



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ANTROPOLOGIA SOCIAL

TESIS

**INFLUENCIA DEL TURISMO EN LA RACIONALIDAD
INSTRUMENTAL DE LAS MUJERES OFERENTES DEL SERVICIO DE
FOTOGRAFÍA EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DEL
CUSCO, 2020-2021**

Presentado por:

Bach. Ronal Raul Florez Díaz

Para optar al Grado Académico

de:

Maestro en Antropología Social

Asesor: Dr. Edgar Quispe Mamani

Cusco – Perú

2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, Asesor del trabajo de investigación/tesis titulada: "INFLUENCIA DEL TURISMO EN LA RACIONALIDAD INSTRUMENTAL DE LAS MUJERES OFERENTES DEL SERVICIO DE FOTOGRAFÍA EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DEL CUSCO, 2020-2021"

presentado por: **Ronal Raul Florez Diaz** con DNI Nro.: **23991729**

para optar el título profesional/grado académico de **Maestro en Antropología Social**

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por dos veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del *Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC* y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 4 %.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y adjunto la primera página del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 05 de julio del 2023

COMISIONA DE MAESTRIA EN ANTROPOLOGIA SOCIAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
UNSAAC

Dr. Jesús Washington Rosas Alvarez
DIRECTOR

Firma

Post firma.....

Nro. de DNI 23810370

ORCID del Asesor 0000-0002-0523-9008

Se adjunta: Dr. Edgar Quispe Mamani ORCID: 0000-0003-4877-8551
DNI: 01332727

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: 27259:244068954

NOMBRE DEL TRABAJO

INFLUENCIA DEL TURISMO EN LA RACIONALIDAD INSTRUMENTAL DE LAS MUJERES OFERENTES DEL SERVICIO DE FOTOGRAFÍA

AUTOR

Ronal Raúl Flórez Díaz

RECuento DE PALABRAS

24595 Words

RECuento DE CARACTERES

136554 Characters

RECuento DE PÁGINAS

100 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

1.9MB

FECHA DE ENTREGA

Jul 3, 2023 12:11 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Jul 3, 2023 12:13 PM GMT-5

● 4% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos:

- 4% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 3% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 25 palabras)

Dedicatoria

A Dios que siempre me resguarda y ayuda a poder mejorar los problemas que se puedan manifestar en el trayecto de mi camino.

A mis progenitores que siempre me ayudaron de manera incondicional, ya que sin el apoyo de ellos no sería quien soy, ellos son mis más grande motivación y orgullo en esta vida.

Agradecimiento

A la Universidad San Antonio Abad del Cusco, a mis maestros de la maestría en Antropología

Social por haberme impartido los conocimientos necesarios y así culminar mi maestría.

También agradecer a mis amigos que siempre estuvieron en los momentos malos y buenos.

Y de manera especial a mi asesor el Dr. Edgar Quispe Mamani, quien me brindo la orientación, sabiduría para la finalización del presente trabajo de investigación.

Índice General

Dedicatoria	i
Agradecimiento.....	ii
Índice General.....	iii
Índice de Tablas	vi
Índice de figuras.....	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
Introducción.....	x
CAPÍTULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1 Situación Problemática	1
1.2 Formulación del Problema	3
1.2.1 Problema General	3
1.2.2 Problemas Específicos	3
1.3 Justificación de la Investigación	3
1.4 Objetivos de la Investigación.....	4
1.4.1 Objetivo General	4
1.4.2 Objetivos Específicos	4
CAPÍTULO II.....	5
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	5
2.1 Bases teóricas.....	5
2.2 Marco conceptual.....	5
2.3 Antecedentes empíricos de la investigación.....	33
CAPÍTULO III.....	36

HIPÓTESIS Y VARIABLES	36
3.1 Hipótesis.....	36
a. Hipótesis General.....	36
b. Hipótesis específicas.....	36
3.2 Identificación de variables e indicadores	36
3.3 Operacionalización de Variables	37
CAPÍTULO IV	38
METODOLOGÍA	38
4.1 Ámbito de estudio: localización política y geográfica	38
4.2 Tipo y nivel de investigación.....	39
4.3 Unidad de análisis	40
4.4 Población de estudio.....	40
4.5 Tamaño y técnicas de selección de muestra	40
4.6 Técnicas de recolección de información	40
4.7 Técnicas de análisis e interpretación de la información.....	41
4.8 Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis planteadas.....	42
4.9 Confiabilidad y validación del instrumento de recolección de datos.....	43
CAPÍTULO V.....	45
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	45
5.1 Presentación y análisis de los resultados.....	45
5.2 Discusión e interpretación de los resultados.....	60
5.3 Prueba de hipótesis.....	66
CONCLUSIONES	72
RECOMENDACIONES	74
BIBLIOGRAFÍA	75

ANEXOS	80
ANEXO 1: Matriz de consistencia	81
ANEXO 2: Matriz de instrumento	82
ANEXO 3: Instrumento	84
ANEXO 4: Fotografías	86

Índice de Tablas

Tabla 1 Dato general - sexo	45
Tabla 2 Datos generales – edad de las mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico del Cusco	47
Tabla 3 Datos generales – procedencia de las mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico del Cusco	48
Tabla 4 Perspectivas de las mujeres oferentes del servicio de fotografía sobre el motivo de viaje del turista (en porcentajes).....	49
Tabla 5 Motivo de viaje del turista según racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía (en porcentajes).....	51
Tabla 6 Perspectivas de las mujeres oferentes del servicio de fotografía según el tiempo de permanencia del turista (en porcentajes).....	52
Tabla 7 Tiempo de permanencia del turista según racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía (en porcentajes).....	54
Tabla 8 Actividades del turista y racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico de la ciudad del Cusco)	56
Tabla 9 Actividad del turista según racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía (en porcentajes).....	59
Tabla 10 Correlaciones D1 y V2 Motivos de viaje	66
Tabla 11 Correlaciones D2 y V2.....	68
Tabla 12 Correlaciones D3 y V2.....	70

Índice de figuras

Figura 1 Sexo.....	46
Figura 2 Edad.....	47
Figura 3 Localidad	48
Figura 4 Perspectivas de las mujeres oferentes del servicio de fotografía sobre el motivo de viaje del turista (en porcentajes)	50
Figura 5 Motivo de viaje del turista según racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía (en porcentajes).....	51
Figura 6 Perspectivas de las mujeres oferentes del servicio de fotografía sobre el tiempo de permanencia del turista (en porcentajes)	53
Figura 7 Tiempo de permanencia del turista según racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía (en porcentajes)	54
Figura 8 Actividades del turista y racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico de la ciudad del Cusco)	57
Figura 9 Actividad del turista según racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía (en porcentajes).....	59

Resumen

El presente estudio titulado “Influencia del turismo en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico de la ciudad del Cusco, 2020-2021” gira su análisis en torno a la problemática de cómo el turismo generó cambios sociales en las mujeres que ofrecen fotografías a turistas en calles y plazas del centro histórico de la ciudad del Cusco, en los últimos años, tomando como referencia el año 2020, ante esta problemática, con la investigación se buscó dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿En qué medida influye el turismo en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico de la ciudad del Cusco, 2020- 2021?.

La metodología de la investigación adoptada en el estudio es de carácter hipotético-deductivo, cuyo diseño es no experimental, con un nivel de investigación descriptivo-correlacional, teniendo como población de estudio las 50 mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico del Cusco; la técnica de investigación aplicada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario, se realizó la validación del instrumento por medio del análisis de la consistencia interna de alfa de Cronbach.

Se ha llegado a la conclusión de que existe una influencia y asociación entre el turismo y la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografías en el centro histórico de la ciudad del Cusco, 2020, conclusión que se sostiene en el valor del coeficiente es de 0,830, y este se obtiene del intervalo entre 0,75 a 0,89 de esta manera se refleja que existe una correlación denominada positiva media, puesto que el valor $p(0)$ es inferior a (0,000), y que el grado habitual de significancia es de 0,05, de este modo se corrobora la decisión anterior. Es rechazada la hipótesis nula H_0 y se válida la hipótesis alterna H_1 : El turismo influye medianamente en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico de la ciudad del Cusco, 2020.

Palabras clave: Turismo, racionalidad instrumental, mujeres, oferentes, fotografía

Abstract

The present study entitled "Influence of tourism on the instrumental rationality of women offering the photography service in the historic center of the city of Cusco, 2020-2021" revolves its analysis around the problem of how tourism generated social changes in women who offer photographs to tourists in the streets and squares of the historic center of the city of Cusco, in recent years, taking the year 2020 as a reference, given this problem, the research sought to answer the following question: In To what extent does tourism influence the instrumental rationality of the women who offer the photography service in the historic center of the city of Cusco, 2020-2021?.

The research methodology adopted in the study is of a hypothetical-deductive nature, whose design is non-experimental, with a descriptive-correlational level of research, with the 50 women offering the photography service in the historic center of Cusco as the study population. ; the applied research technique was the survey and the instrument was the questionnaire, the validation of the instrument was carried out through the analysis of the internal consistency of Cronbach's alpha.

It has been concluded that there is an influence and association between tourism and the instrumental rationality of the women offering the photography service in the historic center of the city of Cusco, 2020, a conclusion that is supported by the value of the coefficient is of 0.830, and this is obtained from the interval between 0.75 to 0.89. In this way, it is reflected that there is a correlation called medium positive, since the p value (0) is less than (0.000), and that the usual degree of significance is 0.05, thus corroborating the previous decision. The null hypothesis H0 is rejected and the alternative hypothesis H1 is validated: Tourism moderately influences the instrumental rationality of the women offering the photography service in the historic center of the city of Cusco, 2020.

Keywords: Tourism, instrumental rationality, women, suppliers, photography

Introducción

La racionalidad instrumental está enfocada en una persona que trabaja de tal manera que logra cumplir sus metas; asimismo, esto puede aplicarse a especies no humanas, de acuerdo con las teorías de aprendizaje instrumental y condicionamiento operante Evans (2014 p. 34). Es posible explicar que la racionalidad instrumental está constituida por actos predestinados no por sí mismas, al contrario, como un recurso para alcanzar una meta en particular. Las decisiones poseen la finalidad de alcanzar el más óptimo resultado esperado del acto, de este modo se considera únicamente instrumental Bonatti, (2018 p. 25). Para Simón, el cual menciona que la racionalidad es completamente instrumental; de esta forma, redactó en un artículo en el año 1964 que, desde una perspectiva general, la racionalidad comprende el comportamiento apropiado para la realización de propósitos u objetivos dentro de los márgenes fijados por un entorno dado Hortal, (2017 p. 47).

El turismo se puede conceptualizar, en gran medida, como acciones productivas, y que guardan relación con el aspecto financiero y en los negocios. A pesar de ello, en los recientes años, la cultura y turismo se fusionaron inextricablemente, causado por una secuencia de elementos vinculados con oferta y demanda, es por esta razón la presencia de mujeres y niños que ofertan sus servicios de fotografía al turista que visita la ciudad del Cusco, lo hacen con fines netamente económicos.

El presente trabajo de investigación de tesis tiene como principal objetivo determinar la relación y la influencia del turismo en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico de la ciudad del Cusco, 2020-2021. La relación del turismo con la racionalidad instrumental de las mujeres que ofrecen fotografía a turistas en calles y plazas del centro histórico de la ciudad del Cusco, está expresada en los comportamientos sociales negativos basados en su racionalidad económica, generando acciones de inseguridad para los turistas. Ante esta situación problemática, el estudio aporta

información útil para las autoridades locales que diseñan y ponen en marcha políticas públicas de seguridad ciudadana, en este caso focalizando dicha política en torno a los turistas nacionales e internacionales que visitan la ciudad del Cusco.

Finalmente, la presente investigación de tesis está organizada en cinco capítulos, las mismas que dan cuenta de los aspectos que a continuación se exponen brevemente.

En el primer capítulo, se expone sobre la situación problemática que se investiga en la tesis, los objetivos del estudio, la formulación del problema, la justificación, conjuntamente con la respectiva delimitación de la investigación. En el capítulo dos, se da cuenta sobre el marco teórico conceptual, es decir, las bases teóricas y conceptuales que dan sustento analítico al estudio, los que permitirán el análisis y la interpretación de los resultados de la investigación. En el capítulo tres, se presentan las hipótesis, tanto general como específicas, asimismo, se identifican las variables y se operacionalizan las hipótesis. En el capítulo cuatro, se presenta la metodología de la investigación, dándose cuenta del tipo, el nivel, el diseño de la investigación, la población objeto de estudio, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, y las técnicas de análisis y procesamiento de dichos datos. Finalmente, en el capítulo cinco, se exponen los resultados de la investigación y la discusión de los mismos de acuerdo a cada una de las variables y dimensiones del estudio. Se culmina con la exposición de la prueba de las hipótesis, las conclusiones y las recomendaciones.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Situación Problemática

El presente trabajo de investigación se centra en el estudio de cómo el turismo generó cambios sociales en las mujeres que ofrecen fotografías a turistas en calles y plazas del centro histórico del Cusco, en los últimos años, tomando como referencia el año 2020. Se comprende que el turismo tiene diferentes definiciones y rubros, para fines de la presente investigación se centrará en el turismo cultural e histórico, dicho concepto está relacionado con el pensamiento de individuos que tienen en común la idea de motivación, así como por ejemplo una actividad académica, expresiones artísticas y fiestas u reuniones de tipo social, cultural o artística Santana, (2002 p. 59).

En este contexto se menciona al turismo cultural que en la actualidad está sobredimensionado, por lo que está conformado por un pequeño número de viajeros quienes caminan en su mayoría individualmente y no en masas. Pero se puede ver supuestos de turistas que participan en un ritual o una tarea productiva por tan solo contar con fotos, una serie de videos y en muchas ocasiones estanterías repletas de demostraciones del consumo turístico cultural, variedad de imágenes donde el turista está delante del atractivo turístico, y a veces llegan al extremo de ponerse los trajes indígenas propios de la zona Pearce, (1982 p. 76).

El desarrollo del estudio se dio en medio del contexto de la pandemia generado por el COVID 19, es así que fue relevante observar la actividad turística en la ciudad del Cusco y la función que cumplen las mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico de la ciudad del Cusco, las cuales se vieron afectadas, debido a las bajas cifras de turistas que visitaron esta ciudad, que afectaron a sus actividades económicas y sociales.

El turismo por la dinámica que tiene en la actualidad viene a considerarse como

una actividad productiva, por lo que se relaciona con el ámbito económico y el comercio. Aunque en estas últimas décadas se ha visto un cierto acercamiento de la cultura con el turismo, ello en base a factores como la oferta y la demanda, es por esta razón la presencia de mujeres y niños que ofertan sus servicios de fotografía al turista que visita la ciudad del Cusco, esta actividad definitivamente con fines netamente económicos.

En el caso de Perú, la actividad turística es muy importante debido a que ocupa el tercer puesto a nivel de actividades económicas de captación de divisas, por lo que el aporte al Producto Bruto Interno (PBI) está representado por el 4% y con respecto al empleo este genera un total de 1.3 millones de puestos de trabajo. Un dato que sale a la luz es el evidente liderazgo femenino en medio de la industria de los viajes: estando representado por un 67% de mujeres dentro del mercado laboral y dentro del turismo estas ocupan un total de 870 mil empleos. Pero el problema que se sigue dando es la informalidad y el hecho de no contar con buenas capacitaciones Lavado, (2019 p. 104).

La actividad turística en la ciudad del Cusco se presenta de diversas maneras puesto que esta cuenta con una gran cantidad de atractivos turísticos, uno de ellos está ubicado en el centro histórico, donde el turista realiza sus recorridos por las diferentes representaciones arquitectónicas incas y coloniales, y en el transcurso de dicho recorrido por los lugares más visitados y con vistas extraordinarias culturalmente son sitios donde recurrentemente se encuentran a mujeres con vestimentas típicas de sus localidades de origen, con aspectos andinos y con la compañía de un pequeño animal como pequeños camélidos y ovejas representativas de la zona, quienes ofrecen realizar fotografías a cambio de unas cuantas monedas.

De esta manera, el problema de la presente investigación está enmarcado en la relación del turismo con la racionalidad instrumental de las mujeres que ofrecen fotografías a turistas en calles y plazas del centro histórico de la ciudad del Cusco,

mujeres quienes desarrollan comportamientos sociales negativos basados en su racionalidad económica, generando acciones como pedir propinas con montos exagerados, creándose un malestar social y una imagen negativa de la ciudad del Cusco hacia el turismo.

Para la comprensión de dicha situación la investigación toma los lineamientos del antropólogo Ochoa (2005), donde los pobladores que trabajan con el turismo tienen un comportamiento racional y para este caso las mujeres que se dedican a ofrecer fotografías a los turistas tienen una filosofía basada en la racionalidad económica.

Ante la situación problemática expuesta, con la investigación se busca dar respuesta a las siguientes preguntas.

1.2 Formulación del Problema

1.2.1 Problema General

¿En qué medida influye el turismo en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico de la ciudad del Cusco, 2020-2021?

1.2.2 Problemas Específicos

- ¿Cuánto influyen los “motivos de viaje del turista” en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografías?
- ¿En qué medida el “tiempo de permanencia del turista” influye en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografías?
- ¿Cuál es el grado de influencia de las “actividades del turista” en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografías?

1.3 Justificación de la Investigación

La presente investigación es importante, puesto que la actividad turística es la más importante en la ciudad del Cusco, y por ende la labor que realizan las mujeres oferentes

del servicio de fotografía corresponde a este rubro, en tal sentido la presente investigación es importante puesto que el comportamiento racional de las mujeres no es el más adecuado frente a los turistas que visitan la ciudad del Cusco.

Los resultados de la presente investigación será de utilidad para las autoridades locales que diseñan y ponen en marcha políticas públicas de seguridad ciudadana, en este caso focalizando dicha política en torno a los turistas nacionales e internacionales que visitan la ciudad del Cusco; asimismo, la presente investigación pretende alcanzar información empírica a partir de las mujeres que ofrecen el servicio de fotografías a los turistas en el centro histórico de la ciudad del Cusco y determinar la relación del turismo con el comportamiento racional de las mujeres, del mismo modo el trabajo es importante para quienes estén interesados en conocer el asunto antropológico, históricos, documentales, de entidades públicas y privadas, que extienda por todo el territorio, llegando a más personas.

1.4 Objetivos de la Investigación

1.4.1 Objetivo General

Determinar en qué medida el turismo influye en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografías en el centro histórico de la ciudad del Cusco, 2020-2021.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Analizar el grado de influencia de los motivos de viaje en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografías.
- Establecer en qué medida el tiempo de permanencia influye en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografías.
- Determinar el grado de influencia de las actividades del turista en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografías.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1 Bases teóricas

2.1.1 Teoría general de la antropología

Dentro de lo académico la antropología es conocida como antropología general o también como de los «cuatro campos», puede llegar a incluir en total otras cuatro subdisciplinas, que son: la antropología sociocultural, seguida de la biológica, arqueológica y la lingüística. Se tiene el término de “antropología sociocultural.” Que se irá usando recurrentemente para hacer mención a la antropología sociocultural por ser sinónimos. En su mayoría los antropólogos tienen un mayor sesgo de especializarse en antropología cultural, siendo más habitual en los antropólogos norteamericanos. Es así que los diferentes departamentos de antropología buscan impartir estos cursos. El hecho de que existan subdisciplinas no es un tema actual, sino que se basa en razones históricas Crenson, (2000, p. 43).

