

Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Los datos expuestos en la tabla anterior indican que el 11,76% de familias de Socma se han visto muy beneficiados por el turismo cultural, seguido del 64,71% que considera que se han visto beneficiados por el turismo cultural, y el 23,53% de familias que alegan que no se han visto beneficiadas por el turismo cultural en Socma.

Tabla 28 Nivel de beneficio e ingresos mensuales actuales de las familias de Socma

|                        |                      | Nivel de beneficio por el turismo cultural |             |                 | Total |        |
|------------------------|----------------------|--|-------------|-----------------|-------|--------|
|                        |                      | Sin beneficio                              | Beneficiado | Muy beneficiado |       |        |
| Ingreso mensual actual | De 0 a 500 soles     | Recuento                                   | 1           | 1               | 2     | 4      |
|                        |                      | % del total                                | 2,9%        | 2,9%            | 5,9%  | 11,8%  |
|                        | De 501 a 1000 soles  | Recuento                                   | 0           | 9               | 1     | 10     |
|                        |                      | % del total                                | 0,0%        | 26,5%           | 2,9%  | 29,4%  |
|                        | De 1001 a 1500 soles | Recuento                                   | 7           | 2               | 0     | 9      |
|                        |                      | % del total                                | 20,6%       | 5,9%            | 0,0%  | 26,5%  |
| Total                  | Más de 1500 soles    | Recuento                                   | 0           | 10              | 1     | 11     |
|                        |                      | % del total                                | 0,0%        | 29,4%           | 2,9%  | 32,4%  |
| Total                  |                      | Recuento                                   | 8           | 22              | 4     | 34     |
|                        |                      | % del total                                | 23,5%       | 64,7%           | 11,8% | 100,0% |

Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

En la tabla anterior, se señalan los datos cruzados del nivel de beneficio de las familias de Socma por el turismo cultural con los datos de los ingresos mensuales actuales, se expone

que el 29,4% que sí se ha visto beneficiado por el turismo cultural también tiene ingresos por más de S/ 1500, notando la rentabilidad y las repercusiones positivas del turismo cultural en la comunidad de Socma.

Tabla 29 *Principal motivo para promover el turismo cultural en Socma*

|  | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Generación de ingresos en las familias | 14         | 41,2       | 41,2              | 41,2                 |
| Válido Valoración de la cultura        | 1          | 2,9        | 2,9               | 44,1                 |
| Generación de empleo                   | 19         | 55,9       | 55,9              | 100,0                |
| Total                                  | 34         | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

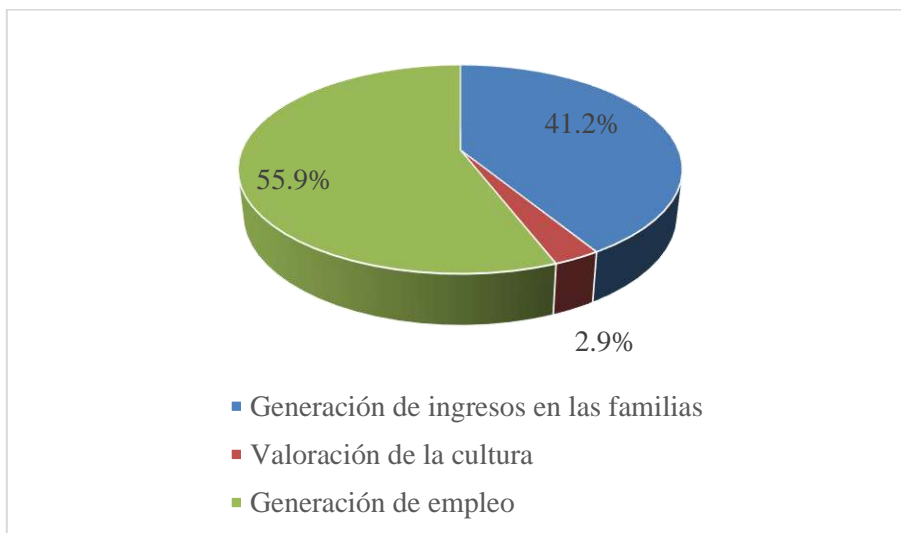


Figura 21. *Principal motivo para promover el turismo cultural en Socma*

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

La tabla anterior expone que el 55,9% de familias de Socma considera que la generación de empleo es el principal motivo por el cual debe ser promovido el turismo cultural en la comunidad de Socma, el 41,2% menciona que la generación de ingresos en las familias debe ser el principal motivo, puesto que permitirá la dinamización de la economía de la comunidad y mejora de calidad de vida de los pobladores, mientras que, el 2,9% opina que la valoración de la cultura es el principal motivo por el cual el turismo cultural debe ser promovido en Socma.

### 5.1.6.2. Generación de ingresos

Tabla 30. Contribución del turismo cultural en el ingreso familiar de Socma

|        |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Si    | 21         | 61,8       | 61,8              | 61,8                 |
|        | No    | 13         | 38,2       | 38,2              | 100,0                |
|        | Total | 34         | 100,0      | 100,0             |                      |

Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

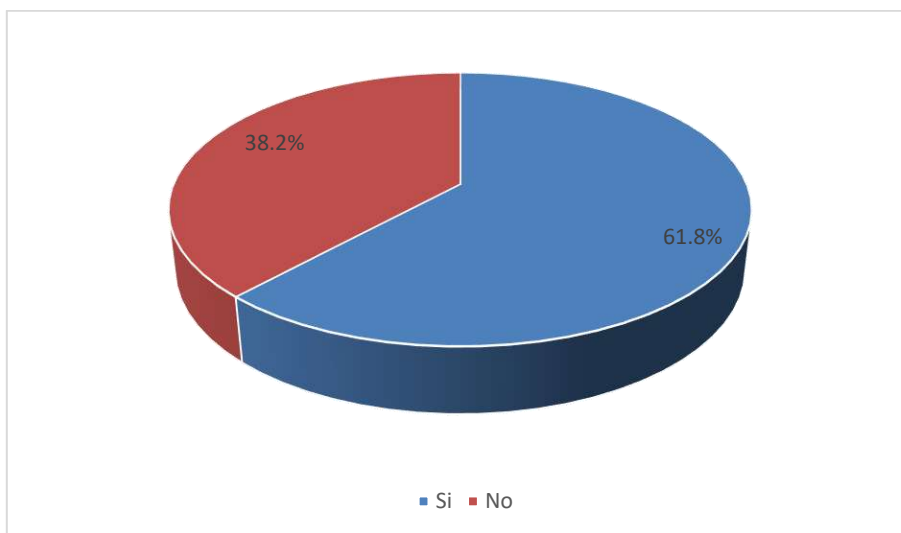


Figura 22. Contribución del turismo cultural en el ingreso familiar de Socma

Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

En la tabla anterior, se muestra que el 61,76% de las familias de Socma consideran que el turismo cultural ha contribuido con sus ingresos mensuales, mientras que las familias que piensan que no fue así, constituyen un 38,24%. Esto implica que, en la mayoría de casos, el turismo cultural ha tenido una repercusión positiva en los ingresos mensuales de las familias de Socma.

Tabla 31. Crecimiento del ingreso familiar por el turismo cultural de los últimos 3 años

|        |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Si    | 29         | 85,3       | 85,3              | 85,3                 |
|        | No    | 5          | 14,7       | 14,7              | 100,0                |
|        | Total | 34         | 100,0      | 100,0             |                      |

Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

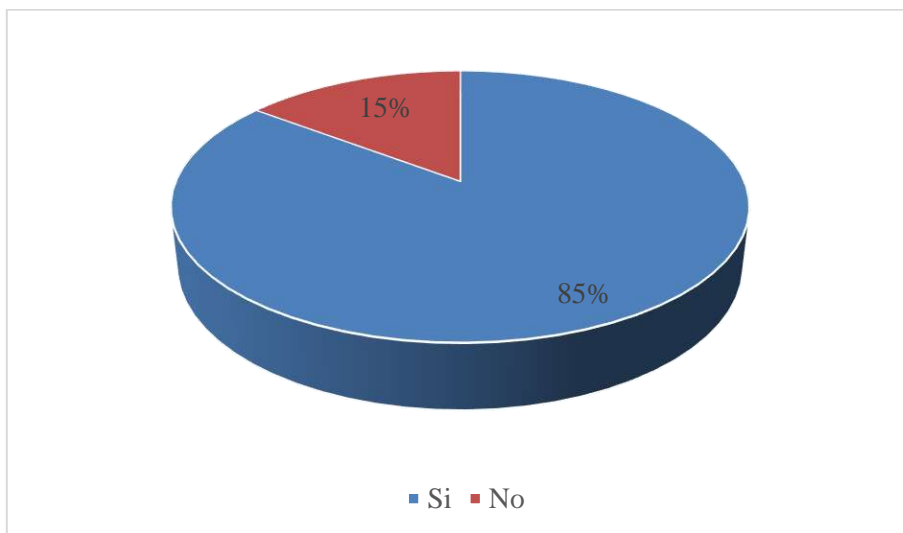


Figura 23. Crecimiento del ingreso familiar por el turismo cultural de los últimos 3 años

Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

La tabla anterior señala que el 85,29% de las familias de Socma consideran que sí existió un incremento de los ingresos gracias al turismo cultural en el periodo 2017-2020, estas familias mencionan que gracias a la afluencia de gente que buscaron conocer las cataratas de Perolniyoc se dio un crecimiento de ingresos, asimismo, indican que buscaron la forma de comercializar productos, nuevas formas de negocios ligados a la afluencia de gente nueva en busca de aventuras. Por otra parte, el 14,71% de las familias consideran que no existió un incremento de sus ingresos por el turismo cultural, ello debido a que estas familias se dedicaban a una actividad productiva no ligada al turismo.

