



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



**Tesis**

---

**ANALISIS DEL TURISMO COMUNITARIO POST PANDEMIA EN LA COMUNIDAD  
CAMPESINA DE AMARU DEL DISTRITO DE PISAC, CUSCO - 2022**

---

**Línea de investigación: Turismo, Economía Regional y desarrollo local**

**Presentado por:**

**Bach. Idalia Vanessa Ramos Montes**

**Código ORCID: 0009-0001-9155-2702**

**Para optar al título profesional de Licenciada en  
Turismo**

**Asesor:**

**Dr. Ronal Raúl Flórez Díaz**

**Código ORCID: 0000-0002-5743-1384**

**CUSCO - PERÚ**

**2022**



### Metadatos

Datos del autor	
Nombres y apellidos	IDALIA VANESSA RAMOS MONTES
Número de documento de identidad	70677758
URL de Orcid	0009-0001-9155-2702
Datos del asesor	
Nombres y apellidos	Dr. RONAL RAUL FLOREZ DIAZ
Número de documento de identidad	23991729
URL de Orcid	0000-0002-5743-1384
Datos del jurado	
Presidente del jurado (jurado 1)	
Nombres y apellidos	Mgt. FRINE VALDERRAMA VIIZCARRA
Número de documento de identidad	23858957
Jurado 2	
Nombres y apellidos	Mgt. JOE NESTOR CONCHA RIVERA
Número de documento de identidad	23850687
Jurado 3	
Nombres y apellidos	Mgt. ANAHI NAJAR OBANDO
Número de documento de identidad	23860286
Jurado 4	
Nombres y apellidos	Lic. LEONE FUENTES MONGE
Número de documento de identidad	40011269
Datos de la investigación	
Línea de investigación de la Escuela Profesional	TURISMO, ECONOMIA REGIONAL Y DESARROLLO LOCAL



# ANALISIS DEL TURISMO COMUNITARIO POST PANDEMIA EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE AMARU DEL DISTRITO DE PISAC, CUSCO - 2022

por Idalia Vanessa  
Ramos Montes

Fecha de entrega: 07-nov-2023 10:56a.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2200872926

Nombre del archivo: NIDAD\_CAMPESINA\_DE\_AMARU\_DEL\_DISTRITO\_DE\_PISAC\_CUSCO\_-2022.pdf (1.64M)

Total de palabras: 20749

Total de caracteres: 116800

23991729



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



Tesis

---

ANALISIS DEL TURISMO COMUNITARIO POST PANDEMIA EN LA  
COMUNIDAD CAMPESINA DE AMARU DEL DISTRITO DE PISAC, CUSCO -  
2022

---

Línea de investigación: Turismo, Economía Regional y desarrollo local.

Presentado por:

Bach. Idalia Vanessa Ramos  
Montes

0009-0001-9155-2702

Para optar al título profesional de  
Licenciada en Turismo

Asesor:

Dr. Ronal Raúl Flórez Díaz

0000-0002-5743-1384

CUSCO - PERÚ

2022

23991729



# ANALISIS DEL TURISMO COMUNITARIO POST PANDEMIA EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE AMARU DEL DISTRITO DE PISAC, CUSCO - 2022

## INFORME DE ORIGINALIDAD



## FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>4</b> %
<b>2</b>	<b>repositorio.uandina.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>2</b> %
<b>3</b>	<b>repositorio.uasb.edu.ec</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1</b> %
<b>4</b>	<b>1library.co</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1</b> %
<b>5</b>	<b>elbuho.pe</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1</b> %
<b>6</b>	<b>renati.sunedu.gob.pe</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1</b> %
<b>7</b>	<b>repositorio.unasam.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1</b> %
<b>8</b>	<b>revistas.umariana.edu.co</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1</b> %

  
23991729



## Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega:	Lino Pers
Título del ejercicio:	EJERCICIO 5
Título de la entrega:	ANALISIS DEL TURISMO COMUNITARIO POST PANDEMIA EN ...
Nombre del archivo:	FIRMA_CARATULA.pdf
Tamaño del archivo:	9.57K
Total páginas:	1
Total de palabras:	67
Total de caracteres:	421
Fecha de entrega:	24-nov-2023 02:29p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega:	2195746073



*[Handwritten signature]*

25991724



## Presentación

Señora Decana de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad Andina del Cusco Dra. Herminia Callo Sánchez.

Distinguidos miembros del jurado:

Conforme a la resolución N° 220-CU-2019-UAC, de Grados y Títulos de la Escuela Profesional de Turismo, de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad Andina del Cusco (UAC), presento ante ustedes el presente trabajo de investigación, titulado: **“ANÁLISIS DEL TURISMO COMUNITARIO POST PANDEMIA EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE AMARU DEL DISTRITO DE PISAC, CUSCO - 2022”**, para su respectiva apreciación y asentimiento, con él anhelo de optar el título de Licenciada en Turismo.

La finalidad de la presente investigación es ampliar el conocimiento del Turismo Comunitario Post Pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, en la región del Cusco, con el propósito de poder identificar la actual actividad turística comunitaria en la zona y de esta manera generar su desarrollo turístico.



## Agradecimiento

*A la Universidad Andina del Cusco Alma Mater, por haber hecho de mí un profesional con formación integral y competente.*

*A los docentes de la Escuela Profesional de Turismo, quienes durante los años de estudio compartieron sus conocimientos, sus experiencias y sobre toda comprensión.*

*Al Dr. Ronal Raúl Flórez Díaz por aceptar asesorar el presente trabajo, por su conocimiento, el apoyo, confianza concedida y por encaminarme en mi formación profesional.*

**Bach.** Idalia Vanessa Ramos Montes





## Dedicatoria

A Dios, por darme las virtudes y fuerzas necesarias para continuar y seguir siempre adelante.

A mis queridos padres, por confiar en mí y darme el soporte en el transcurso de mi carrera universitaria.

A mis queridos hermanos por el apoyo incondicional. A mi familia, porque son el motor que me impulsa a seguir creciendo y el pilar más importante en el cual muchas veces me he visto reconfortada.

**Bach.** Idalia Vanessa Ramos Montes



## Resumen

El actual estudio titulado, “Análisis del turismo comunitario post pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco – 2022”, esta comunidad en la actualidad cuenta con un total de 200 familias, quienes se encargan de elegir a la autoridad máxima de la comunidad, quien tiene la autoridad por el tiempo de dos años, es conocida por mostrar a sus visitantes su actividad tradicional enfocada a la textilería a ello se le suma sus actividades principales como la ganadería y la agricultura. El estudio planteo como objetivo: Analizar el Turismo Comunitario Post Pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco – 2022. La metodología de la investigación fue básica o también conocida como teórica, con un enfoque cuantitativo y no experimental como parte del diseño, para la muestra se consideró a un total de 35 jefes de familia que se dedican a la actividad del Turismo Comunitario en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, quienes tuvieron la amabilidad de contestar la encuesta. Se concluye que, el Turismo Comunitario Post Pandemia en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac es regular, puesto que el 44.6% de los jefes de familia lo perciben de esta manera, y este resultado es sustentado por sus dimensiones, respecto a la Dimensión Económica el 49.3% de las familias encuestadas manifiestan que es regular, asimismo, el 50.7% de los jefes de familia calificaron como regular la dimensión Ambiental, y por último, el 33.7% de las familias encuestadas indicaron que la dimensión social es regular. Se recomienda a la comunidad implementar proyecto de turismo de aventura, turismo ecológico, etc.

**Palabras Claves:** Turismo Comunitario, pandemia, economía, ambiental y social.



### Abstract

The current study entitled, "Analysis of post-pandemic community tourism in the Amaru Campesino Community Of The Pisac District, Cusco - 2022", this community currently has a total of 200 families who are in charge of electing the highest authority of the community, which has the authority for two years, is known for showing its visitors its traditional activity focused on textiles, in addition to its main activities such as livestock and agriculture. The objective of the study was: Analyze post-pandemic Community Tourism in the Amaru Rural Community of the Pisac District, Cusco - 2022. The research methodology was basic or also known as theoretical, with a quantitative and non-experimental approach as part of the study. design, for the sample a total of 35 heads of family who are dedicated to the activity of Community Tourism in the Peasant Community of Amaru of the District of Pisac, who were kind enough to answer the survey, were considered. It is concluded that Post-Pandemic Community Tourism in the Amaru Peasant Community of the Pisac district is regular, since 44.6% of the heads of family perceive it in this way, and this result is supported by its dimensions, with respect to the Economic Dimension, 49.3% of the families surveyed state that it is regular, likewise, 50.7% of the heads of family qualified the Environmental dimension as regular, and finally, 33.7% of the families surveyed indicated that the social dimension is regular. It is recommended that the community implement an adventure tourism project, ecological tourism, etc.

**Keywords:** Community Tourism, pandemic, economy, environmental and social.



## Índice General

<b>PRESENTACIÓN</b> .....	<b>II</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>III</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>IV</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>V</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>VI</b>
<b>ÍNDICE GENERAL</b> .....	<b>VII</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>X</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>XI</b>
<b>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Planteamiento del problema .....	1
1.2 Formulación del problema.....	4
1.2.1 Problema general .....	4
1.2.2 Problemas específicos.....	4
1.3 Justificación.....	5
1.3.1 Relevancia social .....	5
1.3.2 Implicancias prácticas.....	5
1.3.3 Valor teórico .....	5
1.3.4 Utilidad metodológica .....	5
1.3.5 Viabilidad o factibilidad .....	6
1.4 Objetivos de la investigación.....	6
1.4.1 Objetivos generales.....	6
1.4.2 Objetivos específicos.....	6



1.5	Delimitaciones del estudio .....	6
a)	Delimitación espacial .....	6
b)	Delimitación temporal.....	7
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....</b>		<b>8</b>
2.1.	Antecedentes del estudio .....	8
2.1.1.	<i>Antecedentes Internacionales</i> .....	8
2.1.2.	<i>Antecedentes Nacionales</i> .....	15
2.1.3.	<i>Antecedentes locales</i> .....	20
2.2.	Bases teóricas .....	1
2.2.1.	<i>Enfoques del Turismo Comunitario</i> .....	1
2.2.2.	<i>Teoría del Turismo Comunitario</i> .....	4
2.2.3.	<i>Elementos clave en la planificación del Turismo Comunitario</i> .....	9
2.2.4.	<i>Beneficios del Turismo Comunitario</i> .....	10
2.2.5.	<i>Pandemia</i> .....	11
2.2.6.	<i>COVID – 19</i> .....	12
2.2.7.	<i>Cultura y Turismo: COVID – 19</i> .....	12
2.2.8.	<i>Tendencias Principales de los Viajeros Post Covid</i> .....	13
2.3.	Variables.....	15
2.3.1.	Operacionalización de variables .....	16
2.4.	Definición de términos .....	17
<b>CAPÍTULO III: MÉTODO .....</b>		<b>20</b>
3.1.	Diseño metodológico.....	20
3.2.	Unidad de estudio.....	21



3.3. Población .....	21
3.4. <i>Muestra</i> .....	22
3.5. <i>Técnicas e instrumentos de recolección de datos</i> .....	22
3.6. <i>Validez y conformidad de los instrumentos</i> .....	22
3.7. <i>Plan de análisis de datos</i> .....	23
<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>24</b>
4.1 Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado .....	24
4.1.1 Presentación del instrumento .....	24
4.1.2 Fiabilidad del instrumento aplicado .....	24
4.2 Estadísticos descriptivos .....	25
<b>CAPÍTULO V: DISCUSIÓN .....</b>	<b>37</b>
5.1 <i>Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos</i> .....	37
5.2 <i>Limitaciones del estudio</i> .....	38
5.3 <i>Comparación crítica con la literatura existente</i> .....	38
5.4 <i>Implicancias del estudio</i> .....	40
5.5 <i>Propuestas</i> .....	41
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>47</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>49</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>50</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>55</b>
<b>ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA .....</b>	<b>56</b>
<b>ANEXO 2: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....</b>	<b>57</b>



## Índice de tablas

Tabla 1 Cuadro de operacionalización de variables .....	40
Tabla 2 Estadísticas de fiabilidad .....	48
Tabla 3 Resultado para la variable Turismo Comunitario .....	49
Tabla 4 Resultado para la dimensión Económico.....	50
Tabla 5 Resultados de los Indicadores de la dimensión Económico .....	51
Tabla 6 Resultado para la dimensión Ambiental .....	53
Tabla 7 Resultados de los Indicadores de la dimensión Ambiental.....	54
Tabla 8 Resultado para la dimensión Social .....	56
Tabla 9 Resultados de los Indicadores de la dimensión Social .....	57



## Índice de figuras

Figura 1 Ubicación de la Comunidad Campesina De Amaru.....	7
Figura 2 Resultado para la variable Turismo Comunitario.....	49
Figura 3 Resultado para la dimensión Económico .....	50
Figura 4 Resultados de los Indicadores de la dimensión Económico.....	51
Figura 5 Resultado para la dimensión Ambiental.....	53
Figura 6 Resultados de los Indicadores de la dimensión Ambiental .....	54
Figura 7 Resultado para la dimensión Social.....	56
Figura 8 Resultados de los Indicadores de la dimensión Social .....	57





## Capítulo I: Introducción

### 1.1 Planteamiento del problema

A nivel internacional, la Organización Mundial del Turismo (OMT) estima que es posible que el turismo alcance niveles postpandémicos en el año 2023. Sin embargo, algunos otros actores en la industria son menos optimistas y creen que la recuperación total del turismo podría retrasarse hasta 2024 o incluso más tarde. Según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) en 2020, la crisis sanitaria podría haber puesto en riesgo hasta 197 millones de empleos en todo el mundo al finalizar el año 2020. En línea con esta tendencia, la OMT declaró el año 2020 como el Año del Turismo Rural con el propósito de aprovechar el potencial del turismo para la generación de empleo y oportunidades. Las comunidades rurales se prepararon para recibir un mayor número de visitantes y, en respuesta a las demandas de los turistas, desarrollaron nuevos productos turísticos con un fuerte enfoque en el compromiso social. Este compromiso social se ha integrado de manera detallada en el diseño de nuevos productos turísticos que se alinean con una fuerte responsabilidad social.

En el caso de Colombia, se ha planteado un escenario post-COVID-19 en el que las estrategias para mantener el turismo rural deben satisfacer las demandas de los viajeros al mismo tiempo que garantizan la seguridad de la población local. Se están considerando nuevos valores, necesidades y se está realizando investigación turística para adaptarse a esta nueva realidad (Castaño, 2020).

A nivel nacional, en el Perú, los turistas que optan por disfrutar de experiencias relacionadas con el Turismo Comunitario provienen mayoritariamente de los segmentos cultural (58%), aventura (56%), tradicional (46%) y ecoturismo (38%). El país ofrece



elementos que satisfacen las necesidades del mercado turístico, como la inmersión, autenticidad y la conexión con la cultura local. En la cadena de valor del Turismo Comunitario en el Perú, los aspectos más valorados incluyen la presencia de una cultura viva (73%), la oportunidad de interactuar con la población local (72%), la vivencia de experiencias únicas (39%) y la autenticidad del entorno (38%) (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2019).

La crisis desatada por la pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto significativo en la industria turística, y los emprendimientos relacionados con el Turismo Comunitario no han sido ajenos a esta situación. En el año 2021, se registró la pérdida de aproximadamente 430.000 visitantes, lo que se tradujo en una disminución de ingresos de alrededor de 7 millones de dólares. Como parte de la Estrategia de Turismo Comunitario en el marco de la Reactivación Turística, se ha establecido el objetivo de contar con 15 productos de Turismo Comunitario a nivel nacional para el año 2025. Esto se logrará a través de mejoras en la calidad de las experiencias, ofrecidas, la seguridad biológica y sanitaria, convirtiéndolos en una opción de viaje sostenible tanto para los turistas locales como para los visitantes extranjeros. Este enfoque busca diversificar la oferta turística del país y posicionar al Perú como un destino que brinda experiencias auténticas, al mismo tiempo que contribuye a mejorar la calidad de vida de las comunidades locales involucradas (MINCETUR, 2022).

El año 2020 fue considerado por la OMT como el peor en la historia del turismo a nivel global. La llegada de visitantes a destinos turísticos en todo el mundo se desplomó en un 74% en comparación con el año anterior. Sin embargo, en el caso de Perú, especialmente en su principal atractivo turístico, Cusco, la recepción de turistas apenas alcanza el 12% de lo que solía ser en el año 2019. Es importante destacar que la industria turística desempeña



un papel crucial en la generación de empleos tanto directos como indirectos. Según datos proporcionados por el Instituto Peruano de Economía (IPE), durante la primera ola de la pandemia de COVID-19, se perdieron alrededor de 154,000 puestos de trabajo relacionados con la actividad turística en el sur del Perú. Un año después, Cusco experimenta una caída de 5 lugares en el Índice de Competitividad Regional (INCORE), también elaborado por el IPE. Esta disminución en la competitividad regional se atribuye principalmente a la pérdida de empleos formales en la región, lo que representa un desafío significativo para la economía local y la comunidad en general (Mendoza, 2022).

El estudio se centró en la actividad del turismo comunitario Post Pandemia, el cual se desarrolla en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco, en la actualidad debido a la progresiva llegada de los turistas, solo 35 familias están en constante servicio, ya que anteriormente más familias integraban este servicio, asimismo debido a la pandemia algunos integrantes de las familias, desistieron seguir con el turismo comunitario y realizaron actividades tales como la ganadería, agricultura, comercio entre otros, y esto hizo que en la actualidad no se pueda trabajar con la organización que anteriormente tenían, asimismo se observó que al no tener a la totalidad de familias se desintegro algunas actividades que realizaban grupalmente y esto fue altamente negativo para la imagen del turismo comunitario.