La antropología norteamericana se da por la existencia de un interés por parte de las personas quienes desean conocer la historia y la cultura de aquellas poblaciones nativas de Norteamérica es decir los «indios norteamericanos». En ese contexto nace la preocupación por conocer a fondo los orígenes y la diversidad, considerando los estudios enfocados a las costumbres, el lenguaje, aspectos de los rasgos físicos y la propia vida social. A la actualidad los especialistas (antropólogos) siguen teniendo una serie de cuestionamientos, entre ellos se tiene: ¿De dónde proceden los nativos de Norteamérica? ¿Cuántas oleadas de migraciones los trajeron al Nuevo Mundo? ¿Cuáles son los vínculos lingüísticos, culturales y biológicos entre los norteamericanos nativos y entre ellos y Asia? Además, una de las razones fundamentales para que exista

subdisciplinas es el interés por temas como la biología (la raza es un claro ejemplo) y la cultura. Con respecto a ello la antropóloga Ruth Benedict, desde hace cincuenta años se dio cuenta que, dentro de la historia mundial, los que han ido aportando a la construcción de una misma cultura no siempre tienen que ser de la misma raza, a ello acota que no todos de una misma raza han contribuido a una misma cultura. A ello se le suma que la cultura no necesariamente es una función de raza, ello si lo vemos desde el enfoque científico Benedict, (1940, cap. 2). Mientras que en Europa la antropología no se dio de forma unificada, ello solo se vio en Norteamérica donde se dio las subdisciplinas de manera independiente. Evidenciándose además razones lógicas. Crenson, (2000, p. 58).

Las variaciones en el tiempo y dentro del espacio se dan de acuerdo a la particularidad de cada una de las subdisciplinas (lo que quiere decir en diferentes áreas geográficas). Por ejemplo, los antropólogos culturales y arqueológicos se orientan a estudiar los cambios de vida social y lo relacionado con las costumbres. Para conocer de forma más clara la vida del pasado los arqueólogos se han apoyado en las sociedades vivas y en los diferentes patrones de comportamiento haciendo así una idea. Por otro lado, los antropólogos biológicos se orientan a conocer los cambios evolutivos en la forma física, un ejemplo claro de ello son los cambios anatómicos que en su momento se podrían haber asociado con la lengua y el origen de este. Mientras que los antropólogos lingüísticos se enfocaron a entender y reconstruir los fundamentos de la lengua antigua dedicándose a estudiar las lenguas actuales.

Las subdisciplinas se vinculan entre sí, por lo que los antropólogos se dedican a profundizar su conocimiento apoyándose en libros, en revistas especializadas y además recurren a organizaciones profesionales. Por lo que en general la antropología interrelaciona diferentes aspectos como los de la biología, la sociedad, la psicología y

la cultura humana. Los profesionales dedicados a ello comparten ciertas claves o patrones. Siendo parte de ellas el no poder extraer conclusiones profundas con respecto a la «Naturaleza humana» tomando en consideración una única tradición cultural. Siendo importante el enfoque comparativo transcultural. Crenson, (2000, p. 74).

2.1.2 Teoría general del turismo

Esta teoría toma un papel central, debido a que es fundamental dentro del campo de estudio del turismo, el cual se asocia a un conjunto sistematizado y ordenado de conceptos, a los productos de estudio, al respectivo análisis y al desarrollo del turismo y también a la investigación crítica; se sabe que esta denominación o término se da como parte de una tradición lúdica universal correspondiente a la institución moderna, detallando que este ayuda a proyectar y prever desde el enfoque humano, económico y sobre todo social Jiménez, (1986, p. 105).

Por otro lado, viene a ser fundamental para conocer el comportamiento del turismo. Aunque hasta la actualidad el estudio del turismo está asociado con la formalidad por lo que carece de bases sólidas que le permitan convertirse en disciplina o ciencia formal. Además, se cuenta con un gran número de profesionales, investigadores y académicos enfocados a este estudio. Ello ha generado que se cuente con publicaciones actualizadas, se analice la estructura y se ahonde en los aspectos de la historia y el comportamiento Ibañez & Cabrera, (2011 p. 47).

2.1.3 Teorías del turismo

Una de las actividades importantes dentro de la economía global es el turismo, por esta importancia es necesaria la existencia de áreas productivas tanto a nivel público como privado, ambos se enfocan en cubrir las necesidades de los visitantes. Por lo que el turismo no solo es para el disfrute, sino que es una herramienta que ayuda

a elevar los conocimientos de las personas, donde se presentan elementos de la historia.

La oferta turística, se enfoca principalmente al destino turístico y llega a engloba diferentes aspectos (bienes y servicios) que están a disposición de la demanda existente, es así que se puede mencionar a la propia imagen del lugar de visita, los servicios turísticos y los no turísticos, entre otros. Se debe de considerar que lo ofrecido no solo será adquirido por el turista, sino que también está la presencia de los residentes, a raíz de este tema nace el “usuario turístico” Amparo, (2015 p. 39).

Salazar (2019 p.57), se orientó a ahondar en la relación del turismo con la antropología, donde principalmente analiza los volúmenes de Anfitriones e Invitados, es así que tiene una conceptualización propia de esta relación. Desde el punto de vista de la Antropología del turismo, se entiende que no necesariamente se tiene un solo canon, sino que este se da por una cierta coexistencia de múltiples antropologías del turismo. Es así que tiene un enfoque holístico con el propósito de tener un análisis crítico en base a un marco comparativo y con una cierta capacidad para unir escalas, es decir se reconoce la interconexión intercultural de los diferentes ámbitos como el ambiental, el social y el económico.

Los antropólogos en la realidad se llegan a enfrentar a la percepción popular lo cual es considerado como aquellas «esencias eternas» correspondientes a los pueblos y a las culturas que se estudian. A nivel histórico la existencia de la antropología se asocia con las construcciones occidentales de la alteridad. Pero a la actualidad, las imágenes o aquellas ideas de la cultura que es limitada e inmutable y homogénea está siendo cambiada o reciclada por individuos que solo promueven su persona para poder respetarla considerándose, así como célebres Adams, (2004 p. 74).

Los diferentes estudiosos como los antropólogos y los científicos a raíz de sus

conocimientos han ido mencionando que el turismo que se da en los países en desarrollo está asociado principalmente con aquellos conceptos nodales como puede ser la identidad, la existencia de poder y la cultura, por lo que se refieren al turismo como parte de un proceso de aculturación Gudykunst, (1983 p. 86).

Definiéndose, así como parte de las «alternativas» donde se conoce que «el turismo se da de diferentes formas, pero siempre se tiene la presencia de valores naturales además de los sociales y comunitarios, enfocándose en el visitante el cual durante su permanencia debe de tener una interacción buena y positiva, y con respecto a sus experiencias estas tienen que ser cada vez mejor» Smith, (1989 p. 57).

La «creación de lugar» se considera como un resurgimiento cultural donde de manera consciente se puede localizar las identidades ello con el propósito de atraer estructuras de economía política, con la particularidad que exista una relación entre los actores locales (considerando marcos geográficos más amplio) y con aquellas fuentes de poder (distantes). Por lo que los pobladores van construyendo una cultura con una cierta identidad y tradición, todo ello con el propósito de apropiarse del turismo y atraer a gente del extranjero, Streicker, (1997 p. 41).

Referirse al término de turista no necesariamente es englobarlo dentro de una categoría social, ni tampoco es una percepción individual de sí mismo, parte de una identidad construida socialmente, siendo así un objeto de estudio e investigación etnográfica. Por lo que las tipologías turísticas son las que hablan de la complejidad cultural en comparación de los relatos etnográficos, Smith, (1989 p. 19).

En resumen, las identidades de locales y turistas pueden llegar a ser maleables, por la presencia de una cierta mezcla donde los turistas llegan y se quedan en la localidad y por otro lado los locales emigran y en el lugar de destino son turistas. En la actualidad es importante que se sigan haciendo estudios etnográficos para tener

clara la relación existente del turismo y el aspecto de la migración. Hablar de los fenómenos de transnacionalismo y la comunidad en red es decir virtual, viene a confrontarnos a una nueva investigación para contestar preguntas todo ello relacionado a los aspectos de cultura, poder e identidad, Salazar, (2020 p. 43).

2.1.4 Teoría del género

Lagarde (1996), citada por Cremona et al. (2020), sostiene que el análisis de género es la síntesis entre la teoría de género y la denominada perspectiva de género, que deriva de la concepción feminista del mundo y de la vida. Dicha perspectiva tiene una estructura que comienza en la ética y se orienta a una filosofía post humanista, debido a su crítica de la concepción androcéntrica de humanidad que aisló al 50% del género de la humanidad: las mujeres. Por otro lado, pese a existir un mundo patriarcal, las mujeres han tenido una fuerte presencia. Es curioso que el humanismo no haya previsto a las mujeres. Uno de los objetivos de la perspectiva de género es colaborar con la construcción subjetiva - social de una novedosa configuración, comenzando con la representación de la historia, la cultura, la humanidad y todas las política desde y con las mujeres.

Dicha perspectiva considera como un principio fundamental en la estructura de una humanidad diversa y democrática, a la diversidad de géneros y la existencia de las mujeres y los hombres. No obstante, propone que la autoridad de género produce el sometimiento de género y las dos dificultan esa posibilidad. Una humanidad diversa democrática necesita que tanto las mujeres y los hombres seamos distintos de quienes fuimos anteriormente, para tener reconocimiento dentro de la diversidad y convivir en una democracia genérica.

Desde un punto de vista antropológico de la cultura, es fundamental saber que cada una de las culturas mantienen cosmovisiones acerca de los géneros y, del mismo

modo, cada comunidad, cada sociedad, cada conjunto y cada persona, tiene una específica concepción de género, de acuerdo a su propia cultura. Tiene una fuerte y notable presencia porque es parte de su visión del mundo, de su historia y sus costumbres regionales, públicas, comunitarias, de generaciones y de familia. Es parte de las concepciones acerca de la nación y del nacionalismo; toda etnia posee una singular cosmovisión de género y la insta también, en la identidad cultural y a la etnicidad, de igual forma que ocurre en otras configuraciones de cultura. De ahí que, además de disponer de conceptos, recelos, principios, apreciaciones, reglas, obligaciones y prohibiciones acerca de la vida de las mujeres y los hombres, la cosmovisión de género propia, en esencia, es acentuadamente etnocentrista. Todas las personas tienden a identificarse con la cosmovisión de género que prevalece en su mundo, e incluso existen personas que piensan que la suya es global. Con esta evidencia, puede entenderse que la cosmovisión de género forma parte de la estructura y contenido de la autoidentidad de cada individuo.

Gracias a la perspectiva de género es posible analizar y entender las particularidades que distinguen a las mujeres y de los hombres de forma concreta, de igual forma, sus semejanzas y similitudes. Con esta perspectiva existe la posibilidad de evaluar las expectativas de vida tanto de las mujeres, como de los hombres; la orientación de sus vidas, sus posibilidades y oportunidades, las complicadas y distintas interacciones sociales que se dan entre los dos géneros, como también los problemas institucionales y habituales que tienen que afrontar dentro de la sociedad. Tener noción y conocimiento de los recursos y la habilidad de acción con que cuentan ambos géneros para hacer frente a las complicaciones de la vida y al cumplimiento de sus propósitos, es una finalidad de este estudio.

2.1.5 Teoría sobre la mujer trabajadora

En el siglo XIX el género femenino tuvo su esplendor, siendo la etapa previa al capitalismo industrial. Durante este periodo las mujeres ya contaban con un término de acuerdo al oficio que realizaba, dentro del continente europeo y una parte de EEUU. Sin embargo, en este periodo se acontecieron otros eventos trascendentales, tales como la licitud con respecto a los salarios, además de analizar y documentar el avance femenino, aspectos como la moral y convivencia, también fueron acontecimientos relevantes en esta etapa.

Durante la revolución industrial fue el nacimiento de la mujer trabajadora, siendo este periodo donde se crea más empleos para este género, creándoles oportunidades, sin embargo, esto también generaría complicaciones dentro la sociedad.

Este punto se dio debido a que se analizó la problemática que existía en la sociedad, siendo una complicación que se debía tratar oportunamente, buscando las mejores soluciones para incorporar el empleo al género femenino

Esta problemática reflejaba un relevante asunto en la sociedad, siendo el género femenino y el trabajo asalariado temas que se debían tratar, formulando de esta manera soluciones de acuerdo a la moral y a las diferentes categorías que existían. Ya sea en empresas dedicadas a la sastrería o impresiones de emancipación, además de las diferentes situaciones de su estado civil, su contextura o edad, sea esposa de un empleado que se encuentre paralizado en sus labores, siendo está considerada un punto máximo de aspectos que no contribuirían al capitalismo, los temas que este género trataban de dar a conocer son: ¿la mujer debe laborar a cambio de un salario? ¿La influencia de las labores a cambio de un salario y las afecciones en lo corporal y mental al cumplir sus deberes como madre? ¿las labores más aptas para el género femenino

?, siendo que de manera global aceptaban lo mencionado por el legislador Jules Simón, quien indica que el género femenino que empieza a laborar deja de ser una fémica, siendo esto tema de discusión para muchos dentro de este periodo, tema que desencadena en que una mujer no solo es ama de casa, o madre, sino también puede cumplir con diferentes deberes que ella lo decida, logrando un balance entre lo femenino y la producción (Scott, 2006)

2.1.6 Teoría de la Comercialización de la cultura y la cultura como espectáculo.

A través de los diversos servicios turísticos se demuestra la comercialización de la cultura: Agroturismo, turismo artesanal y turismo vivencial.

Se pretende definir los procedimientos, marcos, experiencias y relaciones entre los contenidos culturales de cualquier tipo y un entorno social formado por "captadores de atención" o consumidores cada vez más interconectados, como lectores, asistentes a conciertos, visitantes de galerías, etc. ., que están mejor informados y tienen una voz que trasciende el anonimato y son capaces de remover obras de arte con sus comentarios (Ruiz, 2022).

Es probable que este tipo de iniciativas relacionadas con el turismo den lugar a una nueva pieza del patrimonio cultural y la identidad de la nación si el evento cultural es exitoso, suficientemente atractivo y demuestra su valor político. Sin embargo, también es cierto que dichas recreaciones pueden encontrar obstáculos en forma de resistencias e idiosincrasias que se manifiestan de muchas maneras. En particular, cuando determinados actores consideran el consumo del sector turismo de tangibles de aspecto cultural admite una ultimato para la cabida de producción y reproducción económica y cultural del grupo. Tomando en cuentas las irregularidades, los diferentes conjuntos de personas receptoras tienen la capacidad de expresar su comportamiento en bienes y diversión que pueda consumirse (Santana, 2003).

La mercantilización de la cultura, en cambio, vuelve desde la perspectiva de una “experiencia turística”: las personas como entretenimiento, la exotización de un territorio, una comunidad, y la recreación de estereotipos (ballet, vestuario, escenarios) hechos al encuentro demanda (Ruiz, 2022).

2.1.7 Teorías de la cultura que este enfocado a la conducta e indica los impactos

Entrar en el terreno de la indagación antropológica implica ver la cultura desde una perspectiva antropológica como algo que se produce, como un refugio intacto y como un eterno compañero de viaje que sigue a su amor por donde ella desea que él viaje.

El papel histórico que se le ha asignado a la cultura como administradora y reguladora del comportamiento ve en ella un conjunto de normas que dan vida a su construcción y reproducción social. Es obvio y generalmente aceptado que un conjunto de normas sociales para la convivencia y la resolución de conflictos se han establecido a lo largo del tiempo en el mundo construido culturalmente, una especie de super economía que los seres sociales han aceptado y en la que se han comprometido a lo largo de toda su existencia.

En cambio a la conducta cultural, las personas deberían ser visualizadas de acuerdo a su realidad, observando su contexto y sus tradiciones, con sus diferentes irregularidades, admitiendo su ser de una manera regular.

La tradición social hace posible el establecimiento de los valores que guían el comportamiento de cada individuo y que cada uno acepta como incuestionablemente verdaderos sin protesta alguna. Como expresión típica de una región con recursos naturales que también ha sabido manejar, esta colección de cosmovisiones divergentes se ha mostrado certera. Esta programación colectiva que distingue a un conjunto de personas, transmitiéndose generacionalmente, lates como tradiciones, costumbre,

modos de vida en entorno familiar, social, ético, político, ambiental y financiero siendo de modo natural, ya que es habitual dentro de la sociedad (Wood & Howell, 1991).

2.1.8 Teoría de la Antropología Económica enfocada a la comercialización de la cultura como postura teórica

Los vínculos entre la economía y la antropología son bastante fuertes, sin embargo, es importante señalar que los antropólogos han tenido más influencia en la economía que los economistas. La teoría económica ortodoxa tuvo que ser examinada, valorada y criticada por sus pretensiones hegemónicas de aplicarse a todo tipo de sociedades, tanto capitalistas como no capitalistas, y los primeros investigadores descubrieron otros cauces epistemológicos más adecuados para explicar el comportamiento de las sociedades en las que vivían. tema de su investigación. Sin embargo, los economistas se centraron en estudiar el capitalismo y prestaron poca atención a las cuestiones antropológicas; solo se dieron cuenta de la importancia del componente cultural de una sociedad para los procesos económicos después de presenciar el fracaso de las políticas económicas ortodoxas en las naciones en desarrollo (Leopoldo, 2004).

El estudio de la antropología cultural se ocupa del papel social del ser humano, así como de todas las facetas de la cultura humana que influyen en el pensamiento y el comportamiento social. Hay tres divisiones dentro de esta rama de la antropología: arqueología, antropolingüística y etnología. El campo de la arqueología se centra en identificar y explicar los cambios culturales de los pueblos prehistóricos, así como reconstruir la vida cotidiana y las costumbres en las comunidades de estos pueblos. El estudio de la antropología lingüística examina los orígenes de los idiomas, sus cambios a lo largo del tiempo y las variaciones en la estructura del idioma y el uso

lingüístico actual entre los grupos de personas. La etnología busca comprender cómo y por qué los pueblos indígenas actuales y recientes difieren en sus principios rectores de comportamiento y pensamiento.

El campo de la antropología económica cae bajo el paraguas de la antropología de la cultura, y la etnología en particular la examina. Previamente mencionaremos algunas consideraciones metodológicas.

Los criterios utilizados en la investigación de la antropología cultural se pueden dividir en dos categorías: cronológicos y espaciales, y las metodologías utilizadas incluyen la etnografía, la etnohistoria, las comparaciones históricas y no históricas y la investigación cultural comparada.

2.1.9 Turismo como actividad de mercantilización de la cultura y como eje de desarrollo

El proceso de comercialización otorga a los fenómenos un valor explícito y alienante, disminuyendo el valor en función de las características peculiares y esenciales del fenómeno (Halewood & Hannam, 2001).

Dentro de estos objetos culturales se pueden tener en cuenta "mitos, artes, ciencias, prácticas religiosas, formas de cocinar, construir viviendas, modas, vestimenta, formas de divertirse y celebrar y escribir" (Zecchetto, 2002), en la medida en que son producciones artificiales y están cargadas de un valor especial para las personas.

El paquete de actividades culturales y bienes relacionados con el turismo se conoce en turismo como comercialización de la cultura (Mbaiwa, 2011) o, también, cuando los objetos culturales se transforman en bienes de consumo para los turistas (Cole, 2007) y no para la comunidad local.

Cuando la cultura satisface las necesidades de las partes interesadas de la

industria turística de conocer a los visitantes, generar ingresos o atraer turistas, se transforma en comercio. De manera similar, cuando algo se produce o reproduce para el beneficio de personas ajenas o visitantes en lugar de la comunidad misma, se hace así. Esto ocurre cuando el valor intrínseco de las representaciones culturales para la población local disminuye o se pierde en favor de un valor de mercado que se empaqueta para la venta a los turistas. Asimismo, la cultura se transforma en una mercancía que se promueve y utiliza para aumentar el consumo hasta el punto de que incluso los lugares culturalmente significativos se han transformado en atracciones turísticas (Wirth & Freestone, 2003).