### Existencia de más bienes turísticos en Soema

#### 5.1.6.3. Generación de empleo

Tabla 32. Cambio más grande en Socma gracias al turismo cultural

|   | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Generación de más empleo                        | 4          | 11,8       | 11,8              | 11,8                 |
| Válido Preservación de la historia y la cultura | 3          | 8,8        | 8,8               | 20,6                 |



|   |    |       |       |       |
|---|----|-------|-------|-------|
| Generación de ingresos económicos en las familias | 21 | 61,8  | 61,8  | 82,4  |
| Mejora en la calidad de vida de las familias      | 6  | 17,6  | 17,6  | 100,0 |
| Total   | 34 | 100,0 | 100,0 |       |

Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

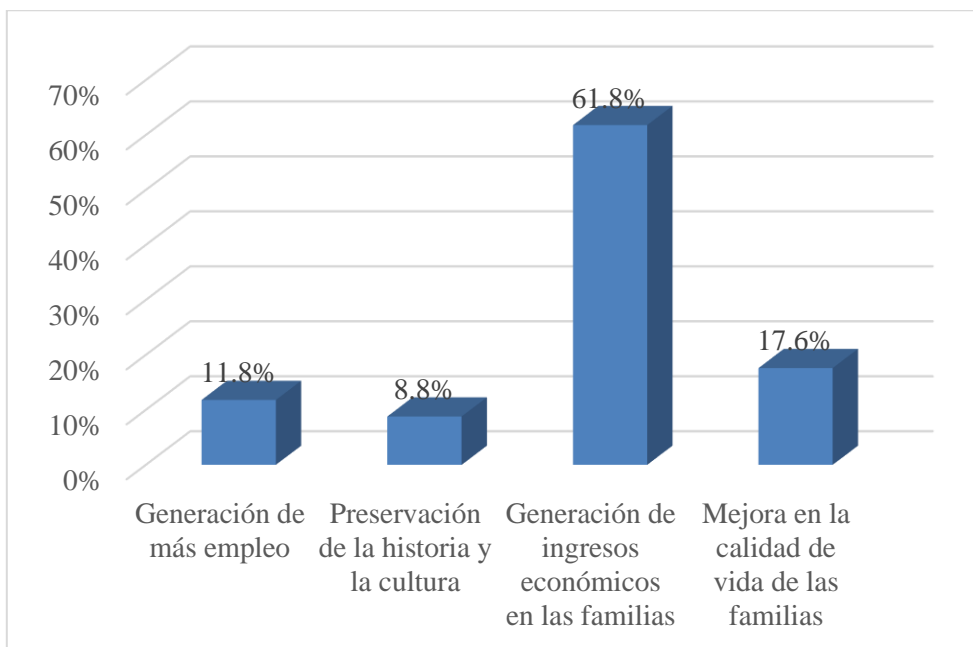


Figura 24. Cambio más grande en Socma gracias al turismo cultural

Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

La anterior tabla señala que, según el 61,8% de familias de Socma, la generación de ingresos económicos en las familias de la comunidad fue el más grande cambio que tuvo la comunidad gracias al turismo cultural, seguido del 17,6% que consideran que la mejora en calidad de vida de las familias fue el cambio más grande gracias al turismo cultural y el 11,8% que alegan que el cambio más grande de la comunidad gracias al turismo cultural fue la generación de empleo, mientras que, el 8,8% señala la preservación de la historia y la cultura como el más grande cambio de la comunidad gracias al turismo cultural.

**Nivel de beneficio de las familias de Socma por el turismo cultural**

5.1.6.4. Emprendimientos turísticos

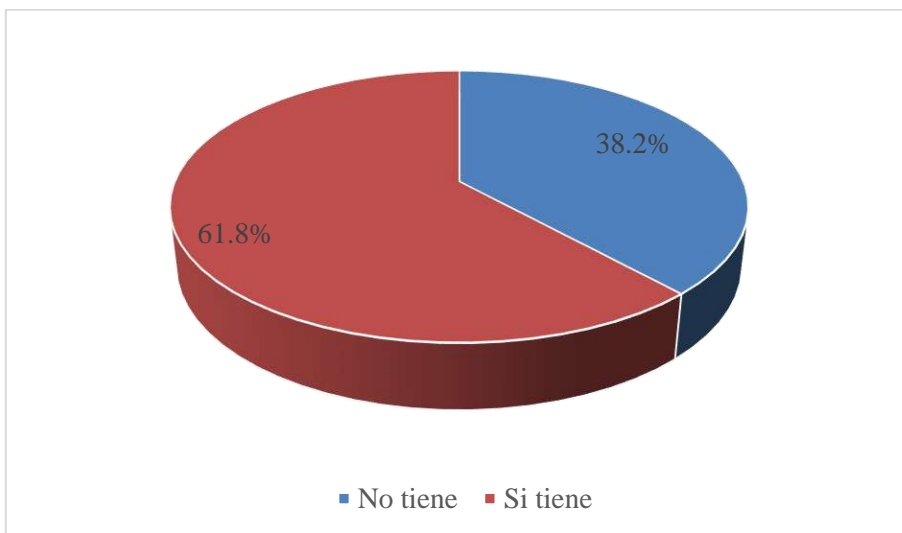


Figura 25. Existencia de un emprendimiento o negocio ligado al turismo cultural en Socma  
Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

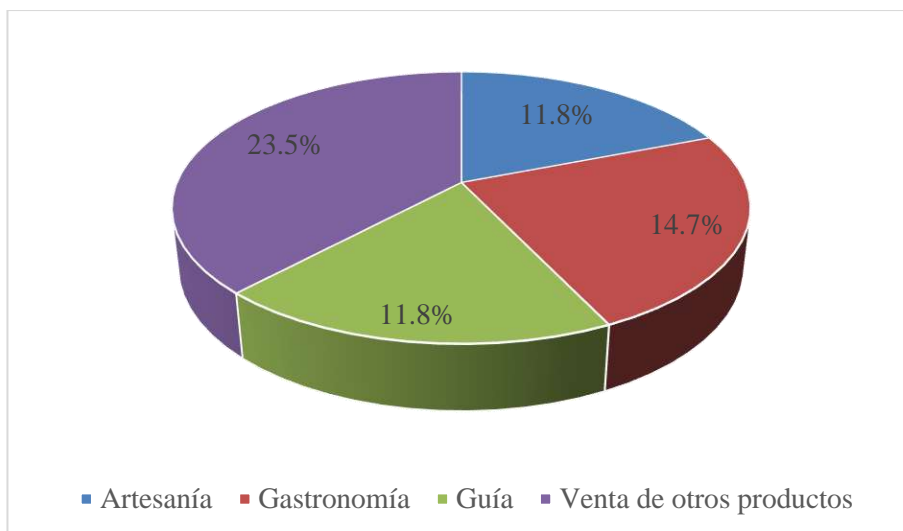
La figura anterior expone que el 61,8% de las familias de Socma cuenta con un emprendimiento ligado al turismo cultural en Socma, mientras que, el 38,2% alega no tener un emprendimiento relacionado.

Tabla 33. *Emprendimientos o negocios ligados al turismo cultural en Socma*

|          | Frecuencia               | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|--------------------------|------------|-------------------|----------------------|
| No tiene | 13                       | 38,2       | 38,2              | 38,2                 |
| Válido   | Artesanía                | 4          | 11,8              | 50,0                 |
|          | Gastronomía              | 5          | 14,7              | 64,7                 |
|          | Guía                     | 4          | 11,8              | 76,5                 |
|          | Venta de otros productos | 8          | 23,5              | 100,0                |
|          | Total                    | 34         | 100,0             | 100,0                |

Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.





**Figura 26.** Emprendimientos o negocios ligados al turismo cultura en Socma  
*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

La anterior figura muestra que dentro de las familias que sí tienen emprendimientos o negocios ligados al turismo cultural, el 23,5% corresponden a negocios de ventas de otros productos, en su gran mayoría, bodegas o tiendas de abarrotes, así como alquiler de caballos para subir la cuesta de tierra hacia el centro Arqueológico de Perolniyoc, asimismo, el 14,7% están asociados con la gastronomía, y los negocios ligados a la artesanía o a los guías de turismo locales alcanzan un porcentaje del 11,8% en cada uno de ellos.

#### 5.1.6.5. Apoyo de las autoridades con respecto a los bienes turísticos de Socma

Tabla 34 Apoyo de las autoridades con respecto a los bienes turísticos de Socma

|        |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Si    | 7          | 20,6       | 20,6              | 20,6                 |
|        | No    | 27         | 79,4       | 79,4              | 100,0                |
|        | Total | 34         | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

En la anterior tabla, se muestra que el 79,41% de familias en Socma indican que las autoridades, tales como la municipalidad de Ollantaytambo no apoyan el turismo en la comunidad de Socma, estas personas indican que no ha existido una acción de apoyo de las

autoridades que permitan la debida explotación de los recursos turísticos de la comunidad, mucho menos una capacitación sobre el tema. Por otra parte, el 20,59% de las familias tienen una opinión contraria y afirman que las autoridades locales sí explotan debidamente estos recursos turísticos.

#### 5.1.6.6. Principales agentes del desarrollo del turismo cultural en Socma

Tabla 35. Principales agentes del desarrollo del turismo cultural en Socma

|                                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Empresas públicas o privadas    | 16         | 47,1       | 47,1              | 47,1                 |
| Válido ONG's u otros organismos | 6          | 17,6       | 17,6              | 64,7                 |
| Los pobladores de Socma         | 12         | 35,3       | 35,3              | 100,0                |
| Total                           | 34         | 100,0      | 100,0             |                      |

Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

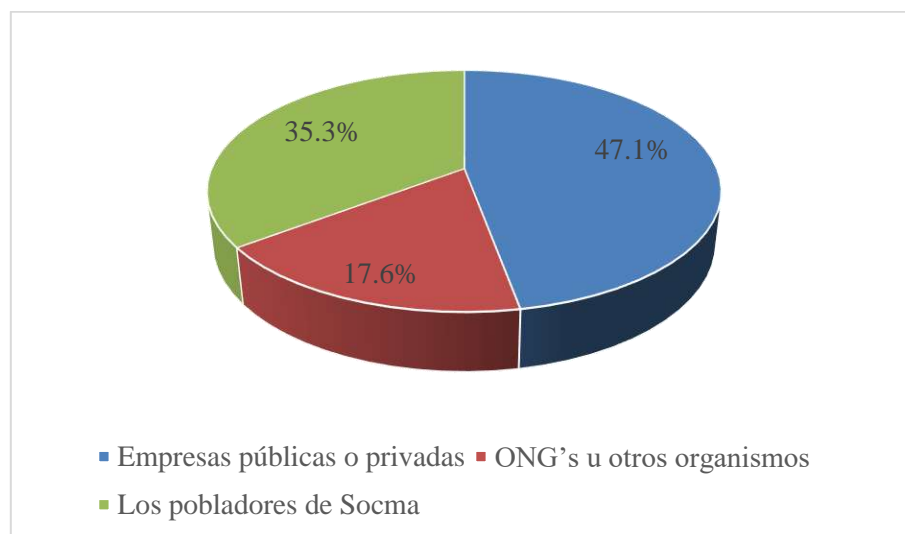


Figura 27. Principales agentes del desarrollo del turismo cultural en Socma

Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

En la anterior tabla, se expone que el 47,1% de familias de Socma opina que las empresas públicas o privadas son las que vienen impulsando el turismo cultural en la comunidad de Socma, seguido del 35,3% que opina que son los mismo pobladores de Socma quienes están impulsando el turismo cultural en la comunidad, a base de buenos comentarios según el trato



hacia los forasteros la invitación de los mismos a visitar la comunidad y sus atractivos turísticos, y el 17,6% opina que las ONG's u otros organismos de similar índole son quienes le dan cobertura y apoyo al turismo cultural.