De seguir con estas problemáticas Post Pandemia se tendrá un impacto negativo en el ingreso de más turistas, ya que al llevarse una mala impresión debido a las actividades incompletas por la falta de organización y de miembros de la comunidad, dejara un precedente que será negativo, debido a que no se realizaran las actividades tales como los temas culturales, tradiciones, y propios de esta comunidad debido a la deficiente



organización y esto repercutirá en el tema económico de las familias y dejaran de realizar esta actividad de manera progresiva.

Para poder mejorar esta situación se debe realizar una nueva reestructuración para continuar brindando este servicio así también se deberá trabajar en fortalecer la organización de la comunidad y promover la participación activa de todas las familias en el turismo comunitario, se debería considerar pensar a las familias que están comprometidas con el Turismo Comunitario, sobre todo buscar convenios con instituciones y organizaciones externas, como agencias de desarrollo turístico o entidades gubernamentales, que puedan brindar apoyo técnico, financiero o de capacitación para fortalecer el turismo comunitario en la Comunidad Campesina de Amaru y mostrarles su cultura, tradición, costumbres y vivencias y que estos se lleven una grata experiencia.

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema general**

¿Cómo es el Turismo Comunitario Post Pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco - 2022?

### **1.2.2 Problemas específicos**

- ¿Cómo se desarrolla la actividad económica en el Turismo Comunitario Post Pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco – 2022?
- ¿Cómo es la actividad ambiental en el Turismo Comunitario Post Pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco – 2022?
- ¿Cómo es la actividad social en el Turismo Comunitario Post Pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco – 2022?



### **1.3 Justificación**

#### **1.3.1 Relevancia social**

El presente estudio posee una relevancia social, debido a que ayudara a analizar la situación actual de cómo se desarrolla el Turismo Comunitario en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco, en la etapa Post Pandemia, debido a que esta comunidad al igual que otras sufrió un impacto económico al no recibir turistas debido al estado de emergencia, y se darán posibles propuestas de solución para poder generar un mayor ingreso.

#### **1.3.2 Implicancias prácticas**

El estudio se desarrolló en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco, en el cual se tendrá que realizar un análisis de cómo se está desarrollando las actividades concernientes al turismo comunitario en esta época Post Pandemia, asimismo se podrá determinar el impacto que tuvo la pandemia indicando los perjuicios que trajo y como se está desarrollando y saliendo adelante para atender a los turistas que están viniendo de manera escalonada.

#### **1.3.3 Valor teórico**

El estudio se desarrollará teniendo que colocar la información que pueda fundamentar la variable y los componentes de esta, se recabo información tanto físico como virtual para ampliar el conocimiento y generar un estudio más amplio y se toquen temas que fundamenten teóricamente a la variable Turismo Comunitario.

#### **1.3.4 Utilidad metodológica**

El estudio se realizó respetando los parámetros que implica la investigación científica, es así que se iniciaría delimitando el estudio y estableciendo el tipo, enfoque



y alcance que tendrá el estudio para posterior diseñar el instrumento y poder ser aplicado para su culminación al ser procesado estadísticamente.

### **1.3.5 Viabilidad o factibilidad**

El estudio tiene una viabilidad puesto que el investigador tiene en la actualidad acceso a las familias que se dedican al turismo comunitario, asimismo es factible debido a que se tendrá el tiempo suficiente para poder concretar el estudio.

## **1.4 Objetivos de la investigación**

### **1.4.1 Objetivos generales**

Analizar el Turismo Comunitario Post Pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco - 2022

### **1.4.2 Objetivos específicos**

- Conocer la actividad económica que genera el Turismo Comunitario Post Pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco – 2022
- Conocer la actividad ambiental en el Turismo Comunitario Post Pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco – 2022
- Conocer la actividad social en el Turismo Comunitario Post Pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco – 2022

## **1.5 Delimitaciones del estudio**

### **a) Delimitación espacial**

El estudio se desarrolló en la Comunidad Campesina de Amaru, la cual se ubica en el Distrito De Pisac, del departamento del Cusco.



**Figura 1** Ubicación de la *Comunidad Campesina De Amaru*



*Nota.* Google Maps

### **b) Delimitación temporal**

Para la continuidad del estudio, la temporalidad fue desde el mes de octubre del 2021 hasta el mes de marzo del año 2022.



## Capítulo II: Marco teórico

### 2.1. Antecedentes del estudio

#### 2.1.1. Antecedentes Internacionales

**Título:** Turismo pos-COVID-19

**Autor:** Moisés Simancas Cruz

Raúl Hernández Martín

Noemi Padrón Fumero

**Universidad:** Universidad La Laguna

**Año:** 2022

**Lugar:** España

#### **Conclusión**

- Cuando la definición de la situación se ve influenciada por el poder en lugar de la ciencia, se amplía la brecha entre la realidad y la idealización. Los argumentos lógicos son distorsionados y reemplazados por la exaltación de las emociones. Los medios de comunicación se benefician en entornos donde la opinión se moldea en lugar de analizarse. Esto pone de manifiesto la desigual influencia que unos tienen sobre otros para imponer sus intereses, lo que conduce a un aumento en los acuerdos en lugares menos transparentes.
- La crisis ha generado una ola de esperanza entre aquellos críticos de la industria turística. Esto ha llevado a dos efectos: la proliferación de iniciativas, foros y propuestas que buscan desarrollar estrategias turísticas coherentes con principios de justicia social y ambiental, como alternativas a las prácticas dañinas. Al mismo tiempo, se ha producido una fuerte reacción conservadora por parte de





aquellos que se beneficiaban del antiguo sistema antes de su colapso. El choque entre estas posturas ha abierto un abanico de posibilidades que podría dar lugar a diversas intervenciones (Hall et al., 2020).

- Se han identificado cinco tipos de actitudes recurrentes con fronteras difusas con respecto al turismo. Los legitimadores desean mantener las prácticas turísticas establecidas, incluyendo una visión instrumental de la naturaleza. Los innovadores creen en los beneficios del turismo, pero también reconocen la necesidad de corregir ciertas dinámicas. Los resignados no se identifican con las tendencias turísticas predominantes, pero tampoco ven alternativas convincentes. Los críticos denuncian las facetas agresivas y explotadoras del turismo, mientras que los utópicos altermundistas creen en la posibilidad de un mundo diferente y proponen transformaciones profundas en los objetivos y medios del sistema turístico (Mantecón y Velasco, 2020).
- La crisis de salud causada por la COVID-19 ha puesto al turismo en una encrucijada, revelando las debilidades que había estado tratando de ocultar. Se ha cuestionado si las necesidades económicas inmediatas han permitido abordar los desafíos pendientes o si, en cambio, la pandemia se ha utilizado como una excusa para mantener las prácticas a corto plazo.

#### **Apreciación crítica:**

El COVID 19 ha sido uno de los sucesos que más ha afectado a la industria del turismo, esto porque para realizar actividades, constató enseguida la gravedad con la que quedaban afectados sus intereses. La crisis sistémica del turismo fue motivada por un bloqueo temporal de las estructuras que permitían el desplazamiento y el alojamiento de los millones de personas que la OMT llama turistas.



**Título:** Turismo comunitario en Ecuador

**Autor:** Lucía Loor Bravo

Nilá Plaza Macías

**Universidad:** Universidad Técnica de Manabí

**Año:** 2020

**Lugar:** Ecuador

### **Conclusión**

- El impacto del COVID-19 en el sector turístico ha tenido graves consecuencias. Para reactivar este sector, es necesario realizar una profunda reflexión sobre su concepción y gestión. Además, se debe analizar en relación con los problemas estructurales que afectan a la nación, en lugar de considerarlo como una situación coyuntural.
- El turismo que se busca promover en el país, y en particular en las comunidades ecuatorianas, debe alejarse del concepto de turismo de masas. Debe ser consciente, sostenible, responsable y estar fundamentado en el desarrollo humano y el Buen Vivir. Solo de esta manera, el turismo comunitario puede ser una opción viable para transformar la situación socioeconómica de las comunidades y convertirse en un motor de desarrollo a nivel nacional. Por lo tanto, no debe concebirse únicamente en términos de crecimiento económico, ni como un simple paliativo para las difíciles condiciones sociales. Debe estar orientado hacia el desarrollo en beneficio de las personas, en lugar de centrado en el beneficio del capital.
- A raíz de la pandemia de COVID-19, es esencial aprovechar las nuevas demandas de los turistas para fortalecer el turismo comunitario como motor de



desarrollo. Sin embargo, esto debe hacerse con un enfoque inclusivo, antipobreza, aprovechando eficazmente la tecnología y en armonía con la naturaleza, mientras se garantizan los derechos tanto de los turistas como de los residentes de los destinos turísticos.

**Apreciación crítica:**

La pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto significativo en la industria turística, generando graves consecuencias económicas y sociales en los países que dependen de este sector. En el caso de Ecuador, donde el turismo desempeña un papel importante en el desarrollo, el gobierno se ha propuesto reactivarlo fomentando el turismo nacional. Este artículo busca reflexionar sobre los desafíos que enfrenta la actividad turística en Ecuador en tiempos de pandemia, centrándose en el turismo comunitario en particular.

**Título:** Análisis del turismo comunitario en la zona tres del Ecuador y su incidencia en el desarrollo local

**Autores:** Karen Belén Chinchuña Cajamarca y Elizabeth Paulina Quinaluisa Toapanta

**Universidad:** Universidad de las fuerzas armadas, Ecuador

**Año:** 2019

**Lugar:** Venezuela

**Conclusiones**

- El marco teórico y metodológico está elaborado en base al análisis bibliográfico y documental que aportó a la revalorización del patrimonio cultural, creación de fuentes de empleo y la práctica de actividades turísticas comunitarias como el agroturismo, guianza, alojamiento y restauración han sido las principales



actividades que definieron al turismo comunitario como un medio que aporta al desarrollo local de las comunidades de la zona tres del Ecuador.

- El diseño del plan de acción permitió generar líneas estratégicas que están dirigidas hacia el ámbito socio cultural enfocado en revaloración de las costumbres y tradiciones; el económico - ambiental está centrado en la potencialización del turismo comunitario y político - administrativo se dirige al fortalecimiento de la gestión comunitaria, en cada área se detalla las actividades que son necesarias para el cumplimiento del principal objetivo que es fortalecer la actividad turística comunitaria dentro de la zona tres.
- El turismo comunitario en la zona tres se define como una oportunidad del mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes, sin embargo, sin una adecuada gestión comunitaria y el creciente individualismo en las organizaciones hace que pocas personas se beneficien de este tipo de turismo alejándose de la razón de ser del turismo comunitario y creando una realidad completamente diferente, puesto que el turismo comunitario nace con la participación de toda la comunidad para superar ciertos aspectos vulnerables de la población (Chinchuña & Quinaluisa, 2019).

#### **Apreciación crítica:**

Este estudio expone el análisis realizado hacia una zona ubicada en Ecuador, está enfocado en el análisis del turismo comunitario en la zona tres del Ecuador (Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Pastaza), y su incidencia en el desarrollo local de la misma, entendiéndose al turismo comunitario como una oportunidad de desarrollo para las comunidades, puesto que los habitantes pueden compartir sus costumbres y tradiciones con los visitantes y a la vez generar nuevas fuentes de empleo para mejorar la calidad de



vida de la población.

**Título:** Evaluación de los efectos e impactos de la pandemia de COVID-19 sobre el turismo en América Latina y el Caribe

**Autor:** CEPAL

**Año:** 2020

**Lugar:** Santiago, Chile

**Conclusiones:**

- En este trabajo, se ha llevado a cabo una estimación de los efectos e impactos de la pandemia COVID-19 en la industria turística receptora de los países del Caribe, América Central, México y América del Sur, utilizando la Metodología DALA. Debido a la incertidumbre acerca de la duración de esta pandemia, se anticipa que se experimentarán pérdidas que se extenderán durante varios años. En el período comprendido entre 2020 y 2023, se proyecta que las pérdidas acumuladas en estas subregiones oscilan entre US\$ 53 mil millones y US\$ 75,4 mil millones para el Caribe, entre US\$ 69,1 mil millones y US\$ 89, 2 mil millones para América Central y México, y entre US\$ 53 mil millones y US\$ 72,4 mil millones para América del Sur.
- Los resultados obtenidos revelan varios aspectos significativos: a) dada la menor población de la región del Caribe y su fuerte dependencia del turismo en sus economías, esta ha sido la región más gravemente afectada en términos relativos; b) las pérdidas en el sector turismo han tenido un impacto negativo en el empleo en este sector, con un sesgo de género evidente, ya que en promedio, en América Central y México, el 61% de las personas empleadas en el sector de alojamiento



y comida son mujeres. En el caso de América del Sur y el Caribe, estas cifras son del 59% y el 54%, respectivamente (según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe en 2020).

**Apreciación crítica:**

Este estudio fue un aporte para la actual investigación, debido a que se tiene datos cuantitativos del turismo afectado por el Covid, dando a conocer que el Caribe es el lugar más afectado por la pandemia y su recuperación no fue fácil en comparación con otros países, además se hacen proyecciones de pérdida hasta el 2023, por último, se enfoca al empleo en los servicios turísticos como el alojamiento o la alimentación donde las mujeres tenían mayor predominio.

**Título:** Turismo comunitario como alternativa de desarrollo local de Santa Cruz de Lorica Córdoba

**Autor:** Amia Teresa Morales Doris y Juan Manuel Mosqueira

**Universidad:** Universidad de la Salle

**Año:** 2019

**Lugar:** La Salle, Bogotá

**Conclusiones:**

- El turismo comunitario en Santa Cruz de Lorica es una práctica social que impulsa tanto las capacidades individuales como las colectivas. Esto permite que las organizaciones locales se empoderen y tomen control de sus propios procesos de gestión. Sin embargo, también reconoce que el turismo comunitario enfrenta desafíos significativos debido a las limitaciones a las que se enfrentan las comunidades que optan por emprender esta actividad.



- Para los promotores del turismo comunitario, esta práctica representa mucho más que una simple fuente de ingresos. Es un estilo de vida que integra aspectos económicos, gubernamentales, socioculturales y medioambientales. A través del turismo comunitario, se crean y fortalecen capacidades y relaciones, se comparten metas y logros. En resumen, esta actividad se convierte en un instrumento que promueve el empoderamiento, el desarrollo comunitario, el bienestar y el desarrollo humano en la región de Santa Cruz de Lorica (Morales & Mosquera, 2019)

#### **Apreciación Crítica:**

La investigación contribuye con amplia información acerca de turismo comunitario, nos permite conocer más a detalle cómo se desarrolla el turismo comunitario en otros países, el papel importante e indispensable que tiene el turismo comunitario sobre el desarrollo local de una comunidad, y los efectos potenciadores en la economía local.

#### **2.1.2. Antecedentes Nacionales**

**Título:** La percepción de los impactos del covid-19 en el turismo comunitario sostenible de parte de los pobladores de las Lomas de Lúcumo, Pachacamac 2021

**Autor:** Joel Alexander Yucra Anchiuay

María Elena Yucra Anchiuay

**Universidad:** Universidad Cesar Vallejo

**Año:** 2021

**Lugar:** Lima



### **Conclusiones:**

- La percepción de los impactos del covid-19 en el turismo comunitario sostenible de parte de los pobladores de las Lomas de Lúcumo, mediante la presente investigación se llegó a la siguiente conclusión, las Lomas de Lúcumo se vieron afectadas de forma positiva, en el ámbito ambiental dado que la inactividad turística favoreció al crecimiento de la flora local y la fauna, disminuyendo la contaminación y polución que causaba la actividad turística dentro de esta misma, por otro lado se llegó a concluir que el impacto económico según los pobladores de las Lomas de Lúcumo, estos mismos indicaron que los ingresos económicos producidos por la actividad turística y la visita de turistas dentro de este ecosistema ambiental, se vio afectado, dado que la pandemia causó un cierre de esta misma, causando una retención de igual forma MINCETUR comunicó el cierre de las actividades turísticas en zonas comunitarias debido a que estas son las más vulnerables debido a su status social, dando también el cierre de ferias y negocios aledaños que obtenían ingresos gracias al turismo, así mismo el impacto sociocultural también se vio afectado en esta pandemia del covid19, debido a que muchos ciudadanos se vieron afectados por este virus, tanto en su calidad de vida, la salud de estos mismos o en la de algún familiar cercano, de igual forma los hábitos y costumbres adquiridos gracias al turismo comunitario ayudaron a que las personas fueran más flexibles y más comprensibles con algunos pobladores, mostrando más empatía y respeto hacia ellos.

### **Apreciación crítica:**

La presente investigación se realizó con la finalidad de conocer cuál es la percepción de los impactos del covid-19 en el turismo comunitario sostenible de parte





de los pobladores de las Lomas de Lúcumo, Pachacamac 2021, dentro de esta investigación es el siguiente objetivo general, conocer la percepción de los impactos del covid-19 en el turismo comunitario sostenible de parte de los pobladores de Las Lomas de Lúcumo, Pachacamac 2021.

**Título:** La pandemia del Coronavirus y el impacto en la actividad del turismo rural comunitario en la comunidad de Llachón – Capachica 2021

**Autor:** Paul Ronald Navarro Churata

**Universidad:** Universidad Nacional Del Altiplano

**Año:** 2022

**Lugar:** Puno

**Conclusiones:**

- La incidencia de la pandemia del coronavirus en el desarrollo de la actividad del turismo rural en la comunidad de Llachón tuvo un impacto bastante negativo en la vivencia de las familias y emprendimientos y en otros aspectos como capacitaciones y conocimiento de los protocolos se muestra entre regular y positivo.
- El impacto social de la pandemia del coronavirus a la actividad turística del turismo rural comunitario en la comunidad de Llachón, tuvo un efecto bastante negativo a nivel de la vida de las familias, y en relación al conocimiento de los protocolos de bioseguridad se califica entre regular y positivo. La organización de la población para enfrentar el covid-19 fue y la capacitación para reactivar el turismo rural se ubica en regularmente y positivo y el comportamiento de la población de la comunidad durante la pandemia se muestra como regularmente.