Sin embargo, es necesario que sea obvio para el observador si se desea atraer turistas en función de la cultura local. Como resultado de la declaración anterior, cada destino intenta comercializarse y promocionarse como si tuviera una identidad distinta. Debido a lo anterior, ciertas tradiciones locales han sufrido modificaciones para hacerlas más atractivas para los turistas (Maccannell, 2001)

Cuando se habla de la comercialización de la cultura, es fundamental tener en cuenta que cualquier cosa puede convertirse en una mercancía, desde las normas sociales, los valores culturales o las experiencias excepcionales hasta las personas, sus culturas y sus historias (MARÍN, 2010).

Finalmente, todo entra en la lógica del mercado donde el único interés es la llegada de visitantes y el consiguiente colapso económico.

Es crucial recalcar que el proceso de comercialización de una cultura puede ser llevado a cabo por cualquiera sin la aprobación de los participantes o de la comunidad local. Por otro lado, la comercialización de la cultura para la industria turística puede tener efectos tanto positivos como negativos en la cultura local (Calleja, 2016).

El proceso de mercantilización implica el intercambio del valor de uso de un bien por un valor diferente; como resultado, el bien se agrega al mercado. Debido a que el patrimonio cultural no está exento de este proceso, surge una mentalidad mercantilista, sustentada por personas que ven en el patrimonio cultural la posibilidad de darle un valor diferente o, por el contrario, lo ven como una barrera para el crecimiento económico. Como resultado, se crean expresiones culturales que carecen de un significado cultural genuino dentro de una cultura o comunidad como resultado del desarrollo económico que promete el turismo cultural (Olivares, 2017).

2.1.10 Aspectos del turismo en el Cusco

La actividad asociada al turismo se da desde hace mucho, pero en el año cincuenta se ha evidenciado un cierto crecimiento de este, (el registro de 1954 indica el total de turistas siendo 6954 entre extranjeros 4211 y nacionales 2692). Esta información sólo toma en cuenta a los viajeros que llegaban en ferrocarril y el de los vuelos aéreos, aunque este último en menor proporción casi escasos. Además, se engloba a aquellas personas de la localidad que decidían regresar a su residencia. A la fecha se sigue empleando esta técnica para conocer la cantidad exacta de turistas, por lo que las cantidades globales incluían a todos los viajeros, aunque estos no sean turistas, pero a raíz de eso se tiene que la persona que pase más de 24 horas fuera de su residencia ya es un turista. Un dato relevante del turismo es la presencia del terrorismo lo cual provoco que se de en niveles bajos. Pero al pasar los años se ha ido recuperando y este sigue creciendo. A raíz de las diferentes crisis se han visto nuevas formas de ofertar el turismo, una de ellas es el turismo místico, Flores, (2013 p. 39).

2.1.11 Teorías de la cultura

La cultura no necesariamente está atribuida a un solo individuo, sino que se

enfoca a los individuos pertenecientes a un grupo, por lo que se llega a transmitir de una sociedad a otra. Es así que la cultura se desarrolla de forma compartida dentro de un grupo donde se tocan temas como los valores, aspectos de creencias, las diversas formas de pensar y el cómo actuar, Kottak, (2015 p. 108).

Impactos culturales, se enfoca en los pobladores o personas pertenecientes a un lugar quienes son pieza importante para el desarrollo del lugar que habitan. Los impactos del turismo tradicionalmente se expresan en tres ámbitos: económico, sociocultural y medioambiental Azpelicueta, Ramon, & Sierra, (2014 p. 95).

Impactos socioculturales del turismo Según Mendoza & González (2014, p. 105), los hallazgos muestran que los residentes locales apoyan el turismo porque se sienten más beneficiados que afectados por él (en términos de empleo, infraestructura e inversión, entre otras cosas). Como resultado, tienen una actitud positiva hacia el turismo y espero que la región de Loreto siga desarrollándose para que pueda seguir atrayendo a más turistas, pero unos residentes de ciertos lugares opinan que los precios del servicio turístico destacan en ganancias (dificultades de tipo social y ambiental, cambiando el modo de vivencia, trabajos no remunerados, etc.). Asimismo, es posible ver desde la perspectiva de la teoría de la interacción social que estos individuos prefieren valorar los efectos denegadamente.

Las personas que viven dentro de este lugar participan en la reciprocidad que se presenta, de esta manera ayuda a lograr ganancias sin caer en gastos no necesarios (como acciones de vicio o delincuenciales, etc). Como resultado, aquellos que ven que las ventajas superan a las desventajas están dispuestos a participar en el intercambio y, como resultado, apoyar el crecimiento futuro del turismo local porque les permitirá sobrevivir y satisfacer sus necesidades.

2.1.12 Teoría general de la antropología económica

La antropología económica que hoy en día se habla nació tarde, ya por el siglo XIX, dándose en medio de una resistencia etnocéntrica por lo que es necesario mencionar a Marshall de 1890 que al respecto indicó: que, aunque se tenga una escasa data o información con relación a las tribus salvajes, se sabe que estas muestran una curiosa uniformidad en su carácter, ello en medio de una variedad de detalles. Los aspectos de clima y ascendencia se dan de manera diferente por lo que ello no afecta en determinar la existencia de salvajes que habitan en un lugar con costumbres y viven bajo el dominio del impulso, por lo que a veces se abren líneas solo para sí mismos; generalmente evitan prever el futuro tanto el cercano como el lejano, además que demuestran ser caprichudos a pesar que estar bajo costumbres, en cuanto a la gobernanza esta se da por un antojo momentáneo, donde están dispuestos a realizar actividades duras pero que en cualquier momento lo dejan a un lado, por ello evitan estar en una misma actividad por mucho tiempo evitando así las actividades pesada, pero la mujer es la más perjudicada debido a que asume un rol dentro de las actividades que no se pueden dejar de lado, Marshall, (1936 p. 88).

Adam Smith (1776) se centra en decir que allí se formuló el principio de la nueva ciencia: es decir la premisa de la evolución humana. Pero en base a este concepto se da una serie de evoluciones con relación al etnocentrismo y el evolucionismo unilineal, pero antes mencionar que los primeros conceptos se dieron en el siglo XVIII teniendo como representantes a Buffon y a Concorcet. Concerniente a ello en su mayoría los autores que tocan el tema del evolucionismo son abogados entre esta lista están Bachofen proveniente de Suiza, se tiene a Marx perteneciente a Alemania, de Inglaterra a Maine y Mc Lennan, así también a Lewis Henry de los Estados Unidos y por último en Francia Fustel de Coulanges quien no

era abogado sino que este era un historiador, por lo expuesto las preguntas en su mayoría eran planteadas en términos jurisprudenciales, por lo que se ahonda en temas y estudios del derecho de propiedad y a ello se le suma otros aspectos legales correspondiente a la organización económica del derecho de propiedad, tratada desde algo sencillo hasta lo más complejo. Otro aspecto a tratar es que la temprana conceptualización de la antropología económica se perfilaba más como el estudio de la cultura material, debido a que la antropología en ese entonces se enfocaba a la producción museográfica. Marshall, (1936 p. 57).

2.1.13 Antropología Económica

El campo de esta Antropología particularmente se fundamenta por el análisis de los materiales que procedían de aquellas comunidades no civilizadas y estas debían de compararse con el material perteneciente a los economistas modernos, donde se logre comparar los supuestos, llegando a un punto en el que las generaciones se ajusten para incluir fenómenos tanto cultos como no cultos en un conjunto de elementos realmente universales que rigen el conducta del ser humano Firth (1974 p. 108).

Por otro lado, Godelier (1974 p.87), se centra en mencionar que la antropología económica fue en un inicio la extensión de la Economía Política, enfocadas en las sociedades que permanecían en abandono por parte de los economistas. Pero no solo se basa en ello, sino que tiene una conceptualización propia donde presenta una adopción menos restrictiva indicando que esta antropología tiene por objeto el comparar los sistemas económicos tanto reales como posibles.

En este contexto, la tesis formalista se centra en que la Antropología Económica debe de estudiar absolutamente los comportamientos humanos donde se

conoce que se trata de combinar los medios escasos con el propósito de alcanzar los fines. Tratando a fondo los aspectos de la "escasez" y de "maximización" que son muy importantes. Suponiendo que estos dos factores obligaron a los mecanismos de producción y consumo a abordar las problemáticas del lado de la oferta llamando la atención sobre un asunto fundado. Según el autor Herskovits, mencionar la disminución de la riqueza es un hecho global. De este modo al llevarlo a cabo implica que se traten los temas de la "opción" donde se decía por la cantidad del bien y su propia naturaleza. En resumen, sin dar mayor importancia a la complejidad de la sociedad, se tiene que trabajar en el desarrollo de la adaptación de los medios a los fines y por otro lado la economización de los medios con el propósito de maximizar los fines, evidenciándose así los problemas fundamentales, Herskovits, (1940 p. 157).

La expresión "economía informal" desde la década de los sesenta es decir en sus inicios ha estado vinculada con las economías correspondientes a los países periféricos pertenecientes al sistema capitalista. En tanto, la "otra economía" se da cuando se hacen acciones para la transposición del marco conceptual a otros contextos así también el de los modelos econométricos, donde la formalización de la economía aún no había alcanzado las cotas de aquellos países industrializados, por una cuestión en particular como la debilidad de los aparatos del estado (la existencia de la burocracia, la no política y ni represiva)

En este sentido, se sabe que los primeros trabajos eran realizados y estudiados por los especialistas de desarrollo los cuales constatan la incidencia de esta economía en las diferentes naciones. Pero el autor Martínez (1991) afirma que, K. Hart (1973 p.86) un antropólogo británico fue la persona que por primera vez usó esta expresión precisamente en su estudio sobre la ciudad de Accra(Ghana donde ahonda en las

diferentes modalidades de empleo y además considera la diferencia entre el trabajo que se da en el sector informal y el que se da en el otro sector moderno es decir el formal dentro de una misma economía.

2.1.14 Formas de ganarse la vida desde la antropología económica

Todo parte de una pregunta dirigida a la antropología económica contemporánea, siendo esta ¿Qué hace la gente para vivir y por qué? Narotzky, (2013 p. 150). Esta pregunta conlleva a centrarse en los procesos económicos desde sus inicios, pero sin poner de lado la dimensión estructural la cual se basa en la práctica de reproducción social de un grupo perteneciente a su lugar en la estructura social. Al respecto, precisamos que las implicaciones económicas, sociales y además medioambientales del capitalismo correspondiente a la fase de la globalización neoliberal dentro del mundo del trabajo y las diferentes oportunidades para adquirir un salario, bienes o servicios ayudan a la reproducción social dentro de un plano estructural con la presencia de un movimiento que ayuda al funcionamiento y al modo de una producción; además del ámbito de la continuidad y los cambios de los sistemas que permiten sostener la vida de la sociedad, Comas, (1998 p. 129).

Plantearse diferentes interrogantes acerca de la forma en que se ganan la vida las personas pertenecientes a una población, es una forma de comenzar con el estudio de la reproducción social, donde se supone que cada persona produce lo necesario para llevar una vida pero a la vez ello viene a ser un tanto dominante, es así que “que cada proceso social correspondiente a la reproducción conlleva a un proceso de reproducción” El autor Marx, (2009 p. 65), menciona que “es fundamental que los hombres particulares se reproduzcan así mismo como hombres particulares para que se dé la reproducción de la sociedad”.

Los constreñimientos que se han ido dando a cerca de las transformaciones

estructurales dentro del mundo del trabajo, conllevan a la necesidad de que las ciencias sociales recurran a nuevos enfoques para así entender la reproducción social. Por lo que se considera primero analizar las prácticas asociadas a una persona o a la unidad doméstica conociendo cómo esta llega a subsistir y segundo como estas prácticas están vinculadas con la lógica de la acumulación. En ese sentido, se tiene a la diversidad para ganarse la vida (Narotzky, 2013 p. 57), donde se amplía el conocimiento del trabajo que va más allá del trabajo asalariado y de los mercados laborales.

Las economías rurales están desarrolladas por contextos como la existencia de una vida sin salario Denning, (2010), a ello se le puede sumar el acceso precario y la existencia discontinua al trabajo asalariado. Por lo que es fundamental centrarse en la etnografía y analizar las articulaciones precarias o sólidas correspondientes a las personas y familias, por otro lado, las economías regionales que también tocan los temas de vida el salario, el capital y el trabajo remunerado.

Por lo expuestos, compartimos con los autores Salas & Paleta (2016 p.60), quienes ahondan en la ruralidad y en aquellos espacios rurales “los que no necesariamente deben de definirse, sino que deben de caracterizarse en términos etnográficos”. Es así que una antropología económica correspondiente a los modos de ganarse la vida debe de ayudar a alcanzar ese objetivo, sumado a ello los enfoques teóricos y las posibles discusiones, que conlleva a pensar en la relación de lo mencionado con los procesos estructurales de reproducción social.

2.1.15 Teoría de la racionalidad instrumental mínima

Nos interesa aplicar estas ideas al campo de la administración mientras examinamos cómo se ha desarrollado desde la Revolución Industrial para llegar a avances y aportes de otras disciplinas que tienen una comprensión más profunda del

comportamiento humano y aún tienen más reservas sobre la idea de completa y perfecta racionalidad. Bonatti, (2019 p. 38).

El modelo económico neoclásico fue utilizado para tomar decisiones de modo lógico, posteriormente a la Revolución Industrial, de acuerdo al conocimiento evaluado por Taylor y Fayol. Para lograr lo deseado, este representante lógico busca extender las ganancias, o al individuo de modo económico. Los axiomas y teorías de Von y Morgenstern darán lugar a la primera teoría normativa a partir de 1947, consecutivamente examinado y perfeccionado por diferentes autores a través del tiempo. De acuerdo a algunos valores que sugieren una conducta lógica, el decisor evalúa las irregularidades y resultados de muchas opciones, y mayormente extendiendo el importe de los diferentes resultados de un nivel potencial que son consecuencia de su propia función de utilidad. Bonatti, (2019 p. 157).

Esta función es el "valor subjetivo" que el decisor atribuye a sus resultados financieros. El fundamento de cualquier teoría utilitaria es esa función basada en valores. Aquí se introduce la idea de un agente económico que actúa racionalmente de acuerdo con sus preferencias conocidas, establecidas e inmutables. Su objetivo permanente es de extender las ganancias de lo que resulte en la situación financiera. Toda predilección personal que vaya en contra de las presunciones establecidas (como la transitividad y el orden completo de predilecciones) es, a los ojos de los autores, un procedimiento absurdo.

Estas hipótesis sugieren que el decisor conoce de antemano todas las opciones que tiene a su disposición y que elegirá siempre la que le proporcione mayor uso. Al determinar los objetivos o la escala de preferencias de un individuo, no se tienen en cuenta ni su percepción de sí mismo ni su estado emocional. En caso que esto resulte, se mostraría que una conducta poco racional. Siendo la reacción

más lejana a una actitud racional plena comprometida en la esfera social. Es el concepto del robot decisor, que toma decisiones de forma totalmente racional y sin sesgos ni convicciones previas.

En la Racionalidad Global, que responde a la idea de la Teoría Neoclásica, el proceso de toma de decisiones se basa en la idea de que el decisor tiene un propósito, es consciente de todas las alternativas y sus potenciales efectos futuros, y es capaz de tomar decisiones basadas en ese propósito, maximizando el resultado deseado. En otras palabras, tenemos el "decisor del robot".

Debido al conocimiento obtenido a través del análisis del comportamiento humano, se sabe que el proceso de toma de decisiones es imperfecto e incompleto. Esto se debe a que los decisores tienen sus propias limitaciones que afectan su conocimiento del mundo que les rodea, lo que repercute en la determinación de los fines, medios y función real de la utilidad. Mencionamos la psicología y la sociología como disciplinas que contribuyen a nuestra comprensión del comportamiento humano. Simon, (2003 p. 74).

Los seres humanos filtran el mundo primero a través de sus sentidos, seguidos de sus mentes, que están formadas por sus experiencias genéticas, culturales, históricas y únicas y que los definen a través de sus personalidades, rasgos de carácter, emociones y, por último, pero no menos importante, las señales ambientales. Además, se tiene que tomar en consideración nuestros condicionamientos, aceptar el rol de defensor del diablo, añadir las recomendaciones y sugerencias de otras personas que toman decisiones relacionadas, y también incitarnos a disputar los procedimientos normales y las actividades rutinarias que generan poco más que atravesar limitaciones. Se tiene que anhelar encontrar las señas alarmantes que ocasionalmente experimentamos sin profundizar porque

nuestro deseo inconsciente de simplificación siempre estará ahí.

2.1.16 Racionalidad instrumental

El concepto de "lo racional" en Weber es difícil de entender debido a las múltiples formas en que nuestro autor utiliza la palabra "racional", al igual que muchos otros conceptos clave en su obra. Por ejemplo, Weber afirma en la página 87 de su libro de 1984, "el capitalismo actual, para lograr conceptualizarlo por la búsqueda racional (deliberada y sistemática) de ganancia mediante la organización racional (sistemática y calculable) de actividades formales y libres y por medio del cambio racional (impersonal, únicamente instrumental) de negocios, orientado por métodos contables racionales (exactos, únicamente cuantitativos) y confirmados y resguardados por sistemas legales y políticos racionales (reglados y predecibles). Y la devoción por motivos racionales a la acción económica por motivos racionales como un medio para reducir la presión intolerable a la que están sujetas las personas como resultado de la doctrina de la predestinación por motivos racionales son características del protestantismo ascético. Weber, (1984 p. 88).

Para analizar la génesis de estas regularidades o patrones de acción, el binomio pragmático-racionalidad teórica resulta insuficiente, por lo que Weber recurre a la noción de racionalidad sostenida. Las racionalidades prácticas, teóricas, formales y sostenidas son las cuatro categorías básicas de la racionalidad weberiana. Los tipos de racionalidad son, para Weber, "sólo las herramientas heurísticas básicas que utilizó para examinar los resultados históricos del proceso sociocultural de racionalización; no son fines en sí mismos."

La racionalidad formal se restringe al cálculo de medios y fines sin tener en cuenta ningún tipo de consideración sustantiva. Esta última, que se limita a consideraciones técnicas y no se ve afectada por exigencias "éticas, políticas,

utilitarias, hedonistas, estamentales, irracionales o de cualquier otro tipo", es como Weber contrapone la racionalidad formal y la racionalidad material o sostenida.

Similar a la racionalidad práctica pero distinta de la racionalidad teórica, la racionalidad sustantiva ordena directamente la acción en términos de sus objetivos; sin embargo, a diferencia de la racionalidad práctica, esto se hace en relación con los valores postulados por Weber, (1984 p. 90).

La noción de "racionalidad instrumental" es un discurso de atribución de sentido que se basa en la idea de que el conocimiento obtenido a través de la ciencia es objetivo y verdadero. Este discurso predominante es el resultado y apoya el crecimiento de las sociedades "productivistas" contemporáneas que son a la vez competitivas y socialistas Maffesoli, (1977 p. 43).

La uniformidad del discurso de la racionalidad instrumental es uno de sus principales efectos. En la era del capitalismo, la utilidad y la eficacia son los valores dominantes en torno a los cuales se orienta la actividad en el contexto de las acciones instrumentales. La mentalidad "intelectual" da paso a la ciencia que se pone al servicio de la producción, citada como el único fin que hace útil (y, por tanto, legítima) la acción humana. Debido a su omnipresencia, la lógica de producción se desplaza fuera del ámbito del trabajo y se convierte en un tipo generalizado de control y dominación. Dicho de otro modo, inclusión de los sujetos dentro de un fin predeterminado para dar sentido a la existencia.

2.1.17 La violencia en la racionalidad instrumental

Por medio de la racionalidad instrumental, la ideología se condensa en justificación discursiva y asume formas normalizadas de existencia, impidiendo con tanta omnipresencia las condiciones de una crítica que permitiría transformar manifestaciones abiertas, interhumanas y concretas de la espontaneidad humana

mediante el uso de libertades formales más que libertades materiales. Por ello, una sociedad que se ha hecho efectiva en la satisfacción de las necesidades de sus miembros se vuelve inmune a la heteronomía y al derecho a la expresión práctica de la diferencia que cumple una función fundamentalmente crítica. Martínez M., (2007 p. 57).