## 5.2 Resultados para el objetivo general

En esta parte de la investigación se tomará el modelo de Spearman, para medir el grado de asociación entre las variables. Para entenderlo mejor daremos unos pequeños datos:

El coeficiente de Spearman siempre tomara valores entre 1 y -1 donde, 0 indica que no existe correlación, el hecho de que las variables sean correlativas no implica causalidad o dependencia entre ellas, el signo (+, -) indica la dirección de la correlación, los valores cercanos a 1 significan una correlación muy buena y los cercanos a 0 una correlación mínima o nula tal como se verá:

- Si el P\_valor es 0,0 no existirá la correlación
- Si el P\_valor está entre 0,0 y 0,2 existirá una correlación mínima
- Si el P\_valor está entre 0,2 y 0,4 existirá una correlación baja
- Si el P\_valor está entre 0,4 y 0,6 existirá una correlación moderada
- Si el P\_valor está entre 0,6 y 0,8 existirá una correlación buena
- Si el P\_valor está entre 0,8 y 1,0 existirá una correlación muy buena
- Si el P\_valor es 1,0 existirá una correlación perfecta

### 1) Hipótesis general:

H1 El turismo cultural ha elevado el ingreso familiar de la Comunidad Campesina de SOCMA del Distrito de Ollantaytambo periodo 2017-2020

H0 El turismo cultural no ha elevado el ingreso familiar de la Comunidad Campesina de SOCMA del Distrito de Ollantaytambo periodo 2017-2020



## 2) Nivel de significación:

- Nivel de confianza: 95%
- Nivel de significancia  $\alpha=0,05$
- Si  $P\_valor > \alpha = 0,05$  se acepta  $H_0$
- Si  $P\_valor < \alpha = 0,05$  se acepta  $H_1$

## 3) Prueba estadística:

Rho de Spearman

Tabla 36. *Correlación entre las variables de turismo cultural y el ingreso de las familias de Socma*

|                 |                                  |                             | Ingreso de las familias<br>de Socma | Turismo<br>Cultural |
|-----------------|----------------------------------|-----------------------------|-------------------------------------|---------------------|
| Rho de Spearman | Ingreso de las familias de Socma | Coefficiente de correlación | 1,000                               | ,357**              |
|                 |                                  | Sig. (bilateral)            | .                                   | ,038                |
|                 |                                  | N                           | 34                                  | 34                  |
|                 | Turismo Cultural                 | Coefficiente de correlación | ,357*                               | 1,000               |
|                 |                                  | Sig. (bilateral)            | ,038                                | .                   |
|                 |                                  | N                           | 34                                  | 34                  |

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

## 4) Comparación de valores:

- Lectura de valor de correlación valor P:  $P\_valor = 0,038 < \alpha = 0,05$
- Lectura de coeficiente de correlación:  $P\_valor = 0,357 \rightarrow$  Entre 0,2 y 0,4.

En la tabla estadística el  $P\_valor$  es del 3,8% siendo menor al 5%, por lo cual se rechaza la hipótesis nula y afirmar que existe una correlación entre el turismo cultural y el ingreso de las familias de Socma dentro del periodo 2017 al 2020.

Además, que el grado de significancia entre ambas variables esta entre el 0,2 y el 0,4 lo que significa que existe una correlación baja positiva, es decir que mientras más exista el turismo



cultural, más ingresos obtendrán las familias de Socma, aunque el vínculo es bajo, por la cantidad de muestra asignada.

Además, para interpretar de manera detalla este comportamiento, se maneja una tabla cruzada los ingresos mensuales de hace 3 años, con los actuales.

Tabla 37. *Tabla cruzada entre los ingresos mensuales de hace 3 años con los ingresos mensuales actuales.*

|                                |                      |   | Ingreso mensual actual |                     |                      |                   | Total  |
|--------------------------------|----------------------|---|------------------------|---------------------|----------------------|-------------------|--------|
|                                |                      |   | De 0 a 500 soles       | De 501 a 1000 soles | De 1001 a 1500 soles | Más de 1500 soles |        |
| Ingreso mensual<br>hace 3 años |                      | Recuento                                | 2                      | 3                   | 4                    | 0                 | 9      |
|                                | De 0 a 500 soles     | % dentro de Ingreso mensual hace 3 años | 22,2%                  | 33,3%               | 44,4%                | 0,0%              | 100,0% |
|                                |                      | Recuento                                | 0                      | 6                   | 2                    | 5                 | 13     |
|                                | De 501 a 1000 soles  | % dentro de Ingreso mensual hace 3 años | 0,0%                   | 46,2%               | 15,4%                | 38,5%             | 100,0% |
|                                |                      | Recuento                                | 1                      | 0                   | 2                    | 3                 | 6      |
|                                | De 1001 a 1500 soles | % dentro de Ingreso mensual hace 3 años | 16,7%                  | 0,0%                | 33,3%                | 50,0%             | 100,0% |
|                                |                      | Recuento                                | 1                      | 1                   | 1                    | 3                 | 6      |
|                                | Mas de 1500 soles    | % dentro de Ingreso mensual hace 3 años | 16,7%                  | 16,7%               | 16,7%                | 50,0%             | 100,0% |
|                                |                      | Recuento                                | 4                      | 10                  | 9                    | 11                | 34     |
|                                | Total                | % dentro de Ingreso mensual hace 3 años | 11,8%                  | 29,4%               | 26,5%                | 32,4%             | 100,0% |

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

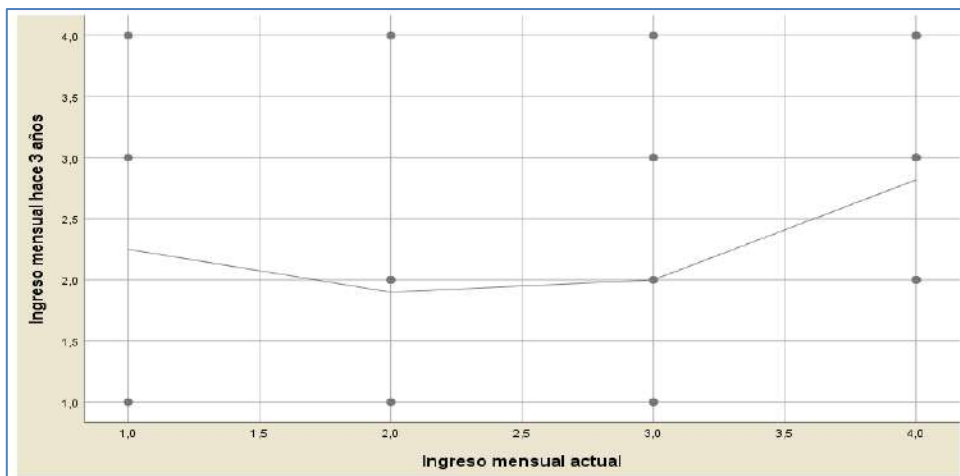


Figura 28. Dispersión de las variables ingresos mensuales de hace 3 años con ingresos mensuales actuales.

Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Tabla 38. Prueba Chi - cuadrado

|                              | Valor               | df | Significación asintótica (bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|--------------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 12,237 <sup>a</sup> | 9  | ,200                                 |
| Razón de verosimilitud       | 17,884              | 9  | ,037                                 |
| Asociación lineal por lineal | 2,460               | 1  | ,117                                 |
| N de casos válidos           | 34                  |    |                                      |

a. 16 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,71.

Nota. Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

### Comparar el valor calculado

$$P_{\text{valor}} = 0,200 > 5\%$$

Lectura de P = Nuestro valor estadístico es de 20%, siendo mayor a 5%, por lo cual se acepta la hipótesis nula (H0).

Los ingresos mensuales de hace 3 años son independientes a los ingresos mensuales actuales. Por lo que se afirma cambios significativos en tendencia ´positiva para los ingresos de la población de la comunidad de Socma.



Tabla 39. *Tabla cruzada entre ingreso mensual actual y las familias beneficiadas con el turismo cultural en Socma*

|                        |                      | Beneficiados por el turismo cultural |             |                 | Total |        |
|------------------------|----------------------|--------------------------------------|-------------|-----------------|-------|--------|
|                        |                      | Sin beneficio                        | Beneficiado | Muy beneficiado |       |        |
| Ingreso mensual actual | De 0 a 500 soles     | Recuento                             | 1           | 1               | 2     | 4      |
|                        |                      | % dentro de Ingreso mensual actual   | 25,0%       | 25,0%           | 50,0% | 100,0% |
|                        | De 501 a 1000 soles  | Recuento                             | 0           | 9               | 1     | 10     |
|                        |                      | % dentro de Ingreso mensual actual   | 0,0%        | 90,0%           | 10,0% | 100,0% |
|                        | De 1001 a 1500 soles | Recuento                             | 7           | 2               | 0     | 9      |
|                        |                      | % dentro de Ingreso mensual actual   | 77,8%       | 22,2%           | 0,0%  | 100,0% |
|                        | Más de 1500 soles    | Recuento                             | 0           | 10              | 1     | 11     |
|                        |                      | % dentro de Ingreso mensual actual   | 0,0%        | 90,9%           | 9,1%  | 100,0% |
|                        | Total                | Recuento                             | 8           | 22              | 4     | 34     |
|                        |                      | % dentro de Ingreso mensual actual   | 23,5%       | 64,7%           | 11,8% | 100,0% |

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Tabla 40. *Prueba Chi – cuadrado*

|                              | Valor               | df | Significación asintótica (bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|--------------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 27,965 <sup>a</sup> | 6  | ,000                                 |
| Razón de verosimilitud       | 28,369              | 6  | ,000                                 |
| Asociación lineal por lineal | ,642                | 1  | ,423                                 |
| N de casos válidos           | 34                  |    |                                      |

a. 9 casillas (75,0%) con un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,47.