Que giro entorno a la vida cotidiana de la población de Llachón.

- El impacto económico de la pandemia del coronavirus en la actividad turística del turismo rural comunitario en la comunidad de Llachón – Capachica, tuvo una incidencia entre negativo y bastante negativo afecto también al sustento económico familiar y la mayoría no tenían trabajo en plena pandemia y otros pobladores se dedicaron al trabajo de la artesanía, agricultura ganadería la pesca y otras actividades, que cumplió un medio de producción a menor escala para satisfacer sus necesidades de vida (Navarro, 2022)

**Apreciación crítica:**

El presente estudio se enfoca en el turismo comunitario en tiempos de Covid siendo fundamental para ampliar los conocimientos y tomar en consideración los datos a los que se llegó, como el hecho de que en las comunidades se tuvo que trabajar de la mano con los pobladores quienes carecían de prácticas de bioseguridad y para una reactivación de las actividades se recurrió a las capacitaciones para que en adelante se tengan resultados positivos y se logre satisfacer al visitante.

**Título:** Propuesta de un plan de desarrollo turístico municipal Post Covid-19 como herramienta generadora de crecimiento en la provincia Mariscal Nieto en Moquegua

**Autor:** Pedro Oscar, Mory Ugarelli

**Universidad:** Universidad Nacional de San Agustín De Arequipa

**Año:** 2021

**Lugar:** Arequipa

**Conclusiones:**

- Al realizar el análisis externo de la provincia Mariscal Nieto en Moquegua, se



concluye que los principales retos a enfrentar son la inestabilidad política y posibles cambios en el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, las restricciones de viaje debido a la Pandemia COVID19, las barreras burocráticas y falta de trabajo coordinado entre el sector público y privado, así como la escasa promoción turística. Sin embargo, estos retos se podrán enfrentar atrayendo a mercados ubicados en países cercanos como Chile y generando alianzas estratégicas con operadores turísticos de regiones cercanas como Puno, Tacna y Arequipa, promoviendo el desarrollo de los recursos gastronómicos de Moquegua e implementando los respectivos protocolos de bioseguridad

- En relación a la determinación de Estrategias Turísticas Post COVID19, estas se deberán sustentar principalmente en 6 ejes, los cuales son: Imagen Turística, Puesta en Valor y Ordenamiento Turístico, Innovación en Productos, Difusión y Promoción Turística, Capacitación y Participación Comunitaria y Articulación con Prestadores de Servicios Turísticos. Cabe señalar que dichas estrategias deberán responder a los objetivos formulados dentro del Plan de Desarrollo Turístico Municipal que son: Promover la imagen turística de Moquegua, poner en valor sus principales atractivos, impulsar el desarrollo del Turismo Gastronómico y Enológico, de Naturaleza y Aventura, diseñar estrategias de promoción turística e innovación digital, promover la capacitación y participación de la comunidad, siendo la mayor limitación la puesta en valor de los atractivos y una de las principales fortalezas la posibilidad de formular nuevas propuestas turísticas.
- El planteamiento del Programa de Actividades deberá responder a cada una de las Estrategias planteadas que estarán centradas en lo siguiente: impulsar la



imagen del destino en la provincia Mariscal Nieto en Moquegua, implementar la Planta Turística, promover tours alternativos, diseñar un Plan de Marketing On-line y Off- Line, innovar y digitalizar material y procesos y promover la calidad en la prestación de servicios turísticos. Cabe señalar que estas actividades se deberán planificar y organizar de manera coordinada entre el Municipio y los prestadores de servicios turísticos para lograr el crecimiento de este sector, ya que, si no se llevan a cabo actividades en conjunto, no se alcanzarán los objetivos propuestos (Mory, 2021).

**Apreciación crítica:**

Este estudio se enfocó en las acciones tomadas después del Covid desarrollándose una serie de estrategias fundamentales que hacen que los atractivos turísticos sigan siendo promocionados y que los servicios vinculados con el turismo se lleguen a dar de forma correcta cumpliendo con todos los protocolos lo cual atrae a los visitantes nacionales e internacionales sintiéndose así seguros.

**2.1.3. Antecedentes locales**

**Título:** Diagnóstico de la actividad turística en tiempos de COVID – 19 en el distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021

**Autor:** Bach. Eunice Cesia Baca Uscachi

**Universidad:** Universidad Andina Del Cusco

**Año:** 2021

**Lugar:** Cusco

**Conclusiones:**

- Se realizó el análisis sobre el diagnóstico de la Actividad turística en tiempos de



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

- Se concluyó que, de acuerdo al objetivo específico 1, se conoció que la demanda turística en tiempos de COVID-19 en el distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021, fue regular, esto debido a que el 67.5 % de las familias encuestadas del distrito de Mollepata, consideraron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo a causa de que los costos subieron de precio y las cantidades variaron, otro elemento a considerar es que la competencia entre los mismos ha disminuido en la misma área geográfica obligando a que muchos establecimientos(restaurantes, hospedajes, albergues, hoteles, lodges) cierren sus puertas.
- De otro lado, la estacionalidad y lo aleatorio evidenciaron que las restricciones sanitarias dadas por el gobierno sorprendieron a las familias que no estaban preparadas frente a estos eventos (Pandemia), el cual derivó en una suspensión total del desarrollo del turismo que afecta directamente los ingresos de las familias.
- Se concluyó que, de acuerdo al objetivo específico 2, se conoció que la oferta turística en tiempos de COVID-19 en el distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021, fue regular, esto debido a que el 62.5 % de las familias encuestadas del



distrito de Mollepata, lo consideraron poco adecuado ya que algunos elementos como los recursos turísticos se encontraban activos de vez en cuando y se tenía como influencia la emergencia sanitaria que pedía nuevas medidas de seguridad, de otro lado, la planta turística no lograba manejar correctamente los equipamientos que hacían posible la permanencia del turista en tiempos de Covid- 19, con la finalidad de salvaguardar la seguridad de los turistas (Baca, 2021)

**Apreciación crítica:**

Este estudio es un aporte para la investigación porque permite conocer cómo se dio el turismo durante la pandemia, además que permite estar al tanto de las practicas que se están desarrollando de forma incorrecta y como se puede mejorar estas, ello vinculado con los servicios de turismo que a lo largo del tiempo fueron un soporte del lugar de estudio y con esta reactivación se está tratando de tomar nuevas medidas para fortalecer la promoción del turismo en la zona.

**Título:** Diagnóstico de turismo comunitario en la comunidad de Chumpe, distrito de Lamay, provincia de Calca; Cusco 2020

**Autora:** Shema Shauny Calderón Tumpay

**Universidad:** Universidad Andina Del Cusco

**Año:** 2020

**Lugar:** Cusco

**Conclusiones:**

- Se analizó la familia rural en la comunidad de Chumpe, considerándose que entre los pobladores de la comunidad existe un parentesco natural y otras que tienen



un antepasado post inca, esto agrega valor cultural a la comunidad ya que esta brinda certeza de que sus actividades y su estilo de vida fue heredada por sus antepasados, según la opinión de operadores turísticos esto es importante porque brinda validez al producto llamado turismo comunitario; también se pudo observar que la crianza de camélidos y su agricultura es similar entre familias, ya que estas se organizan y se apoyan mutuamente, practicando el conocido ayni

- Se examinó el emprendimiento rural de la comunidad de Chumpe, se considera que la promoción de la comunidad es deficiente, por muchos factores uno de ellos es por el poco conocimiento del valor cultural que tiene la comunidad por parte de los pobladores y que la comunidad no cuenta con el apoyo de la Municipalidad de Calca para desarrollar el turismo comunitario; su producción agrícola y crianza de camélidos es variada y atractiva para los turistas según operadores turísticos que ofrecen este tipo de producto, además que consideran que la comunidad de Chumpe tiene un hermoso producto textil, ya que crían camélidos, los trasquilan tradicionalmente, manejan la lana de manera tradicional y la tiñen con plantas y frutos propios de la zona y finalizan con el tejido de mantas o demás accesorios de tonos coloridos (Calderón , 2020)

#### **Apreciación crítica:**

El turismo comunitario es una expresión de cultura de los antepasados que para la actualidad se ha ido perdiendo por ir agregándole acciones por parte de sus pobladores que alteran la realidad, pero en la zona de este estudio aún se tiene la certeza de que todo lo desarrollado es tal y como lo hacían sus familiares en el pasado siendo ello un valor agregado y una gran experiencia para el turista que prefiere hacer este tipo de turismo.



**Título:** Desarrollo del turismo rural comunitario en la comunidad de Suncco del distrito de San Jerónimo, Cusco 2020.

**Autor:** Isis Lucero Mamani Rojas

**Universidad:** Universidad Andina del Cusco

**Año:** 2020

**Conclusiones:**

- Se Diagnosticó el desarrollo del turismo rural comunitario que beneficiará económicamente a la comunidad de Suncco del distrito de San Jerónimo, donde el 91% de los pobladores consideran como muy adecuado, manifestando el gran beneficio de promover las actividades productivas como el turismo rural comunitario, generador principalmente del empleo, disminuyendo de esta forma el porcentaje de migración de los pobladores en busca de nuevas oportunidades.
- La presente investigación analizó el desarrollo del turismo rural comunitario que beneficiará ambientalmente a la comunidad de Suncco del distrito de San Jerónimo, en el aspecto ambiental el 76.9% de la población considera como adecuado, se muestra un agotamiento de los recursos naturales en la comunidad principalmente el agua, generando un impacto ambiental negativo. El impulso de las actividades turísticas dará paso a la sostenibilidad de los recursos (Mamani, 2020)

**Apreciación crítica:**

En el estudio se fundamenta el turismo rural comunitario como alternativa de desarrollo económico, de igual forma expone la importancia de la participación de todos los pobladores y personas pertenecientes a la comunidad, y sin dejar de lado otras actividades primarias como la agricultura o ganadería ya que también son fuentes de





ingreso económico.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Enfoques del Turismo Comunitario**

Los enfoques proporcionan una visión integral de la actividad turística al incorporar gradualmente conceptos que se han adquirido a partir de lecciones y experiencias en el desarrollo del Turismo Comunitario. En este sentido, estos enfoques sirven como guía para dirigir y evaluar las actividades diarias y los métodos de trabajo de los diferentes actores involucrados, con el propósito de fomentar una mayor coherencia y alineación entre las diversas perspectivas, y así lograr los objetivos del Turismo Comunitario (MINCETUR, 2019).

#### **a) Enfoque de base comunitaria**

Este enfoque pone un fuerte énfasis en la colaboración y la organización entre los diversos miembros de una comunidad. Bajo una visión compartida y modelos de gestión propios, estos miembros dirigen sus conocimientos, saberes tradicionales y procesos creativos hacia la búsqueda de un bien común sostenible a través del turismo. A pesar de los cambios en la estructura de las comunidades, se mantiene un sentido de comunidad y colectividad que sirve como base para fortalecer el capital social y el tejido comunitario. En este enfoque, las familias definen sus prácticas, relaciones comunitarias ancestrales y actividades diarias, preservando su identidad cultural y buscando transmitirla a las generaciones futuras. Destaca la participación activa y el compromiso de las familias en la actividad turística (MINCETUR, 2019).



**b) Enfoque territorial**

Este enfoque resalta la utilización responsable, eficiente y equilibrada de los recursos territoriales dentro de una comunidad, con el fin de garantizar la sostenibilidad de la actividad turística y mitigar cualquier impacto negativo que amenace el patrimonio cultural y natural. Además, busca que las familias convivan en armonía con su entorno, fomentando una conciencia colectiva crítica sobre la importancia de conservar el entorno ambiental local y su influencia en el ámbito global (MINCETUR, 2019).

**c) Enfoque intercultural**

Las comunidades conviven y comparten activamente espacios con diversas identidades culturales. En este sentido, el enfoque intercultural promueve la convivencia basada en la armonía, la complementación y el respeto hacia las diferencias culturales entre los residentes locales y los visitantes que provienen de diferentes destinos. A través del Turismo Comunitario, este enfoque busca facilitar la organización de encuentros culturales que fomenten el diálogo, la interacción, la apreciación de conocimientos, el intercambio de saberes y el mutuo enriquecimiento (MINCETUR, 2019).

**d) Enfoque de mercado**

El enfoque de mercado se enfoca principalmente en asegurar la sostenibilidad económica de la actividad turística en la comunidad. Esto se logra mediante un comercio justo entre los diversos participantes en la cadena de valor del turismo. Se basa en la creación de ofertas turísticas que se diseñan teniendo en cuenta las características locales y las tendencias actuales del



mercado, de acuerdo a las motivaciones y necesidades reales de los visitantes. Además, se contrastan estas ofertas con la oferta turística existente y la vocación del territorio para asegurar que la propuesta sea atractiva y viable, evitando así la creación de expectativas engañosas en la población local (MINCETUR, 2019).

e) **Enfoque de experiencia**

El enfoque centrado en la experiencia pone al visitante en el centro de atención y se dedica a crear productos turísticos personalizados y memorables. Su principal objetivo es ofrecer viajes significativos que aporten un sentido profundo y transformen la perspectiva cotidiana de la vida. En lugar de centrarse en transacciones y enfoques tradicionales, este enfoque busca crear conexiones emocionales y experiencias únicas para los viajeros. Esto se logra a través del análisis de las etapas del viaje del visitante, con el fin de maximizar y enriquecer su experiencia a través de innovadoras vivencias basadas en la autenticidad cultural, la historia viva y la belleza natural de la comunidad local (MINCETUR, 2019).

f) **Enfoque de género**

El enfoque de género tiene como objetivo promover la igualdad entre hombres y mujeres al visibilizar y analizar las normas y valores sociales de género presentes en las comunidades. Su propósito es identificar las desigualdades y brechas en el acceso y control de recursos, derechos, obligaciones, roles y oportunidades entre hombres y mujeres (incluyendo niños, niñas y adolescentes). Además, busca evitar la reproducción de desigualdades



a través de la creación de mecanismos e instrumentos sensibles al género, adaptados a las diferencias culturales de las comunidades. La incorporación de esta perspectiva es esencial no solo en términos de derechos humanos, sino también como una condición fundamental para garantizar la sostenibilidad del Turismo Comunitario (MINCETUR, 2019).

**g) Enfoque de gobernanza**

Se basa en el reconocimiento de los emprendedores como agentes de cambio activos, dotados de la capacidad y el derecho de participar en la toma de decisiones relacionadas con las intervenciones en sus respectivos territorios. En esta perspectiva, las comunidades se consideran entidades autónomas, empoderadas y con la capacidad de promover el desarrollo de sus emprendimientos. Este enfoque busca fomentar la colaboración y la participación activa de los emprendedores en la gestión de la actividad turística y el territorio, trabajando en conjunto con otros actores locales. El objetivo es promover la gobernanza local, facilitando la generación de sinergias, la colaboración intersectorial y multinivel, fortaleciendo las relaciones de confianza y asegurando la sostenibilidad de la actividad turística a través del desarrollo económico y social de las comunidades (MINCETUR, 2019)

**2.2.2. Ley de la promoción del turismo y el desarrollo del turismo**

El Ministro de Comercio Exterior y Turismo, Roberto Sánchez, ha anunciado que el Congreso de la República ha aprobado la Ley de Promoción y Desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú. Esta aprobación se ha logrado gracias a la colaboración entre el Poder Legislativo y el Ejecutivo, y representa un paso significativo hacia el



fortalecimiento y desarrollo sostenible de esta actividad fundamental en el país.

La nueva legislación ha obtenido un sólido respaldo en el Congreso, siendo aprobada en la primera votación del Pleno con un total de 85 votos a favor. Posteriormente, se exoneró de la segunda votación con un respaldo aún más amplio de 87 votos.

Esta normativa combina los esfuerzos de varios proyectos de ley, incluyendo el 400, 917 y 1953/2021-CR, promovidos por diversas bancadas en el Congreso de la República. El hecho de que el dictamen haya sido aprobado por unanimidad en la Comisión de Comercio Exterior y Turismo demuestra la importancia y el consenso en torno a esta iniciativa. El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, junto con otras instituciones, ha contribuido con valiosos aportes para enriquecer esta nueva disposición legal.

El Ministro Sánchez subrayó la necesidad de contar con un marco normativo de rango legal para fortalecer la gestión del turismo comunitario, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de las poblaciones que participan en esta actividad.

La aprobación de esta ley permitirá continuar el trabajo de consolidar los productos de Turismo Comunitario, siempre respetando el patrimonio natural y cultural de las comunidades. Además, se fortalecerá la gobernanza de esta actividad mediante la colaboración entre el sector público y privado. Además, se llevarán a cabo acciones de promoción y comunicación efectiva para resaltar los atributos, beneficios y valores del Turismo Comunitario, lo que, a su vez, generará millas de puestos de trabajo en todo el país.



### **Sobre la Ley Aprobada**

La recién aprobada Ley de Promoción y Desarrollo del Turismo Comunitario en Perú establece una serie de regulaciones destinadas a impulsar el crecimiento sostenible de esta actividad. La ley se centra en fortalecer las capacidades de las comunidades locales que desean participar en la oferta turística del país.