Por ello, luego de tomar conciencia del giro de la violencia que demanda una estructura administrativa basada en el trabajo, es importante reconocer los territorios que la sostienen y fortalecerla para que no quede lugar a la crítica.

En conclusión, el trabajo es la actividad que permite al ser humano producir en el medio en que se desenvuelve superando los límites de lo que ya es posible. Y es en el lugar de trabajo donde existe el potencial para que el ser humano destruya no sólo sus propias obras sino también el mundo natural que las sustenta. Además, debido a la sistematización y universalidad de la racionalidad instrumental, así como los niveles en los que, sobre todo, ha llegado a configurar las relaciones humanas, la sobreexplotación del mundo natural es también una consecuencia de este desarrollo. De tal manera que es imposible dejar de hablar de la violencia y la destrucción que eventualmente se vuelven sobre los seres humanos, donde el ritmo moderno de trabajo y el racionalismo instrumental han establecido el postulado de que todo es posible. Según este principio, lo posible va más allá de lo que se puede decir o describir. Se extiende más allá de las posibilidades "normales" de comprensión y crea un ser humano cuya artificialidad le ha permitido crear una humanidad superflua y crear un ser que está única y exclusivamente preocupado por su supervivencia.

Esto establece que las personas representadas por el homo Faber viven en un mundo esencialmente instrumental donde, a partir de sus propios modelos, primero crean utensilios e instrumentos antes de transformarlos en nuevos productos. Esto es

posible por la instrumentalidad de los productos porque queda impregnada por categorías medio-finas. Por eso todo pierde su valor en un mundo donde la utilidad se valora por encima de todo como fuerza reguladora y conformadora de la realidad. La razón es que el carácter instrumental de los objetos los hace caer en una espiral sin fin en la que cada resultado final se transforma en un paso intermedio en un movimiento imparable.

La sociedad de mercado impone sus normas con la fuerza de la violencia que frena la acción humana, y esta realidad se ofrece como única vía y alternativa para la restauración de la diversidad perdida. Pero se trata de una recuperación ficticia ya que no llega a lo más profundo o, mejor aún, a la superficie de la vida cotidiana de la mayoría de las personas, que es donde les es posible realizar sus proyectos, aspiraciones y expectativas. No hay alternativa a la omnipresencia de la sociedad de mercado, no porque no exista, sino porque el mercado se presenta como la única clave para entender la realidad política, social y cultural. El monopolio mundial llegará a su fin gracias a una recuperación de los elementos humanos y políticos, que también restaura la responsabilidad que se perdió en el cambio de siglo.

2.2 Marco conceptual

- **Actividad turística.** Se refiere al acto de visitar diferentes lugares, donde el visitante dispone de su tiempo y por ello requiere que se proporcione algún tipo de seguridad en los servicios que adquiere, Amparo, (2015 p. 84).
- **Aculturación.** Se considera que es un proceso social donde se encuentran dos culturas que no son iguales, sino que uno tiene la particularidad de ser dominante y la otra es la dominada Mujica, (2014 p. 57).
- **Antropología del turismo.** Este término es aún reciente debido a que hace algunas décadas fue conocido. Además, que si lo comparamos con las demás antropologías (de

parentesco, económica, política, etc.) esté resulta un tanto anecdótico, (2017 p. 105).

- **Turismo cultural.** Se asocia con aquella actividad turística que realiza la persona con el propósito de estudiar y conocer cada una de las características culturales de un determinado lugar. Además, la extensión geográfica de este turismo puede darse en una escala baja es decir el hecho de visitar un lugar o ya sea de gran magnitud cuando se visitan lugares del país Chavez, (2017 p. 15).
- **Motivos de viaje.** Para el autor Borman (1930 p.69), es un conjunto de viajes el cual se realiza con el propósito de satisfacer un placer o también puede ser por motivos comerciales o profesionales o ya sea por otros motivos, por ello la ausencia es temporal, mencionar que el trasladarse diariamente al centro de trabajo no se considera como turismo de viaje.
- **Tiempo de permanencia.** Comprende la pernoctación donde el periodo puede ser superior a 24 horas o ya sea menor a un año, con el propósito de salir de la rutina y disfrutar de los lugares que se conoce, siendo entendido como un desplazamiento que hace la persona, Rodríguez, (2010 p. 47)
- **Actividad Turística.** Se considera como un factor importante para el crecimiento económico local y además genera inversión, por lo que se tiene mayor empleo, existe la distribución de rentas y se impulsan así otras actividades como puede ser la agricultura, la artesanía o la pesca en las localidades. Por ello los pueblos pueden dar un giro positivo donde se evidencia un mejor bienestar de las personas es decir calidad de vida, OMT, (2008 p. 29).
- **Racionalidad Instrumental.** Se refiere a la elección racional el cual es instrumental, es decir este es guiado por el resultado de la acción. Donde dichas acciones no se dan porque sí, sino que en el fondo tienen algún propósito. Pero se ven casos donde la acción instrumental termina siendo irracional, Elster, (1999 p. 80).
- **Ocio.** Está representado por un tiempo, como puede ser las vacaciones o el hecho de

que la persona finalice sus actividades o el estudio, por lo que en este tiempo aprovecha para realizar actividades de placer como el deporte, bailar, entre otros, Peiro, (2017 p. 54).

- **Negocios.** Se considera como una actividad económica donde el objetivo es recibir las utilidades por el servicio o el producto que se está ofreciendo, donde el cliente debe de satisfacer su necesidad, Peiro, (2017 p. 15).
- **Turismo de aventura.** Se asocia a diferentes términos, como el turismo deportivo o ya sea el de adrenalina, o el turismo de reto, en fin, son diferentes términos ello provoca que el visitante esté confundido, además los prestadores del servicio también son los perjudicados por que tienen una cierta preocupación y carecen de un correcto conocimiento, Ibañez & Cabrera, (2011 p. 108).
- **Turismo religioso,** lo realizan aquellas personas que tienen algún grado de devoción o fervor de tipo religiosa, donde lo que menos importa es el sexo, credo o estatus social, porque la finalidad se enfoca en cumplir una promesa y el ser agradecido por algún beneficio. Este turismo tiene una particularidad debido a que la persona es recurrente en el sitio cada cierto tiempo es decir es fiel al lugar Sectur, (2004 p. 78).
- **Turismo de negocio,** el principal motivo de realizar esta actividad es el hacer acuerdos laborales o de tipo profesionales, este se puede realizar de forma individual o ya sea grupal, en este viaje se tienen diferentes segmentos y productos, como pueden ser las reuniones de negocio, donde se tratan temas de interés; además se engloba a los viajeros de negocios los que visitan varios lugares y en cada uno de ellos dan a conocer la actividad o el producto que ofrecen o ya sea la actividad profesional, este último se refiere a las capacitaciones, los congresos, las convenciones, etc., Ramos, (2009 p. 47).
- **Consideración material,** la conceptualización depende del contexto. Es así que se hace mención a la perspectiva con la que se analiza el término, por ello se puede llegar a una

diversidad de definiciones; como el que se asocia con tener que llevar a cabo una actividad o labor o ya sea un elemento importante para una determinada acción, Pérez, (2008 p. 28).

- **Exigencias éticas y políticas**, está orientado especialmente a la actividad pública donde existe un debido acuerdo ético-político construyéndose así los discursos normativos. Por lo que se tiene a la política la cual debe de ser explicada en base a los criterios morales, Aranguren, (2001 p. 47).
- **Racionalidad práctica**, está considerado como parte de una estrategia o un método donde se trabaja en base a un fin y con los medios adecuados, Varo, (2019 p. 42).
- **Valores subjetivos**, está enfocado en el estudio de valor tanto de los bienes como de los servicios. Un ejemplo de ello es que el valor del producto está medido por la importancia que tiene para la persona que lo adquiere. A la fecha se sabe que este término tiene diferentes teorías, Peiro, (2017 p. 29).

2.3 Antecedentes empíricos de la investigación

Internacionalmente, según Mendoza, Monterrubio & Fernández (2011), en estudio sobre el impacto social del turismo, México, descubrieron que el turismo ha creado empleos y nuevas oportunidades económicas en la zona. Adicionalmente, se informó que la cantidad de proyectos de construcción, la mejora de la infraestructura y el crecimiento de las oportunidades recreativas están todos relacionados con el turismo. Por otro lado, aunque el turismo no se correlaciona con aumentos en el crimen, la prostitución o el pandillerismo, sí se correlaciona con aumentos en la congestión del tráfico, el costo de los bienes y servicios y una disminución en los estacionamientos.

Para Santana (2002 p.23) en su artículo científico “Turismo cultural, culturas turísticas” argumenta que para que los grupos locales respondan a las demandas del mercado, los procesos de producción cultural conducen a nuevas formas de interpretar la

autenticidad y expresar su imaginación y dinamismo.

A nivel nacional, según Tinoco (2003), en su artículo científico: Los impactos del turismo en el Perú, Reconoce que el turismo se desarrolla principalmente en entornos naturales y, en el caso de las áreas urbanas, incluye recursos culturales, que tienen una alta vulnerabilidad a una afluencia masiva de turistas. Hay dos corrientes contrapuestas: por un lado, hay una tendencia creciente hacia la preservación del medio ambiente, y por otro, hay una industria que atrae a millones de visitantes y millones de dólares y tiene la naturaleza como escenario principal. Estas dos corrientes, la conservación y el turismo chocan con frecuencia porque no son necesariamente buenos amigos. El objetivo de este documento es examinar la relación entre los dos temas con el fin de armonizar los enfoques en beneficio de la industria del turismo.

Para Farré (2015 p.65). El impacto del turismo en Perú: análisis histórico de los impactos económico, social, medioambiental y cultural. En su tesis doctoral: “El impacto del turismo en Perú: análisis histórico de los impactos económico, social, medioambiental y cultural”. Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), Lima-Perú, 2015, considerar los aspectos relacionados con el estudio del turismo como fenómeno sociológico y psicológico para comprender la trascendencia de esta industria a escala mundial e internacional. _ En segundo lugar, abordaremos los aspectos relacionados con la historia peruana en general y el crecimiento de su turismo en particular. En tercer y último lugar, discutiremos la cuestión del impacto. Esta división es crucial ya que la temática es amplia y diversa, existe un cuerpo importante de literatura y no debemos olvidar que la tesis es una investigación de los efectos del turismo en el Perú desde la perspectiva del análisis histórico.

En el ámbito local, según Gutiérrez & Guerra (2017), en su tesis de pregrado: “Actividad turística y su impacto en el patrimonio cultural inmueble del distrito de

Ollantaytambo”. Universidad Nacional San Antonio Abad de Cusco. Cusco - Perú 2017, Encuentran que el turismo fue estimulado por importantes descubrimientos arqueológicos y el deseo de la gente de participar en nuevos conocimientos y descubrimientos sobre el mundo. Como resultado, el turismo se extendió a todas las economías del mundo y ahora está siendo utilizado por las comunidades receptoras. Principalmente en términos económicos, lo que les permite reconocer el turismo contemporáneo tanto como el turismo tradicional de sol y playa como el turismo cultural. En las últimas décadas, el turismo global se ha incrementado, dejando efectos negativos en algunos destinos turísticos donde era extremadamente popular. Como resultado, se han establecido nuevas medidas y nuevos términos para el turismo, como la conservación y la prevención.

Según Flores (2006), en el artículo: “Racionalidad e Irracionalidad: turismo en el Cuzco”, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, concluye que todos los viajeros, sean o no turistas, están incluidos en los costes globales. Un turista se define como alguien que pernocta en un lugar distinto al de su residencia habitual, y esta definición se aplica urbi et orbi a todo viajero. Cuando el terrorismo alcanzó sus puntos más altos, hubo una caída notable en el turismo, especialmente como resultado de sus acciones. La economía ha seguido creciendo ininterrumpidamente desde que superó la crisis financiera del siglo XVIII. En respuesta a la crisis, se introdujeron nuevas oportunidades como el turismo musical. Sin embargo, a pesar del optimismo mostrado por la industria turística, el número de viajeros aún no llega al millón anual. Es la meta ideal que todos esperan alcanzar, empezando por el Viceministro de Turismo y también los operadores locales (tour), posaderos, gerentes de hostales, propietarios de restaurantes económicos, guías de viaje y más artesanos locales.

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1 Hipótesis

a. Hipótesis General

El turismo influye medianamente en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografías en el centro histórico de la ciudad del Cusco, 2020 – 2021.

b. Hipótesis específicas

- Los motivos de viaje del turista influyen medianamente en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía. Puesto que el motivo de viaje determina la visita de un destino turístico y las actividades que este pueda realizar durante su estadía.
- El tiempo de permanencia del turista influye medianamente en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía. Porque el tiempo de permanencia del turista es de vital importancia para las mujeres oferentes de fotografías puesto que de esto dependerá la frecuencia de encuentros que tengan con los turistas.
- Las actividades del turista influyen medianamente en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía. Porque las distintas actividades que realizan los turistas darán la oportunidad de encuentro con las mujeres oferentes de fotografías en la ciudad del Cusco.

3.2 Identificación de variables e indicadores

Variable Independiente

- Turismo

Variable Dependiente

- Comportamiento de las mujeres basado en la racionalidad instrumental.

3.3 Operacionalización de Variables

Variables	Definición de la variable	Dimensiones	Indicadores
VI: Turismo	Para la OMT (2006), el turismo también abarca las tareas que efectúa la gente (turistas) durante un viaje y de la gente que se establecen en diferentes sitios a su ambiente cotidiano por una etapa constante de duración menor a 1 año, por razones de descanso, comercio, etc (p. 65).	Motivos de viaje	<ul style="list-style-type: none"> • Viaje por ocio • Viaje por negocios • Viaje por otros motivos
		Tiempo de permanencia	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo entre 3-5 días • Tiempo entre 5-10 días • Tiempo entre 10-12 días
		Actividad del turista	<ul style="list-style-type: none"> • Actividad referida al turismo cultural • Actividad referida al turismo de aventura • Actividad referida al turismo religioso
VD: Comportamiento racional instrumental de las mujeres	Según Weber (1984), la búsqueda racional (deliberada y sistemática) de beneficio por medio de la organización racional (sistemática y calculable) de tareas formales y libres y mediante el intercambio racional (impersonal, únicamente instrumental) de mercado, orientado por métodos contables racionales (exactos, únicamente cuantitativos) y confirmados y respaldados por sistemas legales y político-racionales (reglados, predecibles) (p.76).	Racionalidad formal	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo de negocios • Consideración material • Consideraciones técnicas • Exigencias éticas y políticas
		Racionalidad sustantiva	<ul style="list-style-type: none"> • Racionalidad practica • Valores subjetivos

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1 Ámbito de estudio: localización política y geográfica

Cusco, antigua capital inca, cuenta con una población de 465 376 habitantes, el desarrollo socioeconómico de la ciudad está basado en la actividad turística, 8 de cada 10 empleos están directamente relacionados con la actividad turística y por lo tanto la actividad principal en nuestra ciudad es el turismo. La reseña de la ciudad imperial del Cusco está compuesta por distintas afirmaciones, una de ellas es que la Plaza de Armas es un lugar que condensa una cierta significación mítica. En comparación a Lima que es la ciudad de origen colonial, Cusco fue la capital del imperio inca por lo que se asocia a los mitos fundacionales. El hecho de que se dé la llegada de los conquistadores genera que se dé drásticamente la superposición de tradiciones culturales Alonso (2012 p. 14).

Cusco como provincia se ubica exactamente en la parte central de la Región de Cusco, las provincias de Calca y Urubamba son el límite por el Norte, seguido por el Sur que se tiene a la provincia de Paruro, la provincia de Quispicanchi que limita por el este y por último por el Oeste con la provincia de Anta, todas las provincias mencionadas son parte del crecimiento de la ciudad, con respecto a la morfología esta está conformada por el Río Huatanay y sus tributarios Municipalidad Provincial del Cusco, (2015).

En el Centro Histórico de la Ciudad del Cusco se puede apreciar lugares asombrosos, estos resaltan principalmente por los diseños de la civilización Inca. A ello se le suma la fusión de la cultura española y la cultura andina evidenciándose así una belleza única e incomparable, además se tienen una serie de costumbres ancestrales y tradiciones, siendo así una de las ciudades más cosmopolitas en Perú. Es así que el recorrer los diferentes lugares del Cusco permite conocer más sobre la realidad viviente de los edificios

coloniales que fueron construidos sobre bases y muros de antiguos palacios Incas; la existencia de estos estilos arquitectónicos implica que el Cusco sea único en el mundo por lo que se le considera como capital del imperio de los incas, además que los turistas se llevan un regalo visual de las joyas arquitectónicas y estas se consideran como obras de arte, Municipalidad Provincial del Cusco, (2015).

4.2 Tipo y nivel de investigación

El **tipo de investigación** es cuantitativo, este trabaja en base a los hechos o fenómenos sociales, donde se tiene un escaso interés por los estados subjetivos del individuo Rodríguez M., (2010 p. 102). Este método recurre al uso de inventarios, cuestionarios y análisis demográficos que son representados por números, para ello también se hace uso de la estadística la que permite hacer un correcto análisis para que en adelante se decida aprobar o rechazar la relación de las variables que son definidas operacionalmente, los resultados a los que se llega generalmente se presentan en tablas y gráficos estadísticos, y también se hace un análisis estadístico.

El **diseño de investigación** es no experimental, debido a que las variables de estudio se tratan tal y como son, es decir se observan en su estado natural. Por lo que, las variables en ningún momento son alteradas o manipuladas, todo ello con el propósito de que en adelante se haga un análisis real, Hernández Sampieri & Fernández Collado, (2010 p. 145).

El **nivel de investigación** es descriptivo-correlacional, este se centra en conocer el grado de relación que en algún momento se pueda dar entre dos o más conceptos o variables, en resumen, se busca establecer o conocer si hay o no hay una correlación, además de saber de qué tipo es y llegar a determinar el grado de intensidad. Por otro lado, se puede deducir que los estudios correlacionales ven si existe una relación o no de los fenómenos, Hernández, Fernández, & Baptista, (2014 p. 59).

4.3 Unidad de análisis

Para el presente trabajo de investigación se tuvo especial dedicación a los motivos de viaje que tiene el turista para así decidir su viaje al destino turístico del Cusco, de igual manera se tendrá especial consideración al tiempo de permanencia de los mismos, porque de esto dependerá las actividades que el turista realice durante su estadía en la ciudad del Cusco, y éstas en qué medida inciden en la racionalidad instrumental de las mujeres.

4.4 Población de estudio

La población de estudio para el presente trabajo de investigación estuvo conformada por 50 mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico de la ciudad del Cusco.

4.5 Tamaño y técnicas de selección de muestra

La muestra estuvo compuesta por 50 mujeres que laboran como oferentes del servicio de fotografía en el Centro Histórico de la ciudad del Cusco. De esta manera el estudio fue de tipo censal, porque se trabajará con el total de la población objeto de estudio.

4.6 Técnicas de recolección de información

Las técnicas que se utilizó en el trabajo de investigación fueron los siguientes:

Encuesta, la presente encuesta se aplicó a la población objeto de estudio para poder recabar los datos pertinentes y sustentar la investigación. En términos conceptuales, la encuesta es un estudio efectuado a una muestra representativa de individuos, representación de un grupo más extenso, y se realiza en el ámbito de la vida diaria, haciendo uso de métodos estandarizados de cuestión, con el propósito de conseguir mediciones cuantitativas de una enorme diversidad de características objetivas y subjetivas del Universo estudiado García, (1993 p. 43).