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

### Comparar el valor calculado

$$P_{\text{valor}} = 0,000 < 5\%$$



Lectura de  $P =$  Nuestro valor estadístico es de 0%, siendo menor a 5%, por lo cual se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ).

Los ingresos mensuales actuales de las familias de Socma son dependientes a las familias beneficiadas por el turismo cultural en Socma, la relación entre los ingresos mensuales actuales con el número de personas que afirman haber sido beneficiadas por el turismo cultural es un 27,96 %. Asimismo, las personas que tienen ingresos mensuales actuales con más de 1500 soles afirman haber sido beneficiados con el turismo cultural en un 90,6%.

Tabla 41. *Tabla cruzada entre ingresos mensuales actuales con la afirmación de las familias con el incremento de su ingreso gracias al turismo cultural en los últimos 3 años*

|                        |                      |                                    | ¿Hubo incremento de su ingreso gracias al turismo cultural en los últimos 3 años? |       | Total  |
|------------------------|----------------------|------------------------------------|---|-------|--------|
|                        |                      |                                    | Si  | No    |        |
| Ingreso mensual actual | De 0 a 500 soles     | Recuento                           | 3   | 1     | 4      |
|                        |                      | % dentro de Ingreso mensual actual | 75,0%   | 25,0% | 100,0% |
|                        | De 501 a 1000 soles  | Recuento                           | 10  | 0     | 10     |
|                        |                      | % dentro de Ingreso mensual actual | 100,0%  | 0,0%  | 100,0% |
|                        | De 1001 a 1500 soles | Recuento                           | 5   | 4     | 9      |
|                        |                      | % dentro de Ingreso mensual actual | 55,6%   | 44,4% | 100,0% |
|                        | Más de 1500 soles    | Recuento                           | 11  | 0     | 11     |
|                        |                      | % dentro de Ingreso mensual actual | 100,0%  | 0,0%  | 100,0% |
|                        | Total                | Recuento                           | 29  | 5     | 34     |
|                        |                      | % dentro de Ingreso mensual actual | 85,3%   | 14,7% | 100,0% |

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Tabla 42 *Prueba Chi – cuadrado*





|                              | Valor               | df | Significación<br>asintótica (bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|---|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 10,304 <sup>a</sup> | 3  | ,016                                    |
| Razón de verosimilitud       | 11,531              | 3  | ,009                                    |
| Asociación lineal por lineal | ,205                | 1  | ,651                                    |
| N de casos válidos           | 34                  |    |   |

a. 5 casillas (62,5%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,59.

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

### Comparar el valor calculado

$$P_{\text{valor}} = 0,016 < 5\%$$

Lectura de P = Nuestro valor estadístico es de 1,6%, siendo menor a 5%, por lo cual se rechaza la hipótesis nula (H0).

Los ingresos mensuales actuales de las familias de Socma son dependientes a la actividad de turismo cultural en los últimos 3 años, existe relación entre los ingresos mensuales actuales con el número de personas que afirman haber sido beneficiadas por el turismo cultural (10,304 %). Asimismo, tanto las personas que tienen ingresos mensuales actuales entre 501 a 1000 soles y las familias con más de 1500 soles, afirman haber tenido un incremento en sus ingresos gracias al turismo cultural en los últimos 3 años (100%).

## 5.3 Resultados para los objetivos específicos

### 5.3.1 Prueba de las hipótesis específicas

#### 5.3.1.1 Prueba de la hipótesis específica N° 1

H1 El turismo cultural ha aportado el poder adquisitivo familiar de la Comunidad Campesina de SOCMA del Distrito de Ollantaytambo periodo 2017-2020

H0 El turismo cultural no ha aportado el poder adquisitivo familiar de la Comunidad Campesina de SOCMA del Distrito de Ollantaytambo periodo 2017-2020

#### 1) Nivel de significación:

- Nivel de confianza: 95%



- Nivel de significancia  $\alpha=0,05$
- Si  $P\_valor > \alpha = 0,05$  se acepta  $H_0$
- Si  $P\_valor < \alpha = 0,05$  se acepta  $H_1$

## 2) Prueba estadística:

Rho de Spearman

Tabla 43 *Correlación entre las variables de turismo cultural y el poder adquisitivo de las familias de Socma.*

|                 |  | Turismo Cultural           | Poder adquisitivo de las familias de Socma |
|-----------------|--|----------------------------|--|
| Rho de Spearman |  | Coeficiente de correlación | 1,000                                      |
|                 | Turismo Cultural                           | Sig. (bilateral)           | ,451**                                     |
|                 |  | N                          | ,007                                       |
|                 | Poder adquisitivo de las familias de Socma | Coeficiente de correlación | 34   |
|                 |  | Sig. (bilateral)           | ,451**                                     |
|                 |  | N                          | ,007                                       |
|                 |  |                            | 34   |

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

## 3) Comparación de valores:

- Lectura de valor de correlación valor P:  $P\_valor = 0,007 < \alpha = 0,05$
- Lectura de coeficiente de correlación:  $P\_valor = 0,451 \rightarrow$  Entre 0,4 y 0,6.

En la tabla estadística se tiene un  $P\_valor$  de 0,7% siendo menor al 5%, por lo que se rechaza la hipótesis nula y afirma que existe correlación entre el turismo cultural y el poder adquisitivo de las familias de Socma dentro del periodo 2017 al 2020. Además, el coeficiente de correlación oscila entre el 0,4 y el 0,6 lo que significa que existe una correlación positiva alta, es decir mientras exista mayor presencia del turismo cultural, se lograra mayor poder adquisitivo para las familias de Socma, con un vínculo aceptable.



### 5.3.1.2 Prueba de la hipótesis específica N° 2

H1 El turismo ha mejorado la calidad de vida de las familias de la Comunidad Campesina de SOCMA del Distrito de Ollantaytambo periodo 2017-2020.

H0 El turismo no ha mejorado la calidad de vida de las familias de la Comunidad Campesina de SOCMA del Distrito de Ollantaytambo periodo 2017-2020.

#### 1) Nivel de significación:

- Nivel de confianza: 95%
- Nivel de significancia  $\alpha=0,05$
- Si  $P\_valor > \alpha = 0,05$  se acepta  $H_0$
- Si  $P\_valor < \alpha = 0,05$  se acepta  $H_1$

#### 2) Prueba estadística:

Rho de Spearman

Tabla 44 *Correlación entre las variables de turismo cultural y la calidad de vida de las familias de Socma*

|                 |  | Turismo cultural          | Calidad de vida de las familias de Socma |
|-----------------|--|---------------------------|--|
| Rho de Spearman |  | Coficiente de correlación | 1,000                                    |
|                 | Turismo cultural                         | Sig. (bilateral)          | ,014                                     |
|                 |  | N                         | 34                                       |
|                 | Calidad de vida de las familias de Socma | Coficiente de correlación | ,419*                                    |
|                 |  | Sig. (bilateral)          | ,014                                     |
|                 |  | N                         | 34                                       |

*Nota.* Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

#### 3) Comparación de valores:

- Lectura de valor de correlación valor P:  $P\_valor = 0,014 < \alpha = 0,05$



- Lectura de coeficiente de correlación:  $P\_valor = 0,419 \rightarrow$  Entre 0,4 y 0,6.

En la tabla estadística el  $P\_valor$  es del 1,4% siendo menor al 5%, por lo que se rechaza la hipótesis nula y afirma que existe una correlación entre el turismo cultural y la calidad de vida de las familias de Socma dentro del periodo 2017 al 2020.

También que el coeficiente de correlación entre ambas variables oscila entre el 0,4 y el 0,6 lo que significa que existe una correlación positiva, es decir que mientras más exista el turismo cultural, mejor calidad de vida tendrán las familias de Socma, con un vínculo aceptable.



## Capítulo VI

### Discusión

#### 6.1 Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos

Entre los hallazgos más resaltantes entre el turismo cultural y su relación con el ingreso de las familias de la Comunidad de Socma, Distrito de Ollantaytambo, periodo 2017 – 2020, se tiene que:

En lo referente al objetivo general: Determinar la relación del turismo cultural y el ingreso familiar de la Comunidad Campesina de Socma del Distrito de Ollantaytambo periodo 2017-2020, se evidencia que existe relación entre el turismo cultural y el ingreso de las familias; por ende, mientras más se potencie el turismo cultural, esto repercute directamente en los ingresos de las familias de Socma siendo esto una relación positiva. Esto denominado en términos estadísticos se tiene que el turismo cultural permitió en generar mayores ingresos a las familias, obteniendo un Rho de Spearman de 0.35 se comprueba una relación positiva y significativa entre las variables mencionadas, es decir, un mayor nivel de turismo cultural en la comunidad generaría mayores ingresos para las familias de la misma.

Con respecto al primer objetivo específico: Determinar la relación del turismo cultural y el poder adquisitivo de las familias de la Comunidad Campesina de Socma del Distrito de Ollantaytambo periodo 2017-2020, se tiene que el turismo cultural y el poder adquisitivo se relacionan de manera positiva. En otras palabras, si se aplica tanto los beneficios sociales y beneficios económicos a la comunidad, entonces eso repercute positivamente en el poder adquisitivo de las familias teniendo como resultado un Rho de Spearman de 0.45, lo cual se interpreta como una correlación moderada. Esto significa que un mayor nivel de turismo cultural en Socma generará un mayor poder adquisitivo en las familias de la comunidad.