De acuerdo con la ley, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) se convierte en la entidad principal responsable de la gestión y supervisión de la política pública relacionada con el turismo en Perú. Hace quince años, el Mincetur ya había iniciado intervenciones en varias comunidades con potencial turístico a través de la Estrategia Nacional de Turismo Comunitario, incorporándolas en la oferta turística nacional. La nueva legislación también destaca la importancia de promover la colaboración entre las diversas entidades gubernamentales a nivel intersectorial e interinstitucional que están involucradas en el desarrollo sostenible del Turismo Comunitario. Además, fomentará la cooperación con los gobiernos locales y regionales, así como la creación de acuerdos y alianzas con el sector privado que opere en las áreas de las comunidades para fortalecer la gobernanza del Turismo Comunitario.

La ley enfatiza la continuación de los esfuerzos por parte del Mincetur para mejorar las capacidades de las comunidades locales. Esto se llevará a cabo mediante la capacitación, asistencia técnica, monitoreo y otros incentivos que promuevan el desarrollo, la mejora y la sostenibilidad de esta importante actividad turística.

#### **2.2.3. Teoría del Turismo Comunitario**

El Turismo Comunitario, según el MINCETUR en 2019, se define como una forma de turismo que se lleva a cabo en entornos rurales de manera planificada y sostenible. En este



enfoque, la gestión del turismo involucra de manera activa a las poblaciones locales, a través de organizaciones comunitarias que lideran el proceso. Este tipo de turismo se integra de manera armoniosa con las actividades económicas tradicionales de la zona, contribuyendo al desarrollo de la comunidad. Su producto turístico se distingue por destacar la cultura local y el entorno natural.

El turismo, en general, está estrechamente ligado a los territorios debido a los valores ambientales, la belleza paisajística y el patrimonio cultural que ofrecen para diversas actividades de ocio, descanso y recreación. En contraste con el turismo de masas, que a menudo comercializa vastas áreas, desplaza a las poblaciones locales y altera los entornos de vida y trabajo, el Turismo Comunitario se presenta como una opción que promueve el desarrollo económico y social en las áreas rurales. En este enfoque, el territorio, las personas y el medio ambiente son elementos esenciales de la actividad, con la participación activa de las comunidades locales como un componente fundamental.

El turismo comunitario introduce un enfoque distinto en la gestión del territorio y sus recursos, tanto por parte de quienes ofrecen los servicios como de los visitantes. Esto implica la apreciación directa del entorno ambiental, el reconocimiento de la riqueza cultural de las comunidades locales y la interacción significativa con ellas. En esencia, se trata de una forma de turismo más consciente e integrada, con el potencial de generar beneficios económicos y sociales, especialmente a nivel local (Palomino, Gasca, & López, 2016).

a) **Sentido comunitario y reproducción de la comunidad**

En cuanto al concepto de comunidad, Zibechi (2019) sostiene que no es una entidad estática, sino un proceso en constante evolución. La comunidad no se limita a ser una institución que perdura indefinidamente, sino que su existencia y significado depende de las acciones y colaboraciones colectivas de



quienes la conforman. Por lo tanto, el autor prefiere hablar de hacer comunidad en lugar de ser comunidad.

Gutiérrez et. Al. (2019), en su trabajo aborda la noción de lo comunitario desde la perspectiva de cómo se constituyen y organizan las relaciones sociales a través de la competencia. Esta forma de interacción busca crear un equilibrio en la sociedad, aunque no esté exenta de tensiones, con el propósito fundamental de asegurar la continuidad de la vida en sociedad. Los autores destacan que la colectividad posee y ejerce la capacidad autónoma, autodeterminada y autorregulada para tomar decisiones relacionadas con la producción material y simbólica necesaria para garantizar la vida biológica y social a lo largo del tiempo.

A pesar de que en la vida moderna se tiende a valorar todo en función del capital, es esencial considerar otras posibles formas de mantener la vida o explorar aquellas que han resistido durante mucho tiempo las dinámicas del individualismo capitalista. Los seres humanos somos seres interdependientes que necesitan y dependen de las relaciones tanto humanas como no humanas para asegurar la continuidad de la vida. En este contexto, la comunidad se convierte en un elemento esencial para la existencia, una condición indispensable para garantizar la reproducción de la vida (Gutiérrez, Navarro, & Linsalata, 2016).

El turismo comunitario y el turismo solidario comparten una base de responsabilidad y generan beneficios similares en comunidades indígenas y rurales de pequeña escala. Ambos enfoques se centran en la idea de que el





turismo puede ser una actividad económica que se integre de manera armoniosa y complementaria con otras fuentes de ingresos en una comunidad local. Lo que destaca en el turismo comunitario es el papel activo que desempeñan los miembros de la comunidad en la gestión y ejecución de las actividades turísticas (Barbini, Cruz, Roldán y Cacciutto, 2012).

Si bien el turismo comunitario ha sido considerado principalmente como una herramienta de desarrollo económico en relación con la comunidad, las conceptualizaciones actuales plantean la pregunta de cómo esta forma de turismo puede adaptarse de manera más profunda en la vida cotidiana de la comunidad y en sus tejidos sociales (Noboa, 2022).

#### **2.2.4. Elementos clave en la planificación del Turismo Comunitario**

- **Desarrollo rural responsable:** Las actividades turísticas en zonas rurales deben llevarse a cabo con respeto y armonía hacia el entorno, evitando así poner en riesgo los recursos naturales y culturales, y contribuyendo a preservar las tradiciones locales.
- **Desarrollo sostenible:** El turismo rural debe ser capaz de satisfacer las necesidades de los viajeros sin comprometer los recursos actuales, garantizando de esta manera que el turismo perdure para las generaciones futuras.
- **Creación de empleo:** Las iniciativas turísticas en áreas rurales deben contribuir al desarrollo de oportunidades de empleo para los habitantes de la comunidad.
- **Fomento de la conciencia ambiental:** El enfoque del turismo debe incluir la educación de los viajeros en cuestiones ambientales y culturales, con el propósito de promover una mayor conciencia social y ambiental.
- **Promoción de la conciencia ciudadana:** Es esencial que los servicios turísticos proporcionados por las comunidades enseñen a los viajeros la importancia de



conservar los recursos naturales y fomentar el respeto mutuo entre las personas.

- Generación de infraestructuras: La promoción del turismo comunitario implica la necesidad de invertir en infraestructuras turísticas, tales como carreteras, señalización y otros aspectos físicos que faciliten el acceso de los viajeros a las zonas rurales.
- Fomento de actividades asociadas: Se debe fomentar la diversificación de las actividades económicas asociadas a estas comunidades, como el comercio justo, para impulsar su desarrollo (Saavedra, García, & Martínez, 2021).

### **2.2.5. Beneficios del Turismo Comunitario**

El turismo comunitario conlleva una serie de beneficios significativos. Entre ellos se incluye la preservación y el mantenimiento de las expresiones arquitectónicas y culturales de las regiones visitadas, así como la protección de los entornos naturales.

Según el MINCETUR (2017), los beneficios son los siguientes:

#### **a) En lo económico**

Desde una perspectiva económica, el turismo comunitario se integra en la economía local y en las actividades propias del entorno rural. En su mayoría, estas actividades son gestionadas por empresarios locales en pequeña y mediana escala, lo que diversifica los ingresos y puede contribuir a frenar la despoblación y revitalizar las zonas rurales. Además, el involucramiento de la comunidad en la prestación de servicios turísticos complementa las actividades agropecuarias y artesanales locales, generando un impacto económico positivo en la región.

#### **b) En lo ambiental**

La preservación del entorno natural desempeña un papel fundamental en el desarrollo del turismo comunitario. Para asegurar el uso sostenible de los



recursos ambientales, es crucial establecer un marco legal adecuado, llevar a cabo una planificación equitativa y continuar perfeccionando la gestión de las empresas turísticas. Además, el interés de los visitantes por la conservación intensifica la conciencia ambiental de las comunidades locales.

### **c) En lo social**

Desde una perspectiva social, el turismo comunitario está estrechamente ligado a la vida de las comunidades. La llegada de turistas puede contribuir al mantenimiento y la mejora de la infraestructura y los servicios locales, como carreteras, transporte público, comercio y servicios públicos, lo que a su vez eleva el nivel de vida de la población local. Asimismo, el turismo rural ofrece oportunidades para grupos que suelen ser marginados en entornos rurales, como los jóvenes, las mujeres y los ancianos, y enriquece la comprensión de diferentes formas de vida.

### **2.2.6. Pandemia**

Una enfermedad que se propaga a nivel mundial se considera una pandemia. El caso más conocido es la influenza española de 1918, la cual afectó a más de un tercio de la población mundial y resultó en la muerte de aproximadamente 50 millones de personas. Desde entonces, se han registrado diversas pandemias de influenza, como las ocurridas en 1957, 1968 y el brote del virus H1N1 en 2009.

Existen múltiples factores que influyen en la propagación de una enfermedad. Dos de los más destacados son la facilidad con la que se transmite de persona a persona y el constante movimiento de individuos, sobre todo por avión, ya que las infecciones pueden llegar a nuevas partes del mundo en cuestión de horas (Grennan, 2019).



### **2.2.7. COVID – 19**

El COVID-19 es una enfermedad originada por el coronavirus que ha sido descubierto recientemente. Tan poco se sabe sobre este virus como la enfermedad que produce, sin embargo se sobrepuso en Wuhan (China) en diciembre de 2019. El 31 de diciembre del mismo año, China informó a la OMS sobre la aparición de un virus desconocido que causaba SARS-CoV-2.

Unos treinta días más tarde, el 30 de enero de 2020, la OMS declaró que el brote constituyó una emergencia de salud pública de importancia internacional, ya que el número de casos confirmados en todo el mundo alcanzó los 7.818, de los cuales la mayoría se produjo en China y solo 82 en 18 países. En aquel tiempo, la OMS dictaminó que el riesgo en China era muy alto y el riesgo mundial era alto. El 11 de marzo de 2020, después de considerar los niveles alarmantes de propagación de la enfermedad, su gravedad y los niveles de inacción, la OMS calificó el COVID-19 como pandemia.

A partir de su aparición en Wuhan, China, en diciembre de 2019, la propagación del COVID-19 ha sido imparable, y en la actualidad se trata de una pandemia que ha afectado a más de 190 países en todos los continentes del mundo. Los casos se han multiplicado día tras día, llegando a cercar los 21 millones, siguiendo un camino en el que las muertes ya superan las 800.000. Aun así, también hay buenas noticias, con más de 11 millones de personas recuperándose del virus hasta ahora (CRC, 2020).

### **2.2.8. Cultura y Turismo: COVID – 19**

La OMT ha elaborado una serie de recomendaciones que buscan tomar medidas para mitigar el impacto socioeconómico del COVID-19 y acelerar la recuperación. Estas recomendaciones se dividen en tres áreas clave: gestionar la crisis y minimizar sus



efectos, proporcionar estímulos y acelerar la recuperación, y prepararse para el futuro. Se aconseja que se tomen medidas en todas estas áreas simultáneamente y que se trabaje en colaboración con todas las partes interesadas. La mayoría de los países han tomado medidas generales que caen en estas tres categorías, incluyendo iniciativas del sector privado y cámaras de turismo. Además, se ha solicitado apoyo para segmentos específicos de proveedores de servicios turísticos, como grupos indígenas y guías turísticos.

En respuesta al impacto económico del COVID-19, muchos países han implementado medidas para ayudar a la industria turística. Algunos han implementado estímulos fiscales a través de medidas generales que benefician al sector turístico, mientras que otros han centrado sus esfuerzos en la desgravación fiscal o el aplazamiento del pago de impuestos para los hoteles, empresas turísticas y otros ingresos relacionados. Asimismo, diversos bancos comerciales están ofreciendo préstamos y alivio en los pagos por préstamos. Además, algunas autoridades turísticas han demostrado iniciativa en el uso de tecnología digital para mantener el contacto con el mercado y las partes interesadas. Ejemplos de ello son la campaña *Escape to Jamaica* de la Junta de Turismo de Jamaica, el espacio virtual *Activa Turismo Online* de Chile que busca conectar al sector con información relevante y grupos de expertos conjuntos para garantizar la supervivencia de la industria turística, y la campaña *Message in the Sand* de Antigua y Barbuda (Organización de los Estados Americanos, 2020).

#### **2.2.9. Tendencias Principales de los Viajeros Post Covid**

En un futuro cercano, una vez que la vacunación masiva sea una realidad y los viajeros retomen su interés por visitar destinos alternativos, la exigencia de éstos se verá



incrementada. Más allá de la comodidad y la calidad de los servicios, la salud y la bioseguridad serán factores clave. El distanciamiento social y la sensación de libertad también serán considerados en el momento de elegir un destino (Gómez Bobillo, 2021).

Business Insider identifica las principales tendencias de los viajeros post Covid:

- En primer lugar, se espera un aumento en los viajes de última hora con mayor flexibilidad de itinerarios, extendiéndose entre 6 a 15 días de duración, y motivados por las promociones en los destinos, la calidad de las actividades y, principalmente, el precio. Esto podría ser un salvavidas para la temporada de verano 2021 y favorecer los viajes de cierre de año. No obstante, será esencial contar con políticas de cancelación más flexibles.
- Además, la seguridad será un factor crucial en la elección del destino de viaje. Los viajeros estarán más preocupados por las políticas de viaje en origen y destino, los pasaportes Covid y las medidas de bioseguridad en los distintos lugares. Los espacios abiertos, el distanciamiento y la visibilidad de los protocolos de higiene serán fundamentales para tomar decisiones. La imagen que presente el destino turístico será clave, ya que los viajeros tomarán más tiempo para investigar y verificar las medidas y protocolos de seguridad en los establecimientos de destino y cualquier mala reseña o noticia negativa puede tener un impacto grave en la decisión de viaje.
- Después de la pandemia, los viajeros han adoptado nuevas tendencias en su manera de viajar. Según Business Insider, una de las tendencias más prominentes es la preferencia por los viajes de proximidad. Los destinos cercanos y de naturaleza han sido una opción popular para escapar del confinamiento, pero no todos los destinos rurales están preparados para recibir



un gran número de visitantes de fin de semana. Por lo tanto, los actores y gobiernos locales deben tomar medidas para prepararse para estos flujos de visitantes y evitar la saturación que puede afectar a la población local.

- Otra tendencia importante es la sostenibilidad. El confinamiento ha generado una mayor conciencia ambiental, lo cual puede influir en la elección de destino de viaje por parte de los grupos pequeños y familiares. Por otro lado, los establecimientos que se encuentran en espacios rurales y naturales buscan diferenciarse mediante la sostenibilidad, lo que también requiere que el viajero se eduque y adopte prácticas sostenibles durante su viaje. La vuelta a la ruralidad y a una vida más tranquila también forma parte de la nueva mentalidad del turista.
- La digitalización, los riesgos de contagio y la necesidad de reducir el contacto físico han llevado a los establecimientos a implementar sistemas de pago digital. Además, es fundamental que se facilite el acceso a información sobre lugares, establecimientos y destinos, ya que lo que no está en la web simplemente no existe para los viajeros. A pesar de que las brechas digitales en América Latina han sido un problema durante la pandemia, ha habido avances significativos en la digitalización y el acceso a información en tiempo real durante el último año. La capacidad de reservar, interactuar y resolver dudas es crucial para elegir el próximo destino de viaje (Gómez, 2021).

### 2.3. Variables

#### Variable

Turismo comunitario



### 2.3.1. Operacionalización de variables

Tabla 1

Cuadro de operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptualizada	Definición operacional	Dimensión	Indicadores
<b>TURISMO COMUNITARIO</b>	El Turismo Comunitario se refiere a aquellas actividades turísticas que son organizadas por grupos comunitarios de manera planificada. Estos grupos se integran con otras actividades económicas de forma armónica y trabajan en la mejora del medio ambiente y la sociedad, lo que se convierte en los pilares fundamentales del producto turístico que ofrecen (MINCETUR, 2022).	Según MINCETUR (2022), por turismo rural comunitario se entiende como al conjunto de actividades turísticas los cuales se desarrollan en la naturaleza, en este proceso se debe realizar la gestión de los recursos <b>económicos, ambientales y sociales.</b>	<b>Económico:</b> El turismo comunitario tiene un impacto positivo tanto en la <b>economía</b> como en la sociedad <b>local</b> . Este tipo de turismo se enfoca en explotaciones a pequeña y mediana escala, en su mayoría controladas por empresarios locales, lo que significa que los <b>ingresos</b> y <b>beneficios</b> generados permanecen en la comunidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Economía local</li> <li>• Ingresos</li> <li>• Beneficios</li> <li>• Actividades turísticas</li> </ul>
			<b>Ambiental:</b> Por otro lado, intensifica la conciencia ambiental priorizando la <b>flora y fauna</b> , el <b>territorio</b> donde se implica la <b>agricultura y ganadería</b> de las comunidades cuando estas observan el interés de los visitantes por la conservación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flora y fauna</li> <li>• Territorio</li> <li>• Agricultura</li> <li>• Ganadería</li> </ul>
			<b>Social:</b> El turismo comunitario contribuye al bienestar social manteniendo una estrecha relación con la vida de la comunidad. La llegada de turistas puede ayudar a mejorar la <b>salud</b> , la <b>educación</b> , el <b>transporte</b> , el <b>comercio</b> y los <b>servicios públicos</b> , lo que beneficia directamente a los habitantes locales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salud</li> <li>• Educación</li> <li>• Transporte</li> <li>• Comercio</li> <li>• Servicios públicos</li> </ul>





## 2.4. Definición de términos

- **Turismo Comunitario:** El turismo comunitario es una forma diferente de usar el territorio y sus recursos, tanto por quienes ofrecen el servicio como por los visitantes. Esto implica prácticas de valoración ambiental en el lugar, el reconocimiento del patrimonio cultural de las comunidades y la interacción con ellas. En este sentido, se trata de un tipo de turismo más consciente e integrado que puede generar beneficios económicos y sociales principalmente a nivel local (Palomino, Gasca, & López , 2016).
- **Económico:** El término económico se refiere a algo que es de bajo costo o que consume poco. Esta palabra proviene de la economía, que es la ciencia encargada de estudiar la administración, producción, distribución y consumo de bienes y servicios (Real Academia Española, 2022).
- **Economía local:** Se refiere a un proceso en el que se colabora en la producción, distribución y consumo de bienes locales, con la finalidad de promover su uso sostenible y mejorar la situación económica, social y ambiental de un lugar. Este proceso involucra a los diferentes actores del territorio y busca generar beneficios para todos ellos (Pedrosa, 2014).
- **Beneficios:** Son las ganancias que se obtienen a través de negocios o inversiones (López J., 2018).
- **Actividades turísticas:** Son aquellas que realizan los visitantes como motivo principal de su viaje, tales como caminatas y campamentos, y que requieren de servicios turísticos para llevarse a cabo (Ministerio de Economía Y Finanzas, 2011).
- **Ambiental:** La palabra ambiental se refiere a todo lo relacionado con el ambiente o las circunstancias que lo rodean. También puede referirse a todo lo relacionado con el



medio ambiente que rodea a los seres vivos, como animales, plantas, y personas, y cómo este medio ambiente influye en ellos. Por ejemplo, el impacto ambiental puede cambiar el entorno natural (Real Academia Española, 2022).