4.7 Técnicas de análisis e interpretación de la información

Para llevar a cabo de manera correcta el post análisis y la interpretación de los resultados se recurrió a usar el software SPSS (versión 23), el cual sirvió como recurso estadístico siendo uno de los instrumentos importantes y formidables para el trabajo de campo debido a que se obtienen gráficos y tablas correspondientes a los resultados de las encuestas, para ello se siguieron los siguientes pasos:

Primer paso: Se procede a organizar la información obtenida y los datos que fueron recolectados en la encuesta.

Segundo paso: se procedió a procesar cada uno de los datos recogidos usando el programa SPSS que permite ordenar la información de los datos específicos a estudiar.

Tercer paso: La información que se obtiene por medio del programa SPSS 23, es resumido en tablas y está de forma detallada en gráficos o figuras estadísticas donde se conoce los resultados de las variables de estudio (turismo y su impacto cultural).

Cuarto paso: Teniendo ya las tablas y los gráficos correspondientes a las variables se procedió a hacer un análisis y su respectiva interpretación es así que se conoció el estado actual del turismo en el centro histórico del Cusco y las mujeres que se dedican a las fotografías con turistas.

Análisis de contenido: Forma parte de las técnicas sistemáticas y ayuda a conocer y analizar los símbolos de comunicación, con respecto a las reglas de medición válidas se procede a asignarles valores numéricos y además se analiza las relaciones de los valores, para ello se requiere hacer uso de los métodos estadísticos con el propósito de definir el dialogo, de igual forma, trazar inferencias acerca su concepto o deducir desde una perspectiva de productividad y

de consumo Riffe, Lacy, & Fico, (1998 p. 87).

En este sentido, esta técnica forma parte de las técnicas cuantitativas, donde se trabaja con amplia información teniendo así a una muestra representativa, por lo que en adelante se puede llegar a hacer generalizaciones al universo. En el actual estudio concretamente no nos orientamos a hacer un análisis cuantitativo de las revistas sociales, debido a que solo lo usamos para conocer las características físicas y el contenido de las revistas.

4.8 Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis planteadas

Para el actual estudio fue necesario recurrir a la técnica que se aplicó para contrastar la hipótesis siendo este el coeficiente de correlación de Spearman, este forma parte de la prueba no paramétrica al momento que se desea medir la correlación entre nuestras variables de investigación y también cuando se incumple la premisa de normalidad en el reparto de estos valores.

El mencionado coeficiente se designa en base a los siguientes pasos. Se comienza con la: Formulación de hipótesis:

a) Prueba unilateral derecha

H₀: X e Y donde se considera el supuesto de que son mutuamente independientes.

H₁: En ella se tiene la tendencia de formar parejas entre los valores grandes de estudio (X y Y)

b) Prueba unilateral izquierda

H₀: X e Y donde se considera el supuesto de que son mutuamente independientes.

H₁: Se da la tendencia de formar parejas entre los valores grandes con aquellos valores pequeños de Y.

c) Prueba bilateral

H₀: X e Y donde se considera el supuesto de que son mutuamente independientes.

H₁: X e Y donde se considera el supuesto de que no son mutuamente independientes.

En los incisos b) y c) se presentan hipótesis unilaterales, ello ocurre cuando el investigador desea conocer si es posible concluir que las variables están relacionadas de forma directa o inversa. En cambio, en el inciso a) se tiene las hipótesis específicas que se orientan a una prueba bilateral, además que se usa cuando se quiere conocer cualquier desviación de la independencia.

4.9 Confiabilidad y validación del instrumento de recolección de datos

Para un correcto proceso de validez de instrumento se procedió a hacer una prueba piloto, al respecto Malhotra, (2008), indica que “consiste en aplicar un cuestionario en una muestra pequeña, con el propósito de conocer y eliminar los problemas existentes”. Por lo expuesto es importante realizar esta prueba piloto, para poner a prueba todos los aspectos propios del cuestionario, estos aspectos engloban principalmente al contenido, al orden en el que se presenta, a la redacción, el formato, el nivel de dificultad de las instrucciones y preguntas, con todos los problemas corregidos se debe de hacer necesariamente otra prueba piloto donde la muestra sea diferente a la primera, este proceso se puede ir repitiendo hasta estar seguros de que en adelante ya no se haga alguna modificación.

Con respecto a la confiabilidad es necesario plantearse la siguiente interrogante: ¿con cuánta exactitud los ítems, reactivos o actividades representan a la población del cual fueron escogidos? Con ello se pretende conocer exactamente la precisión de los puntajes que se pueda obtener (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014 p. 34).

Alfa de Cronbach:

Generalmente este coeficiente es utilizado en aquellas alternativas de respuesta que son politómicas como también cuando se emplea la escala de Likert, siendo el propósito principal el evaluar la confiabilidad o la homogeneidad de las preguntas o ítems. El cálculo se da en base a la varianza de los ítems y del puntaje total Hernández, Fernández, & Baptista, (2014 p. 48).

Variable Turismo

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Nº de elementos
.805	13

Fuente: Software estadístico SPSS -25

Mencionar que si el Alpha de Cronbach se asemeja al valor máximo de uno se considera la existencia de una mayor fiabilidad de escala. En base al programa estadístico del SPSS con respecto a este coeficiente se obtuvo el valor de 0.805, en ese sentido Pino, (2007 p. 17), indica que si se dan valores mayores a 7 (como es este caso) se tiene un instrumento válido y confiable.

Variable Comportamiento racional instrumental de las mujeres

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Nº de elementos
.690	10

Fuente: Software estadístico SPSS -25

Indicar que si el Alpha de Cronbach se asemeja al valor máximo de uno se considera la existencia de una mayor fiabilidad de escala. En base al programa estadístico del SPSS con respecto a este coeficiente se obtuvo el valor de 0.690, en ese sentido Pino, (2007 p. 17), indica que si se dan valores mayores a 7 (como es este caso) se tiene un instrumento válido y confiable.

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1 Presentación y análisis de los resultados

5.1.1 Características de la población objeto de estudio

La población de estudio está conformada por las mujeres oferentes de fotografías en el centro histórico de la ciudad del Cusco, quienes provienen de las zonas rurales, dejando de lado algunas actividades agrícolas y sus lugares de procedencia para así mudarse a la ciudad del Cusco, en busca de mejores oportunidades y de esta manera mejorar su nivel de vida, bajo este contexto el servicio de fotografías que ofertan estas mujeres se realiza de en el centro histórico de la ciudad del Cusco, quienes día a día dejan sus hogares para así apelando a su racionalidad instrumental van en busca de turistas quienes interesados por la ampulosa variedad cultural de la ciudad también desean llevarse recuerdos, especialmente tomarse fotografías con las mujeres oferentes de este servicio quienes lucen trajes típicos de la zona de donde provienen.

5.1.2 Estadística descriptiva – Datos Generales

Tabla 1 *Dato general - sexo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	50	100.0	100.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Fuente: Software estadístico SPSS -25

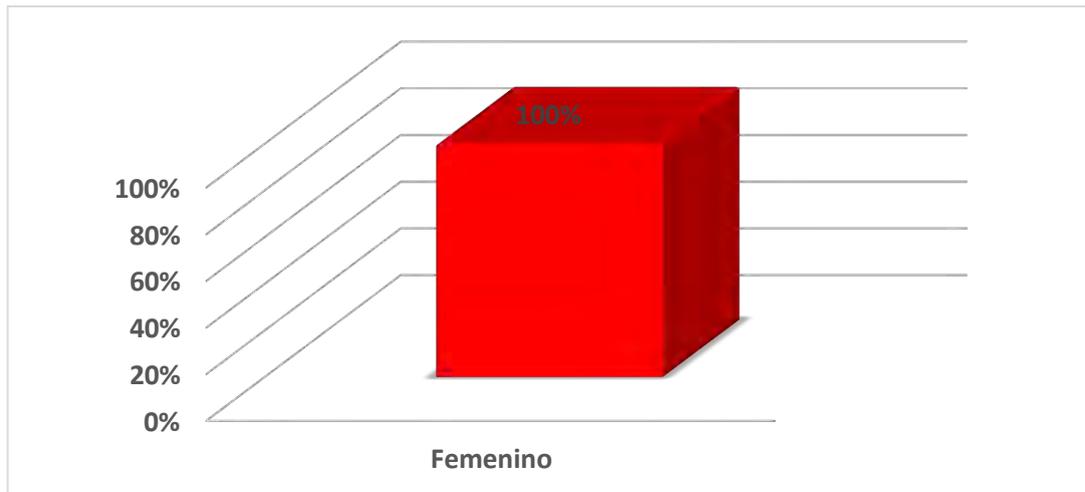


Figura 1 Sexo

Fuente: Software estadístico SPSS -25

Según la Tabla 1 y Figura 1, el 100% de las encuestadas son del género femenino.

Tabla 2 Datos generales – edad de las mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico del Cusco.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	20 a 25 años	15	30	30	30
	26 a 30 años	23	46	46	76
	35 a 40 años	1	2	2	78
	De 41 años a mas	11	22	22	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Fuente: Software estadístico SPSS -25

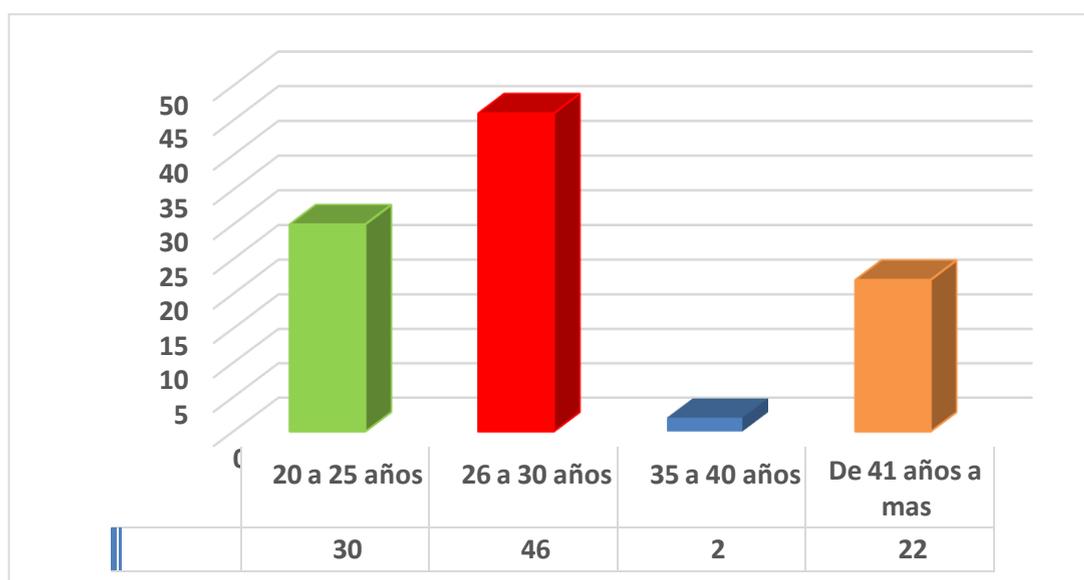


Figura 2 Edad

Fuente: Software estadístico SPSS -25

Según la Tabla 2 y Figura 2, el 46% de las encuestadas (23 mujeres que laboran como oferentes del servicio de fotografía en el Centro Histórico de la ciudad del Cusco) indicaron tener como edad entre los 26 a 30 años, mientras que el 30% de las encuestadas (15 mujeres que laboran como oferentes del servicio de fotografía en el Centro Histórico de la ciudad del Cusco) manifestaron tener como edad entre 20 a 25 años, y el 2% de las encuestadas (1 mujeres que laboran como oferentes del servicio de fotografía en el Centro Histórico de la ciudad del Cusco) tienen entre 35 a 40 años.

Tabla 3 Datos generales – procedencia de las mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico del Cusco

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Urcos	2	4	4	4
Paruro	19	38	38	42
Ocongate	9	18	18	60
Acomayo	20	40	40	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Fuente: Software estadístico SPSS -25

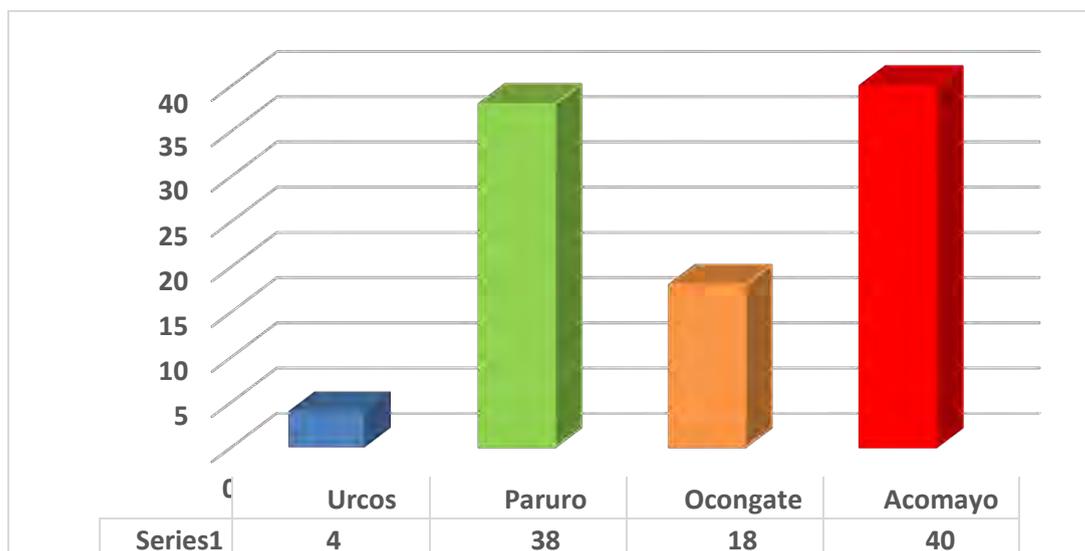


Figura 3 Localidad

Fuente: Software estadístico SPSS -25

Según la Tabla 3 y la Figura 3, el 40% de los encuestadas (20 mujeres que laboran como oferentes del servicio de fotografía en el Centro Histórico de la ciudad del Cusco) indicaron que pertenecen a la localidad de Acomayo, mientras que el 38% de los encuestados (19 mujeres que laboran como oferentes del servicio de fotografía en el Centro Histórico de la ciudad del Cusco) manifestaron pertenecerá la localidad de Paruro, y el 4% de encuestados (2 mujeres que laboran como oferentes del servicio de fotografía en el Centro Histórico de la ciudad del Cusco) manifestaron pertenecerá la localidad de Urcos.

5.1.3 Motivo de viaje del turista y racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía

En esta sección se exponen los resultados de la investigación en torno a la primera variable del estudio, referido a los motivos de viaje de los turistas en relación a la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico de la ciudad del Cusco.

Tabla 4 *Perspectivas de las mujeres oferentes del servicio de fotografía sobre el motivo de viaje del turista (en porcentajes)*

Motivo de Viaje del Turista	Perspectivas de las Mujeres					Total
	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo	
P1: Los turistas viajan por diversión.	0	0	50	50	0	100
P2: Las actividades de ocio de los turistas incrementan el servicio de fotografía.	0	0	50	50	0	100
P3: El turista que viaja por negocios genera menos ingresos a través del servicio de fotografía.	0	0	25	75	0	100
P4: El turista que viaja por negocios genera mayores ingresos a través del servicio de fotografía.	0	0	35	65	0	100
P5: Las motivaciones personales de los turistas influyen en el servicio de fotografía.	0	0	50	50	0	100
P6: Las motivaciones familiares de los turistas influyen en el servicio de fotografía.	0	0	50	50	0	100

Fuente: Elaboración propia con base en el software estadístico SPSS -25.

En relación con la Tabla 4, como resultado de la investigación empírica se ha identificado que el 50% de mujeres oferentes del servicio de fotografías sostienen que, cuando los turistas viajan por motivos de diversión les genera mayores ingresos, porque los turistas les solicita, en mayor medida, el servicio de fotografía; en tanto que el otro 50% han expresado su indiferencia en dicho motivo de viaje de los turistas. De modo similar ocurre con la consideración del motivo de viaje de los turistas, referido a las actividades de ocio de los turistas.

En coherencia con lo anterior, la tendencia del comportamiento de las mujeres oferentes del servicio de fotografía es similar cuando se hace referencia a los motivos de viaje de los turistas referidos a: motivaciones personales y motivaciones familiares.

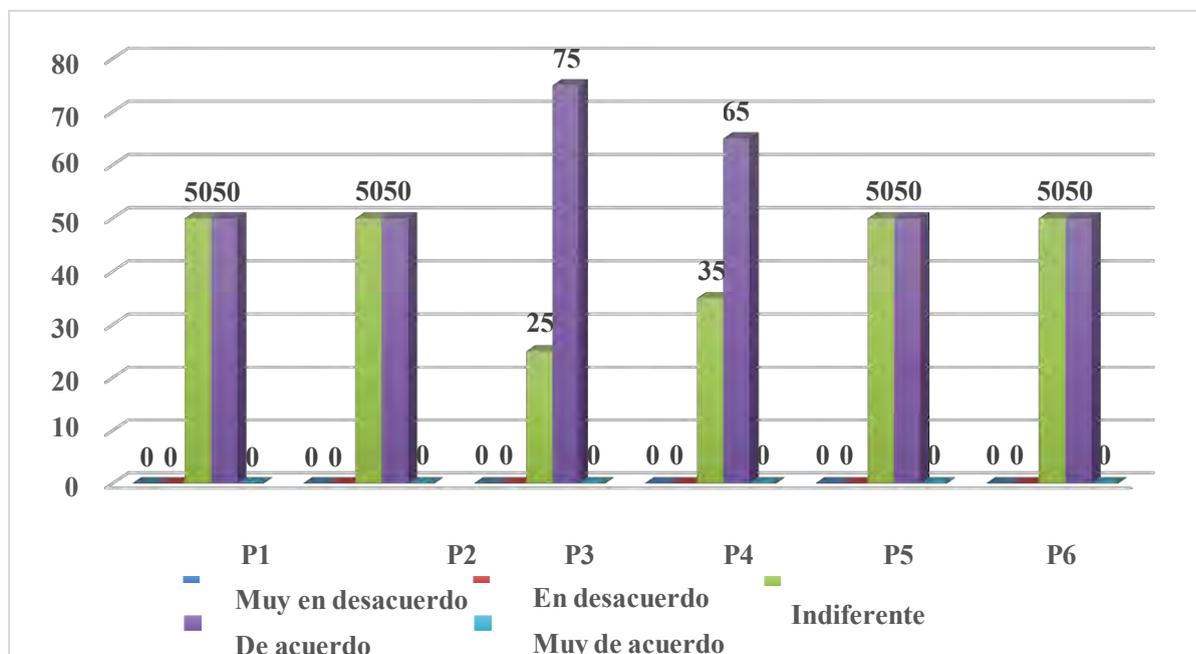


Figura 4 Perspectivas de las mujeres oferentes del servicio de fotografía sobre el motivo de viaje del turista (en porcentajes)

Lo destacado de la Tabla 1 y la Figura 1, es que las mujeres oferentes del servicio de fotografía, en un 75% sostuvieron que, cuando los turistas viajan por motivos de negocio, les genera menos ingresos económicos por el servicio que prestan. No obstante, una proporción importante de ellas (65%), también sostuvieron que, por el mismo motivo de viaje de los turistas obtienen ingresos importantes. Esta situación estaría condicionada por la aplicación simultánea del instrumento, es decir, que se les ha planteado inmediatamente después la pregunta opuesta a la anterior.

De otra parte, agrupando los datos recolectados a través de la aplicación del instrumento de investigación (cuestionario), expresado en forma de proposiciones o *ítems*, en la Tabla 2 y la Figura 2, se observa que el 60% de las mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico de la ciudad del Cusco, sostienen que el o los motivos de viaje de los turistas influyen o determinan los mayores o menores

ingresos económicos de las citadas mujeres; mientras que el 40% de aquellas mujeres expresaron su indiferencia respecto a que sus ingresos económicos por prestar servicios de fotografía estarían determinadas por los motivos de viaje de los turistas.