Con respecto al segundo objetivo específico: Determinar la relación del turismo en la calidad de vida de las familias de la Comunidad Campesina de SOCMA del Distrito de Ollantaytambo periodo 2017-2020, se tiene que las familias de Socma al recibir los beneficios tanto sociales como económicos por parte del turismo cultural, les permite en tener una mejor calidad de vida dando a entender que la relación entre el turismo cultural y la calidad de vida de las familias es directa y positiva; esto denominado en términos estadísticos se evidencia que el Rho de Spearman es de 0.41 que significa una relación moderada entre las variables, es decir, la calidad de vida de las familias de Socma responde positivamente al incremento del turismo en la zona.

Acorde a los resultados obtenidos, se entiende que el turismo cultural si es importante y está relacionada al poder adquisitivo, por lo que a mayores sean los beneficios obtenidos por el turismo cultural, entonces mayor será el poder adquisitivo de las familias de Socma.

Dentro de los resultados, otros hallazgos encontrados se mencionan a continuación:

- Respecto a las características de los jefes de hogar de las familias de Socma, se tiene que 58,8% son varones, mientras el 41,2% son mujeres, asimismo, la mayoría de jefes de hogar (55,9%) tienen educación superior,
- El 26,5% de las familias encuestadas de Socma se dedican al turismo como actividad productiva, además, la mayoría de familias (32,4%) reportan ingresos superiores a S/ 1500, sin embargo, el 94,1% no se encuentran conformes con los ingresos que perciben. De estos ingresos, el 88,2% de familias, destinan más de S/ 150 a bienes de primera necesidad y, solo el 5,9% de las familias, ahorran parte de sus ingresos.
- Respecto a los servicios básicos, los pobladores tienen acceso a agua potable (82,4%) y a electricidad (100%), sin embargo, en cuanto al servicio de desagüe, solo el 14,7% cuenta con ello y, únicamente el 8,8% tiene acceso a internet.



- Se reporta una mejora en cuanto al ingreso actual de las familias respecto al año 2017. Las estadísticas señalaron que la relación entre ambos era independiente, sin embargo, en base a los resultados del trabajo de campo se ha podido verificar un crecimiento de los ingresos de los pobladores de Socma, de los cuales el 90,6% afirma que esto se dio debido al turismo cultural.
- Respecto a los emprendimientos ligados al turismo cultural, el 61,76% de las familias posee emprendimientos en este rubro, siendo las principales actividades las ventas de abarrotes, venta de artesanías de forma ambulante, puestos de comida tradicional para los viajeros, guía de turismo, alquiler de caballos para la subida de cuestras, entre otros negocios, sin embargo, los pobladores de Socma mencionan que esto lo realizaron sin contar con el apoyo de entidades públicas.
- El 79,41% de los encuestados afirmaron que no recibieron apoyo o capacitación de la municipalidad de Ollantaytambo ni de otra autoridad pública para optimizar sus actividades en el rubro turístico, esto significa que las autoridades no brindan el apoyo necesario para fortalecer el turismo cultural en la zona.

## **6.2 Limitaciones de estudio**

Los investigadores encontraron algunas limitaciones a la hora de realizar el trabajo de campo, las cuales fueron:

- Al ser esta la primera investigación realizada respecto al turismo cultural en la comunidad de Socma, se encontró una nula cantidad de información de fuentes secundarias, por lo que se realizaron encuestas y trabajo de campo para obtener la información necesaria.
- El acceso a la comunidad es complejo y presenta muchas dificultades entre las cuales se muestra que no existe una señalización adecuada para localizar y llegar a



la zona, por lo que se vio necesario recurrir a aplicaciones como Google Maps, asimismo, el trayecto es riesgoso, no se cuenta con una infraestructura vial adecuada, el tiempo de viaje es de 30 minutos, adicionalmente, es necesario hacer uso de transporte a través de caballos para poder llegar a la zona exacta.

- La coyuntura atravesada durante el proceso de recopilación de datos y la desconfianza hacia los foráneos por parte de los pobladores de la comunidad fueron factores desfavorables, esto generó retrasos temporales para cumplir con lo estipulado por los investigadores.





### 6.3 Comparación crítica con la lectura existente

Tabla 45 *Comparación crítica con la lectura existente*

| ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION   |   |
|--|---|
| ANTECEDENTES INTERNACIONALES   |   |
| <b>Dra. Mónica Goded, (1998). “EL IMPACTO DEL TURISMO SOBRE EL DESARROLLO ECONÓMICO: EL CASO DE ARGENTINA”. UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID.</b> | La investigación de Goded (1998) estudia la relación entre la expansión del sector turístico de las economías de las tierras del Sur y la mejora del bienestar de dichas zonas, concluyendo que el turismo impacta positivamente en el desarrollo económico, sin embargo, se observa obstáculos en torno al turismo, siendo uno de las principales la escasa atención brindada por parte de las autoridades económicas. Estos resultados coinciden con los de la presente investigación realizada en Socma, ya que se confirma, igualmente, una relación positiva entre el turismo y el ingreso familiar, sin embargo, las autoridades de diversa índole no aprovechan las cualidades positivas y el potencial turístico de la comunidad.   |
| <b>Daniela Plaza Rojas. (2013). “TURISMO RURAL COMO ACTIVIDAD DINAMIZADORA DEL DESARROLLO LOCAL EN LA COMUNA DE CURICO”. UNIVERSIDAD DE CHILE.</b> | La tesis señala que el turismo rural es una posibilidad cierta de diversificar las actividades que generan ingresos para los habitantes del medio rural, los turistas se ven atraídos por los sistemas de vida rurales que ofrecen opciones recreativas y satisfacen sus necesidades en materia de cultura y esparcimiento. No obstante, el desarrollo de esta actividad se enfrenta a una serie de obstáculos como la infraestructura necesaria o personal calificado. Lo mencionado coincide con los resultados de la presente investigación los cuales muestran que la comunidad no cuenta con la debida infraestructura para la llegada de turistas, y tampoco con personal calificado para la oferta del servicio, esto como consecuencia de la carencia de capacitación u orientación lo cual dificulta el desarrollo del turismo cultural en la comunidad. |



---

## ANTECEDENTES NACIONALES

---

**Keyla Chávez Menzala. (2011). “LA ACTIVIDAD TURÍSTICA Y SU INCIDENCIA EN LA ECONOMÍA FAMILIAR DE LOS ARRIEROS DEL DISTRITO DE SAN PEDRO DE CACHORA, 2010”. UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURIMAC.**

La investigación concluye que la actividad turística genera prestación de servicios turísticos, la demanda relevante por tales servicios se da de parte de los visitantes y/o excursionistas extranjeros, asimismo, se concibe al turismo como una actividad intensiva en mano de obra por lo que su impacto en el empleo es directo, por otra parte, el tipo de demanda turística que incide predominantemente en la economía familiar es la demanda turística internacional. Lo afirmado respecto al empleo coincide con los resultados de la presente investigación que corrobora la gran participación de la población en actividades turísticas, en relación al tipo de demanda turística, contrario a lo concluido por Chávez (2011), en Socma, es la demanda turística nacional la que llega a incidir más en los ingresos de las familias de la comunidad.

---

**Meza Núñez, Ashley Brigitte. (2014). “EL AUGE DEL TURISMO Y SUS EFECTOS EN EL INGRESO DE LOS HOGARES PERUANOS DEL AÑO 2009 AL 2012”. UNIVERSIDAD DE PIURA.**

Núñez (2014) menciona que la existencia de turismo, ha tenido importantes efectos positivos en los ingresos y gastos de las familias de la sierra y selva del Perú, más no en la costa. Asimismo, afirma que, las familias solo experimentaron pequeños incrementos en su ingreso. En ese contexto, se afirma que Socma tiene potencial con sus respectivos atractivos turísticos y que existe una relación positiva entre ingresos, sin embargo, los resultados evidencian que la mayoría de familias están descontentas con su ingreso actual.



---

## ANTECEDENTES LOCALES

---

**Dharian Nicokls Carrasco Flores y Ani Marcela Torres Gamarra. (2019). “EL IMPACTO DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DEL CENTRO POBLADO DE CHACÁN, DISTRITO DE ANTA, PROVINCIA DE ANTA, REGIÓN CUSCO 2014 – 2018.”. UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO.**

En la investigación de Carrasco & Torres (2019) se concluye que existe una relación positiva y significativa con entre el turismo rural comunitario y el desarrollo económico de Chacán, Anta; asimismo esta relación también se presenta entre el turismo rural comunitario y los ingresos de los pobladores y la mejora del empleo de estos. Todos estos resultados coinciden con los obtenidos en la presente investigación, ya que se corroboró que el turismo Cultural es también practicada en zonas de pobreza, y que existe una relación con los ingresos familiares, tanto en relación al poder adquisitivo como la calidad de vida de las familias de Socma,

**Linda Soto Surco. (2019). “ANÁLISIS DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE RAQCHI 2018: CASO ASOCIACION TURISMO VIVENCIAL ‘RAICES INCA’”. UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO.**

La autora menciona que es el ingreso de la actividad de Turismo Vivencial la que ha permitido mejorar la calidad de vida de los integrantes de la asociación “Raíces Inca”, estas ganancias se obtienen por el poder de mercado que tienen, como consecuencia de la administración de la demanda que es realizado por la directiva de la Asociación Raíces Inca. En la presente investigación hemos notado que no existe un poder total de mercado entre las distintas actividades productivas de las familias, al ser esta diversa, y tampoco existe una asociación que se dedique a una administración correcta del turismo en Socma.

**Maria Fernanda Vera Vendezú y Stefany Fabiola Conde Fanola. (2019). “APORTE DEL TURISMO VIVENCIAL EN A ECONOMIA DE LAS FAMILIAS DE LA COMUNIAD DE AMARU, AL AÑO 2019”. UNIVERSIDAD ANDINA DE CUSCO.**

La tesis indica que ahora en la Comunidad de Amaru las familias tienen mayores ingresos provenientes de la práctica del turismo vivencial y de la producción de artesanías, ambas dirigidas al turismo; complementariamente usan con mayor eficiencia la mano de obra familiar, sus recursos y productos de la agricultura, ganadería y otros que los destinan a la atención de los turistas. La tesis concluye que el aporte del turismo vivencial es muy importante para los pobladores de Amaru, ellos ahora son prácticamente pequeños empresarios rurales.