- **Flora y fauna:** Describe todas las especies de animales y plantas que habitan en una determinada zona, así como las conexiones que existen entre ellas y cómo se relacionan con el resto del entorno. Aunque estas palabras se utilizan normalmente para hablar de zonas geográficas específicas, también se pueden extender a hábitats más amplios, ya sea más altos o más bajos (Juste, 2020).
- **Territorio:** El territorio es un concepto que se utiliza para entender cómo las personas interactúan entre sí en diferentes áreas, ya sea cultural, social, política o económica. Aunque se basa en la observación empírica, también es un concepto teórico y metodológico (Llanos, 2010).
- **Agricultura:** Es un conjunto de técnicas y saberes relacionados con el cultivo de la tierra, abarcando desde la labranza y las siembras hasta el cultivo de hortalizas. Esta actividad es esencial para el desarrollo económico de los países y su autosuficiencia (Real Academia Española, 2022).
- **Ganadería:** Es una práctica muy antigua que consiste en la cría y el manejo de animales domésticos con el fin de explotar sus productos, como carne, leche o cueros. Ambas actividades, aunque distintas, juegan un papel importante en la economía y el desarrollo de las sociedades (Real Academia Española, 2022).
- **Social:** El término social se refiere a todo lo que se relaciona con la sociedad. Recordemos que la sociedad está compuesta por personas que comparten una misma cultura y se comunican entre sí para formar una comunidad (Pérez & Merino, 2009).



- **Salud:** Se define como un estado completo de bienestar físico, mental y también social, y no solamente como la ausencia de afecciones o enfermedades, según lo establecido por la Organización Mundial de la Salud (Organización Mundial de la Salud, 2022).
- **Educación:** Es el proceso de formación práctica y metodológica que se brinda a un individuo para su desarrollo y crecimiento personal, proporcionándoles conocimientos y herramientas esenciales para su uso en la vida diaria (Sánchez A., 2022).
- **Transporte:** Abarca una serie de procesos que tienen como objetivo la movilidad y comunicación, para lo cual se utilizan distintos medios de transporte como vehículos, aviones, barcos, etc. Estos medios se desplazan por diferentes medios terrestres, aéreos o acuáticos (Real Academia Española, 2022).
- **Comercio:** Se refiere al intercambio de bienes y servicios entre distintas partes a cambio de productos o servicios de igual valor o dinero (Sevilla, 2015).
- **Servicios públicos:** Son aquellos que el Estado proporciona directamente o bajo su supervisión y regulación a fin de garantizar el suministro de ciertos bienes esenciales a la población (Westreicher, 2020).



## Capítulo III: Método

### 3.1. Diseño metodológico

#### a) Tipo de investigación

La investigación **básica**, teórica o pura, se centra en la elaboración de una argumentación teórica y su principal objetivo es desarrollar una teoría, ampliar, corregir o validar el conocimiento mediante el descubrimiento de principios extensos. La finalidad de esta investigación es obtener nuevos conocimientos y áreas de investigación sin un objetivo práctico específico e inmediato, con el fin de crear un conjunto teórico de conocimientos, sin considerar su aplicación práctica. Se dirige hacia la adquisición de conocimientos y busca resolver problemas amplios y de validez universal (Landeau, 2007).

#### b) Enfoque de investigación

El **enfoque cuantitativo** se basa en la obtención y análisis de información para dar respuesta a preguntas de investigación y testear hipótesis previamente establecidas. Durante este proceso se recurre a la medición numérica y al conteo, apoyándose en el uso de la estadística para poder definir de manera fiable patrones de comportamiento de una población (Hernández, Fernández, & Baptista, Metodología de la Investigación, 2014).

#### c) Diseño de investigación

Se considera a esta investigación como no experimental, tomando en consideración lo mencionado por Hernández, Fernández, & Baptista (2014), este diseño de investigación se da desde un punto de vista donde solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para posteriormente hacer un análisis sin necesidad de recurrir



a realizar alteraciones en las variables.

La investigación seccional o transversal, consiste en recabar información de la población o muestra en un único momento determinado. Es un tipo de investigación que se utiliza habitualmente en diversas áreas del conocimiento (Bernal, 2010).

#### d) **Alcance de la investigación**

La **investigación descriptiva**, tiene como objetivo proporcionar información detallada y precisa sobre las características o aspectos relevantes del fenómeno o situación que se investiga. Es un método muy utilizado por aquellos que se inician en la investigación científica, y se apoya principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental (Bernal, 2010).

### **3.2. Unidad de estudio**

El término unidad de análisis se utiliza tanto en la investigación de campo como en la investigación de escritorio, y puede referirse a una amplia variedad de aspectos. Estos aspectos pueden incluir territorios, especies animales, gases, desechos, bienes, servicios, monedas, entre otros. Las unidades de análisis se distinguen entre sí por atributos o características que pueden diferir total o parcialmente, y pueden ser ordenadas según algún criterio específico (Sánchez, Reyes, & Mejía, 2018)

La unidad de estudio fueron los jefes de familia que se dedica a la actividad del Turismo Comunitario en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac

### **3.3. Población**

La población estuvo conformada por los 35 jefes de familia que se dedicaban a la actividad del Turismo Comunitario en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac



### 3.4. Muestra

Pueden ser casos individuales o grupos de individuos que se seleccionan de una población utilizando métodos de muestreo probabilísticos o no probabilísticos (Sánchez, Reyes, & Mejía, 2018).

La población muestral estuvo conformada por la totalidad de la población que son los 35 jefes de familia que se dedica a la actividad del Turismo Comunitario en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac

### 3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para llevar a cabo este estudio, se utilizó:

- **Encuesta:** La técnica de encuesta, la cual implica hacer preguntas específicas a un grupo de individuos con el fin de recopilar datos en relación a una problemática investigativa previamente definida de manera sistemática (López & Fachelli, 2015).
- **Cuestionario:** Se implementó un cuestionario, el cual no se limita a preguntas, sino que también incluye instrucciones detalladas que ayudan a guiar al entrevistador en su trabajo (Cohen & Gómez, 2019).

### 3.6. Validez y conformidad de los instrumentos

- **Validez:** La validez en investigación se relaciona con la capacidad del estudio para acercarse a la verdad. Se entiende que los resultados de una investigación serán considerados válidos si se realizan sin errores (Villasís, Márquez, Zurita, Miranda, & Escamilla, 2018).
- **La confiabilidad,** cuando se habla de confiabilidad en un estudio, se hace referencia a la validez de sus resultados, lo cual implica que no existan sesgos en su elaboración. No obstante, este término suele utilizarse más bien en la creación de instrumentos o



escalas clínicas. Es decir, una vez que se logra demostrar que una escala es consistente y reproducible, entonces se establece que es confiable (Villasís, Márquez, Zurita, Miranda, & Escamilla, 2018).

### **3.7. Plan de análisis de datos**

En el actual estudio se procedió a realizar el análisis de los datos estadísticos, siguiendo estos pasos:

- Teniendo ya la encuesta llenada por la muestra correspondiente, se procede al ordenamiento y a la clasificación.
- Se procede a registrar las respuestas de manera electrónica haciendo uso de los softwares estadísticos como el Excel y el SPSS 25, los que permiten conocer en porcentajes y frecuencia los resultados, por lo que se presentan en tablas y figuras.
- Se realiza el análisis de cada uno de los resultados con el fin de que sea más entendible y se expongan los datos más relevantes.



## Capítulo IV: Resultados de la investigación

### 4.1 Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado

#### 4.1.1 Presentación del instrumento

Para describir el desarrollo del Turismo Comunitario Post Pandemia, se encuestó a 35 jefes de familia de la actividad del Turismo Comunitario en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco.

#### 4.1.2 Fiabilidad del instrumento aplicado

Para determinar la fiabilidad del cuestionario utilizado en la descripción las competencias laborales. Se utilizó la técnica estadística Índice de consistencia Interna Alfa de Cronbach, para lo cual se considera lo siguiente:

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

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

**Tabla 2**  
*Estadísticas de fiabilidad*

	<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de elementos</b>
<b>Turismo comunitario</b>	0.874	15

Como se observa, el Alfa de Cronbach tiene un valor de 0.874 para la descripción de la variable turismo comunitario. Por lo que se establece que los instrumentos son fiables para el procesamiento de datos.





## 4.2 Estadísticos descriptivos

**Tabla 3**

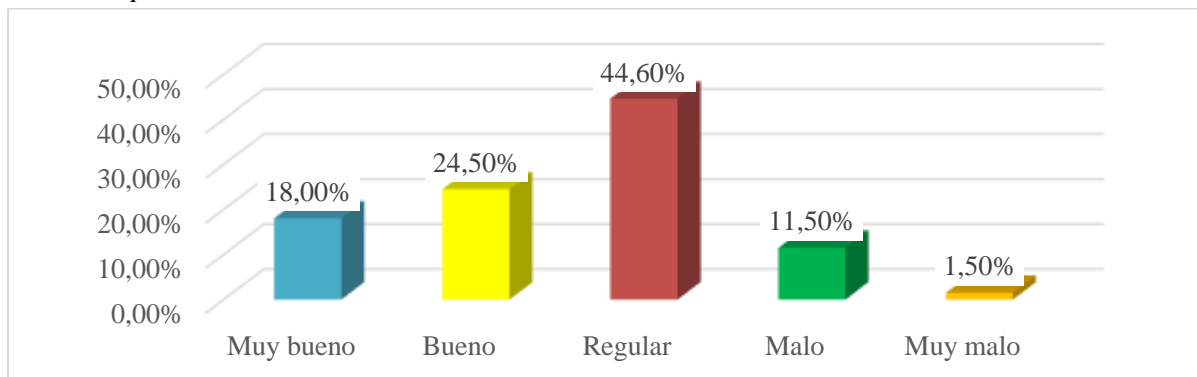
*Resultado para la variable Turismo Comunitario*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy bueno	6	18.0%	18.0%	18.0%
Bueno	9	24.5%	24.5%	42.4%
Regular	16	44.6%	44.6%	87.0%
Malo	4	11.5%	11.5%	98.5%
Muy malo	1	1.5%	1.5%	100.0%
Total	35	100.0%	100.0%	

*Nota.* Herramienta estadística SPSS v.26

**Figura 2**

*Resultado para la variable Turismo Comunitario*



*Nota.* Elaboración propia

### **Análisis e interpretación**

Como se observa en la tabla 3 y figura 2, respecto a la variable turismo comunitario, los jefes de familia indicaron que el 44.6% afirman que el turismo comunitario es regular, así mismo, el 24.5% de la población encuestada menciona que es bueno, el 18.0% de las familias perciben el turismo comunitario como muy bueno, y finalmente, solo el 11.5% de los jefes de familia indican que el turismo comunitario es malo.

Dichos resultados fueron, debido a que en la actualidad son contadas las familias que brindan los servicios turísticos en la comunidad a causa de la llegada de la pandemia, es por ello que otras familias desistieron en brindar dichos servicios.

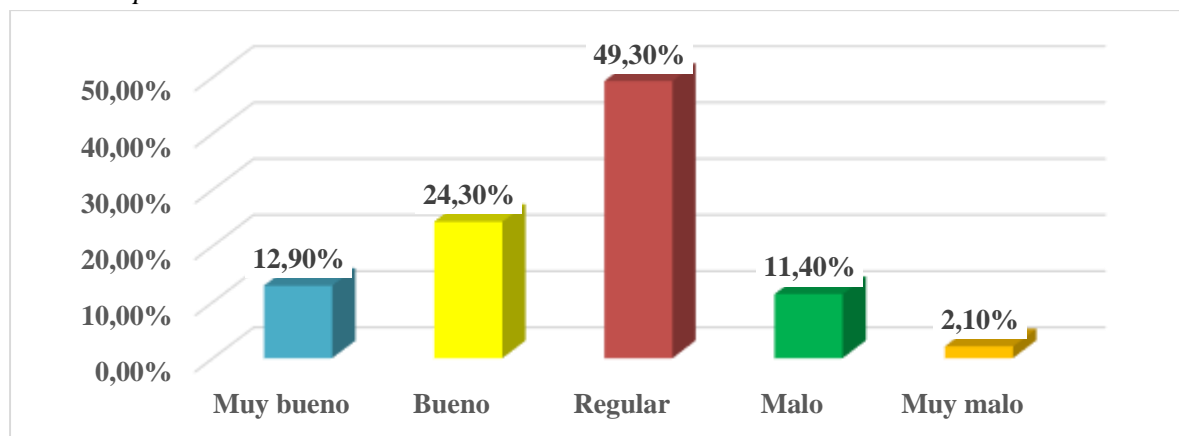


**Tabla 4**  
*Resultado para la dimensión Económico*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy bueno	5	12.9%	12.9%	12.9%
Bueno	9	24.3%	24.3%	37.1%
Regular	17	49.3%	49.3%	86.4%
Malo	4	11.4%	11.4%	97.9%
Muy malo	1	2.1%	2.1%	100.0%
Total	35	100.0%	100.0%	

*Nota.* Herramienta estadística SPSS v.26

**Figura 3**  
*Resultado para la dimensión Económico*



*Nota.* Elaboración propia

### **Análisis e interpretación**

Como se puede ver en la tabla 4 y figura 3, respecto a la opinión de la dimensión económico, el 49.3% de los jefes de familias perciben a la económica como regular, asimismo, el 24.3% de dichos jefes manifestaron que la economía es buena, por otro lado, el 12.9% de las familias mencionaron que la economía es muy buena, y, por último, únicamente el 2.1% de los jefes de familia indicaron que perciben como mala la economía.

Dichos resultados debido a que luego de la pandemia la reactivación de las actividades turísticas se dio de manera progresiva, y tanto los ingresos y beneficios económicos de dichas actividades no se compararon con los de años anteriores.



**Tabla 5**

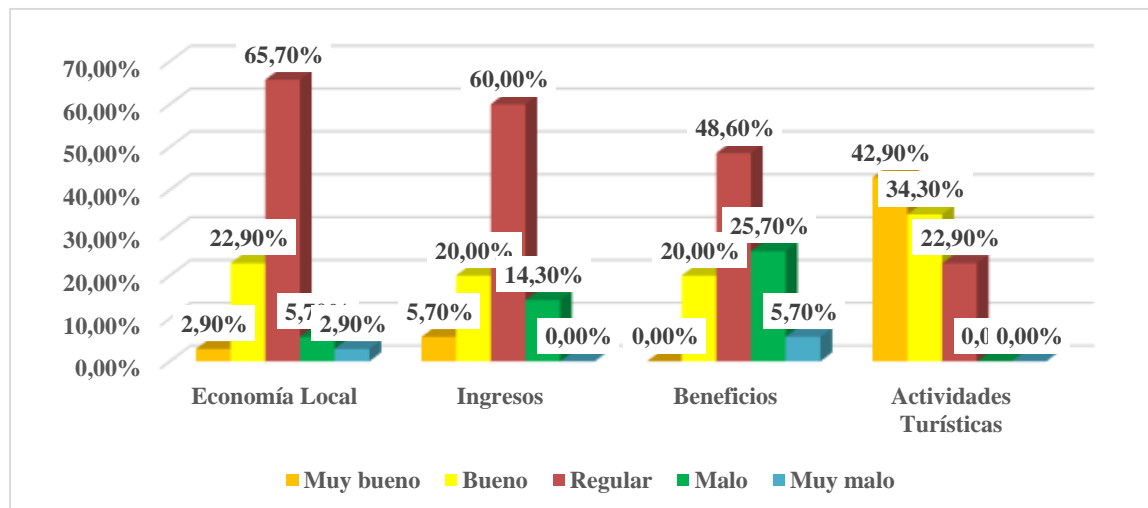
*Resultados de los Indicadores de la dimensión Económico*

	Economía Local		Ingresos		Beneficios		Actividades Turísticas	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Muy bueno	1	2.9%	2	5.7%	0	0.0%	15	42.9%
Bueno	8	22.9%	7	20.0%	7	20.0%	12	34.3%
Regular	23	65.7%	21	60.0%	17	48.6%	8	22.9%
Malo	2	5.7%	5	14.3%	9	25.7%	0	0.0%
Muy malo	1	2.9%	0	0.0%	2	5.7%	0	0.0%
Total	35	100.0%	35	100.0%	35	100.0%	35	100.0%

**Nota.** Herramienta estadística SPSS v.26

**Figura 4**

*Resultados de los Indicadores de la dimensión Económico*



**Nota.** Elaboración propia

### **Análisis e interpretación**

Respecto a la tabla 5 y figura 4, con referencia al indicador economía local, el 65.7% de los jefes de familias, manifestaron que la economía local es regular, a su vez, el 22.9% de dichos jefes perciben como buena la economía local, además, el 5.7% de las familias perciben la economía local como mala, y para concluir, solo el 2.9% de los jefes de familia señalan que la economía local es muy mala. Debido a que los jefes de familia que brindan servicios turísticos, manifiestan que a causa de la pandemia, el desarrollo local de la comunidad se ha



estancado y la reactivación del turismo comunitario tiene demoras.