Tabla 5 *Motivo de viaje del turista según racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía (en porcentajes)*

Racionalidad Instrumental de las Mujeres	Motivo de Viaje del Turista		Total
	Indiferente	De acuerdo	
Indiferente	40	0	40
De acuerdo	0	60	60
Total	40	60	100

Fuente: Elaboración propia con base en el software estadístico SPSS -25.

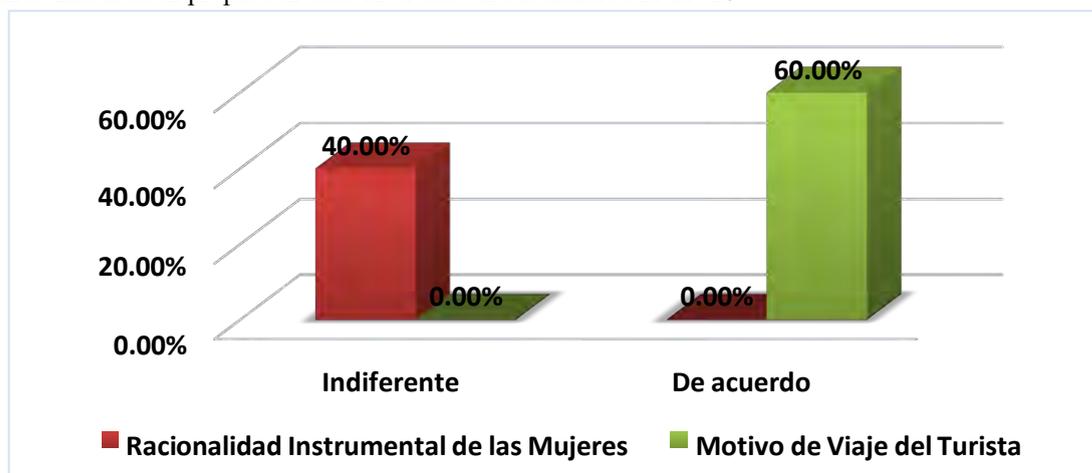


Figura 5 *Motivo de viaje del turista según racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía (en porcentajes)*

Lo destacable de la Tabla 5 y la Figura 5, es que ninguna (0%) de las mujeres oferentes del servicio de fotografía que han participado en la investigación, han expresado su desacuerdo con las proposiciones o ítems planteadas en el instrumento de investigación, referidos a la influencia de los motivos de viaje de los turistas en la generación de ingresos económicos de las mujeres oferentes del servicio de fotografía.

En relación a la tabla 5 y figura 5 se menciona que la mayoría de los encuestados esta indiferente con la racionalidad instrumental de las mujeres las cuales hace referencia al regular conocimiento sobre el manejo de los instrumentos fotográficos, por otro lado los encuestados indican estar de acuerdo con el uso que se

le da a los instrumentos necesarios para la fotografía.

5.1.4 Tiempo de permanencia del turista y racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía

Considerando que el tiempo de permanencia de los turistas en un determinado lugar es uno de los aspectos o variables a tomar en cuenta en la configuración de la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografías en el centro histórico de la ciudad del Cusco, en este apartado se expone la perspectiva de la población estudiada respecto de aquella variable o característica de la actividad de los turistas en la ciudad del Cusco.

Tabla 6 *Perspectivas de las mujeres oferentes del servicio de fotografía según el tiempo de permanencia del turista (en porcentajes)*

Tiempo de permanencia del Turista	Perspectivas de las Mujeres					Total
	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo	
P7: Es conveniente que los turistas permanezcan entre tres y cinco días de viaje.	5	45	50	0	0	100
P8: Es conveniente que los turistas permanezcan entre cinco y diez días de viaje.	0	5	45	50	0	100
P9: Es conveniente que los turistas permanezcan entre diez a doce días de viaje.	5	20	50	25	0	100

Fuente: Fuente: Elaboración propia con base en el software estadístico SPSS -25.

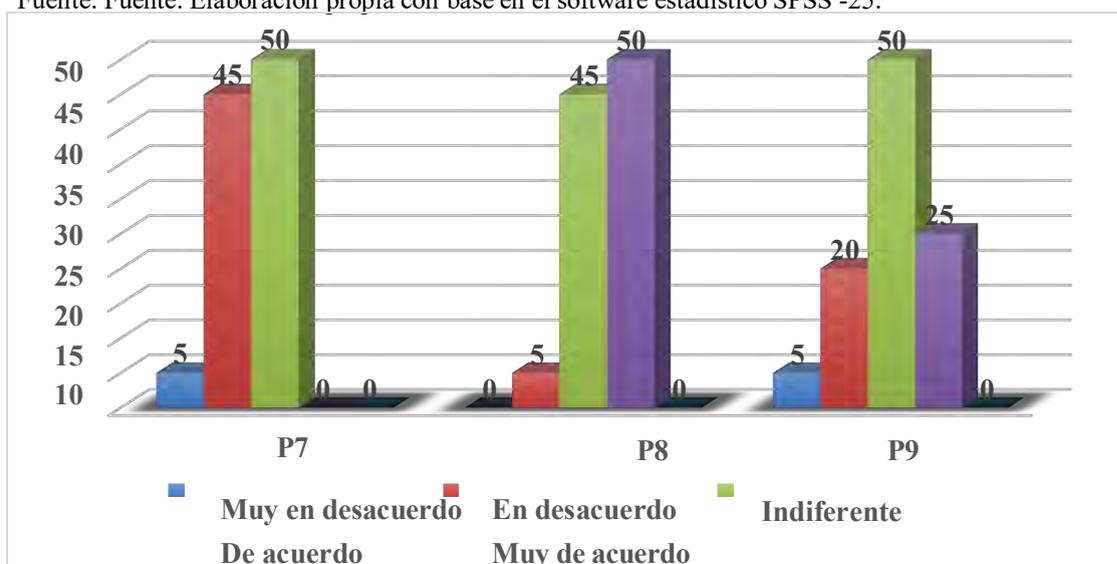


Figura 6 Perspectivas de las mujeres oferentes del servicio de fotografía sobre el tiempo de permanencia del turista (en porcentajes)

De acuerdo con la Tabla 6 y la Figura 6, los resultados de la investigación dan cuenta que, por un lado, el 50% de mujeres oferentes del servicio de fotografías manifiestan su desacuerdo y el restante 50% de dichas mujeres expresaron su indiferencia con la permanencia de tres a cinco días de viaje del turista en la ciudad del Cusco, dando a entender que el menor tiempo de permanencia de los turistas en la ciudad no favorece en la cristalización o logro de los intereses de las mujeres oferentes del servicio de fotografías. Ante esta situación, las mujeres recurren a mecanismos más personales y subjetivos de los turistas como la actitud, el interés y el altruismo de los turistas.

En relación con la Tabla 6, como resultado de la investigación empírica se ha identificado que el 50% de mujeres oferentes del servicio de fotografías sostienen que, es conveniente que los turistas permanezcan entre cinco y diez días de viaje, puesto que tienen mayor cantidad de tiempo para que todas las trabajadoras ofrezcan su servicio de fotografía; en tanto que el 45% ha expresado su indiferencia con la conveniencia de turistas y su estadía entre cinco a diez días; mientras que el 5% mantuvo su desacuerdo con la conveniencia de los turistas y supermanencia de cinco a diez días de viaje. En concordancia con lo anterior, la tendencia del comportamiento de las mujeres oferentes del servicio de fotografía es adecuada, ya que, consideraban que a mayor tiempo de estadía habría mayor difusión del servicio de fotografía.

Por otro lado en la Tabla 6, como resultado de la investigación empírica se ha identificado que el 25% de mujeres oferentes del servicio de fotografías sostienen que, es conveniente que los turistas permanezcan entre diez y a doce días de viaje, puesto que la cantidad de tiempo era beneficioso para ofrecer su servicio de fotografía; en tanto que el 50% ha expresado su indiferencia con la conveniencia de tiempo; mientras

que el 20% refirió su desacuerdo si era conveniente que los turistas permanezcan entre diez a cinco días de viaje; finalmente el 5% mantuvo su alto grado de desacuerdo con la conveniencia de tiempo de viaje de los turistas. Encoherencia con lo anterior, la tendencia del comportamiento de las mujeres oferentes del servicio de fotografía es poca con los motivos de estadía y cantidad de días de permanencia de los turistas, es decir, no se creía necesario la permanencia prolongada de los turistas para efectuar la difusión de sus servicios.

Tabla 7 *Tiempo de permanencia del turista según racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía (en porcentajes)*

Racionalidad Instrumental de las Mujeres	Tiempo de permanencia del Turista		Total
	Indiferente	De acuerdo	
Indiferente	40	0	40
De acuerdo	30	30	60
Total	70	30	100

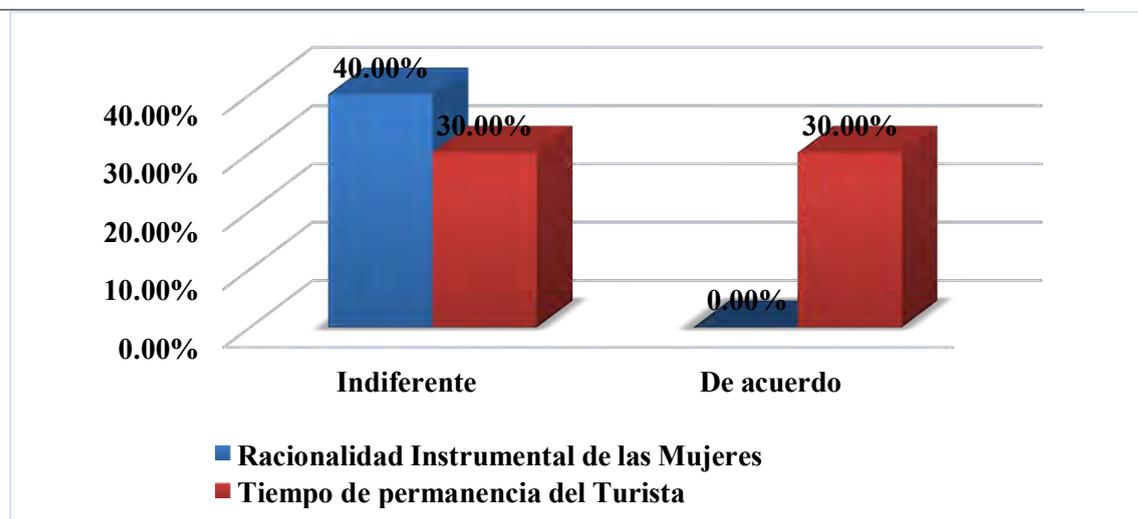


Figura 7 *Tiempo de permanencia del turista según racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía (en porcentajes)*

En la tabla 7, el tiempo de permanencia del turista según la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico de la ciudad del Cusco, es importante puesto que de la cantidad de días que el visitante permanezca en la ciudad influirá en la posibilidad que este tome los servicios de fotografía de las mujeres oferentes de este servicio en tal sentido en la presente tabla

se muestra el análisis del tiempo de permanencia del turista y la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico de la ciudad del Cusco; donde la variable tiempo de permanencia tiene la respuesta de indiferente en un 70.00% y la respuesta de muy acuerdo tiene el 30.00%, así mismo respecto a la racionalidad instrumental la respuesta indiferente tiene un 40.00% y la respuesta de acuerdo tiene el 60.00%.

5.1.5 Actividades del turista y racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico de la ciudad del Cusco

Tabla 8 *Actividades del turista y racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico de la ciudad del Cusco)*

Actividades del Turista	Perspectivas de las Mujeres					Total
	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de Acuerdo	
P10: El turismo cultural es más beneficioso para el servicio de Fotografía	0	0	40	60	0	100
P11: Los turistas prefieren más los atractivos culturales que las otras modalidades de turismo	0	0	25	75	0	100
P12: Los turistas que practican el turismo de aventura generan menos ingresos para el servicio oferentes de Fotografías	0	0	45	55	0	100
P13: Los turistas que practican el turismo de aventura permanecen poco tiempo en la ciudad y no generan ingresos para el servicio de fotografías	0	0	35	65	0	100
P14: turistas que practican el turismo religioso benefician al servicio de fotografías	0	0	35	65	0	100

Fuente: Elaboración propia con base en el software estadístico SPSS -25.

En relación con la Tabla 8, como resultado de la investigación empírica se ha identificado que el 60% de mujeres oferentes del servicio de fotografías sostienen que, el turismo cultural es más beneficioso para el servicio de fotografía, puesto que hay mayor motivación por conocer los grupos culturales entre ellos, el servicio que ellas brinda; en tanto que el 40% han expresado su indiferencia en cómo el turismo cultural era más beneficios para el servicio que ofrecían los oferentes. En coherencia con lo anterior, la tendencia del comportamiento de las mujeres oferentes del servicio de fotografía es de concordancia, ya que se toma como motivo el turismo cultural para difundir su servicio fotográfico, es decir, se toma como determinante el motivo de viaje del turista.

En relación con la Tabla 8, como resultado de la investigación empírica se ha identificado que el 75% de mujeres oferentes del servicio de fotografías sostienen que,

los turistas prefieren más los atractivos culturales que las otras modalidades de turismo, porque están enfocados en la diversidad cultural, y por tal el servicio de fotografía es uno de los que más se opta; en tanto que el 25% han expresado su indiferencia en la preferencia de los turistas. En concordancia con lo anterior, la tendencia del comportamiento de las mujeres oferentes, se enfoca en las preferencias culturales del turista, ya que hay mayor motivación por conocer y capturar momentos con el servicio que brindan las oferentes.

Lo más importante de la tabla 8, como resultado de la investigación empírica se ha identificado que el 55% de mujeres oferentes del servicio de fotografías sostienen que, los turistas que practican el turismo de aventura generan menos ingresos para el servicio de fotografía, puesto que sus preferencias son diferentes y no optaban por el servicio de fotografía; en tanto que el 45% han expresado su indiferencia en la práctica de turismo de aventura y su influencia en los ingresos para el servicio de fotografía. En coherencia con lo anterior, la tendencia del comportamiento de las mujeres oferentes del servicio de fotografía primaba en que el estilo de turismo por parte del turista era básico para reconocer sus preferencias.

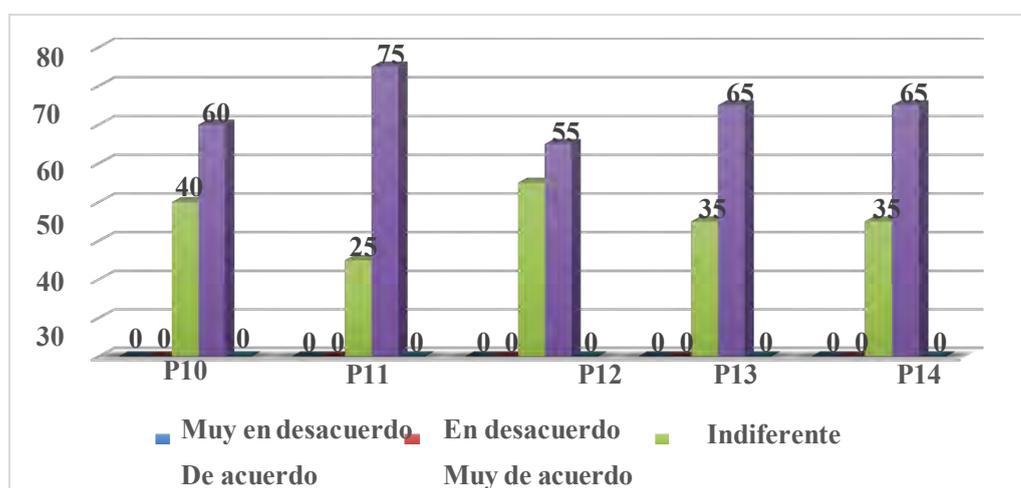


Figura 8 Actividades del turista y racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico de la ciudad del Cusco)

En la Tabla 8, como resultado de la investigación empírica se ha identificado

que el 65% de mujeres oferentes del servicio de fotografías sostienen que, los turistas que practican el turismo de aventura permanecen poco tiempo en la ciudad y no generan ingresos para el servicio de fotografía, esto debido a que sus preferencias eran otras, y era poco llamativo dicho servicio para ellos; en tanto que el 35% expreso su indiferencia en los turistas que practicaban el turismo de aventura y el grado de ingresos que tenían por su estancia. En coherencia con lo anterior, la tendencia del comportamiento de las mujeres oferentes del servicio de fotografía es de concordancia con el poco ingreso que generaban los turistas de la modalidad de aventura, ya que sus preferencias se centraban en: ambientes abiertos, naturaleza, aventura.

Del mismo modo en la Tabla 8, como resultado de la investigación empírica se ha identificado que el 65% de mujeres oferentes del servicio de fotografías sostienen que, los turistas que practican el turismo religioso benefician al servicio de fotografía, puesto que su motivo principal es el desplazamiento y el medio social, en tal sentido, siempre optan por el servicio de fotografía con las mujeres oferentes de fotografías; en tanto que el 35% han expresado su indiferencia en el turismo religioso y su beneficio en el servicio de fotografía. En concordancia con lo anterior, la tendencia del comportamiento de las mujeres oferentes del servicio de fotografía es de similitud con los motivos de viajes, puesto que los turistas siempre buscan conocer la zona ya que comparten los ideales de: motivación personal, social.

Tabla 9 Actividad del turista según racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía (en porcentajes)

Racionalidad Instrumental de las Mujeres	Actividad del turista	
	De acuerdo	Total
Indiferente	40	40
De acuerdo	60	60
Total	100	100

Fuente: Elaboración propia con base en el software estadístico SPSS -25.

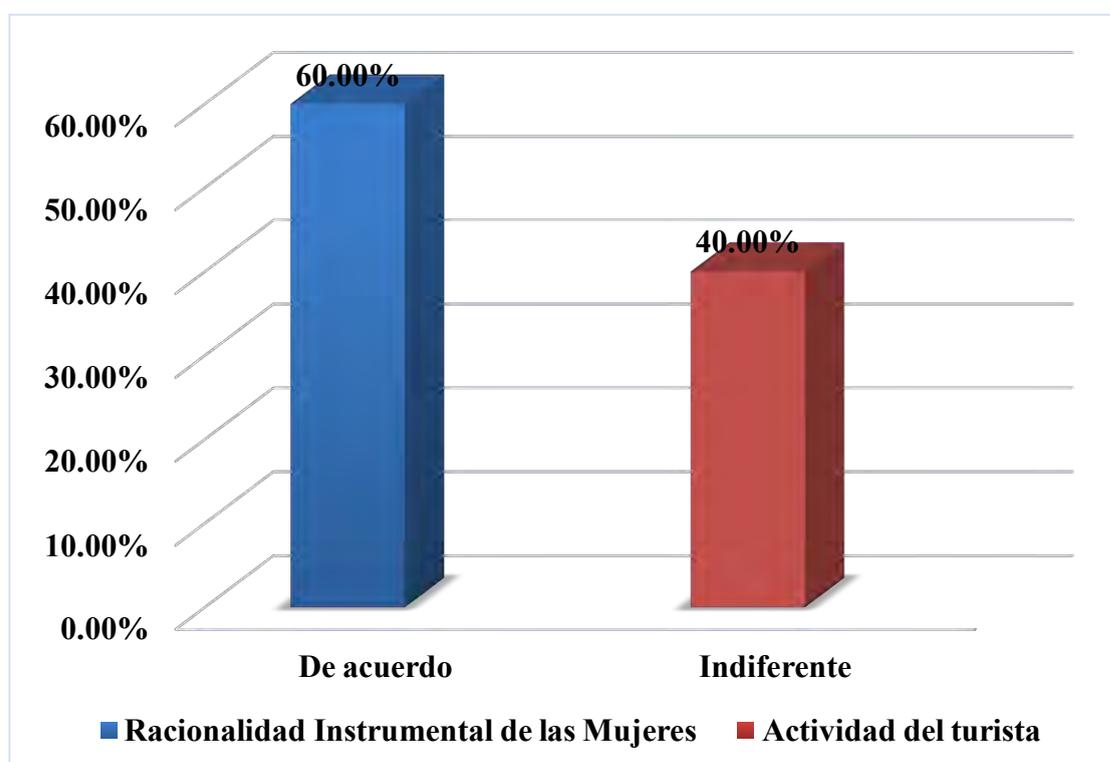


Figura 9 Actividad del turista según racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía (en porcentajes)

La tabla 9 y figura 9 presentan el análisis de la Actividades del turista y la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico de la ciudad del Cusco; donde el tema de la Actividades del turista tiene la respuesta de acuerdo al 100%. Así mismo respecto a la racionalidad instrumental la respuesta indiferente tiene un 40.00% y la respuesta de acuerdo tiene el 60%. Según lo observado se puede determinar que las actividades turísticas de los turistas según la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico de la ciudad del Cusco, es importante ya que

dependiendo de las actividades que realizan los turistas en la ciudad influirán en la posibilidad que estos tomen los servicios de fotografía de las mujeres oferentes de este servicio en tal sentido en la presente tabla se muestra el análisis del tiempo de permanencia del turista y la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico de la ciudad del Cusco

5.2 Discusión e interpretación de los resultados

5.2.1 Motivo de viaje del turista y racionalidad instrumental de las mujeres

Con relación a la primera variable de estudio se ha formulado la hipótesis que, “los motivos de viaje del turista influyen en gran medida en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía”. En este sentido, el motivo de viaje determina y fija la visita de un destino turístico y las actividades que este pueda realizar durante su estadía, y esto es reflejado, con los resultados, donde se demostró un coeficiente equivalente a 0,835, el cual se halla en el intervalo de 0,75 a 0,89, logrando observar una correlación positiva fuerte. Asimismo, puesto que el valor p (0) es inferior (0,000) al del grado usual de significancia (0,05), se puede corroborar la decisión anterior.

Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula H_0 : y se acepta la hipótesis alterna H_1 : “Los motivos de viaje del turista influye medianamente en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía”, y esto es porque, de alguna manera, una gran cantidad de turistas que visitan la ciudad del Cusco, frecuentemente, tienden a demandar los servicios de fotografía a las mujeres que trabajan prestando dicho servicio. Del mismo modo, se evidencia una similitud con los resultados obtenidos en la investigación de Gutiérrez & Guerra (2017), titulada “Actividad turística y su impacto en el patrimonio cultural inmueble del distrito de Ollantaytambo”, en dicha investigación se da a conocer que, el turismo fue

potencializado por importantes hallazgos arqueológicos, y también, por el anhelo de la gente en ser partícipes de novedosas sapiencias y recientes hallazgos Mundiales, en consecuencia, progresivamente se ha incrementado cada una de las economías del mundo y, lo que significa que se está aprovechando adecuadamente los recursos turísticos por las diferentes sociedades receptoras, principalmente en aspectos financieros, permitiendo de esta forma, poder ver actualmente al turismo tradicional como turismo de sol y playa, e igualmente, como turismo cultural, este último, se considera como uno de los más demandados, pero también perjudicados en las últimas décadas, y esto debido al crecimiento del turismo. Hoy por hoy, se ha intensificado el turismo en todas las partes del mundo, causando consecuencias negativas en determinados destinos turísticos, ya que fueron muy frecuentados, por lo que se han implementado otras medidas y se establecieron nuevos conceptos y definiciones acerca del turismo, ejemplo de la preservación y la prevención.

Existen otras definiciones de Turismo, por ejemplo, según Bormann (1930), sostiene que el turismo puede conceptualizarse como un cúmulo de destinos o viajes, y que tiene la finalidad de lograr la satisfacción o razones de negocio o profesionales, entre otros análogos, por lo que, la carencia de residencia usual es provisional, y por tanto no puede considerarse como turismo a los viajes efectuados para moverse al puesto laboral. Dicho planteamiento guarda similitud con la teoría de la racionalidad instrumental del autor Weber (1984), quien define que el capitalismo moderno se encuentra orientado a la investigación racional (deliberada y sistemática) de beneficio, y mediante la organización racional (sistemática y calculable) de las tareas formales y libres, por medio del intercambio racional (impersonal, únicamente instrumental) de mercado, orientado por métodos contables racionales (exactos, únicamente cuantitativos) y confirmados por sistemas legales y político-racionales (reglados y

predecibles), lo cual entra en coherencia con los planteamientos de Maffesoli (1977), quien refiere que la racionalidad instrumental es una doctrina de facultad de sentidos que esta sujeta a la ideología de la ciencia como conocimiento objetivo y también como verdad. Esta doctrina es predominante, es producto y apoyo del desarrollo de las comunidades "productivistas" actuales, tanto competidoras como capitalistas. Es por ello, que se finalizó con la contratación de información que demostraba que los motivos de viaje siempre se asociaban con la racionalidad instrumental de los trabajadores, esto debido a que gran parte de los turistas deciden viajar por la única razón de explorar nuevos lugares.

5.2.2 Tiempo de permanencia del turista y racionalidad instrumental de las mujeres

Asimismo, de acuerdo con la **hipótesis específica 2**: El tiempo de permanencia del turista influye medianamente en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía. Porque el tiempo de permanencia del turista es de vital importancia para las mujeres oferentes de fotografías puesto que de esto dependerá la frecuencia de encuentros que tengan con los turistas, esto debido a que los resultados mostraron que el valor del coeficiente es de 0,830, y este se obtiene del intervalo entre 0,75 a 0,89 de esta manera se refleja que existe una correlación denominada positiva media, puesto que el valor p (0) es inferior a (0,000), y que el grado habitual de significancia es de 0,05, de este modo se corrobora la decisión anterior. Es rechazada la hipótesis nula H_0 y se válida la hipótesis alterna H_1 . El tiempo de permanencia del turista influye medianamente en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía, esto se debe a que el tiempo de permanencia del turista según la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico de la ciudad del Cusco, es importante puesto que de la cantidad de días que el visitante permanezca en la ciudad influirá en la posibilidad que este

tome los servicios de fotografía de las mujeres oferentes de este servicio. En este sentido, se evidencia concordancia con los resultados obtenidos por Flores (2006), en su estudio titulado “Racionalidad e Irracionalidad: turismo en el cuzco”, manifestando que, En esta crisis se incluyeron modernas ofertas como el turismo celestial. A pesar de ello, pese al optimismo que manifiesta la sección turismo, los turistas todavía no alcanzan a ser millón al año. Es el propósito óptimo que todos anhelan, a partir del Viceministro de Turismo, atravesando por las transnacionales del transbordo aéreo, hoteles de 5 estrellas, hasta declinarse a los operadores locales, administradores de hostales, restaurantes baratos, orientación turística, más comerciantes lugareños de artesanía. Es entonces que se toma en cuenta la Teoría de la antropología económica según (Dennig, 2010) quien menciona que el acceso precario y discontinuo al trabajo asalariado define en muchos contextos, parte importante de las economías rurales. Por ello es necesario etnografía y rediscutir las articulaciones precarias o sólidas que los sujetos, las familias y las economías regionales establecen entre la vida sin salario, el trabajo asalariado y el capital, seguidamente por (Narotzky, 2013) ya que nos vincula a un concepto ampliado de trabajo que busca ir más allá de los mercados laborales y del trabajo asalariado. Finalizando con (Marx, 2009), define que para lograr “reproducir la sociedad se requiere que las personas particulares se reproduzcan a sí mismos como personas particulares. Es por ello, que se finalizó con la contrastación de la información que demostraba que el tiempo de permanencia de los turistas dependía solamente del tipo de servicio que se le ofreció, es por eso que varios trabajadores siempre optarán por aperturar diferentes espacios que pudieran satisfacer las necesidades de los turistas.

5.2.3 Actividades del turista y racionalidad instrumental de las mujeres

Finalmente, de acuerdo con la **hipótesis específica 3**: Las actividades del

turista influye medianamente en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía. Porque las distintas actividades que realizan los turistas darán la oportunidad de encuentro con las mujeres oferentes de fotografías en la ciudad del Cusco, esto debido a que los resultados mostraron que el valor del coeficiente es de 0,801, y este se obtiene del intervalo entre 0,75 a 0,89 de esta manera se refleja que existe una correlación denominada positiva fuerte, puesto que el valor $p(0)$ es inferior a (0,000), y que el grado habitual de significancia es de 0,05, de este modo se corrobora la decisión anterior. Es rechazada la hipótesis nula H_0 y se válida la hipótesis alterna H_1 . Las actividades del turista influyen medianamente en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía, esto se debe a que las actividades turísticas de los turistas según la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico de la ciudad del Cusco, es importante ya que dependiendo de las actividades que realizan los turistas en la ciudad influirá en la posibilidad que estos tomen los servicios de fotografía de las mujeres oferentes de este servicio en tal sentido en la presente tabla se muestra el análisis del tiempo de permanencia del turista y la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico de la ciudad del Cusco. En este sentido, se evidencia concordancia con los resultados obtenidos por Mendoza & Monerrubio (2011), en su estudio titulado “el impacto social del turismo, México”, manifestando que, el turismo no guarda relación con aumentos en la criminalidad, prostitución y vandalismo, sin embargo, si guarda relación con aumentos en el tráfico vehicular, en el costo de productos y servicios y reducción en los sitios para estacionarse. De otro lado, hallamos la teoría de Mendoza y González (2015) los habitantes lugareños respaldan el turismo puesto que piensan que son más favorecidos que perjudicados (referente a trabajos, infraestructura, financiación, etc.),

en consecuencia se percibe una posición benéfica o positiva del turismo, y de esta manera menciona Flores (2013), en su investigación dentro de la región de Cusco, puesto que relato que los datos e información se alcanzaban tomando en consideración la totalidad de viajeros que arribaban por transporte ferroviario y en los carentes viajes aéreos de esas fechas. Gracias a este método se entendía a los nacionales, realmente los cusqueños que regresaban a la ciudad de morada. Este procedimiento de poder presentar la llegada de viajeros sigue hasta el día de hoy. La numerosa cantidad global incluye a cada uno de los viajeros, sin la necesidad de que sean turistas. Excepto si se utiliza el concepto de la persona que por la noche esta fuera de su vivienda usual es turista y se le fije urbi et orbi a todo viajero. Para finalizar con Martínez Veiga (1989:3), el cual expreso que el primero en usar este concepto en una investigación referente a la ciudad de Accra (Ghana), en donde se evalúa las diversas formas de trabajo y determina la distinción entre empleo en el sector informal de la economía y trabajo en el sector "moderno" (formal) de esta mencionada economía. Es por ello, que se finalizó con la contratación de información que demostraba que el comportamiento de los turistas siempre estaba marcado y tenía aspectos positivos como negativos, dentro de los buenos están la afluencia y los posibles ingresos que se generaban, por otro lado, estaban los malos que reflejaban actitudes no acordes a la zona generando delincuencia o aumento de excesos.

5.3 Prueba de hipótesis

5.3.1 Motivo de viaje del turista y racionalidad instrumental de las mujeres

a) Planteamiento de hipótesis

Hipótesis nula: $H_0: r(x, y) < 0.00; sig. > 0,05$

- H_0 : Los motivos de viaje del turista no influyen medianamente en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía.

Hipótesis alterna $H_1: r(x, y) > 0.00; sig. < 0,05$

- H_1 : Los motivos de viaje del turista influyen medianamente en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía.

b) Nivel de significancia o riesgo

Respecto a la significancia, se considera los criterios para poder desechar la hipótesis nula, y cuando se debe validar la hipótesis que se plantea con anterioridad. Así mismo dicho valor se considera en estudios que sean correlacionales, y se aplica en estudios que pertenezcan a áreas de Ciencias Sociales, ya que está mucho más enfocado a sus características,

Tabla 10 *Correlaciones D1 y V2 Motivos de viaje*

Comportamiento racional instrumental de las mujeres				
Motivos de viaje	Coefficiente de correlación		1.000	.835**
	Sig. (bilateral)		.	.000
	N		50	50
Rho de Spearman				
	Comportamiento	Coefficiente de correlación	.835**	1.000
	racional	Sig. (bilateral)	.000	.
	instrumental de	N	50	50

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).
las mujeres

Fuente: Software estadístico SPSS -25

Rho de Spearman =0,835

En base a lo que expone el autor Hernández Sampieri y otros (2006, p.453) se procede a mencionar lo siguiente:

Correlación negativa perfecta: -1
Correlación negativa muy fuerte: -0,90 a -0,99
Correlación negativa fuerte: -0,75 a -0,89
Correlación negativa media: -0,50 a -0,74
Correlación negativa débil: -0,25 a -0,49
Correlación negativa muy débil: -0,10 a -0,24
No existe correlación alguna: -0,09 a +0,09
Correlación positiva muy débil: +0,10 a +0,24
Correlación positiva débil: +0,25 a +0,49
Correlación positiva media: +0,50 a +0,74
Correlación positiva fuerte: +0,75 a +0,89
Correlación positiva muy fuerte: +0,90 a +0,99
Correlación positiva perfecta: +1

Se tiene el valor de 0,835 en base al estadígrafo (rho) de Spearman, ello representa que existe una correlación positiva fuerte.

c) Decisión estadística:

Con respecto a la decisión, tenemos al coeficiente representado por el valor 0,835 el cuál se encuentra entre el intervalo de 0,75 a 0,89 por lo que se deduce que existe una positiva y fuerte correlación.

Ello también se corrobora con el valor de p (0) el cual es inferior a 0,000, en general el nivel de significancia está representado por el valor de 0,05. Es así que la H0 en este estudio se rechaza y solo la H1 es la que se acepta: Los motivos de viaje del turista influyen medianamente en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía.

d) Conclusión estadística:

Se llega a la conclusión que los motivos de viaje del turista influyen medianamente en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía.

5.3.2 Tiempo de permanencia del turista y racionalidad instrumental de las mujeres

a) Planteamiento de hipótesis

Hipótesis nula: $H_0: r(x, y) < 0.00; sig. > 0,05$

- H_0 : El tiempo de permanencia del turista no influye medianamente en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía.

Hipótesis alterna $H_1: r(x, y) > 0.00; sig. < 0,05$

- H_1 : El tiempo de permanencia del turista influye medianamente en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía.

b) Nivel de significancia o riesgo:

Respecto a la significancia, se considera los criterios para poder desechar la hipótesis nula, y cuando se debe validar la hipótesis que se plantea con anterioridad. Así mismo dicho valor se considera en estudios que sean correlacionales, y se aplica en estudios que pertenezcan a áreas de Ciencias Sociales, ya que está mucho más enfocado a sus características,

Tabla 11 *Correlaciones D2 y V2*

			Tiempo de permanencia	Comportamiento racional instrumental de las mujeres
	Tiempo de Permanencia	Coefficiente de correlación	1.000	.759**
		Sig. (bilateral)	.	.000
Rho de Spearman		N	50	50
	Comportamiento racional instrumental de las mujeres	Coefficiente de correlación	.759**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Software estadístico SPSS -25

Rho de Spearman =0,759

En base a lo que expone el autor Hernández Sampieri y otros (2006, p.453) se procede a mencionar lo siguiente:

Correlación negativa perfecta: -1
Correlación negativa muy fuerte: -0,90 a -0,99
Correlación negativa fuerte: -0,75 a -0,89
Correlación negativa media: -0,50 a -0,74
Correlación negativa débil: -0,25 a -0,49
Correlación negativa muy débil: -0,10 a -0,24
No existe correlación alguna: -0,09 a +0,09
Correlación positiva muy débil: +0,10 a +0,24
Correlación positiva débil: +0,25 a +0,49
Correlación positiva media: +0,50 a +0,74
Correlación positiva fuerte: +0,75 a +0,89
Correlación positiva muy fuerte: +0,90 a +0,99
Correlación positiva perfecta: +1

Se tiene el valor de 0,759 en base al estadígrafo (rho) de Spearman, ello representa que existe una correlación positiva fuerte.

c) Decisión estadística:

Con respecto a la decisión, tenemos al coeficiente representado por el valor 0,759 el cuál se encuentra entre el intervalo de 0,75 a 0,89 por lo que se deduce que existe una positiva y fuerte correlación.

Ello también se corrobora con el valor de p (0) el cual es inferior a 0,000, en general el nivel de significancia está representado por el valor de 0,05. Es así que la H0 en este estudio se rechaza y solo la H1 es la que se acepta: El tiempo de permanencia del turista influye medianamente en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía.

d) Conclusión estadística:

Se llega a la conclusión que el tiempo de permanencia del turista influye medianamente en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía.

5.3.3 Actividades del turista y racionalidad instrumental de las mujeres

a) Planteamiento de hipótesis

Hipótesis nula: $H_0: r(x,y) < 0.00; sig. > 0,05$

- H_0 : Las actividades del turista no influyen mediamente en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía.

Hipótesis alterna $H_1: r(x,y) > 0.00; sig. < 0,05$

- H_1 : Las actividades del turista influyen mediamente en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía

b) Nivel de significancia o riesgo:

Respecto a la significancia, se considera los criterios para poder desechar la hipótesis nula, y cuando se debe validar la hipótesis que se plantea con anterioridad. Así mismo dicho valor se considera en estudios que sean correlacionales, y se aplica en estudios que pertenezcan a áreas de Ciencias Sociales, ya que está mucho más enfocado a sus características,

Tabla 12 *Correlaciones D3 y V2*

		Actividad del turista	Comportamiento racional instrumental de las mujeres
Rho de Spearman	Actividad del turista	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	.
Comportamiento racional instrumental de las mujeres		N	50
		Coefficiente de correlación	.801
		Sig. (bilateral)	.000
		N	50

Fuente: Software estadístico SPSS -25

Rho de Spearman =0,801

En base a lo que expone el autor Hernández Sampieri y otros (2006, p.453) se procede a mencionar lo siguiente:

Correlación negativa perfecta: -1
Correlación negativa muy fuerte: -0,90 a -0,99
Correlación negativa fuerte: -0,75 a -0,89
Correlación negativa media: -0,50 a -0,74
Correlación negativa débil: -0,25 a -0,49
Correlación negativa muy débil: -0,10 a -0,24
No existe correlación alguna: -0,09 a +0,09
Correlación positiva muy débil: +0,10 a +0,24
Correlación positiva débil: +0,25 a +0,49
Correlación positiva media: +0,50 a +0,74
Correlación positiva fuerte: +0,75 a +0,89
Correlación positiva muy fuerte: +0,90 a +0,99
Correlación positiva perfecta: +1

Se tiene el valor de 0,801 en base al estadígrafo (ρ) de Spearman, ello representa que existe una correlación positiva fuerte.

c) Decisión estadística:

Con respecto a la decisión, tenemos al coeficiente representado por el valor 0,801 el cuál se encuentra entre el intervalo de 0,75 a 0,89 por lo que se deduce que existe una positiva y fuerte correlación.

Ello también se corrobora con el valor de $p(0)$ el cual es inferior a 0,000, en general el nivel de significancia está representado por el valor de 0,05. Es así que la H_0 en este estudio se rechaza y solo la H_1 es la que se acepta: Las actividades del turista influyen medianamente en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía.

d) Conclusión estadística:

Se llega a la conclusión que las actividades del turista influyen medianamente en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía.

CONCLUSIONES

PRIMERO: De acuerdo con los resultados obtenidos en la presente investigación se llegó a la conclusión que existe una influencia directa y altamente significativa de los motivos de viaje de los turistas en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico de la ciudad del Cusco, según lo recabado en el estudio indican que los motivos de viaje de los turistas influyen en uno u otro sentido, ya sea positiva o negativamente, en el desarrollo de diversas actividades económicas como artesanía y socioculturales como paseos, así mismo en la configuración del comportamiento social de las personas o actores en los lugares de destino, como es el caso de las mujeres oferentes del servicio de fotografía en la ciudad del Cusco.