---

En la presente investigación se comprueba que sí existen ingresos gracias al turismo cultural durante el periodo 2017 – 2020, sin embargo, no existe una preparación debida para que los pobladores que tienen emprendimientos o negocios ligados al turismo cultural den el salto a la formalidad o pasen a ser micro empresarios, debido a la nula capacitación.

---

#### **BASES TEORICAS**

---

#### **TEORIA DEL DESARROLLO LOCAL TERRITORIAL- ALBURQUERQUE**

La teoría menciona que se debería fomentar un cambio en la gestión pública, incorporado innovación para lograr un cambio social y cultural para así mejorar el nivel de vida de los habitantes, aprovechando sus propios recursos, dejando de lado los incentivos o subsidios, concentrándose en atraer mayor actividad económica. En Socma apreciamos que los pobladores son personas cuyos ingresos están en función a su trabajo diario, y que gracias a las visitas por parte de turistas locales o nacionales sus negocios o emprendimientos han podido surgir, mencionamos también que no existe una preocupación por parte de las autoridades para hacer de Socma un lugar mejor.

---

#### **TEORIA DEL DESARROLLO ENDOGENO-FUA**

La teoría explica que el desarrollo económico es un proceso territorial derivado de las capacidades de emprendimiento e innovación de los pobladores, esto forma parte de los procesos de transformación de una sociedad y su economía; los factores como capacidad empresarial, mano de obra calificada, instrucción de la población entre otros son pieza fundamental para el desarrollo de la comunidad, es decir, el desarrollo económico no solo se basa en factores económicos, sino también comprende factores sociales y culturales del territorio. La investigación en Socma nos señaló que las actividades de emprendimiento e innovación se están aprovechando gracias al crecimiento del turismo cultural en la zona, lo que genera ingresos económicos de los pobladores y esto se ve reflejado en el poder adquisitivo y la calidad de vida de las familias de la comunidad. Los pobladores han

---



---

**TEORIA DE LA ECONOMIA  
SOLIDARIA-SÁNCHEZ**

llegado a entender que no solamente poseen recursos económicos, sino también recursos sociales y culturales, y estos pueden ser potenciados con la explotación de sus recursos turísticos y su propia cultura.

---

**TEORÍA DEL OPTIMO DE  
PARETO-WILFREDO PARETO**

La teoría afirma que la economía solidaria se fortalece bajo conceptos como la pobreza y la marginación que están vinculadas al desempleo en la sociedad, basado en esto, surge el empoderamiento de la sociedad con el afán de aprovechar, descubrir y organizar los recursos escasos de algunos grupos excluidos. Esto constituye un valor añadido, ya que representa las capacidades para lograr el desarrollo local. En función a ello, el desarrollo humano promueve el desarrollo económico que está relacionado con la calidad y el cambio en las personas. En Socma notamos que los pobladores se ayudan entre sí, utilizan estrategias colaborativas para no verse vulnerados con las problemáticas presentadas por el olvido de las autoridades, la organización solidaria de la comunidad ha llevado a una mejora sustancial de los ingresos de las mismas.

---

**TEORÍA DEL VALOR DE LA  
EXPERIENCIA-JACOB  
MINCER**

Esta teoría menciona, a grandes rasgos, que, al existir un cambio sin perjudicar a otro, las situaciones son eficientes. Igualmente, sostiene que al aumentar las utilidades de un individuo sin afectar el de otro, aumentara el bienestar social de los individuos. Nuestra investigación determinó, gracias al trabajo de campo, que los ingresos obtenidos por las familias no afectan el bienestar de las demás familias del mismo rubro productivo o de un rubro diferente, todo esto determina un bienestar social de las familias de Socma.

La teoría señala que se genera un aumento en los ingresos de una persona si esta tiene capacitación; y que la experiencia adquirida crece en la misma medida en que aumenta la experiencia en el mercado laboral. Hemos notado en Socma que no existe una capacitación a la altura de la oferta turística, asimismo, se comprueba que las familias que tienen mayor

---



---

experiencia en el rubro del turismo cultural presentan mejores resultados en sus ingresos.

---

**SISTEMA TURÍSTICO-  
ORGANIZACIÓN MUNDIAL  
DE TURISMO**

El sistema turístico está formado por la demanda, oferta, espacio geográfico y operadores de mercado, dentro de la demanda se tiene a los turistas, viajeros y visitantes cada uno de los cuales tiene diferentes intereses y personalidades, asimismo, esto condiciona el tipo de turismo que hagan en el país de destino, teniendo el turismo de viaje, turismo cultural, turismo de aventura entre otras; respecto a la oferta, se considera los servicios y productos ofrecidos durante el proceso de turismo; el espacio geográfico es el lugar de destino y los operadores de mercado son las empresas y entidades que facilitan la interrelación de la oferta y demanda. Para el caso de la presente investigación en Socma, se estudia el turismo cultural, la oferta está conformada por los servicios que se ofrecen relacionados al turismo cultural y el espacio geográfico es Socma, siendo los operadores de mercado las instituciones y autoridades públicas, así como las agencias de viajes.

---

#### **6.4 Implicancias del estudio**

El análisis y proceso de investigación, así como los resultados de esta han determinado que es necesaria una intervención de las autoridades, a través de proyectos cuyo fin sean fortalecer y optimizar el turismo cultural en la comunidad de Socma, aprovechando adecuadamente los recursos disponibles en la zona, permitiendo una mejor calidad de vida y poder adquisitivo en las familias de la comunidad.



### Conclusiones

1. El turismo cultural está relacionado con el ingreso de las familias de la comunidad de Socma, Ollantaytambo, existe una correlación de  $Rho=0,357$ , cifra que oscila entre 0,2 y 0,4, que confirma la existencia de relación entre ambas variables, asimismo, esta correlación es directamente proporcional, esto se ve reflejado en el aumento de ingresos de las familias durante estos 3 años, considerando que las familias encuestadas afirmaron que gracias al turismo cultural sus ingresos aumentaron durante estos últimos años; esto demuestra que en la medida que el turismo cultural sea positivo repercute directamente al ingreso familiar de la Comunidad Campesina de Socma, demostrando así la relación entre ambas variables.
2. El turismo cultural está relacionado con el poder adquisitivo de las familias de Socma, los resultados evidencian una correlación de  $Rho= 0,451$ , cifra que oscila entre 0,4 y 0,6, que afirma la existencia de una relación significativa, siendo directamente proporcional, es decir, a medida que el turismo cultural fue aumentando, también lo hizo el poder adquisitivo de las familias de Socma; esto demuestra que en la medida que los beneficios obtenidos por el turismo cultural sea positivo repercute directamente al poder adquisitivo de las familias de la Comunidad Campesina de Socma, demostrando así la relación entre ambas partes.
3. El turismo cultural está relacionado con la calidad de vida de las familias de Socma, Ollantaytambo con un coeficiente de correlación de  $Rho= 0.419$ , cifra que oscila entre 0,4 y 0,6, lo cual corrobora la existencia de la relación entre las variables mencionadas, asimismo, esta correlación es directamente proporcional, lo que indica que, a mayores niveles de turismo cultural, mayores niveles de calidad de vida en las familias de Socma, Ollantaytambo; esto demuestra que en la medida que los beneficios obtenidos por el



turismo cultural sea positivo repercute directamente a la calidad de vida de las familias de la Comunidad Campesina de Socma, demostrando así la relación entre ambas partes.





### Recomendaciones

1. Enfocar los intereses y actividades por parte de las autoridades de Socma en cuanto a plantear estrategias y proyectos destinados a una buena gestión en sus activos públicos, de sus recursos, como los atractivos turísticos y el potencial humano, fomentando así una oferta turística con temática cultural óptima y atractiva, tanto para el mercado nacional como internacional, todo ello en aras de lograr un incremento de los ingresos familiares en la comunidad de Socma.
2. Reforzar relaciones con las entidades públicas ligadas a la promoción del turismo para difundir los nuevos atractivos turísticos culturales existentes en la comunidad de Socma, revalorizando la cultura y patrimonio de la zona, expandiendo así la oferta turística, lo cual se reflejará en una mayor población beneficiada por el turismo cultural, tanto directa como indirectamente.
3. Promover una mejora en los bienes públicos en la comunidad, por ejemplo, infraestructura vial, servicios básicos y de comunicaciones, todo ello con el fin de lograr en la comunidad una potenciación de sus atractivos turísticos, asimismo, impactar en la calidad de vida de los pobladores, posibilitando el acceso de estos a los diversos servicios que requieran; en otras palabras, para que se reactive el turismo en la Comunidad Campesina de Socma, se debe mejorar los accesos a los centros turísticos, como por ejemplo mejorar la infraestructura vial, ayudando en la calidad de vida de la comunidad.