Con respecto al indicador ingresos, el 60.0% de las familias manifiestan que los ingresos generados son regulares, por otra parte, el 20.0% de dichas familias indicaron que los ingresos generados son buenos, asimismo, el 14.3% de los jefes de familia percibieron como malo, y finalmente, el 5.7% de las familias manifestaron que los ingresos generados son muy buenos. Debido a que se percibió que hay un notable aumento en los ingresos económicos por parte de los componentes de las familias para el periodo 2022.

Para el indicador beneficios, el 48.6% de las familias calificaron que los beneficios generados por el turismo comunitario son regulares, por otro lado, el 25.7% de dichos jefes manifestaron que los beneficios son malos, a su vez, el 20.0% de las familias percibieron los ingresos como buenos y, por último, únicamente el 5.7% de los jefes de familia indicaron que los ingresos generados por el turismo comunitario son muy malos. Debido a que no se ha notado incremento de los beneficios al reactivar las actividades turísticas en la comunidad.

Y de acuerdo al indicador Actividades turísticas, el 42.9% de las familias calificaron como muy buenas las actividades turísticas desarrolladas en la zona, asimismo, el 34.3% de los jefes de familia manifestaron que las actividades turísticas son buenas, entre tanto, el 22.9% de las familias señalaron que las actividades turísticas son regulares, y para finalizar, el 0.0%, es decir, ninguno de los jefes de familia manifestó que las actividades turísticas son malas o muy malas. Debido a que a causa de la pandemia una parte de familias dejaron de dedicarse al turismo comunitario y prefirieron la ganadería o agricultura.



**Tabla 6**

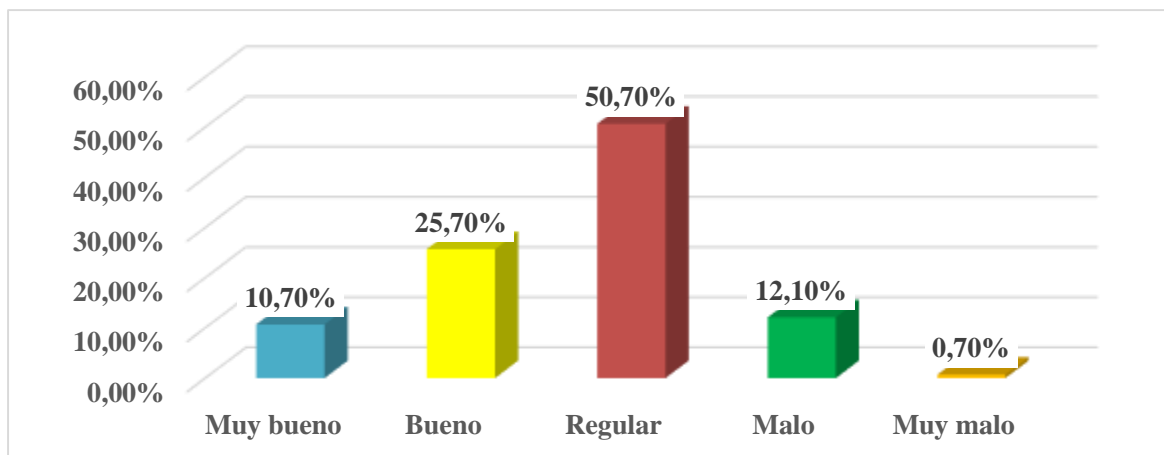
*Resultado para la dimensión Ambiental*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy bueno	4	10.7%	10.7%	10.7%
Bueno	9	25.7%	25.7%	36.4%
Regular	18	50.7%	50.7%	87.1%
Malo	4	12.1%	12.1%	99.3%
Muy malo	0	0.7%	0.7%	100.0%
Total	35	100.0%	100.0%	

*Nota.* Herramienta estadística SPSS v.26

**Figura 5**

*Resultado para la dimensión Ambiental*



*Nota.* Elaboración propia

### **Análisis e interpretación**

Como se puede ver en la tabla 6 y figura 5, con referencia a la dimensión ambiental, el 50.7% de los jefes de familias perciben como regular el impacto ambiental, asimismo, el 25.7% de dichos jefes manifiestan que el impacto ambiental es bueno, por otro lado, el 12.1% señalo que el impacto ambiental es malo, y, por último, únicamente el 0.7% de los jefes de familia manifestaron que perciben como muy malo el impacto ambiental. Dichos resultados debido a que, la comunidad posee gran diversidad en flora y fauna, sin embargo, las actividades de agricultura y ganadería no se desarrollan adecuadamente y tienen impactos ambientales significativos.

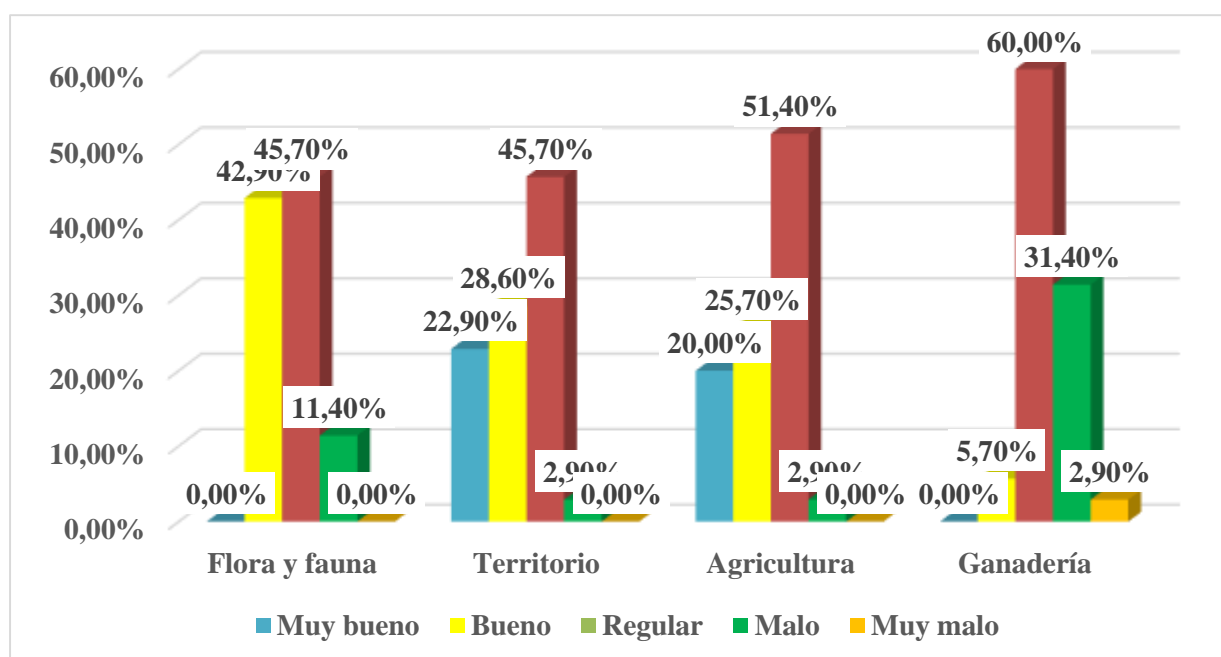


**Tabla 7**  
*Resultados de los Indicadores de la dimensión Ambiental*

	Flora y fauna		Territorio		Agricultura		Ganadería	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Muy bueno	0	0.0%	8	22.9%	7	20.0%	0	0.0%
Bueno	15	42.9%	10	28.6%	9	25.7%	2	5.7%
Regular	16	45.7%	16	45.7%	18	51.4%	21	60.0%
Malo	4	11.4%	1	2.9%	1	2.9%	11	31.4%
Muy malo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.9%
Total	35	100.0%	35	100.0%	35	100.0%	35	100.0%

*Nota.* Herramienta estadística SPSS v.26

**Figura 6**  
*Resultados de los Indicadores de la dimensión Ambiental*



*Nota.* Elaboración propia

### **Análisis e interpretación**

Observando la tabla 7 y figura 6, con referencia al indicador flora y fauna, el 45.7% de los jefes de familias manifestaron que la flora y fauna en la zona es regular, a su vez, el 42.9% de dichos jefes percibieron como buena la flora y fauna, además, el 11.4% de las familias encuestadas señalaron la flora y fauna local es mala, y para concluir, el 0.0%, en otras palabras, ninguno los jefes de familia indico que la flora y fauna es muy mala. Dichos resultados debido



a que, como se mencionó anteriormente la comunidad cuenta con mucha diversidad en flora y fauna, que debe cuidarse y conservarse, para las posteriores generaciones.

Respecto al indicador territorio, el 45.7% de las familias encuestados evidenciaron que el desarrollo territorial es regular, por otra parte, el 28.6% de dichas familias indicaron que el desarrollo territorial es bueno, asimismo, el 22.9% de los jefes de familia percibieron como muy bueno el desarrollo territorial de la zona, y finalmente, el 2.9% de las familias encuestadas manifestaron que el desarrollo territorial es malo. Dicho resultado se fundamenta porque en la época de la pandemia, también se detuvo el desarrollo territorial por el desarrollo económico.

Para el indicador agricultura, el 51.4% de las familias calificaron las actividades agrícolas como regulares, por otro lado, el 25.7% de dichos jefes manifestaron que la agricultura en la zona es buena, a su vez, el 20.0% de las familias encuestadas percibieron las actividades agrícolas como muy buenas, y por último, únicamente el 2.9% de los jefes de familia indicaron que la agricultura en la zona es mala. Dicho resultado debido a que se desarrollan, pero de la mejor forma, no se toman en consideración el impacto ambiental del uso de fertilizante e insecticidas.

Y según los resultados del indicador ganadería, el 60.0% de las familias calificaron como regular las actividades ganaderas desarrolladas en la zona, asimismo, el 31.4% de los jefes de familia manifestaron que la ganadería es mala, entre tanto, el 5.7% de las familias encuestadas señalaron que las actividades ganaderas son buenas, y para finalizar, solo el 2.9% de los jefes de familia señalaron que la ganadería en la zona es muy mala. Debido a que la ganadería es una fuente de ingresos para muchas familias, pero también estas actividades tienen impactos ambientales.



**Tabla 8**

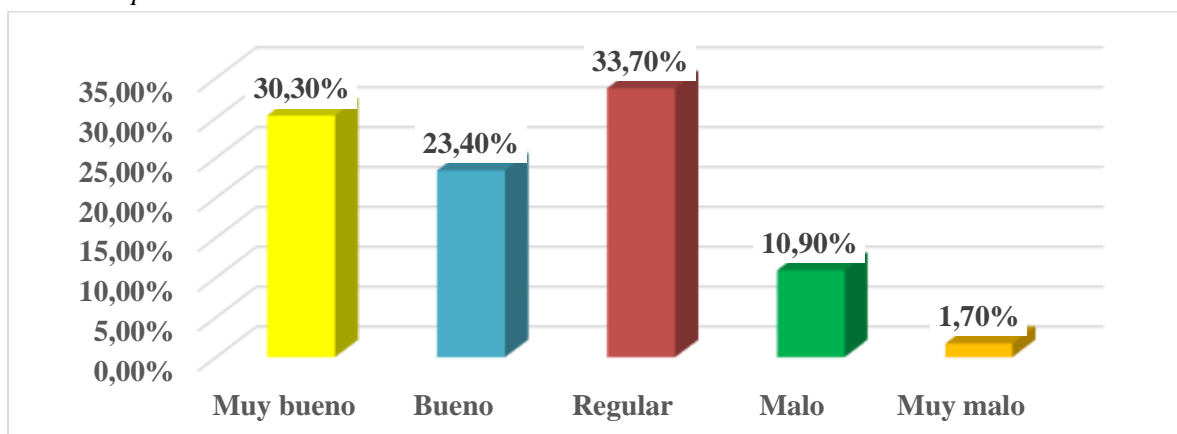
*Resultado para la dimensión Social*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy bueno	11	30.3%	30.3%	30.3%
Bueno	8	23.4%	23.4%	53.7%
Regular	12	33.7%	33.7%	87.4%
Malo	4	10.9%	10.9%	98.3%
Muy malo	1	1.7%	1.7%	100.0%
Total	35	100.0%	100.0%	

**Nota.** Herramienta estadística SPSS v.26

**Figura 7**

*Resultado para la dimensión Social*



**Nota.** Elaboración propia

### **Análisis e interpretación**

Según la tabla 8 y figura 7, con respecto a la dimensión Social, el 33.7% de los jefes de familias perciben como regular el impacto social, asimismo, el 24.3% de dichos jefes manifiestan que el impacto social es muy bueno, por otro lado, el 23.4% de las familias señalan que el impacto social es bueno, y, por último, únicamente el 1.7% de los jefes de familia manifiestan que perciben el impacto social como muy malo. Este resultado debido a que los centros de salud y los centros educativos son básicos, asimismo, los servicios de transporte y las vías necesitan de mantenimiento y mejora, de igual forma muchos servicios necesitan de los servicios de calidad.



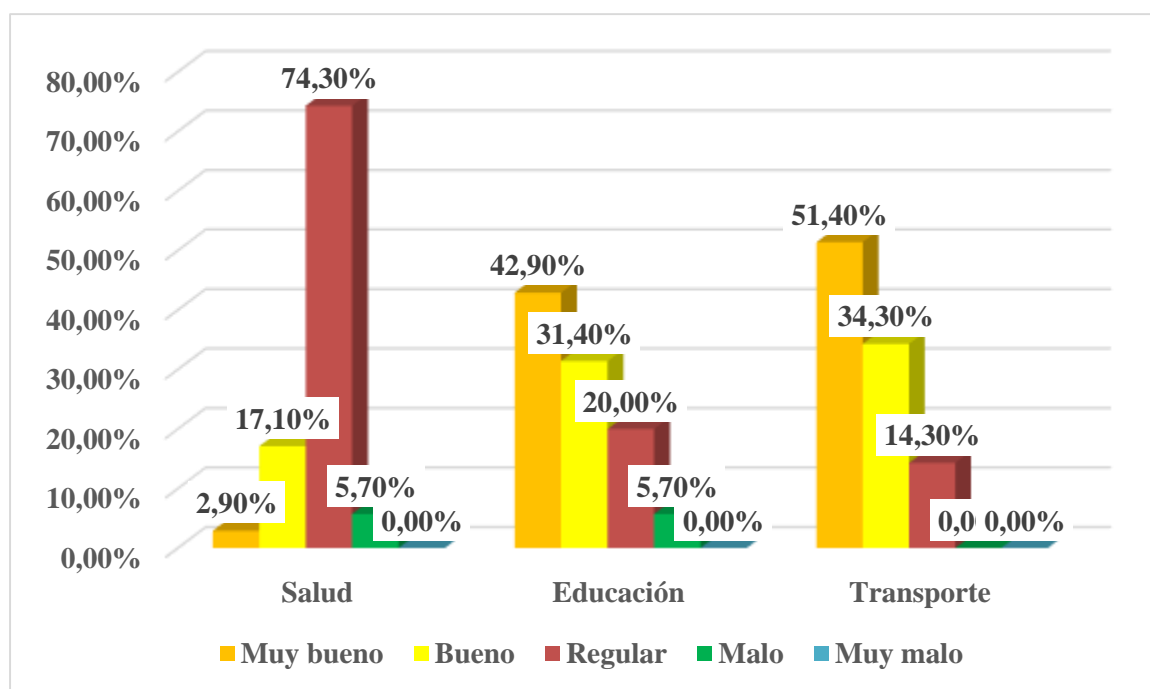


**Tabla 9**  
*Resultados de los Indicadores de la dimensión Social*

	Salud		Educación		Transporte	
	f	%	f	%	f	%
Muy bueno	1	2.9%	15	42.9%	18	51.4%
Bueno	6	17.1%	11	31.4%	12	34.3%
Regular	26	74.3%	7	20.0%	5	14.3%
Malo	2	5.7%	2	5.7%	0	0.0%
Muy malo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Total	35	100.0%	35	100.0%	35	100.0%

*Nota.* Herramienta estadística SPSS v.26

**Figura 8**  
*Resultados de los Indicadores de la dimensión Social*



**Análisis e interpretación**

De acuerdo con la tabla 8 y figura 7, con referencia al indicador salud, el 74.3% de los jefes de familias manifestaron que el impacto en el tema de salud es regular, a su vez, el 17.1% de dichos jefes percibieron como buena el impacto sanitario, además, el 5.7% de las familias encuestadas señalaron que perciben como malo el impacto en temas de salud, y para concluir, el 2.9% de los jefes de familia indicaron que el impacto sanitario es muy bueno. Dicho



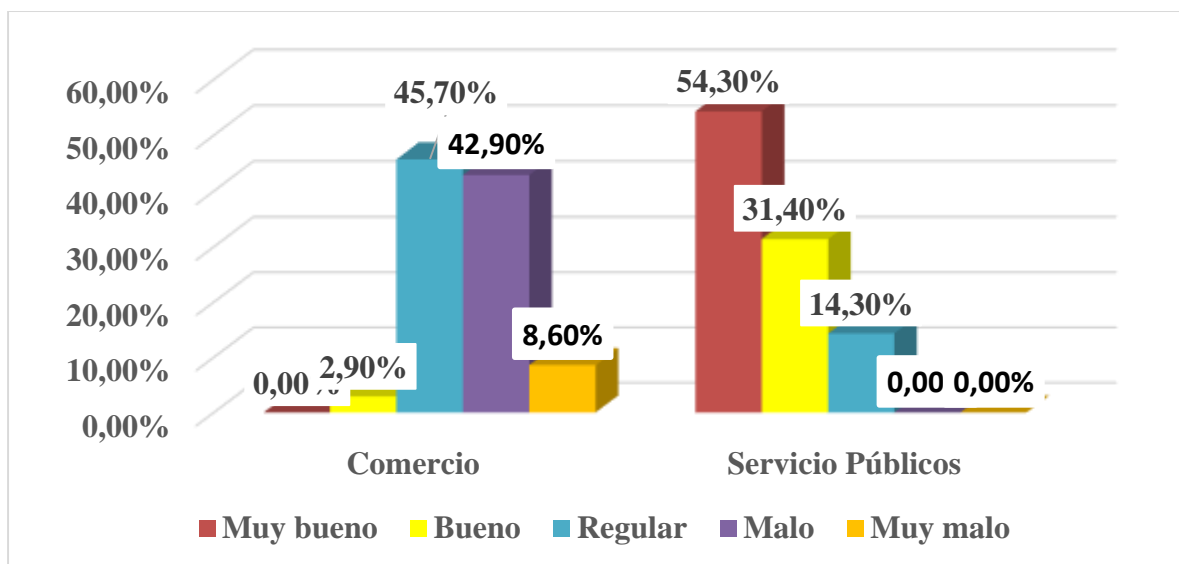
resultado debido a que en la actualidad, se observan que los centros de salud son básicos y necesitan de mejoras en infraestructura.