SEGUNDO: de acuerdo con los datos obtenidos en la presente investigación se concluye que existe una influencia entre el tiempo de permanencia y la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografías en el centro histórico de la ciudad del Cusco, 2020, esto se debe a que se identifica el siguiente coeficiente 0,759 el cual se halla en el intervalo de 0,75 a 0,89 expresando una correlación positiva media, dado que el valor p (0) es menor ($0,000$) que el nivel usual de significación de $0,05$ corroborando la decisión anterior. Es rechazada la hipótesis nula H_0 y es aceptada la hipótesis alterna H_1 : El tiempo de permanencia del turista influye medianamente en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía.

TERCERO: de acuerdo con los datos obtenidos en la presente investigación se llegó a la conclusión que existe una influencia entre las actividades del turista y la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografías en el centro histórico de la ciudad del Cusco, 2020, esto se debe a que se identifica el siguiente coeficiente 0,801 el cual se

halla en el intervalo de 0,75 a 0,89 expresando una correlación positiva media, dado que el valor p (0) es menor (0,000) que el nivel usual de significación de 0,05 corroborando la decisión anterior. Es rechazada la hipótesis nula H_0 y es aceptada la hipótesis alterna H_1 : Las actividades del turista influyen medianamente en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía.

RECOMENDACIONES

PRIMERO: Se recomienda a las mujeres oferentes del servicio de fotografía para la mejora del turismo, enfocarse de manera completa en la mejora de los servicios que ofrecen, es decir, efectuar una adecuada organización que refleje el buen trato. Así mismo, cambiar o reforzar el buen comportamiento frente a los turistas. Finalmente se podría hacer uso de nuevas estrategias de servicio que demuestren la calidad óptima de sus servicios convenciendo de manera segura al visitante.

SEGUNDA: Se recomienda a las entidades gubernamentales como la DIRCETUR y la Municipalidad Provincial del Cusco, realizar acciones para poder mejorar el servicio de las mujeres oferentes del servicio de fotografía, así como empadronarlas y darles charlas y capacitaciones constantes para poder mejorar el servicio que ofrecen.

TERCERA: Se recomienda que a partir de esta investigación y los resultados que se obtuvieron, se puedan realizar muchos más estudios relacionados a las variables de estudio ya que este trabajo de investigación es un referente para los estudiantes y que puedan profundizar más estos temas que son relevantes para el desarrollo turístico de nuestra región.

BIBLIOGRAFÍA

- Adams, K. (2004). *The genesis of touristic imagery: Politics and poetics in the creation of a remote Indonesian island destination*. Indonesian: Tourist Studies.
- Amparo, S. (2015). *Introducción al Turismo. España*: España: OMT. Aranguren, J. (2001). *Ética y política*. España: AA. VV.
- Azpelicueta, M., Ramon, J., & Serra, A. (2014). Percepción de los impactos culturales en una comunidad un solar. *Revista Digital de Marketing Aplicado. Revista Digital de Marketing Aplicado*, 5(6), 63-92.
- Bonatti, P. (2018). Las meta decisiones y la teoría de la racionalidad instrumental mínima. *Ciencias Administrativas*, 77.
- Bonatti, P. (2019). Las metas decisiones y la teoría de la racionalidad instrumental mínima. *Revista digital Ciencias administrativas*, 13, 69-87.
- Borman, A. (1930). *Lehre vom Fremdenverkehr: Ein Grundriss*. Berlín: Reichsbahn. Chavez, J. (2017, Marzo 23). *¿Qué es el Turismo cultural? Concepto y características*. <https://www.ceupe.com/blog/turismo-cultural.html>
- Comas, D. (1998). *Antropología económica*. Barcelona: Ariel.
- Crenson, M. (2000). Las dimensiones de la antropología. *Antropología cultural*, 7-21.
- Denning, M. (2010). La vida sin salario. *Newleft Review*, 6, 77.
- Elster, J. (1999). *Juicios salomónicos. Las limitaciones de la racionalidad como principio de decisión*. Madrid: Gedisa.
- Evans, J. (2014). Two minds rationality. *Thinking & Reasoning*, 124.
- Farre, M. (2015). *El impacto del turismo en Perú: análisis histórico de los impactos económico, social, medioambiental y cultural*. Lima: Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED).
- Firth, R. (1974). *Temas de antropología económica*. Madrid: Fondo de Cultura.

- Flores, J. (2006). Racionalidad e irracionalidad. *Revista Universitaria. Revista Universitaria*, 2(1), 139.
- Godelier, M. (1974). *Rationalité et irrationalité en économie*. Paris: Maspero.
- Gudykunst, B. (1983). "Toward a typology of stranger-host relationships". *International Journal of Intercultural Relations.*, 7(4), 401.
- Gutierrez, R., & Guerra, S. (2017). "*Actividad turística y su impacto en el patrimonio cultural inmueble del distrito de Ollantaytambo*". Cusco: Universidad San Antonio Abad Del Cusco.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGraw-Hill.
- Herskovits, M. (1940). *The Economic Life of Primitive Peoples*. New York: Knopf.
- Hortal, A. (2017). *Empiricism in Herbert Simon: "administrative behavior" within the evolution of the models of bounded and procedural rationality*. *Brazilian Journal of Political Economy*, 719.
- Ibañez, R., & Cabrera, C. (2011). *Teoría general del turismo un enfoque global y nacional*. *Serie didáctica*, 15.
- Jimenez, L. (1986). *Teoría Turística: un enfoque integral del hecho social*. . Bogota: Universidad Externado de Colombia.
- Kottak, A. (2015, Julio 20). *Portal de la cultura*. https://issuu.com/uanl-academica/docs/kottak_recortado
- Lagarde, M. (1996). *El género*. España: Editorial horas y horas.
- Lavado, E. (2019, Abril 02). *El portal del Turismo*. <https://portaldeturismo.pe/noticia/mujeres-representan-el-67-de-la-fuerza-laboral-del-turismo-en-Peru-informe/>
- Maffesoli, M. (1977). *La lógica de la dominación*. . Barcelona: Península. Marshall, A. (1936).

Principles of Economics. London: MacMillan.

Malhotra, K. (2008). *Investigación de Mercados*. México: Pearson Educación.

Martinez, M. (2007). *Del homo faber al animal laborans: la violencia de la racionalidad instrumental*. *En claves del pensamiento*, 1(1), 45.

Martinez, U. (1991). *Antropología económica*. Barcelona: Icària.

Marx, C. (2009). *El Capital crítica de la economía política*. Mexico: Marquez.

Mendoza, M., & Gonzales, J. (2014). Impactos socioculturales del turismo en el Centro Integralmente Planeado Loreto, Baja California Sur, México. *Percepción de los residentes locales.*, 16, 117-146.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456145102006>

Mendoza, M., Monterrubio, J., & Fernandez, J. (2011). Impactos sociales del turismo en el centro integralmente planeado (CIP) bahías de Huatulco, México. *Revista Gestion Turística*, 73.

Mujica, L. (2014). Aculturación, inculturación e identidad: Los supuestos en las relaciones entre “unos” y “otros”. *Revista del a Biblioteca Nacional del Perú, Perú*.
<https://www.cusco.gob.pe/wp-content/uploads/2015/05/generalidades>

Narotzky, S. (2013). *Economías cotidianas, economías sociales, economías sostenibles*. Barcelona: Icaria: Institut Català d'Antropologia.

Ochoa, J. (2005). Cultura inmaterial como mercadería. *El Antoniano. El Antoniano*, 5.

OMT. (2006, Octubre 27). *Sistema de Estadísticas del Turismo*.
http://www.unwto.org/estadisticas/basic_references/castellano/X.htm

OMT. (2008). El mercado turísticos emergentes. *Organización Mundial del Turismo*, 6(1), 34. <http://www.unwto.org/facts/eng/pdf>

Pearce, P. (1982). *The social psychology of tourism behaviour*. New York: Pergamon.

Peiro, R. (2017, Enero 12). *El ocio*. <https://economipedia.com/definiciones/ocio.html>

- Perez, J. (2008, Marzo 1). *Las materias y materiales*. <https://definicion.de/material/>
- Pino, R. (2007). *Metodología de la Investigación Científica*. Lima: San Marcos.
- Ramos, G. (2009, Febrero 2). *El Turismo de Negocios en Mexico*. https://www.revistabuenviaje.com/b_travel/articulos/
- Riffe, D., Lacy, S., & Fico, F. (1998). *Analysing media messages. Using quantitative content analysis in research*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- Rodriguez, M. (2010). *Diseño de una ruta turística de interpretación cultural para la promoción y el desarrollo local de la etnia aborígen warao en el estado delta Amacuro, Venezuela*. Caracas: Universidad de la Habana. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/index.htm>
- Salas, H., & Paleta, G. (2016). *Las transformaciones rurales en la globalización: trabajo, cambios territoriales y ruralidades*. Mexico: Instituto de investigaciones UNAM.
- Salazar, N. (2019). *Momentous mobilities: Anthropological musings on the meanings of travel*. Oxford: Berghahn.
- Salazar, N. (2020). La antropología del turismo se hace mayor: ¿más que un matrimonio de conveniencia? *Disparidades. Revista de Antropología*, 2.
- Santana, A. (2002). Desarrollos y conflictos en torno al turismo rural: claves y dilemas desde la antropología social. *Doc Player*, 14-16. <https://docplayer.es/3497798-Desarrollos-y-conflictos-en-torno-al-turismo-rural-claves-y-dilemas-desde-la-antropologia-social.html>
- Sectur. (2004). Turismo Alternativo, una nueva forma de hacer turismo. *Secretaría de Turismo*, 23.
- Simon, H. (2003). *Racionalidad limitada en las Ciencias Sociales*. (Gonzalez, Ed.) España.
- Smith, V. (1989). *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

- Streicker, J. (1997). "Remaking race, class, and region in a tourist town". *Identities - Global Studies in Culture and Power*, 3(4), 523.
- Tinoco, O. (2003). Los impactos del turismo en el Perú. *Revista de investigación industrial Data*, 47-60.
- UNED. (2017, Enero 12). *Antropología del turismo: fundamentos teóricos y líneas de trabajo*. <https://es.scribd.com>
- Varo, A. (2019, Marzo 13). *Ética y filosofía*.
<https://www.nodo50.org/filosofem/spip.php?article562#:~:text=La%20racionalidad%20pr%C3%A1ctica%20entendida%20tambi%C3%A9n,adecuados%20y%20los%20medios%20adecuados>.
- Weber, M. (1984). *Economía y Sociedad*. . Mexico: Fondo de Cultura Económica.

ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de consistencia

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variable/Dimensión	Metodología/técnicas
<p>¿En qué medida influye el turismo en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía en el centro histórico de la ciudad del Cusco, 2020-2021?</p>	<p>Determinar la medida en que influye el turismo en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografías en el centro histórico de la ciudad del Cusco, 2020-2021.</p>	<p>El turismo influye medianamente en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografías en el centro histórico de la ciudad del Cusco, 2020.</p>	<p>VI: Turismo</p> <ul style="list-style-type: none"> Motivos de viaje Tiempo de permanencia Actividad del turista 	<p>Tipo Cuantitativo</p> <p>Diseño No experimental</p>
<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuánto influye los “motivos de viaje del turista” en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografías? ¿En qué medida el “tiempo de permanencia del turista” influye en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografías? ¿Cuál es el grado de influencia de las “actividades del turista” en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografías? 	<ul style="list-style-type: none"> Analizar el grado de influencia de los motivos de viaje en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografías. Establecer la medida en que el tiempo de permanencia influye en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografías. Determinar el grado de influencia de las actividades del turista en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografías. 	<ul style="list-style-type: none"> Los motivos de viaje del turista influyen medianamente en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía. Puesto que el motivo de viaje determina la visita de un destino turístico y las actividades que este pueda realizar durante su estadía. El tiempo de permanencia del turista influye medianamente en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía. Porque el tiempo de permanencia del turista es de vital importancia para las mujeres oferentes de fotografías puesto que de esto dependerá la frecuencia de encuentros que tengan con los turistas. Las actividades del turista influyen medianamente en la racionalidad instrumental de las mujeres oferentes del servicio de fotografía. Porque las distintas actividades que realizan los turistas darán la oportunidad de encuentro con las mujeres oferentes de fotografías en la ciudad del Cusco. 	<p>VD: Comportamiento racional instrumental de las mujeres</p> <ul style="list-style-type: none"> Racionalidad formal Racionalidad sustantiva 	<p>Nivel Descriptivo correlacional</p> <p>Población / muestra 50 mujeres que laboran como oferentes del servicio de fotografía en el Centro Histórico de la ciudad del Cusco</p> <p>Técnicas e instrumentos:</p> <p>Encuesta</p> <p>Cuestionario</p>

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO 2: Matriz de instrumento

MATRIZ DE INSTRUMENTO – TURISMO						
Variable	Dimensiones	Indicadores	Peso	%	Ítems	Valoración
Turismo	Motivo de viaje del turista	Viaje por ocio	2	10	<ul style="list-style-type: none"> Los turistas viajan por diversión. Las actividades de ocio de los turistas incrementan el servicio de fotografía. 	(5) Muy de acuerdo (4) De acuerdo (3) Indiferente (2) En desacuerdo (1) Muy en desacuerdo
		Viaje por negocios	2	10	<ul style="list-style-type: none"> El turista que viaja por negocios genera menos ingresos a través del servicio de fotografía. El turista que viaja por negocios genera mayores ingresos a través del servicio de fotografía. 	
		Viaje por otros motivos	2	10	<ul style="list-style-type: none"> Las motivaciones personales de los turistas influyen en el servicio de fotografía. Las motivaciones familiares de los turistas influyen en el servicio de fotografía. 	
	Tiempo de permanencia del turista	Tiempo entre 3-5 días	1	10	<ul style="list-style-type: none"> Es conveniente que los turistas permanezcan entre tres y cinco días de viaje. 	
		Tiempo entre 5-10 días	1	10	<ul style="list-style-type: none"> Es conveniente que los turistas permanezcan entre cinco y diez días de viaje. 	
		Tiempo entre 10-12 días	1	10	<ul style="list-style-type: none"> Es conveniente que los turistas permanezcan entre diez a doce días de viaje. 	
	Actividad del turista	Actividad referida al turismo cultural	2	10	<ul style="list-style-type: none"> El turismo cultural es más beneficioso para el servicio de fotografía Los turistas prefieren más los atractivos culturales de la ciudad que las otras modalidades de turismo. 	
		Actividad referida al turismo de aventura	2	10	<ul style="list-style-type: none"> Los turistas que practican el turismo de aventura generan menos ingresos para quienes ofrecen el servicio de fotografías. Los turistas que practican el turismo de aventura permanecen poco tiempo en la ciudad y no generan ingresos para los que ofrecen el servicio de fotografías. 	
		Actividad referida al turismo religioso	1	10	<ul style="list-style-type: none"> Los turistas que practican el turismo religioso benefician más a quienes ofrecen el servicio de fotografías. 	
	TOTAL			14	100%	

MATRIZ DE INSTRUMENTO – RACIONALIDAD INSTRUMENTAL

Variable	Dimensiones	Indicadores	Peso	%	Ítems	Valoración
Racional instrumental de las mujeres	Racionalidad formal	Consideración material	2	20%	<ul style="list-style-type: none"> • El turismo influye en que las personas brinden el servicio de fotografía. • La vestimenta que usa influye en el servicio de fotografía que brinda. 	(5) Muy de acuerdo (4) De acuerdo (3) Indiferente (2) En desacuerdo (1) Muy en desacuerdo
		Consideraciones técnicas	2	20%	<ul style="list-style-type: none"> • Es necesario tener conocimiento sobre fotografía para ofrecer este servicio. • Es importante capacitarse en fotografía para ofrecer este servicio. 	
		Exigencias éticas y políticas	2	20%	<ul style="list-style-type: none"> • Las políticas de Estado para el sector turismo favorecen para ofrecer el servicio de fotografías • La contribución económica que aportan los turistas satisface las necesidades de quienes ofrecen el servicio de fotografía. 	
	Racionalidad Sustantiva	Racionalidad practica	2	20%	<ul style="list-style-type: none"> • Me siento conforme con el servicio de fotografía que ofrezco. • El trabajo o servicio de fotografía que ofrezco es lucrativo. 	
		Valores subjetivos	2	20%	<ul style="list-style-type: none"> • La identidad cultural es importante para ofrecer el servicio de fotografía. • El fortalecimiento de la identidad cultural es importante para ofrecer el servicio de fotografía. 	
TOTAL			10	100%		

ANEXO 3: Instrumento

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL



CUSCO

ENCUESTA

Título: “INFLUENCIA DEL TURISMO EN LA RACIONALIZACION INSTRUMENTAL DE LAS MUJERES OFERENTES DE SERVICIO DE FOTOGRAFIA EN EL CENTRO HISTORICO DE LA CIUDAD DE CUSCO, 2020”

Estimado(a), la presente encuesta es totalmente anónima y tienen por objetivo recoger información para el desarrollo del trabajo de investigación sobre la influencia del turismo en la racionalidad instrumental. A continuación, se presenta una serie de preguntas. Lea cuidadosamente cada una de ellas y seleccione la alternativa con la que usted este de acuerdo, marcando con una X.

Marque con una X en el recuadro correspondiente de acuerdo a las siguientes preguntas, cuya escala de apreciación es el siguiente:

Sexo: Masculino () Femenino ()

Edad: _____

Localidad: Urcos (), Paruro (), Ocongate (), Acomayo ()

1	2	3	4	5
Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo

Nº	PREGUNTA	1	2	3	4	5
Motivos de viaje del turista						
1	Los turistas viajan por diversión.					
2	Las actividades de ocio de los turistas incrementan el servicio de fotografía.					
3	El turista que viaja por negocios genera menos ingresos a través del servicio de fotografía.					
4	El turista que viaja por negocios genera mayores ingresos a través del servicio de fotografía.					
5	Las motivaciones personales de los turistas influyen en el servicio de fotografía.					
6	Las motivaciones familiares de los turistas influyen en el servicio de fotografía.					
Tiempo de permanencia						
7	Es conveniente que los turistas permanezcan entre tres y cinco días de viaje.					

8	Es conveniente que los turistas permanezcan entre cinco y diez días de viaje					
9	Es conveniente que los turistas permanezcan entre diez a doce días de viaje.					
Actividad del turismo						
10	El turismo cultural es más beneficioso para el servicio de Fotografía					
11	Los turistas prefieren más los atractivos culturales que las otras modalidades de turismo					
12	Los turistas que practican el turismo de aventura generan menos ingresos para el servicio oferentes de fotografías					
13	Los turistas que practican el turismo de aventura permanecen poco tiempo en la ciudad y no generan ingresos para el servicio de fotografías					
14	Los turistas que practican el turismo religioso benefician al servicio de fotografías					
Racionalidad Formal						
15	El turismo influye en el servicio de fotografía que se brinda.					
16	La vestimenta que usa influye en el servicio de fotografía que brinda.					
17	Es necesario tener conocimiento sobre fotografía para ser oferente de este servicio					
18	Es importante capacitarse en fotografía para ser oferente de este Servicio					
19	Las políticas de estado para el sector turismo favorecen para el servicio de fotografías					
20	La contribución económica que aportan los turistas satisface las necesidades de quienes ofrecen el servicio de fotografía					
Racionalidad sustantiva						
21	Me siento conforme con el servicio de fotografía que ofrezco					
22	El trabajo de oferente de fotografía es lucrativo					
23	La identidad cultural es importante para el servicio de fotografía					
24	El fortalecimiento de la identidad culturas es importante para el servicio de fotografías					

Gracias por su tiempo

ANEXO 4: Fotografías