## Bibliografía

- OMT (Organizacon mundial del turismo). (1994). *Wikipedia*.
- Vera , M., & Conde, S. (2019). Aporte del turismo vivencial en la economía de las familias de la comunidad de Amaru, al año 2018. (*Tesis Pregrado*). Universidad Andina del Cusco, Cusco.
- Aguirre, A. (2018). Turismo alternativo como estrategia de desarrollo local en el municipio de Chalan – Sucre. *Económicas CUC*, 39(1), 117-136. Obtenido de file:///C:/Users/pc-3/Downloads/Dialnet-TurismoAlternativoComoEstrategiaDeDesarrolloLocalE-6661242.pdf
- Arce, K., & Ñaupary, M. (2019). El sector turismo como factor de desarrollo en la Región Pasco 2010 – 2018. *Tesis de pregrado*. Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Cerro de Pasco. Obtenido de [http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/1644/1/T026\\_70975207\\_T.pdf](http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/1644/1/T026_70975207_T.pdf)
- Arrizabalo. (2011). *El imperialismo, los límites del capitalismo y la crisis actual como encrucijada histórica*. Madrid: Editorial Complutense.
- Barro, R. J., & Martin, X. S. (2009). *Crecimiento económico*.
- BCRP, B. C. (2019). *Banco Central de Reservas del Perú BCRP*. Recuperado el 16 de Febrero de 2020, de Banco Central de Reservas del Perú BCRP: <https://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/glosario/i.html>
- Boisier, S. (2017). *DESARROLLO ENDÓGENO*. Santiago de Chile: Serie GEOS.
- Calderón, A. (2017). Turismo Sostenible y Desarrollo Local en el Distrito de Ccorca. *Tesis de pregrado*. Universidad Peruana Austral del Cusco, Cusco. Obtenido de <http://repositorio.uaustral.edu.pe/bitstream/handle/UAUSTRAL/19/tesis%20%20correcciones%20final%20%28Reparado%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carrasco, D., & Torres, A. (2019). EL IMPACTO DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DEL CENTRO POBLADO DE Chacán distrito de Anta, provincia de Anta, región Cusco 2014 –2018. (*Tesis Pregrado*). Universidad Andina del Cusco, Cusco.
- Carrasco, S. (2019). *Metodología de la Investigación Científica: Pautas Metodológicas para Diseñar y Elaborar el Proyecto de Investigación*. Lima: Editorial San Marcos E.I.R.L.
- Chavez , K. (2011). La Actividad Turística Y Su Incidencia En La Economía Familiar De Los Arrieros Del Distrito De San Pedro de Cachora, 2010. (*Tesis Pregrado*). Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, Apurímac.
- Chávez, L. (25 de agosto de 2019). Aerolíneas: ¿Cuáles son los destinos locales más visitados por los turistas? *El comercio*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/peru/aerolineas-cusco-arequipa-low-cost-son-destinos-locales-visitados-turistas-extranjeros-peruanos-turismo-interno-promperu-mincetur-canatur-viva-air-sky-peru-noticia-ecpm-668087-noticia/>



- Chávez, V. (2018). Ecoturismo como fuente de ingreso económico en la asociación de dueños y poseedores de tierras en el Área de Conservación Ambiental “La Cuenca del Río Huamanpata provincia de Rodríguez de Mendoza, 2017. *Tesis de pregrado*. Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, Chachapoyas. Obtenido de <http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/1624/Chavez%20Vargas%20Vanessa%20Isabel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- COMEXPerú. (2021). *Reporte trimestral de desempeño turístico en el Perú*. Lima: Sociedad de Comercio Exterior del Perú. Obtenido de <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-turismo-002.pdf>
- De Gregorio, J. (2012). *Macroeconomía. Teoría y Políticas*. Santiago: Pearson-Educación. Obtenido de <http://www.degregorio.cl/pdf/Macroeconomia.pdf>
- De los Ángeles, P. (2015). El Turismo como Alternativa para el Desarrollo Local. Organización y Ordenamiento Territorial del Turismo en la Parroquia de San Antonio de Pichincha. *Tesis de posgrado*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Sede Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/9613/3/TFLACSO-2015PACA.pdf>
- De Rus, G., & León, C. (1997). Economía del Turismo. Un panorama. *Economía Aplicada*.
- Delgado, B. J., & Solis, B. K. (2018). *Impacto de la Actividad Turística en el Crecimiento de la Economía Regional de Cusco, 2000-2005*. Cusco.
- Delgado, J. M. (2018). *Cusco: Turismo Cultural e Inclusión Económica*. Lima.
- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo. (2016). *Boletín Estadístico de Turismo 2016*. Cusco: DIRCETUR.
- Flores, C. (2016). Desarrollo local a través del turismo en comunidades rurales. *Tesis de posgrado*. Universidad Autónoma del Estado de México, México. Obtenido de <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/65429/TESIS%20CRISTINA%20FLORES%20AMADOR%2004%20mayo-split-merge.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Goded, M. (1998). El Impacto del Turismo Sobre el Desarrollo Económico: El Caso de Argentina. (*Tesis Posgrado*). Universidad Complutense De Madrid, Madrid.
- Hallasi, M. (2019). Turismo Vivencial como Alternativa de Desarrollo Local de Pucará. *Tesis de pregrado*. Universidad Nacional del Altiplano, Puno. Obtenido de [http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/13919/Hallasi\\_Machaca\\_Medardo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/13919/Hallasi_Machaca_Medardo.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.



- INEI. (2018). *I Censo de Comunidades Campesinas 2017*. Lima. Obtenido de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1599/TOMO\\_04.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1599/TOMO_04.pdf)
- INEI, E. I. (2017). *III Censo de Comunidades Indígenas 2017: III Censo de Comunidades Nativas y I Censo de Comunidades Campesinas*. Perú.
- Ley N° 29408. (2014). *Ley General de Turismo*. Lima: Congreso de la República.
- Mallor, E., González, M., & Fayos, T. (2013). ¿Qué es y cómo se mide el Turismo Cultural? Un estudio longitudinal con series temporales para el caso Español. *Pasos*, 11(2), 269-284. Obtenido de [http://www.pasosonline.org/Publicados/11213/PS0213\\_01.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/11213/PS0213_01.pdf)
- Mankiw, G. (2014). *Macroeconomía*. New York: Antoni Bosch editor, S.A. Obtenido de <file:///C:/Users/pc-3/Downloads/Macroeconom%C3%ADa%20-%20N.%20Gregory%20Mankiw.pdf>
- Meza, A. (2014). El auge del turismo y sus efectos en el ingreso de los hogares peruanos del año 2009 al 2012. (*Tesis Pregrado*). Universidad de Piura, Piura.
- Organizacion Internacional Del Trabajo. (2003). *Estadísticas de Ingresos y Gastos de los Hogares*. Ginebra: Oficina internacional del trabajo. Obtenido de <https://www.ilo.org/public/spanish/bureau/stat/download/17thicls/r2hies.pdf>
- Organización Mundial del Turismo [OMT]. (2013). *Turismo y Patrimonio Material Inmaterial*. Madrid.
- Organización Mundial del Turismo [OMT]. (29 de julio de 2020). *El impacto de la covid-19 en el turismo mundial queda patente en los datos de la OMT sobre el coste de la parálisis*. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/news/el-impacto-de-la-covid-19-en-el-turismo-mundial-queda-patente-en-los-datos-de-la-omt-sobre-el-coste-de-la-paralisis>
- Organización Mundial del Turismo [OMT]. (20 de enero de 2020). *El turismo internacional sigue adelantando a la economía global*. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/el-turismo-mundial-consolida-su-crecimiento-en-2019>
- Organización Mundial del Turismo. (2016). *Panorama del Turismo Internacional*. Madrid: OMT. Obtenido de [https://www.thinktur.org/media/OMT\\_Panorama\\_Turismo\\_Internacional\\_2016.pdf](https://www.thinktur.org/media/OMT_Panorama_Turismo_Internacional_2016.pdf)
- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Panorama del turismo internacional*. Madrid: OMT.
- Organización Panamericana de la Salud. (11 de marzo de 2020). *La OMS caracteriza a COVID-19 como una pandemia*. Obtenido de OPS: <https://www.paho.org/es/noticias/11-3-2020-oms-caracteriza-covid-19-como-pandemia>
- Orozco, J., & Núñez, P. (2013). Las teorías del desarrollo. En el análisis del turismo sustentable. *Revista de las Sedes Regionales*, 144-167.



- Pacheco, C., & Pillpinto, R. (2020). Turismo comunitario para diversificar la oferta turística en la comunidad de Watoqto provincia de Paucartambo departamento del Cusco 2019. *Tesis de pregrado*. Universidad Andina del Cusco, Cusco. Obtenido de [http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/3615/1/Charles\\_Ronny\\_Tesis\\_bachiller\\_2020.PDF](http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/3615/1/Charles_Ronny_Tesis_bachiller_2020.PDF)
- Pindyck, R., & Rubinfeld, D. (2009). *Microeconomía*. Madrid: Pearson. Obtenido de [https://danielmorochoruiz.files.wordpress.com/2017/01/microeconomia\\_-\\_pyndick.pdf](https://danielmorochoruiz.files.wordpress.com/2017/01/microeconomia_-_pyndick.pdf)
- Plaza, D. (2013). Turismo rural como actividad dinamizadora del desarrollo local en la comuna de Curicó. (*Tesis Pregrado*). Universidad de Chile, Chile.
- Prom Perú. (2019). *Actividades Turísticas Realizadas en el Perú*. Obtenido de <https://www.promperu.gob.pe/turismoIN/sitio/ReporteTuristaExtranjero>
- Prom Perú. (enero de 2019). *El turismo cultural en el Perú*. Obtenido de [https://www.promperu.gob.pe/turismoin/Boletines/2019/ene/0\\_el\\_turismo\\_cultural\\_en\\_el\\_peru.html](https://www.promperu.gob.pe/turismoin/Boletines/2019/ene/0_el_turismo_cultural_en_el_peru.html)
- Promperu. (07 de JULIO de 2019). *Tips Perfil Turista Extranjero 2019*. Obtenido de Promperu.gob.pe: <https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt>
- Razeto, L. (6 de Junio de 2018). *¿Qué es la economía solidaria?* Obtenido de Economiasolidaria.org: <https://www.economiasolidaria.org/recursos/reas-red-de-redes-de-economia-alternativa-y-solidaria-biblioteca-que-es-la-economia-solidaria-por/>
- Salto, Dra. Mónica Goded. (1998). *EL IMPACTO DEL TURISMO SOBRE EL DESARROLLO ECONÓMICO: EL CASO DE ARGENTINA*. Madrid.
- Sancho, A. (2011). *Introducción al turismo*. España: Perspectivas del crecimiento turístico. Obtenido de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- SERNATUR. (2014). *Turismo Cultural: una oportunidad para el desarrollo local*. Santiago : Ministerio de Economía, fomento y turismo.
- Soto, L. (2019). Analisis del turismo rural comunitario en la comunidad campesina de raqchi 2018: caso asociacion turismo vivencial “Raices Inca. (*Tesis Pregrado*). Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, Cusco.
- Swan, R. S. (1956).
- Taipe, B. S., & Morales, B. L. (2019). *Impacto Social Generado por la Actividad Turistica en la Población del Centro Urbano del Distrito de Ollantaytambo, Region Cusco, en el Periodo 2018*. Cusco.