Para el indicador educación, el 42.9% de las familias calificaron los impactos educativos como muy buenos, por otro lado, el 31.4% de dichos jefes manifestaron que la educación en la zona es buena, a su vez, el 20.0% de las familias encuestadas percibieron como regular el impacto educativo, y por último, únicamente el 5.7% de los jefes de familia indicaron que el impacto en tema de educación es malo. Respecto al tema educativo se describen de esa forma, debido a que en los colegios se necesita más capacitaciones a los profesores y mejorar íntegramente la infraestructura de las escuelas.

Y según los resultados del indicador transporte, el 51.4% de las familias calificaron como muy bueno el impacto de transporte y vías, asimismo, el 34.3% de los jefes de familia manifestaron que el transporte hacia la comunidad es bueno, entre tanto, el 14.3% de las familias encuestadas señalaron que el impacto en el tema de transporte es regular, y para finalizar, el 0.0%, en otras palabras, ninguno los jefes de familia indico que el transporte es malo ni muy malo. Este resultado se debe, porque las personas que brindan servicio de transporte necesitan adecuar mejor los costos, las vías necesitan de mantenimientos y de señalizaciones.

	Comercio		Servicio Públicos	
	f	%	f	%
Muy bueno	0	0.0%	19	54.3%
Bueno	1	2.9%	11	31.4%
Regular	16	45.7%	5	14.3%
Malo	15	42.9%	0	0.0%
Muy malo	3	8.6%	0	0.0%
Total	35	100.0%	35	100.0%

*Nota.* Herramienta estadística SPSS v.26



*Nota.* Elaboración propia

### **Análisis e interpretación**

Respecto al indicador Comercio, el 45.7% de las familias encuestadas evidenciaron que el impacto comercial es regular, por otra parte, el 42.9% de dichas familias indicaron que el comercio es malo en la zona, asimismo, el 8.6% de los jefes de familia percibieron como muy bueno el impacto comercial, y finalmente, el solo 2.9% de las familias encuestadas manifestaron que el comercio es bueno en la comunidad. El impacto en el tema del comercio desde el inicio de las actividades del turismo comunitario Post Pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco es regular, los turistas que visitaban la comunidad eran los mayores consumidores de bienes y servicios y también debido a la pandemia el comercio disminuyo y está reactivándose progresivamente.

Y según los resultados del indicador servicios públicos, el 54.3% de las familias calificaron como muy buenas las mejoras en los servicios públicos, asimismo, el 31.4% de los jefes de familia manifestaron que son buenas las mejoras en el servicio público, entre tanto, el 14.3% de las familias encuestadas señalaron que son regulares las optimizaciones en los servicios públicos, y por último, el 0.0%, en otras palabras, ninguno los jefes de familia indico



que sea malo o muy malo el impacto en el tema de mejoras en el servicio público. Dicho resultado es dado por que si bien se cuenta con agua, luz y alcantarillado, los servicios son muy básicos y no se dispone de ellos en todo momento.



## Capítulo V: Discusión

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

Respecto al tema de los hallazgos más relevantes del presente estudio, se consideran los resultados referidos a la variable y dimensiones, las cuales son:

- a) Respecto a la variable turismo comunitario, el 44.6% de los jefes de familias afirman que el turismo comunitario es regular, a su vez, el 24.5% de dichos jefes manifiestan que es bueno, por otra parte, el 18.0% de las familias perciben el turismo comunitario como muy bueno, y finalmente, solo el 11.5% de los jefes de familia indican que el turismo comunitario es malo.
- b) Respecto a la dimensión Económico, el 49.3% de los jefes de familias perciben como regular la economía, asimismo, el 24.3% de dichos jefes manifiestan que la economía es buena, por otro lado, el 12.9% de las familias señalan que la economía es muy buena, y, por último, únicamente el 2.1% de los jefes de familia manifiestan que perciben como mala la economía.
- c) Con respecto a la dimensión Ambiental, el 50.7% de los jefes de familias perciben como regular el impacto ambiental, asimismo, el 25.7% de dichos jefes manifiestan que el impacto ambiental es bueno, por otro lado, el 12.1% de las familias señalan que el impacto ambiental es malo, y, por último, únicamente el 0.7% de los jefes de familia manifestaron que perciben como muy malo el impacto ambiental.
- d) Con respecto a la dimensión Social, el 33.7% de los jefes de familias perciben como regular el impacto social, asimismo, el 24.3% de dichos jefes manifiestan que el impacto social es muy bueno, por otro lado, el 23.4% de las familias señalan que



el impacto social es bueno, y, por último, únicamente el 1.7% de los jefes de familia manifiestan que perciben el impacto social como muy malo.

## 5.2 Limitaciones del estudio

En la realización del estudio se tuvieron las siguientes limitaciones del estudio:

- La distancia de la comunidad campesina de Amaru, lo que provocó que el estudio dure más de lo debido.
- La recolección de datos, se tuvo que ser paciente ya que algunas de las familias no se encontraban en sus casas.
- Finalmente en el trabajo estadístico se tuvo que recurrir a un estadista para poder tener un control mejor de los datos.

## 5.3 Comparación crítica con la literatura existente

En el estudio se tiene como objetivo central: Analizar el Turismo Comunitario Post Pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco – 2022, al respecto este tipo de turismo se desarrolla de manera regular estando representado por un 44,6% además existe un porcentaje de 11.5% que lo califica como malo. En ese entender se tiene el estudio de (Calderón , 2020) quien lo tituló: Diagnóstico de turismo comunitario en la comunidad de Chumpe, distrito de Lamay, provincia de Calca; Cusco 2020; donde se analizó la familia rural en la comunidad de Chumpe, considerándose que entre los pobladores de la comunidad existe un parentesco natural y otras que tienen un antepasado post inca, esto agrega valor cultural a la comunidad ya que esta brinda certeza de que sus actividades y su estilo de vida fue heredada por sus antepasados, según la opinión de operadores turísticos esto es importante porque brinda validez al producto llamado turismo comunitario. Existiendo una cierta similitud entre ambos trabajos que consideran a la dimensión social como uno de los



aspectos más importantes y además profundizan en temas fundamentales como el aspecto económico y el ambiental. Por otro lado, el estudio de Navarro (2022), se centra en la pandemia del Coronavirus y el impacto en la actividad del turismo rural comunitario en la comunidad de Llachón – Capachica 2021, mencionando que el impacto social de la pandemia del coronavirus a la actividad turística del turismo rural comunitario en la comunidad de Llachón, tuvo un efecto bastante negativo a nivel de la vida de las familias, y en relación al conocimiento de los protocolos de bioseguridad se califica entre regular y positivo.

Con respecto a la actividad económica que genera el Turismo Comunitario Post Pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco – 2022, se conoció que el 49.3% de los jefes de familias perciben como regular la economía, por otro lado, únicamente el 11.4% de los jefes de familia manifiestan que perciben como mala la economía. A ello se le suma el análisis de actividad ambiental en el Turismo Comunitario Post Pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco – 2022, al respecto el 50.7% de los jefes de familias perciben como regular el impacto ambiental, además mencionar que dentro de esta actividad se toma en cuenta la flora y fauna, territorio, agricultura y ganadería. Tomando en cuenta estos resultados se tiene un estudio similar titulado Desarrollo del Turismo Rural Comunitario en la Comunidad de Suncco del Distrito de San Jerónimo, Cusco 2020; realizado por Mamani (2020), donde el 91% de los pobladores consideran que la actividad económica que genera el turismo es adecuada, asimismo con respecto a la actividad ambiental del turismo el 76,9% menciona que también se desarrolla de manera adecuada. En ese sentido estos dos aspectos se desarrollan de manera positiva por lo cual, los habitantes de la localidad deben de estar atentos a los cambios de estos aspectos (ya sean cambios positivos o negativos) para actuar en beneficio de la población.



Para finalizar se tiene el análisis de la actividad social en el Turismo Comunitario Post Pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco – 2022, donde el 33.7% de los jefes de familias percibieron como regular el impacto social y únicamente el 1.7% de los jefes de familia manifestaron que percibieron el impacto social como muy malo. Además que el estudio considera a los aspectos de salud, transporte educación. En ese entender el estudio de Morales & Mosquera (2019), menciona que el turismo comunitario en Santa Cruz de Lorica, es una práctica social que potencia capacidades sociales tanto individuales como colectivas, permite que las organizaciones se empoderen y apropien de sus propios procesos de gestión. Por ello en ambos estudios se conoce la importancia de la actividad social siendo un reto para cada uno de los habitantes de la localidad quienes buscan desarrollar sus capacidades y mostrar a los usuarios la forma de vida actual y de sus antepasados.

#### **5.4 Implicancias del estudio**

En el presente estudio, se tuvo que desarrollar para poder Analizar el Turismo Comunitario Post Pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, en ese sentido se puedo establecer e identificar cual es el desarrollo de turismo después de post pandemia y las posibles consecuencias y ver qué medidas se están tomando contra esta situación





## 5.5 Propuestas

### **Título: Propuesta de reestructuración de los servicios brindados para el desarrollo del Turismo Comunitario Post Pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco – 2022**

**Desarrollo:** Esta propuesta tiene el propósito de reactivar de mejor manera la prestación de servicios turísticos en la Comunidad Campesina de Amaru para su desarrollo y crecimiento económico, puesto que se observó que la crisis generada por el Covid-19 afectó la actividad turística, ciertas familias desistieron con negocios y prestación de servicios a los turistas y en la actualidad existe carencia de algunos servicios fundamentales, además, de continuar con estas problemáticas que son muy negativas afectarán la imagen del turismo comunitario que se efectúa en la zona y limitarán el desarrollo de la comunidad.

**Justificación:** La propuesta se justifica porque se pretende reactivar y mejorar la actividad turística en la comunidad, y de esta manera obtener desarrollo económico tanto para los pobladores y para la comunidad en general.

**Importancia:** Es importante ya que el turismo es fuente de ingresos mayoritarios de los pobladores de Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, y que la actividad turística viene acompañada de desarrollo económico tanto para los pobladores como para la comunidad

#### **Objetivos**

##### **Objetivo general**

Reestructurar los servicios brindados para el desarrollo del turismo comunitario Post Pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco – 2022.



### **Objetivos específicos**

- Realizar un análisis de la calidad de servicios que se brindan en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac
- Proponer nuevas estructuras para los servicios que se brindan en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac

**Participantes:** Para esta propuesta se necesitará de la participación de los 35 jefes de familias dedicadas a la actividad turística en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac y de un experto en el tema como podría ser un asesor.

### **Actividades**

- Identificar las problemáticas Post Pandemia de la actividad turística, efectuando un censo y encuestas a las familias comprometidas con la actividad turística
- Realizar los análisis estadísticos con los datos obtenidos de las encuestas
- Dialogar con los 35 jefes de familia y darles a conocer la información, luego plantearles la propuesta que se pretende efectuar
- Se comenzará con reuniones donde se les dará información y se capacitará a las familias para brindar servicios de calidad
- Poner a disposición un idioma extranjero si se tiene la aprobación de las familias
- Efectuar mensualmente controles de la calidad de servicio que se brinda en la zona

### **Resultados a lograr**

- Reactivación de actividades turísticas de forma eficiente
- Diversificar la oferta turística de la zona
- Brindar servicios de alta calidad en la zona



## Presupuesto

- Se consideró el siguiente presupuesto

Recursos humanos	Precio	Unidad de medida	Cantidad total	Costo total
Arquitecto estructural	S/ 800,00	capacitaciones		S/ 800,00
Experto en servicios turísticos	S/ 500,00	servicio	3	S/ 1500,00
Especialista en coordinación de eventos	S/ 500,00	servicio	3	S/ 1500,00
<b>Recursos materiales</b>				
Cuadernos de trabajo	S/ 10,00	unidades	50	S/ 500,00
Útiles de escritorio	S/ 100,00	unidad	200	S/ 2000,00
Planos	S/ 40,00	unidades	10	S/ 400,00
Otros materiales	S/ 200,00		1	S/ 200,00
<b>TOTAL</b>				<b>S/ 6900,00</b>



**Título: Propuesta de convenios con instituciones públicas y privadas para la capacitación y promoción del Turismo Comunitario Post Pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco – 2022.**

**Desarrollo:** Esta propuesta pretende efectuar convocatorias para establecer convenios con instituciones públicas (GERSETUR), y privadas (agencias de viaje), las cuales hagan los convenios con diferentes prestadores de este servicio para que así estén empresas manden a sus clientes para que puedan realizar este tipo de turismo, para que así practiquen el turismo comunitario en la zona, así mismo se deberá realizar contratos donde las Instituciones públicas se comprometan en la mejora de los accesos para estos servicios esto debido a que, por causas de la Pandemia, se descuidó la prestación de servicios por parte de los pobladores, se carece de ciertos servicios, y esto que ocasiona que los turistas no se lleven una muy buena experiencia del sitio, dando mala imagen y no logrando difundir el turismo comunitario en otros lugares.

**Justificación:** La siguiente propuesta se justifica por que pretende capacitar a los jefes de familia en las actividades y servicios turísticos, promocionar el turismo comunitario de la zona, todo esto con apoyo de instituciones públicas y privadas, y de esta manera lograr el desarrollo económico de la Comunidad Campesina de Amaru.

**Importancia:** Dicha propuesta es importante porque pretende promocionar el turismo comunitario y capacitar a las familias que viven de turismo gracias al apoyo de instituciones públicas y privadas y lograr un desarrollo económico para la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac



## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Establecer convenios con instituciones públicas y privadas para la capacitación y promoción del Turismo Comunitario Post Pandemia en la Comunidad Campesina de Amarudel Distrito de Pisac, Cusco – 2022.

### **Objetivos específicos**

- Determinar la manera de establecer convenios con instituciones públicas y privadas
- Efectuar las convocatorias para establecer convenios, por medio de promociones turísticas
- Establecer los acuerdos, anexos y planes de trabajo con las instituciones

**Participantes:** Para esta propuesta se necesitará de la participación de los 35 jefes de familia y también de instituciones del sector público y privado

### **Actividades**

- Se dialogará con los jefes de familia para realizar una convocatoria para establecer convenios, dándoles a conocer los motivos y las ventajas de ello
- Se efectuarán las convocatorias orientadas a las entidades públicas y privadas
- Se dialogará con los directivos de las instituciones públicas o privadas, estableciendo acuerdos, anexos, planes de trabajo, entre otros.
- Las instituciones públicas o privadas realizaran continuas capacitaciones y promocionaran el turismo de la zona

### **Resultados a lograr**

- Con los convenios con instituciones públicas o privadas, se realizarán capacitaciones a los pobladores para que ellos puedan brindar servicios de calidad necesarios y de forma óptima a los turistas para garantizar una buena imagen del turismo comunitario de esa zona



- Las instituciones públicas o privadas promocionaran el Turismo de la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, mediante folletos, redes sociales, plataformas digitales, entre otros, aumentando la visita de turistas y aumentando los ingresos de los pobladores y el desarrollo de la comunidad.

### Presupuesto

- Se consideró el siguiente presupuesto

<b>Recursos humanos</b>	<b>Precio</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad total</b>	<b>Costo total</b>
Coach	S/ 600,00	capacitaciones	3	S/ 1.800,00
Censista	S/ 100,00	servicio	2	S/ 200,00
Experto en convenios	S/ 700,00	servicio	6	S/ 4.200,00
<b>Recursos materiales</b>				
Fichas de trabajo	S/ 1,00	unidades	150	S/ 150,00
Local para la capacitación	S/ 2,00	unidad	200	S/ 400,00
Contratos de convenios	S/ 20,00	unidades	10	S/ 200,00
Folletos	S/ 2,00	unidades	200	S/ 400,00
Otros materiales	S/ 200,00		1	S/ 200,00
<b>TOTAL</b>				<b>S/ 7.550,00</b>



## Conclusiones

**Primera:** Respecto al objetivo general, se concluye que, el Turismo Comunitario Post Pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac es regular, puesto que el 44.6% de los jefes de familia lo perciben de esta manera, y este resultado es sustentado por sus dimensiones, respecto a la dimensión económica, el 49.3% de las familias encuestadas manifiestan que es regular, asimismo, el 50.7% de los jefes de familia calificaron como regular la dimensión ambiental, y por último, el 33.7% de las familias encuestadas indicaron que la dimensión social es regular.