Tersine, R. J. (1985). *Production/Operations Management: Concepts, Structure, and Analysis*. New York, North-Holland.

UNESCO. (15 de Junio de 2001). *Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad*. Obtenido de Portal Unesco: [http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_)

Urquijo, M. (2014). Lateoría de las capacidades en amartya sen. *Edetania*, 63-80.

Urzúa, A., & Caqueo, A. (2012). Calidad de vida: Una revisión teórica del concepto. *Terapia psicológica*, 61-71.

Vinseiro, J. (2011). Una comparación entre las hipótesis del ingreso absoluto, ingreso relativo e ingreso permanente en. *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, 16(3), 99-110. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/177/17731133006.pdf>



**Anexos**



a. **Matriz de consistencia**

| <b>PROBLEMA GENERAL</b>  | <b>OBJETIVO GENERAL</b>   | <b>HIPÓTESIS GENERAL</b>   | <b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>   | <b>DIMENSIONES</b>  | <b>INDICADORES</b>   |
|--|---|--|-------------------------------|---------------------|--|
| ¿Cuál es la relación del turismo cultural en el ingreso familiar de la Comunidad Campesina de SOCMA del Distrito de Ollantaytambo periodo 2017-2020? | Determinar la relación del turismo cultural en el ingreso familiar de la Comunidad Campesina de SOCMA del Distrito de Ollantaytambo periodo 2017-2020 | El turismo cultural ha elevado el ingreso familiar de la comunidad de SOCMA del distrito de Ollantaytambo periodo 2017-2020            | <b>Ingreso Familiar</b>       | Poder adquisitivo   | Ingreso monetario<br>Consumo de bienes de primera necesidad<br>Otros consumos            |
|  |   |  |                               | Calidad de Vida     | Salud<br>Educación<br>Infraestructura<br>Urbanización<br>Servicios básicos<br>Tecnología |
| <b>PROBLEMAS ESPECIFICOS</b>   | <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>  | <b>HIPÓTESIS ESPECIFICAS</b>   | <b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b> | <b>DIMENSIONES</b>  | <b>INDICADORES</b>   |
| ¿Cuál es la relación del turismo cultural en el poder adquisitivo de las familias de la Comunidad Campesina de SOCMA del                             | Determinar la relación del turismo cultural en el poder adquisitivo de las familias de la Comunidad Campesina de SOCMA del                            | El turismo cultural ha aportado el poder adquisitivo familiar de la comunidad de SOCMA del distrito de Ollantaytambo periodo 2017-2020 | <b>Turismo cultural</b>       | Beneficios sociales | Bienestar de la comunidad  |





|  |   |   |  |                       |  |
|--|---|---|--|-----------------------|--|
| Distrito de Ollantaytambo periodo 2017-2020  | Distrito de Ollantaytambo periodo 2017-2020   |   |  | Beneficios económicos |  |
| ¿Cuál es la relación del turismo cultural en la calidad de vida de las familias de la Comunidad Campesina de SOCMA del Distrito de Ollantaytambo periodo 2017-2020 | Determinar la relación del turismo en la calidad de vida de las familias de la Comunidad Campesina de SOCMA del Distrito de Ollantaytambo periodo 2017-2020 | El turismo ha aportado positivamente en la calidad de vida de los pobladores de la comunidad de SOCMA del distrito de Ollantaytambo periodo 2017-2020 |  |                       | Generación de ingresos<br>Generación de empleo<br>Emprendimientos turísticos |



b. Encuesta aplicada a los jefes de familia de la comunidad de Socma

UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO



FACULTAD DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y  
CONTABLES



CARRERA

PROFESIONAL DE

ECONOMÍA

Con el Propósito de determinar “EL TURISMO CULTURAL Y SU RELACION CON EL INGRESO DE LAS FAMILIAS DE LA COMUNIDAD DE SOCMA DEL DISTRITO DE OLLANTAYTAMBO, PERIODO 2017 - 2020”, se está llevando a cabo un trabajo de investigación por lo cual, le pido responder al siguiente cuestionario con sinceridad. Las respuestas son de carácter anónimo.

Fecha: \_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_

Hora: \_\_\_\_\_

Nº de Encuesta:

**Información General**

Sexo

Masculino ( )

Femenino ( )

Edad: \_\_\_\_\_

1. Tamaño de la familia



| MIEMBROS | JEFE DE FAMILIA | SEXO |   | EDAD | NIVEL DE EDUCACION |      |      |      |
|----------|-----------------|------|---|------|--------------------|------|------|------|
|          |                 | M    | F |      | NIN.               | PRI. | SEC. | SUP. |
| Padre    |                 |      |   |      |                    |      |      |      |
| Madre    |                 |      |   |      |                    |      |      |      |
| Hijo 1   |                 |      |   |      |                    |      |      |      |
| Hijo2    |                 |      |   |      |                    |      |      |      |
| Hijo 3   |                 |      |   |      |                    |      |      |      |
|          |                 |      |   |      |                    |      |      |      |

Variable DEPENDIENTE

### INGRESOS

2. ¿A qué actividades productivas se dedica?

- a. Agricultura
- b. Turismo
- c. Ganadería
- d. Artesanía
- e. Otros \_\_\_\_\_

3. Dentro de lo que generan sus actividades productivas, ¿Cuánto es su ingreso mensual?

- De 0 a 500 soles ( )
- De 501 a 1000 soles ( )
- De 1001 a 1500 soles ( )
- Más de 1500 soles ( )

4. En su opinión, ¿Está contento con su ingreso mensual?



• SI ( )

• NO ( )

5. ¿A cuánto ascendía su ingreso mensual hace 3 años?

• De 0 a 500 soles ( )

• De 501 a 1000 soles ( )

• De 1001 a 1500 soles ( )

• Más de 1500 soles ( )

6. ¿A cuánto asciende su gasto hacia la compra de bienes de primera necesidad?

• Menos de 50 soles ( )

• De 50 a 100 soles ( )

• De 101 a 150 soles ( )

• Más de 150 soles ( )

7. ¿Destina Ud. una porción de su ingreso al ahorro?

• SI ( )

• NO ( )

### CALIDAD DE VIDA

8. Dentro de la comunidad, ¿A dónde acude Ud. cuando está mal de salud?

• Centro de salud más cercano ( )

• Centro de salud de Ollantaytambo ( )

• Centros de salud del Cusco ( )



- Remedios caseros

( )

Observación:

\_\_\_\_\_

9. Sobre la urbanización de la vivienda

|                          | SI / NO | Observaciones |
|--------------------------|---------|---------------|
| <b>Calle</b>             |         |               |
| <b>Alumbrado publico</b> |         |               |
| <b>Carretera</b>         |         |               |
| <b>Veredas</b>           |         |               |

10. Sobre la vivienda

|                             | CANTIDAD | Observaciones |
|-----------------------------|----------|---------------|
| <b>Habitaciones</b>         |          |               |
| <b>Material de vivienda</b> |          |               |
| <b>Tipo de techo</b>        |          |               |
| <b>Tipo de piso</b>         |          |               |



11. Servicios básicos

|                     | SI / NO | Observaciones |
|---------------------|---------|---------------|
| <b>Agua potable</b> |         |               |
| <b>Desagüe</b>      |         |               |
| <b>Electricidad</b> |         |               |
| <b>Internet</b>     |         |               |

12. Tecnología y artefactos

|                      | SI/ NO | CANTIDAD | Observaciones |
|----------------------|--------|----------|---------------|
| <b>Radio</b>         |        |          |               |
| <b>TV</b>            |        |          |               |
| <b>Celular</b>       |        |          |               |
| <b>Computadora</b>   |        |          |               |
| <b>Refrigeradora</b> |        |          |               |
| <b>Cocina</b>        |        |          |               |
| <b>Lavadora</b>      |        |          |               |

**Variable INDEPENDIENTE**

**BENEFICIADOS DEL TURISMO CULTURAL**

1. ¿Cree Ud que existe emprendimiento del turismo cultural en Socma?



- SI ( )
  - NO ( )
2. En su opinión personal, ¿Piensa Ud. que el turismo cultural ha contribuido en los ingresos de las familias de Socma?
- SI ( )
  - NO ( )
3. Durante los últimos 3 años, ¿Cree Ud. que ha existido un incremento de los ingresos gracias al turismo cultural?
- SI ( )
  - NO ( )
4. De acuerdo con la siguiente afirmación: “La catarata de Perolniyoc y el conjunto arqueológico de Perolniyoc son los únicos bienes turísticos de la comunidad de Socma”.
- SI ( )
  - NO ( )
5. ¿De qué forma se ha visto beneficiado Ud. con el turismo cultural en su comunidad?
- Muy beneficiado ( )
  - Beneficiado ( )
  - Sin beneficio ( )
6. ¿Cree Ud. que las autoridades locales explotan los recursos turísticos de Socma en beneficio de la comunidad?



- SI ( )
  - NO ( )
7. ¿Ud. tiene algún emprendimiento o negocio ligado al turismo en Socma?
- SI ( )
  - NO ( )
8. De ser “SI” su respuesta en la anterior pregunta, mencione: ¿Cuál es la actividad económica que realiza ligada al turismo?
- Artesanía ( )
  - Tejido ( )
  - Gastronomía ( )
  - Guia ( )
  - Venta de otros productos ( )
9. ¿Cuál cree Ud. que son los principales agentes del desarrollo del turismo en Socma?
- Empresas privadas o públicas ( )
  - La municipalidad de Ollantaytambo ( )
  - ONG's u otros organismos ( )
  - Los pobladores de Socma ( )
10. En su opinión, ¿Cuál es el principal motivo por el cual debe ser promovido el turismo cultural en Socma?





- Generación de ingresos en las familias ( )
- Valoración de la cultura ( )
- Generación de empleo ( )

11. ¿Cuál es el cambio más grande que ha notado en Socma por la práctica del turismo cultural?

- Generación de más empleo ( )
- Preservación de la historia y cultura ( )
- Generación de ingresos económicos en las familias ( )
- Mejora en la calidad de vida de las familias ( )