**Segunda:** Respecto al objetivo específico 1, se concluye que, la dimensión económica, es regular, ya que el 44.6% de los jefes de familia lo perciben de esta manera, y este resultado es sustentado por sus indicadores, el 65.7% de los jefes de familia manifiestan que la economía local es regular, por otro lado, el 60.0% de las familias encuestadas indicaron que los ingresos generados son regulares, de igual forma, el 48.6% de los jefes de familia calificaron como regular los beneficios generados, y finalmente, solo el 42.9% de las familias encuestadas sostienen que las actividades turísticas son muy buenas.

**Tercera:** Respecto al objetivo específico 2, se concluye que, la dimensión ambiental es regular, debido a que el 50.7% de los jefes de familia lo perciben de esta forma, y este resultado es sustentado por sus indicadores, el 45.7% de los jefes de familia manifiestan que la flora y fauna de la comunidad es regular, por otro lado, el 45.7% de las familias encuestadas indicaron que el desarrollo territorial es regular, de igual forma, el 51.4% de los jefes de familia calificaron como regular las actividades agrícolas, y para finalizar, el 60.0% de las familias encuestadas sostienen que las actividades ganaderas son regulares.



**Cuarto:** Respecto al objetivo específico 3, se concluye que, la dimensión social es regular, puesto que el 33.7% de los jefes de familia lo perciben de este modo, y este resultado es avalado por sus indicadores, el 74.3% de los jefes de familia manifiestan que el Indicador salud es regular, a su vez, el 42.9% de las familias encuestadas indicaron que el impacto educativo es muy bueno, asimismo, el 51.4% de los jefes de familia también calificaron como muy bueno el impacto en temas de transporte , por otra parte, el 45.7% de las familias encuestadas sostienen que el impacto comercial es regular, y por último, el 54.3% de los jefes de familia percibieron los mejoramiento en los servicios públicos como muy buenos.





## Recomendaciones

**Primera:** Se recomienda a los jefes de familia dedicadas al turismo comunitario, después de la pandemia en la comunidad campesina de Amaru del Distrito de Pisac, promocionar la actividad turística por medio de folletos, redes sociales, blogs, entre otros. También se recomienda, implementar proyecto de turismo de aventura, turismo ecológico, etc. Fomentar la preservación de los recursos naturales como la flora y fauna, conversar los saberes y tradiciones de la comunidad.

**Segunda:** Se recomienda a los jefes de familia dedicadas al turismo comunitario, después de la pandemia en la comunidad campesina de Amaru del Distrito de Pisac, apoyar el negocio de amigos y familiares, sobre todo en este contexto post pandémico, conversar con las autoridades próximas para poder invertir y apostar en empresas locales, difundir en redes sociales cada emprendimiento de negocio de los habitantes de la comunidad.

**Tercera:** Se recomienda a los jefes de familia dedicadas al turismo comunitario, después de la pandemia en la comunidad campesina de Amaru del Distrito de Pisac, fomentar una cultura de respeto por la naturaleza y protección de los animales, prestar mucha atención a la contaminación por residuos como botellas de plástico, bolsas, etc. Implementar señalización ecológica de cuidados del medio ambiente, y de más contenedores de basura.

**Cuarta:** Se recomienda a los jefes de familia dedicadas al turismo comunitario, después de la pandemia en la comunidad campesina de Amaru del Distrito de Pisac, incentivar a enseñar un idioma extranjero en las escuelas locales, tratar de modernizar los medios de transporte, efectuar la comercialización de productos sin exagerar con los precios, y mejorar continuamente los servicios públicos.



## Referencias bibliográficas

- Baca, E. (2021). *Diagnóstico de la actividad turística en tiempos de COVID – 19 en el distrito de Mollepata, Anta, Cusco, 2021*. Tesis de pregrado , Universidad Andina del Cusco , Cusco.
- Baena , G. (2017). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Patria.
- Barbini, B., Cruz, G., Roldán, N., & Cacciutto, M. (2012). *Modelos de desarrollo e implicancias en el turismo: un análisis histórico*.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia : Pearson Educación .
- Calderón , S. S. (2020). *Diagnóstico de turismo comunitario en la comunidad de Chumpe, distrito de Lamay, provincia de Calca; Cusco 2020*. Tesis de Pregrado , Universidad Andina del Cusco , Cusco.
- Castano, M. (2020). “*El turismo rural se fortalece a pesar de la pandemia*”. El Espectador.
- Chinchuña, K., & Quinaluisa, E. (2019). *Análisis del turismo comunitario en la zona tres del Ecuador y su incidencia en el desarrollo local*. Universidad de las Fuerzas Armadas, Latacunga.
- Cohen, N., & Gómez, G. (2019). *Metodología de la Investigación ¿Para que?* Buenos Aires: Teseo.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2020). *Evaluación de los efectos e impactos de la pandemia de COVID-19 sobre el turismo en América Latina y el Caribe*. Santiago, Chile : CEPAL.
- Congreso de la Republica. (23 de Setiembre de 2009). *Ley general de turismo*. Obtenido de Ley general de turismo: <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/per89826.pdf>
- CRC. (Agosto de 2020). *Johns Hopkins Coronavirus Resource Center*. Obtenido de Johns Hopkins Coronavirus Resource Center: <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>



- Francesch, A. (12 de Mayo de 2014). *Los conceptos del turismo. Una revisión y una respuesta.* .  
Obtenido de <http://hdl.handle.net/10481/7280>
- Gómez, A. (2021). “*Los turistas pos-COVID serán aún más exigentes: Estas serán las tendencias estrella en 2021, según los principales directivos del sector.*”. Business Insider.
- Grennan , D. (2019). ¿Qué es una pandemia? *American Medical Association*, 9.
- Gutiérrez, R., & Huáscar, S. (2019). Reproducción comunitaria de la vida. Pensando la transformación. social en el presente. *En Producir lo común: entramados comunitarios y luchas por la vida*, 21–44.
- Gutiérrez, R., Navarro, M., & Linsalata, L. (2016). *Repensar Lo Político, Pensar Lo Común.*
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* . mexico:  
McGraw- Hill.
- Hernández, R., Fernández, R., & Baptista, P. (2014). *Metodologia de la investigación.* Mexico:  
Mc Graw Hill.
- Ibañez Perez, R., & Cabrera Villa, C. (2011). *Teoria General del turismo.* Mexico.
- Juste, I. (2020). *Qué es la flora y fauna.*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). “*Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle*”. Sao Paulo: Pearson.
- Landeau, R. (2007). *Elaboración de trabajos de investigación.* Venezuela: Editorial Alfa.
- Llanos, L. (2010). *El concepto del territorio y la investigación en las ciencias sociales.*
- Loor, L., Plaza , N., & Medina , Z. (2021). Turismo comunitario en Ecuador: Apuntes en tiempos de pandemia. *Revista de Ciencias Sociales*, 10-11.
- López , P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa.* Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona - España.



López, J. (2018). *Beneficio*.

McClelland, D. (2007). *Gestión por Competencias*. Buenos Aires: Granicea.

Mendoza, K. (23 de Enero de 2022). Cusco: el turismo retrocedió 30 años a causa de la pandemia de la Covid 19. *El Búho*.

Mertens, L. (2016). *Competencia Laboral: Sistema , Surgimiento y Modelos*. Montevideo: Cinterfor.

MINCETUR. (2016). *Conceptos Fundamentales Del Turismo*. Lima: Mincetur.

MINCETUR. (15 de Abril de 2017). *Lineamientos para el desarrollo de turismo rural comunitario en el Perú*. Obtenido de [http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/LEGAL/LINEAMIENTOS\\_TURISMO\\_RURAL.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/LEGAL/LINEAMIENTOS_TURISMO_RURAL.pdf) fecha Agosto del 2005

MINCETUR. (2019). *Lineamientos para el desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú*. Lima: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR.

MINCETUR. (2019). *Oferta turística*. Lima: MINCETUR.

MINCETUR. (2022). *Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo 2022-2025*. Lima : Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (04 de Diciembre de 2019). *Plataforma digital del Estado peruano* . Obtenido de Plataforma digital del Estado peruano : <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/70462-gobierno-peruano-relanza-la-marca-turismo-comunitario>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú . (2015). *Plan Estratégico Nacional de Turismo 2025*. Lima: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú – MINCETUR.



- Ministerio de Economía Y Finanzas. (2011). *Turismo. Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos*.
- Montenegro, S. (2013). *Ecoturismo y medio ambiente*. . Lima: Fondo editorial de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega. .
- Mory, P. O. (2021). “*Propuesta de un plan de desarrollo turístico municipal Post Covid-19 como herramienta generadora de crecimiento en la provincia Mariscal Nieto en Moquegua*”. Tesis de posgrado, Universidad Nacional de San Agustín De Arequipa, Arequipa.
- Navarro, P. (2022). *La pandemia del Coronavirus y el impacto en la actividad del turismo rural comunitario en la comunidad de Llachón – Capachica 2021*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Altiplano, Puno.
- Noboa, L. (2022). *Retos del turismo comunitario como una alternativa local frente al modelo de turismo neoliberal globalizado*. Tesis de posgrado, Universidad Andina Simón Bolívar, Quito.
- Organización de los Estados Americanos. (2020). *Boletín de Cultura y Turismo: COVID-19 Respuestas de Política*. OEA.
- Organización Mundial de la Salud. (2022). *¿Cómo define la OMS la salud?*
- Organización Mundial del Turismo. (2007). *Organización Mundial del Turismo*. OMT.
- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Definiciones de turismo de la OMT, OMT*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Palomino, B., Gasca, J., & López, G. (2016). El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas. *El Periplo Sustentable*.
- Pérez, J., & Merino, M. (2009). *Definición de social - Qué es, Significado y Concepto*.



- Polanía, C., Cardona, F., Castañeda, G., Vargas, I., Calvache, O., & Abanto, W. (2020). *Metodología de Investigación Cuantitativa y Cualitativa, Aspectos conceptuales y prácticos para la aplicación en niveles de educación superior*. Lima: Universidad César Vallejo.
- Saavedra, A., García, R., & Martínez, O. (2021). *Análisis del turismo rural comunitario en Colombia y España: estudio de casos*. Corporación Universitaria Minuto de Dios, Bogotá.
- Sánchez, A. (2022). *Definición de Educación*.
- Sánchez, H., Reyes, C., & Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnología y humanística*. Lima: Universidad Ricardo Palma.
- Sancho, A. (2011). *Introducción al turismo*. Organización Mundial del Turismo.
- Sevilla, A. (2015). *Comercio*.
- Villasís, M., Márquez, H., Zurita, J., Miranda, G., & Escamilla, A. (2018). *El protocolo de investigación VII. Validez y confiabilidad de las mediciones*. México.
- Westreicher, G. (2020). *Servicio público*.
- World Travel and Tourism Council. (2020). *“Enfrenta El Turismo Global Su Mayor Reto, Recuperar La Confianza De Los Viajeros”*. World Travel and Tourism Council.
- Zibechi, R. (2019). Los trabajos colectivos como bienes comunes material simbólicos. *En Producir lo común: entramados comunitarios y luchas por la vida*, 59–78.



**ANEXOS**



**ANEXO 1: Matriz de consistencia**

<b>Título: Análisis del turismo comunitario post pandemia en la Comunidad Campesina De Amaru Del Distrito De Pisac, Cusco – 2022</b>			
<b>Problemas</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Variable</b>	<b>Metodología</b>
<p><b>Problema General</b></p> <p>¿Cómo es el Turismo Comunitario post pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco - 2022?</p>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Realizar el Turismo Comunitario post pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco - 2022</p>	<p><b>Turismo Comunitario</b></p>	<p><b>Tipo de investigación</b></p> <p>Básica</p>
<p><b>Problemas Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo se desarrolla la actividad económica en el Turismo Comunitario post pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco – 2022?</li> <li>• ¿Cómo es la actividad ambiental en el Turismo Comunitario post pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco – 2022?</li> <li>• ¿Cómo es la actividad social en el Turismo Comunitario post pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco – 2022?</li> </ul>	<p><b>Objetivo Específico.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer la actividad económica que genera el Turismo Comunitario post pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco – 2022</li> <li>• Conocer la actividad ambiental en el Turismo Comunitario post pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco – 2022</li> <li>• Conocer la actividad social en el Turismo Comunitario post pandemia en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac, Cusco – 2022</li> </ul>		<p><b>Enfoque de la investigación</b></p> <p>Cuantitativo</p> <p><b>Diseño de la investigación</b></p> <p>No experimental</p> <p><b>Alcance de la investigación</b></p> <p>Descriptiva</p> <p><b>Población y muestra</b></p> <p>Son los 35 jefes de familia que se dedican a la actividad del Turismo Comunitario en la Comunidad Campesina de Amaru del Distrito de Pisac</p> <p><b>Técnica e instrumento</b></p> <p>Cuestionario</p> <p>Encuesta</p>





**ANEXO 2: Instrumento de recolección de datos**

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



El propósito de este cuestionario tiene la finalidad de obtener información acerca de los “ANÁLISIS DEL TURISMO COMUNITARIO POST PANDEMIA EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE AMARU DEL DISTRITO DE PISAC, CUSCO - 2022”, lea cuidadosamente cada una de las preguntas y marque con una “X” la casilla correspondiente a la respuesta que mejor describa su opinión. No debe quedar ninguna pregunta en blanco. Gracias.

**1 (Muy bueno), 2 (Bueno), 3 (Regular), 4 (Malo), 5 (Muy malo)**

N°	Ítems	1	2	3	4	5
	<b>Turismo Comunitario</b>					
	<b>Económico</b>					
1	¿Cómo califica usted la economía local respecto al turismo comunitario post pandemia que se desarrolla en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					
2	¿Cómo califica usted los ingresos generados por el turismo comunitario post pandemia en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					
3	¿Cómo califica usted los beneficios generados por el turismo comunitario post pandemia en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					
4	¿Cómo califica usted las actividades turísticas que se desarrolla en función al turismo comunitario post pandemia en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					
5	¿Cómo califica usted las mejoras económicas que se obtienen por el desarrollo del turismo comunitario post pandemia en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					
	<b>Ambiental</b>					



6	¿Cómo califica usted la flora y fauna que se encuentra en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					
7	¿Cómo califica usted el desarrollo territorial en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					
8	¿Cómo califica usted las actividades agrícolas que se muestran en el desarrollo del turismo comunitario post pandemia en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					
9	¿Cómo califica usted las actividades ganaderas que se muestran en el desarrollo del turismo comunitario post pandemia en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					
10	¿Cómo califica usted el impacto ambiental debido al desarrollo del turismo comunitario post pandemia en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					
	<b>Social</b>					
11	¿Cómo califica usted el impacto en el tema de la salud desde el inicio de las actividades del turismo comunitario post pandemia en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					
12	¿Cómo califica usted el impacto en el tema de educación desde el inicio de las actividades del turismo comunitario post pandemia en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					
13	¿Cómo califica usted el impacto en el tema de transportes y vías desde el inicio de las actividades del turismo comunitario post pandemia en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					
14	¿Cómo califica usted el impacto en el tema del comercio desde el inicio de las actividades del turismo comunitario post pandemia en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					
15	¿Cómo califica usted el impacto en el tema de mejoras en el servicio público desde el inicio de las actividades del turismo comunitario post pandemia en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					

Nº	Ítems	1	2	3	4	5
	<b>Turismo Comunitario</b>					
	<b>Económico</b>					
1	¿Cómo califica usted la economía local respecto al turismo comunitario post pandemia que se desarrolla en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					
2	¿Cómo califica usted los ingresos generados por el turismo comunitario post pandemia en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					
3	¿Cómo califica usted los beneficios generados por el turismo comunitario post pandemia en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					



4	¿Cómo califica usted las actividades turísticas que se desarrolla en función al turismo comunitario post pandemia en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					
5	¿Cómo califica usted las mejoras económicas que se obtienen por el desarrollo del turismo comunitario post pandemia en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					
<b>Ambiental</b>						
6	¿Cómo califica usted la flora y fauna que se encuentra en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					
7	¿Cómo califica usted el desarrollo territorial en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					
8	¿Cómo califica usted las actividades agrícolas que se muestran en el desarrollo del turismo comunitario post pandemia en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					
9	¿Cómo califica usted las actividades ganaderas que se muestran en el desarrollo del turismo comunitario post pandemia en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					
10	¿Cómo califica usted el impacto ambiental debido al desarrollo del turismo comunitario post pandemia en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					
<b>Social</b>						
11	¿Cómo califica usted el impacto en el tema de la salud desde el inicio de las actividades del turismo comunitario post pandemia en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					
12	¿Cómo califica usted el impacto en el tema de educación desde el inicio de las actividades del turismo comunitario post pandemia en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					
13	¿Cómo califica usted el impacto en el tema de transportes y vías desde el inicio de las actividades del turismo comunitario post pandemia en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					
14	¿Cómo califica usted el impacto en el tema del comercio desde el inicio de las actividades del turismo comunitario post pandemia en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					
15	¿Cómo califica usted el impacto en el tema de mejoras en el servicio público desde el inicio de las actividades del turismo comunitario post pandemia en la comunidad campesina de Amaru del distrito de Pisac, Cusco - 2022?					



ANEXO 3: Evidencias fotográficas





